



Perlindungan Konsumen pada Kosmetik Halal di Indonesia: Analisis Bibliometrik

✉¹ **Alda Srilupita, Hulwati, Duhriah**

¹Universitas Negeri Imam Bonjol, Padang, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode bibliometrik untuk menganalisis publikasi ilmiah yang relevan dengan perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia. Tahapan analisis penulis lakukan dengan pencarian data di Dimensions, Data hasil pencarian dianalisis melalui Network Visualization, Overlay Visualization, dan Density Visualization menggunakan aplikasi Vosviewer. Hasil dan pembahasan menunjukkan perkembangan publikasi yang signifikan dalam 10 tahun terakhir, dengan puncak jumlah publikasi pada tahun 2021. Analisis kolaborasi penulis (Co-Authorship) menunjukkan hubungan antara beberapa peneliti, sementara analisis hubungan kata kunci menggambarkan fokus penelitian yang beragam. Adanya hubungan antar peneliti dan variasi fokus penelitian ini menunjukkan pentingnya kerjasama dan pemahaman mendalam dalam menjaga kehalalan produk kosmetik di Indonesia. Kesimpulan dari penelitian ini adalah perlunya kerjasama yang baik antar peneliti dan pemangku kepentingan, sehingga menciptakan lingkungan yang lebih aman dan sehat bagi konsumen dalam memilih produk kosmetik halal di Indonesia.

Kata kunci: Perlindungan konsumen, kosmetik halal, Bibliometrik.

Abstract

This study uses a bibliometric method to analyze scientific publications relevant to consumer protection on halal cosmetics in Indonesia. The analysis stage of the author is carried out by searching for data in Dimensions, the search result data is analyzed through Network Visualization, Overlay Visualization, and Density Visualization using the Vosviewer application. The results and discussions show significant publication development in the last 10 years, with the peak number of publications in 2021. The co-authorship analysis showed the relationship between multiple researchers, while the keyword relationship analysis depicted the diverse research focus. The existence of relationships between researchers and the variety of focus of this research shows the importance of cooperation and deep understanding in maintaining the halalness of cosmetic products in Indonesia. The conclusion of this study is the need for good cooperation between researchers and stakeholders, so as to create a safer and healthier environment for consumers in choosing halal cosmetic products in Indonesia.

Keywords: Consumer protection, halal cosmetics, Bibliometrics.

Article History:

Submitted : 3 Desember 2023; Accepted: 8 Agustus 2024; Published: 1 Juni 2024

How to Cite:

Alda Srilupita, Hulwati, Duhriah. 2024. Perlindungan Konsumen pada Kosmetik Halal di Indonesia: Analisis Bibliometrik. *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 8 (1): 74 - 88. <http://doi.org/10.30762/istithmar.v8i1.33>

✉ Corresponding Author:

Email : alda.srilupita@uinib.ac.id3

Address : Prof. Mahmud Yunus Lubuk Lintah Street, Anduring, Kec. Kuranji, Kota Padang, Sumatera Barat 25153, Indonesia

Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.



PENDAHULUAN

Pangan, obat-obatan, kosmetika dan produk guna pakai merupakan bagian dari kebutuhan hidup. Semua kebutuhan tersebut harus terpenuhi secara baik, cukup, aman, bermutu, dan bergizi (Warto & Samsuri, 2020). Di zaman sekarang khususnya perempuan sebuah produk kosmetik, dimana kosmetik yang beredar sekarang ini merupakan suatu kebutuhan yang saat melekat oleh para kaum hawa atau perempuan yang menjadikan kosmetik ini sebagai kebutuhan yang sangat dasar dalam kehidupannya dikarenakan untuk menunjang penampilan dan aktivitas sehari-hari (Wahyuningsih & Indonesia, 2018). Produk kosmetik saat ini juga beragam, mulai dari kemasannya yang dibuat semenarik mungkin agar konsumen tertarik dengan salah satu produk tersebut, cara mempromosikannya secara kreatif. Bahkan dalam produk kosmetik ada yang halal dan non-halal dan juga produk kosmetik sudah terdaftar serta sudah memiliki kehalalannya dan menurut suatu kelembagaan yang melakukan sebuah kajian mengenai bahan-bahan suatu produk terutama produk kosmetik. Berkaitan dengan itu, dalam realitasnya banyak produk yang beredar di masyarakat belum semua terjamin kehalalannya (Triasih et al., 2017).

Setiap konsumen memiliki hak dan wewenang atas perlindungan yang ia miliki terhadap suatu produk. Pada dasarnya pelaku usaha yang bergerak dibidang kosmetik di negara kita merupakan pesaing yang tinggi di Indonesia, hal

ini dapat secara seksama kita lihat dari sebuah lembaga riset yang menyatakan bahwa Indonesia pada saat ini mencapai suatu angka lebih dari 5 miliar US dollar dengan nilai pertumbuhan rata-rata 12 % pertahunnya (Ayunda & Kusuma, 2021). Namun dalam kenyataannya sering kali pihak produsen menyantumkan label halal di produk mereka hanya untuk mayinkan para konsumen, namun tidak sesuai dengan produk mereka ataupun tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pada dasarnya perilaku produsen tersebut telah melanggar hak konsumen dan tidak mentaati syarat (Lahaling et al., 2015).

Selain itu ada penelitian dari Tri Susanto, seorang dosen di Universitas Brawijaya Malang sekitar tahun 1980an, ditemukan fakta bahwa beberapa produk makanan, seperti susu, snack dan lain sebagainya, bahwa produk-produk tersebut mengandung gelatin, shortening dan lechitin dan lemak yang kemungkinan berasal dari babi. Adanya isu lemak babi yang ada pada produk makanan dan kosmetik tersebut tentu saja berdampak pada stabilitas ekonomi secara nasional yang nyaris lumpuh (Chairunnisyah, 2018). Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Rahmi Ayunda yang berjudul *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Muslim Terhadap Kosmetik yang Memiliki Kandungan Non-Halal Di Indonesia* yang mana Jaminan kehalalan produk sangat penting bila dikaji pada suatu kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan sehingga pengelolaan produknya menggunakan

bahan mentah bahan yang dapat terjadi percampuran komposisi antara halal dan tidak halal pula disengaja atau tidak, karena hal ini terjadi pada setiap masyarakat dalam kesehariannya kebutuhan (Ayunda & Kusuma, 2021).

Tinjauan dari literatur ini berbeda dari penelitian sebelumnya yang umumnya banyak mengadopsi metode kuantitatif. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan bibliometrik. Pendekatan bibliometrik digunakan untuk menganalisis jumlah dan distribusi publikasi ilmiah yang relevan dengan bidang yang teliti (Marwantika, 2022). Pada penelitian ini metode ini memberikan wawasan komprehensif mengenai penelitian yang ada dan membantu mengisi celah pengetahuan untuk penelitian selanjutnya.

KAJIAN LITERATUR

Kosmetik Halal

Seiring dengan berkembangnya pengetahuan dan teknologi, maka kebutuhan terhadap kecantikan terus berkembang, sejalan dengan kebutuhan untuk mempercantik diri pun kini menjadi prioritas utama kaum perempuan dalam menunjang penampilan sehari-hari (Lina Pangaribuan, 2017). Kosmetik merupakan produk yang unik karena selain memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan. Sering kali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial dimata masyarakat. Seiring perkembangan zaman, kosmetik seolah menjadi kebutuhan

primer bagi sebagian kaum wanita. Disadari atau tidak, dalam kesehariannya wanita tidak bisa lepas dari kosmetik. Produk perawatan tubuh ini digunakan oleh sebagian besar wanita mulai dari pagi hari hingga malam hari. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang berusaha memenuhi kebutuhan akan kosmetik dengan berbagai macam inovasi produk (Gunawan & Susanti, n.d.).

Kebanyakan konsumen hanya menginginkan suatu produk yang sesuai dengan kebutuhannya akan tetapi tidak memikirkan bagaimana dampaknya bagi lingkungan hidup. Sebagian besar konsumen tidak bersedia membayar lebih mahal untuk produk-produk yang bersifat ramah lingkungan (Shaputra, 2013). Berbagai temuan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya tersebut dapat menurunkan citra merek dari beberapa pelaku industri kosmetik itu sendiri, karena tidak sedikit pelaku usaha yang ingin mendapatkan keuntungan dengan cara yang tidak baik tersebut memanfaatkan beberapa merek kosmetik ternama dari luar maupun dalam negeri (Erna Ferrinadewi, 2005).

Perlindungan konsumen

Dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan payung hukum pelaksanaan perlindungan konsumen di Indonesia. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Perlindungan hukum terhadap konsumen pada dasarnya merupakan perlindungan terhadap pemenuhan atas hak-hak konsumen yang seharusnya diberikan kepada konsumen, sehingga perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum terhadap hak-hak konsumen (Suparto et al., 2016).

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen yang memakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Asas-asas perlindungan konsumen, diantaranya: Asas manfaat; Asas keadilan; Asas Keseimbangan; Asas keamanan dan keselamatan konsumen; dan Asas kepastian hukum. Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam hal perlindungan konsumen, diantaranya: meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri; mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari efek negatif pemakaian barang dan/atau jasa; meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen; menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi; menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya

perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha; meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, keamanan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen (angriyani 2020).

Sertifikasi dan label halal yang telah dilakukan selama ini baru menguasai setengah dari produk seperti obat, minuman, makanan, kosmetik, dan produk barang halal lainnya yang telah beredar luas di kalangan masyarakat, dikarenakan minimnya informasi dan juga peraturan mengenai sistem jaminan produk halal hingga kini mengakibatkan rendahnya daya saing suatu produk dalam negeri di pasaran domestik, nasional, dan juga internasional yang akan membuat terganggunya kelancaran dalam produktivitas nasional demi meningkatkan ekonomi Negara (Ayunda & Kusuma, 2021).

Sertifikasi halal dan Keamanan produk

Sertifikat halal adalah perizinan pemasangan kata “Halal” pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh Badan POM. Izin pencantuman label halal pada kemasan produk makanan yang dikeluarkan oleh Badan POM didasarkan rekomendasi MUI dalam bentuk sertifikat halal MUI. Sertifikat halal MUI dikeluarkan oleh MUI berdasarkan hasil pemeriksaan LP POM MUI (Agus, 2017). Sertifikat halal adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu

produk sesuai dengan syari'at Islam. Adapun masa berlakunya selama 2 tahun dan disarankan untuk diperbaharui kembali jika telah habis masa berlakunya. Tujuan dari sertifikasi halal adalah adanya pengakuan secara legal formal bahwa produk yang dikeluarkan telah memenuhi ketentuan halal (Nukeriana, 2018).

Sementara itu Keamanan produk merupakan salah satu faktor penting dalam penyelenggaraan sistem pangan dan halal industry. Penyelenggaraan keamanan akan produk halal ditujukan agar negara dapat memberikan perlindungan kepada rakyat untuk mengonsumsi yang digunakan dan aman bagi kesehatan dan keselamatan jiwa. Saat ini, konsumen sudah mulai sadar akan pentingnya keamanan produk (Lestari, 2020).

METODE PENELITIAN

Analisis bibliometric merupakan sebuah metode kuantitatif untuk menganalisis data bibliografi yang ada di artikel atau jurnal. Analisis ini biasanya digunakan untuk menyelidiki referensi artikel ilmiah yang dikutip dalam sebuah jurnal, pemetaan bidang ilmiah sebuah jurnal, dan untuk mengelompokkan artikel ilmiah yang sesuai dengan suatu bidang penelitian (Effendy et al., 2021). Analisis bibliometrik digunakan untuk berbagai alasan diantaranya adalah mengungkapkan tren yang muncul pada artikel dan jurnal. Dalam penelitian tentunya membutuhkan informasi dari hasil karya ilmiah sebelumnya yang juga telah dilakukan oleh

teman sejawat. Pada model klasik input-output untuk menjelaskan proses penelitian ilmiah dianjurkan adanya publikasi untuk menyajikan keluaran pengetahuan (Tupan et al., 2018).

Pada ini digunakan terhadap penelitian mengenai pengerauh konsumen pada kosmetik halal di Indonesia. Penggunaan metode bibliometrik dimulai dengan pencarian yang sesuai di Search bar di website *Dimension* kata kunci yang dimaksud adalah perlindungan konsumen, kosmeteik halal di Indonesia. Dengan metode pencarian yang digunakan yaitu metode pencarian Search in dengan memilih Full Data, sebab data yang diberikan akan lebih komprehensif dibandingkan dengan dua pilihan lainnya yang disediakan di situs *Dimension*. Adapun dua metode pencarian lainnya tersebut adalah metode pencarian *Title and abstract* dan *Doi*. File yang di diperoleh dari *Demension* berupa file ZIP yang dibagikan melalui Email kemudian di donlowd dan di ekstrak agar dapat memperoleh file CSV yang sesuai dan dapat di olah melalui *Vosviwer*. Diolah *Vosviwer* sebagai aplikasi utama yang digunakan dalam penelitian dan pembuatan artikel mengenai perkembangan penelitian dalam kajian bibliometrik. Dengan total publikasi yang di peroleh dari *Dimension* sebanyak 335 artikel yang dipublikasikan di jurnal.

Data CSV yang telah berhasil didapatkan dengan proses ekstraksi dari *Dimension* akan dilanjutkan untuk oleh kembali di *Vosviwer* agar membentuk

visualisasi jaringan bibliometrik, sebab *Vosviewer* merupakan aplikasi perangkat lunak yang dapat menampilkan visualisasi jaringan yang diinginkan dari penelitian-penelitian atau karya ilmiah (Darmawan et al., 2023). Kemudian dimasukan data diolah dalam aplikasi *Vosviewer* kemudian membentuk tiga jaringan yang diinginkan. Diantara tiga jaringan tersebut adalah *Network Visualization*, *Overlay Visualization* dan *Density Visualization*.

Masing-masing dari Visualisasi yang dihasilkan oleh *vovviewer* ini memiliki fungsi tersendiri untuk melihat apa yang diinginkan oleh penulis atau peneliti. Pertama *Network Visualization* berfungsi untuk mengetahui bagaimana hubungan antara penulis dengan penulis lainnya atau kata kunci dengan kata kunci lainnya yang memiliki hubungan satu sama lain. Yang kedua *Overlay Visualization* merupakan bentuk visualiasi yang dapat digunakan untuk mengamati kebaruaran dari penulis sebuah artikel ataupun kata kuncinya, karena visualisasi ini dapat menampilkan kapan terbitnya sebuah karya tulis atau artikel. Yang ketiga *Density Visualization* merupakan untuk melihat seberapa banyak penelitian yang dilakukan dan juga seberapa banyak kata kunci yang paling banyak digunakan dan juga yang sedikit digunakan atau diteliti (Komalasari et al., 2021).

Dalam penelitian ini menggunakan analisis bibliometrik yang mana menggunakan pendekatan sebuah metode statistic dan matematika terhadap penelitian dengan tema yang sama yaitu berupa

perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia. Dengan melihat kolaborasi yang terjadi antara para penulis pada tema kajian tersebut, juga pada kata kunci yang sering bermunculan di artikel dengan tema terkait, sehingga artikel ini dapat memberikan informasi baru mengenai perkembangan penelitian pada perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan publikasi tentang perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia

Publikasi-publikasi yang telah diperoleh dari Dimension sebanyak 335 artikel yang diakses pada hari ini tanpa adanya sortil kategori, hal ini dikarenakan jumlah artikel dengan pembahasan atau tema perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia tidak terlalu banyak sehingga analisis dapat dilakukan secara akurat. Dari 335 dokumen yang diperoleh dari Dimension hanya terdapat beberapa tahun dengan tingkat jumlah publikasi yang tinggi seperti pada tahun 2020, 2021 dan 2022 yang mana masing-masing tahun memiliki jumlah artikel yang di atas tahun-tahun lainnya yang mana ditahun 2020 sebanyak 67 artikel, ditahun 2021 sebanyak 59 artikel dan ditahun 2022 sebanyak 66 artikel. Sementara itu tahun paling terendah jumlah penelitian yaitu pada tahun 2014 dengan jumlah 3 artikel. Sedangkan pada tahun 2023 terpantau jumlah artikel sebanyak 49 sementara

itu yang berkaitan dengan tema penulis mengalami cukup banyak penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang yaitu sebesar 20 artikel yang mana diketahui tiga tahun sebelumnya tren penulisan berada ditahap yang stabil dengan rata-rata diatas 60 tulisan setiap tahunnya. Dari data yang diperoleh penulis memahami bahwasanya tren penulisan dengan tema perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia mengalami fluktuasi dengan kata lain jumlah penelitian yang muncul tidak tetap atau naik turun setiap tahunnya. Untuk lebih memahami dapat dilihat pada tabel perkembangan penelitian terkait pada 10 tahun terakhir ini:

Tabel 1.

Perkembangan penelitian dengan tema perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia dalam 10 tahun terakhir

Tahun	Jumlah Publikasi
2014	3
2015	3
2016	5
2017	12
2018	30
2019	34
2020	67
2021	59
2022	66
2023	49
Total Publikasi	328

Dimulai dari tahun 2014 terlihat awal penelitian dari perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia relative sedikit dan pelan tidak begitu banyak muncul penelitian tersebut. Kemudian merujuk pada tahun 2015 mengalami peningkatan signifikan dari jumlah

penelitian dan artikel yang di pablis mengalami kenaikan. Kemudian pada tahun 2018 ke 2019 mengalami sedikit peningkatan saja dalam penerbitan artikel.

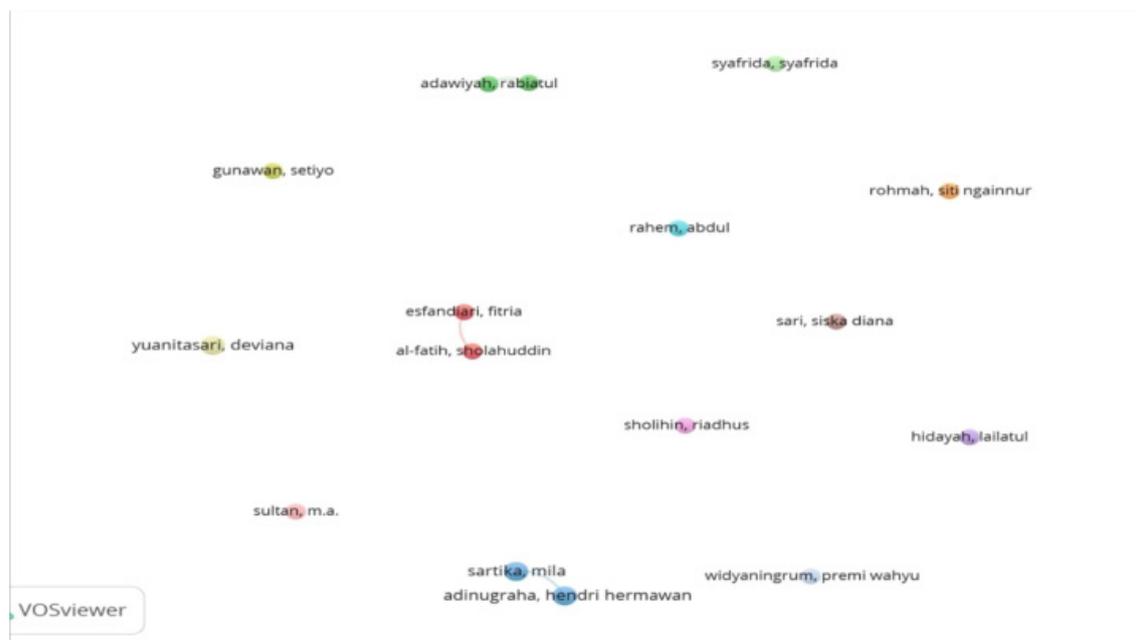
Tren penelitian ini mengalami kenaikan drastis pada tahun 2019 ke 2020 terlihat di grafik di atas bahwasanya kenaikan penelitian yang cukup tinggi di bandingkan pada tahun sebelumnya. Akan tetapi pada tahun 2021 mengalami penurunan namun tidak terlalu signifikan sehingga bisa dianggap penelitian dengan tema ini masih produktif dan aman pada tahun 2021. Sedangkan pada tahun 2022 mengalami kenaikan kembali dalam penerbitan artikel dan hampir menyamai pada jumlah tahun 2021 yang dimana pada tahun 2021 merupakan puncak tertingginya dari penerbitan karya ilmiah dengan tema perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia. Selanjutnya pada tahun 2023 mengalami tren dengan jumlah penelitian menurun yang cukup drastis jika di bandingkan dengan beberapa tahun sebelumnya.

Peta perkembangan kolaborasi penulis (CO-Authorship) penelitian tentang perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia.

Dari data CSV yang diperoleh dari Dimensions diolah kembali dan untuk selanjutnya dianalisa melalui aplikasi Vosviewer. Langkah awal penulis memulai dengan memilih *obsi create* kemudian dilanjutkan dengan pemilihan pada menu awal Vosviewer yaitu “*data create*

a map based on bibliographic data". Setelah memilih obsi yang disediakan oleh *Vosviewer* tadi penulis memakai metode hitungan *full counting*, sebab metode perhitungan ini murni tanpa ada pengurangan dan penambahan data. Data yang diperoleh sudah sesuai dengan jumlah yang seharusnya pada.

penelitian yang bertema perlindungan konsumen produk halal di Indonesia. Berdasarkan pada gambar 1 dibawah penulis atau peneliti difualiasikan oleh *Vosviewer* memiliki jaringan dan tidak memiliki jaringan untuk pengamata lebih lanjut dapat dilihat di gambar dibawah ini.



Gambar 1. Network Visualization pada Co-authorship

Merujuk pada gambar 1 yang di tampilkan diatas merukan Network Visualization pada Co-authorship dapat disimbulkan dengan bentuk bulat-bulatan sebagai representasi dari penulis atau peneliti. Keterkaitan bulatan-bulatan ini adalah salah satu fungsi *Vosviewer* dalam memfisualisasikan jaringan (Zakiyyah et al., 2022). Terlihat dari Gambar 1 yang menampilkan bulatan serta jaringan menggambarkan bahwa terdapat hubungan atau keterkaitan antara para penulis dengan tema yang terkait sehingga dapat

dipahami bahwa terjadi saling kolaborasi antara para penulis. Selain itu terdapat juga bulatan-bulatan yang tidak memiliki garis penghubung atau jaringan antar penulis dikarenakan tidak terjadinya proses pengutip atau kontak diantara para penulis tersebut. Pada gambar diatas terdapat beberapa penulis yang memiliki hubungan dan tidak memiliki hubungan. Penulis yang memiliki terhubungan antara penulis lainnya ialah:

- Adawiyah dan Rabi'atul yang mana memiliki hubungan antar satu dengan yang lainnya dapat dilihat dari bulatan

yang ada di gambar 1 yang terhubung oleh jaringan.

- b. Espandiari, Fitria dan Al-Fatih, Sholahuddin para penulis ini memiliki hubungan keterkaitan yang tanpak melalui jaringan yang menghubungkan mereka dapat dilihat pada gambar diatas.
- c. Sartika, Mila dan Adi Nugraha, Hermawan penulis-penulis ini tanpa memiliki sifat kolaboratif karena saling keterhubungannya.

Dari beberapa penulis ini dapat disimpulkan bahwasanya penelitian-penelitian dengan tema perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia memiliki sifat kolaboratif yang cukup baik antar penulis dari sekian banyak penulis yang terdapat pada gambar diatas masih banyak juga yang terhubung dan berkaitan tulisannya dilihat dari sisi penulisnya. Namun tidak menutup juga kemungkinan bahwasanya ketidak keterkaitan penulis dalam suatu tema penulisan itu terjadi jika dilihat pada gambar yang di atas bentuk ketidak keterkaitan penulis tersebut cukup tanpak. Berikut beberapa nama penulis yang tidak saling terkait berdasarkan pada gambar 1 di atas yaitu, Gunawan Setiyo, Syafrida Syafrida, Rahim Abdul, Rohmah dan Siti Angainnur, Yuanitasari dan Daviana, Sultan,m.a, Sholihin dan Riadhus, Sari dan Siska dan Diana, Hidayah dan Lailatul, Widyanigrum dan Premi wahyu.

Overlay Visualization merupakan gambar yang menampilkan pemetaan terhadap informasi jejak historis peneliti-peneliti dari suatu publikasi pada tema-

tema tertentu (Wahyudin & Abidin, 2019). Pada tema penulisan perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia ini *overlay visualization* yang dimuatkan oleh *Vosviewer* memetakan urutan penulis dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2023. Pemetaan tersebut ditandai dengan bulatan-bulatan yang beragam warna. Dengan warna yang berbeda-beda yang memiliki fungsi untuk membedakan garis waktu penulisan yang dilakukan oleh penulis. Dimana warna yang gelap menggambarkan bahwa penulisan tersebut dilakukan atau dipublis terlebih dahulu dari warna yang lebih terang. Aplikasi *vosviewer* menggunakan ungu untuk artikel yang terbit pada tahun 2018 dan warna yang paling terang diantara yang lain yaitu warna kuning diantara tulisan yang lain. Hal tersebut menunjukkan kebaahruan dalam suatu artikel atau berdasarkan penulisnya.

Penulis yang lebih awal membahas tentang perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia pada periode 2018 sampai 2023 adalah pada tahun 2018 penulis yang muncul dari analisa aplikasi *Vosviewer* yaitu Yuanitasari dan Deviasi, selanjutnya bekisar pada tahun 2018 ke 2019 ada sebanyak penulis Sartika dan mila kemudian dikutip oleh Anugrah dan Hendri Hermawan, dan penulis dalam garis waktu ini adalah Sultan Ma, dan Hidayah, Lailatul, ditandai dengan warna abu-abu yang berarti penulis berada pada periode 2019- 2021. Memasuki perodesasi yang dengan warna yang lebih terang dari periode tahun 2021 sampai 2023 terdapat beberapa

penulis, mulsi dsri penulis dengan bulatan berwarna hijau yaitu, Esfandiari, Fitria, juga Alfatih Sholahudin, Solihin Riadhus, dan yang terakhir adalah Gunawan Setiyo. Terdapat satu penulis pada bulatan warna ini yang dikutip yaitu rabiayatul yang di kutip oleh adawiyah. Kelompok terakhir pada Overlay Visualization adalah bulatan yang berwarna Kuning dengan penulis-penulisnya yaitu, Rohmah Siti Ngainnur, dan Adawiyah. Tidak banyak penulis pada periode akhir dari gambar ini yang mengindikasikan bahwasanya terjadi jumlah penulis pada topik Perlindungan Konsumen pada Kosmetik Halal di Indonesia.

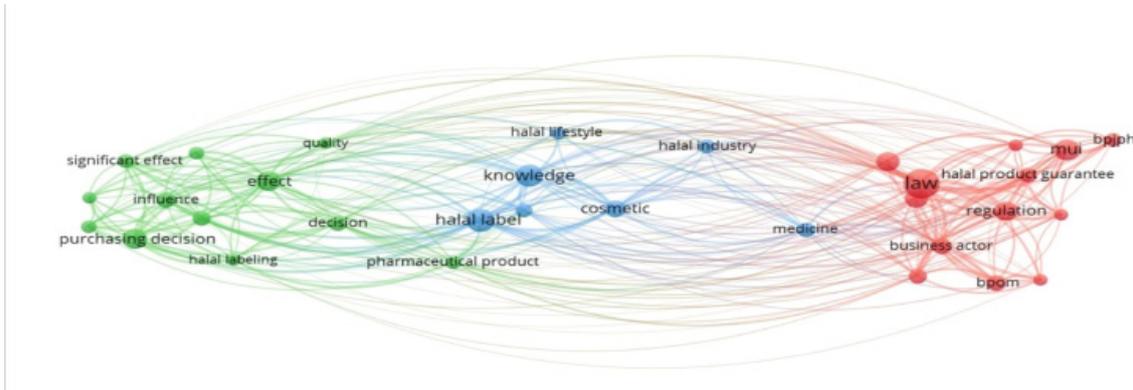
Peta perkembangan penelitian tentang perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia dari hubungan kata kunci.

Kajian bibliometrik tentang perlindungan konsumen pada kosmetik halal di indonesia dilanjutkan pada kajian hubungan kata kunci yang terdapat pada tema tersebut. Jika mengenai penulis kita dapat melihat keterkaitan antar para peneliti maka pada kajian tentang hubungan kata kunci kita dapat melihat perkembangan tren pada tema tersebut. Agar dapat melihat dan melakukan analisa mengenai hal tersebut penulis memulai langkah dengan memilih opsi “create map base on text data”, yang dapat membentuk jaringan antar kata kunci dan istilah berdasarkan teks. selanjutnya istilah atau kata kunci yang di ekstrak dari vosviewer ini dengan memilih opsi menu

pada aplikasi vosviewer yaitu Title dan Abstrak, pilihan tersebut diambil karena dapat menyediakan informasi yang lebih banya dibandingkan dengan pilihan lainnya. Setelah selesai pada bagian title dan abstrak penulis memakai menu full counting untuk metode perhitungannya agar dapat mengidentifikasi jumlah istilah dan kata kunci lebih banyak dan menyeluruh, hal ini di lakukan sebab penulis ingin mengkaji lebih dan melihat perkembangan penelitian pada tema perlindungan konsumen pada kosmetik halal secara komprehensif.

Analisis bibliometrik pada tahapan kata kunci juga menggunakan format data yang serupa dengan bagian analisis penulis diatas,yaitu network visualization, overlay visualization dan density visualization. Pada tahap analisa istilah atau kata kunci metadata dari Dimensions penulis memperoleh pemahman mengenai perkembangan tulisan atau artikel-artikel dari suatu tema penelitian dalam bentuk jaringan bibliometrik. Pada gambar 4 dibawah dapa dilihat jaringan dan bulatan bibliometrik hasil dari olah data di Vosviewer. Gambar dibawah merupakan representasi dari artikel-artikel yang pernah ditulis dengan tema perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia. Dengan gambar 4 dibawah penulis melihat secara mendetail struktur dan jaringan beserta lingkaran atau bulatan yang menggambarkan mengenai jaringan bibliometrik.

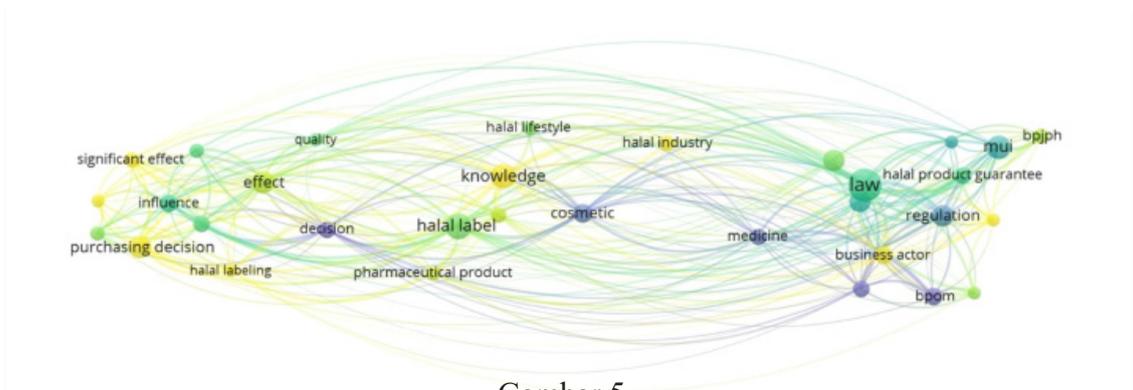
Pada gambar 4 dapat diidentifikasi bahwa kata kunci pada tema penelitian



Gambar 4.
Network Visualization pada Co-Occurrence (kata kunci)

perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia memiliki hubungan satu sama lainnya. Masing-masing kata kunci pada penelitian ini dikategorikan berdasarkan warna dari bulatan yang terdapat pada gambar. Kategori pertama yaitu kata kunci dengan bulatan yang berwarna hijau berisikan kata kunci sebagai berikut, *significant effect, influence, purchasing decision, halal label, effect, quality, decision, pharmaceutical product*. Selanjutnya yang kedua bulatan yang berwarna biru yaitu *halal label, knowledge, halal lifestyle cosmetic, halal industry, medicine*. Ketiga berupa

bulatan yang berwarna merah yaitu *Law, halal product guarantee, business actor, regulation, BPOM, MUI, BPJPH*. Terlihat dari 3 kategori tersebut yang dipisahkan oleh warna yang beragam bahwasanya penelitian dengan tema perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia memiliki fokus pembahasan yang beragam dan mempunyai keterkaitan satu dengan yang lainnya. Sehingga dari gambar 4 diatas penulis dapat menarik kesimpulan bahwasanya penelitian dengan topik atau tema perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia cukup merata pada tema-tema yang sudah diteliti.

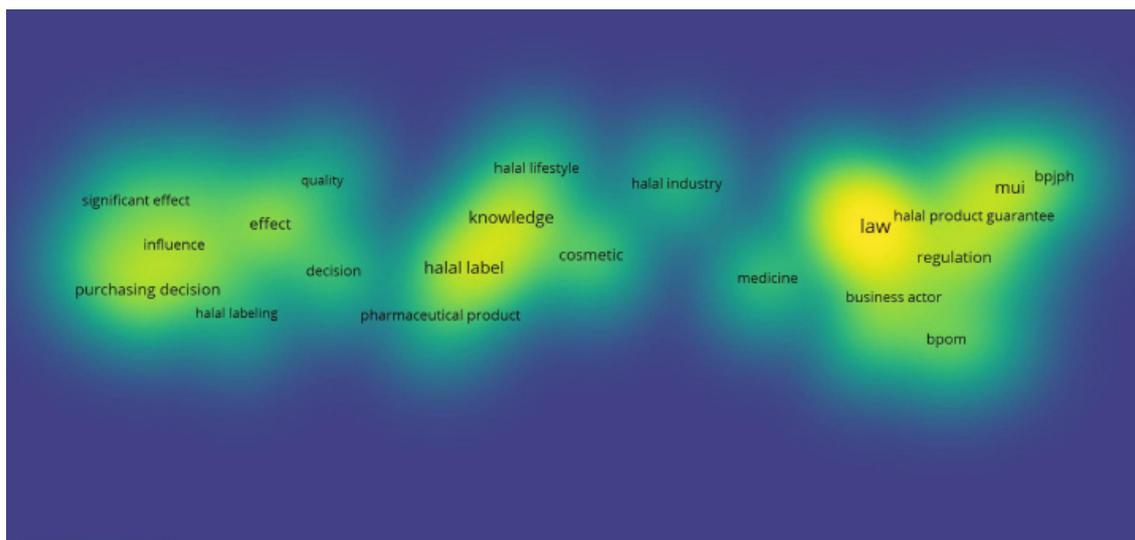


Gambar 5.
Overlay Visualization pada Co-Occurrence (kata kunci)

Setelah tahap *network visualization* maka tahap selanjutnya penulis lakukan adalah pemetaan jejak historis atau kronologi tahun terbit dari penelitian bertemakan perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia. Gambar 5 diatas merupakan acuan atau pedoman bagi penulis untuk melihat tren penelitian dari kata kunci. Warna pada bulatan diatas merupakan representasi dari garis waktu penelitian dilakukan. Warna gelap menggambarkan tahun tren penggunaan kata kunci atau istilah yang lebih tua atau lama sedangkan warna yang terang merupakan gambaran tren penelitian yang lebih baru. Pada tema perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia yang digunakan terlebih dahulu pada gambar diatas ialah pada tahun 2019 dengan warna ungu dengan istilah atau kata kunci sebagai berikut *BPOM, business actor, medicine, cosmetic, decision*. Kemudian pada tahun 2020 awal dengan warna gelap dengan

istilah atau kata kunci sebagai berikut *Law, MUI, quality, influence, halal product guarantee*. Pada tahun 2020 akhir dengan warna hijau muda dengan istilah atau kata kunci sebagai berikut *halal label, BPJPH, halal lifestyle, effect*. Dan yang terakhir 2021 dengan warna kuning kata kunci sebagai berikut *halal industry, knowlwdge, signifcant effect, purchacing dicision, halal label, pharmaceutical product*.

Dari gambar diatas dengan melihat beragam istilah dan kata kunci yang muncul pada penelitian perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia yang beragam dan berbeda pada setiap tahunnya, penulis memahami bahwasanya terjadi perubahan tren setiap tahunnya dapat dilihat pada gambar diatas dalam kurun dua tahun lebih yaitu mulai dari 2019 sampai dengan 2021, pada setiap semester dua tahun tersebut kata kunci atau istilah yang muncul selalu berbeda.



Gambar 6.
Density Visualization pada Co-Occurrence

Pada gambar 6 merupakan Density Visualization atau Visualisasi kerapatan yang dapat menunjukkan pada area atau wilayah mana didalam bulatan vosviewer yang sedikit diteliti dan banyak diteli berdasarkan istilah atau kata kunci. Berdasarkan analisa penulis terdapat kata kunci yang lebih terang dibandingkan dengan kata kunci yang lainnya seperti *law*, *MUI*, *halal product guarantee*, *regulation*, *halal label*, *knowledge*, *influence*, *purchasing decision*. Kata-kata atau istilah yang muncul ini lebih dominan dari pada kata kunci atau istilah yang lainnya yang muncul hal ini menandakan bahwasanya penelitian terkait dengan perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia ramai atau banyak dilakukan pada istilah-istilah yang muncul pada gambar diatas dan warnanya lebih terang. Kemudian terdapat beberapa istilah atau kata kunci yang cenderung lebih sepi dilakukan penelitian yaitu seperti kata *BPJPH*, *BPOM*, *cosmetic*, *halal industry*, *pharmaceutical product*, *halal label*, *decision*, *quality*, *halal lifestyle*, *significant effect*, *medecine*.

Istilah atau kata kunci yang bewarna hijau atau yang lebih gelap pada gambar 6 diatas merupakan area kajian yang masih sepi diteliti, sehingga terdapat begitu banyak peluang pada istilah-istilah tersebut untuk dijadikan kajian kedepannya. Sebab menurut penulis kajian yang bedasarakan istilah tersebut cukup penting untuk diteliti kembali seperti salah satunya yaitu *halal industry* dan *cosmetic* sepeti

berkaitan dengan langsung penelitian yang bertemakan perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia.

SIMPULAN

Dalam analisis perkembangan publikasi mengenai perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia, terlihat bahwa jumlah publikasi mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Meskipun terdapat peningkatan signifikan pada tahun 2020, 2021, dan 2022, namun pada tahun 2023 terjadi penurunan yang cukup drastis. Data selama 10 tahun terakhir juga mencerminkan bahwa topik ini semakin populer, meskipun tren penelitian tidak menunjukkan kestabilan yang jelas. Visualisasi jaringan kolaborasi antar penulis menggambarkan adanya hubungan yang kuat di antara beberapa penulis, menunjukkan kolaborasi yang baik dalam penelitian mengenai perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia. Meskipun demikian, terdapat juga penulis yang tidak memiliki keterkaitan, mencerminkan keberagaman dalam kolaborasi di antara peneliti-peneliti. Analisis hubungan kata kunci mengungkapkan perubahan tren setiap tahunnya dan kompleksitas dalam pemahaman isu perlindungan konsumen pada kosmetik halal. Visualisasi dari *vosviewer* juga memperlihatkan bahwa penelitian pada topik ini merata dan mencakup berbagai aspek, mencerminkan keberagaman fokus penelitian. Selanjutnya pada penelitian ini memberikan gambaran

yang komprehensif tentang dinamika penelitian mengenai perlindungan konsumen pada kosmetik halal di Indonesia, dan hasil temuan tersebut dapat menjadi dasar untuk lebih memahami perubahan tren, kolaborasi penulis, dan fokus penelitian pada masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, P. A. (2017). Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 150–165. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2172>
- ANGRIYANI, A. M. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Muslim Dari Produk Pangan Yang Tidak Berlabel Halal Dalam Perspektif Hukum Positif Yang Terkait Di Indonesia Dan Di Korea. *Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis Dan Investasi*, 12(1), 049–063. <https://doi.org/10.28932/di.v12i1.2987>
- Ayunda, R., & Kusuma, V. Z. A. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Muslim Terhadap Produk Kosmetik Yang Memiliki Kandungan Non-Halal Di Indonesia. *Maleo Law Journal*, 5(I), 123–138. <http://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/MLJ/article/view/1466>
- Chairunnisyah, S. (2018). Peran Majelis Ulama Indonesia Dalam Menerbitkan Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Kosmetika. *Angewandte Chemie International Edition*, 3(2), 10–27.
- Darmawan, B., Shalihin, N., & Nopriyasan, N. (2023). Analisis bibliometrik perkembangan penelitian tentang perjuangan ulama menggunakan Vosviewer. *Daluang: Journal of Library and Information Science*, 3(2).
- Effendy, F., Gaffar, V., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Analisis Bibliometrik Perkembangan Penelitian Penggunaan Pembayaran Seluler Dengan Vosviewer. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 16(1), 10–17. <https://doi.org/10.35969/interkom.v16i1.83>
- Erna Ferrinadewi. (2005). Atribut Produk Yang Dipertimbangkan Dalam Pembelian Kosmetik Dan Pengaruhnya Pada Kepuasan Konsumen Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(2), pp.139-151. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/16360>
- Gunawan, A. C., & Susanti, F. (n.d.). Maybelline di Kota Padang.
- Hartati, I., Ariyani, S., Haswati, H., Nafik, H. A., & Zulfa, D. Y. (2020). Analisa Bibliometrik Publikasi Ilmiah Bertema Biorefineri Biomassa Berlignoselulosa. *Jurnal Inovasi Teknik Kimia*, 5(1). <https://doi.org/10.31942/inteka.v5i1.3401>
- Komalasari, R., Munawar, Z., & Putri Novianti, I. (2021). Review penelitian teknologi informasi, komunikasi, dan COVID-19 menggunakan teknik Bibliometrik. *Jurnal ICT: Information Communication & Technology*, 34–41.
- Lahaling, H., Makkulawuzar, K., & Rukka, S. (2015). Hakikat Labelisasi Halal terhadap Perlindungan Konsumen di Indonesia. *Hasanuddin Law Review*, 1(2), 282. <https://doi.org/10.20956/halrev.v1n2.84>
- Lestari, T. R. P. (2020). Keamanan Pangan Sebagai Salah Satu Upaya Perlindungan Hak Masyarakat Sebagai Konsumen. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 11(1), 57–

72. <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v1i1i1.1523>
- Lina Pangaribuan. (2017). Efek Samping Kosmetik dan Penangannya bagi Kaum Perempuan. *15(2)*, 20–28.
- Marwantika, A. I. (2022). Analisis Bibliometrik Tren Kajian Dakwah Pada Masa Pandemi COVID-19 di Indonesia. *Journal of Da'wah*.
- Nukeriana, D. (2018). Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan Di Kota Bengkulu. *Jurnal Qiyas*, 3(1), 155–162. <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/QIYAS/article/view/1310/1102>
- Shaputra, R. K. (2013). Penerapan Green Marketing Pada Bisnis Produk Kosmetik. *Jurnal JIBEKA*, 7(Green Marketing), 7.
- Suparto, S., D., D., Yuanitasari, D., & Suwandono, A. (2016). Harmonisasi Dan Sinkronisasi Pengaturan Kelembagaan Sertifikasi Halal Terkait Perlindungan Konsumen Muslim Indonesia. *Mimbar Hukum - Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada*, 28(3), 427. <https://doi.org/10.22146/jmh.16674>
- Triasih, D., Heryanti, B. R., & Kridasaksana, D. (2017). Kajian Tentang Perlindungan Hukumbagi Konsumen Terhadap Produk Makanan Bersertifikat Halal. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 18(2), 214. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v18i2.571>
- Tupan, T., Rahayu, R. N., Rachmawati, R., & Rahayu, E. S. R. (2018). Analisis Bibliometrik Perkembangan Penelitian Bidang Ilmu Instrumentasi. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 39(2), 135. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v39i2.413>
- Wahyudin, R., & Abidin. (2019). Pemetaan Informasi Sebaran Bidang Ilmu Pada Skripsi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Lulusan IPB University Tahun 2015 - 2019 Berdasarkan Universal Decimal Classification: Suatu Kajian Bibliometrika. *Jpi*, 19(2), 115–133.
- Wahyuningsih, I., & Indonesia, P. U. (2018). Intensi Konsumen terhadap Kometik dan Produk Skincare Halal di Indonesia: Pendekatan Theory Of 3(1).
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>
- Zakiyyah, F. N., Winoto, Y., & Rohanda, R. (2022). Pemetaan bibliometrik terhadap perkembangan penelitian arsitektur informasi pada Google Scholar menggunakan VOSviewer. *Informatio: Journal of Library and Information Science*, 2(1), 43. <https://doi.org/10.24198/inf.v2i1.37766>