

### **BAB III**

#### **DESKRIPSI WILAYAH DAN GAMBARAN UMUM**

##### **A. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Raden**

###### **Fatah**

###### **1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Berdasarkan hasil kajian literatur diketahui bahwa pada tahun 2000 / 2001 Fakultas Syariah membuka program studi Diploma III Perbankan Syariah. Kemudian pada tahun 2007 / 2008 Fakultas Syariah menambah program studi Ekonomi Islam dengan pertama kali menerima mahasiswa untuk 2 lokal sebanyak 63 mahasiswa.<sup>1</sup>

Pemekaran Fakultas Syariah pada tahun akademik 2013 / 2014 yaitu membentuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang pada saat ini memiliki 2 program studi yaitu DIII Perbankan Syariah dan Ekonomi Islam.

Setelah ditandatanganinya Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 83 tahun 2013 yang mengamanatkan pembentukan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), dua program studi yang dilahirkan dan dibesarkan dari rahim Fakultas Syari'ah, secara resmi telah memiliki 'Rumah Ilmu' yang baru, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Raden Fatah Palembang.

---

<sup>1</sup> Katalog Fakultas Syariah, (Palembang: IAIN Raden Fatah), 2011.

Sebagai perkembangan terbaru, berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor: 4629 Tahun 2015 tentang “Izin Penyelenggaraan Program Studi Pada Program Sarjana Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Tahun 2015” yang ditetapkan pada tanggal 13 Agustus 2015, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang telah memiliki program studi baru yaitu Program Studi S1 Perbankan Syariah.<sup>2</sup>

Berdasarkan literatur diketahui bahwa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Fatah Palembang secara resmi membuka Fakultas yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), yang fokus pada ekonomi dan bisnis secara Islam. Peresmian FEBI tersebut sudah di deklarasikan di Makassar 14 Desember yang lalu bersamaan dengan IAIN lainnya seperti, IAIN Semarang, Surakarta, Yogyakarta dan juga Makassar. Dekan pertama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu Dr. Edyson, Lc, MA.<sup>3</sup>

Adanya FEBI tidak bisa dipisahkan dari sejarah panjang, yaitu inisiatif dan perjuangan pimpinan dan dosen-dosen Fakultas Syariah dalam menggagas, merancang, dan membuka prodi D3 Perbankan Syariah dan prodi Ekonomi Islam termasuk program studi yang paling diminati calon mahasiswa baru IAIN Raden Fatah Palembang.

---

<sup>2</sup>Buku Pedoman Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, (Palembang: UIN Raden Fatah), 2015.

<sup>3</sup>Dede Febryansyah, *IAIN Resmikan Prodi Baru*, Diakses dari <http://sumsel.tribunnews.com/2013/12/20/iain-resmikan-prodi-baru>, pada tanggal 11 Februari 2019 pada pukul 23.44 WIB.

Sebagai perkembangan terbaru, berdasarkan keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam No. 4629 tahun 2015 tentang “izin penyelenggaraan program studi pada program sarjana Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang tahun 2015” yang ditetapkan pada tanggal 17 Agustus 2015 FEBI UIN Raden Fatah Palembang telah memiliki program studi baru yaitu S1 Perbankan Syariah. Selain itu juga pada tahun 2017 program studi Manajemen Zakat Wakaf dikelola oleh FEBI UIN Raden Fatah Palembang.<sup>4</sup>

## **2. Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

### **a. Visi**

Menjadi pusat studi dan pembentukan Sarjana Ekonomi dan Bisnis Islam berstandar internasional, berwawasan kebangsaan dan berkarakter islami.

### **b. Misi**

- 1) Melahirkan Sarjana Ekonomi dan Bisnis Islam yang berkarakter professional dan berintegritas
- 2) Mengembangkan kegiatan Tri Dharma dalam bidang Ekonomi dan Bisnis Islam yang sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, relawan dengan kebutuhan bangsa dan berbasis pada tradisi keilmuan islam yang integralistik.
- 3) Mengembangkan nilai-nilai akademik yang universal, jujur, objektif dan bertanggung jawab dan kajian Ekonomi dan Bisnis Islam.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Sejarah FEBI, Diakses dari <http://febi.radenfatah.ac.id/index.php?page=halaman&kode=3>, pada tanggal 11 Febuari 2019 pukul 23.54 WIB.

<sup>5</sup> Visi Misi FEBI, Diakses dari <http://febi.radenfatah.ac.id/index.php?page=halaman&kode=2>, Diakses pada tanggal 12 Febuari 2019 pukul 00.20 WIB.

### 3. Daftar Mahasiswa Ekonomi Islam Angkatan 2017

Daftar mahasiswa prodi Ekonomi Islam angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

**Tabel 3.4**

#### **Jumlah mahasiswa Ekonomi Islam angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang**

NO	Mahasiswa / Kelas	Perempuan	Laki-Laki	Jumlah
1	Ekonomi Islam 1	21	11	32
2	Ekonomi Islam 2	19	9	28
3	Ekonomi Islam 3	16	15	31
4	Ekonomi Islam 4	24	12	36
5	Ekonomi Islam 5	19	11	30
6	Ekonomi Islam 6	18	14	32
7	Ekonomi Islam IC	12	2	14
Jumlah		129	74	203

Sumber: BAAK Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2018.

#### **B. Profil Suhay Salim**

Suhay Salim merupakan seorang *beauty vlogger* yang lahir di Jeddah, 12 Oktober 1987. Terlahir dengan nama Suhaylah Salim, Suhay memiliki keturunan Arab-Jawa yang didapat dari kedua orang tuanya. Ia merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, dirinya memiliki kakak perempuan dan adik laki-laki. Suhay merupakan lulusan dari jurusan Manajemen di Universitas Indonesia. Pernah bercita-cita sebagai dokter, pekerjaan pertama yang diambil wanita pencinta *make up* mata ini adalah di sebuah klinik internasional. Dari pekerjaan

pertamanya ini, Suhay mengaku lebih percaya diri memakai bahasa Inggris karena ia diharuskan untuk berkomunikasi dengan bahasa Inggris setiap harinya.<sup>6</sup>

### Gambar 3.1

#### Suhay Salim



Sempat bekerja di sebuah klinik internasional, sebelum akhirnya keluar dari pekerjaannya dan menjadi *freelance* supaya bisa fokus pada kegiatannya sebagai *beauty vlogger*. Namun merasa telah memiliki banyak tanggung jawab, dan tidak bisa menjadikan dunia kecantikan sebagai penghasilan utamanya, kini Suhay telah bekerja sebagai *translator*.

Pada usia 24 tahun, ia baru mulai menyadari bahwa dirinya memiliki ketertarikan dengan dunia *make up*. Hal tersebut disadari karena hobinya dalam dunia fotografi lebih banyak menangkap gambar perempuan dengan

---

<sup>6</sup> Ria Theresia Situmorang, *Seorang Beauty Vlogger Suhay Salim Ini Ternyata Punya Sumber Pendapatan Lain Lho*, Diakses dari <https://www.popbela.com/career/inspiration/ria-theresia/cerita-suhay-salim-tentang-karir-menjadi-beauty-vlogger/full>, pada tanggal 21 Febuari 2019 pukul 20.02 WIB.

menggunakan *make up* dibandingkan gambar pemandangan atau yang lainnya. Ketertarikannya tersebut membawa Suhay aktif menonton tayangan *beauty vlog* dengan intensitas yang sangat tinggi. Meskipun rutin menonton tayangan *beauty vlog* ia belum benar-benar menggunakan *make up* untuk dirinya sendiri, dua tahun setelahnya baru ia mulai mengaplikasikan *make up* untuk wajahnya sendiri.<sup>7</sup>

Mata menjadi bagian yang paling menarik bagi Suhay Salim untuk berkreasi dengan *make up*. Bagi Suhay, mata adalah bagian yang paling mungkin dapat dikreasikan sedemikian rupa dengan beragam warna. Berani bermain dengan bermacam-macam warna untuk matanya, dan hampir selalu membuat riasan mata yang “berani” maka ia mulai dikenal sebagai *beauty guru* dengan riasan matanya yang *bold*.<sup>8</sup>

Setelah aktif di dunia blog, Suhay Salim mulai mencoba memperkenalkan dirinya ke media sosial *instagram* dengan akun @suhaysalim. Suhay aktif mengunggah foto-foto hasil *make up* yang terfokus pada riasan mata ke *instagram*, Suhay kini memiliki lebih dari 513K *Followers* dan 384 *Posts* di *Instagram*.<sup>9</sup> Suhay juga sempat aktif di *blogger* sejak Januari 2012, *blog* Suhay

---

<sup>7</sup> Eriana, *Op.cit*, h. 65.

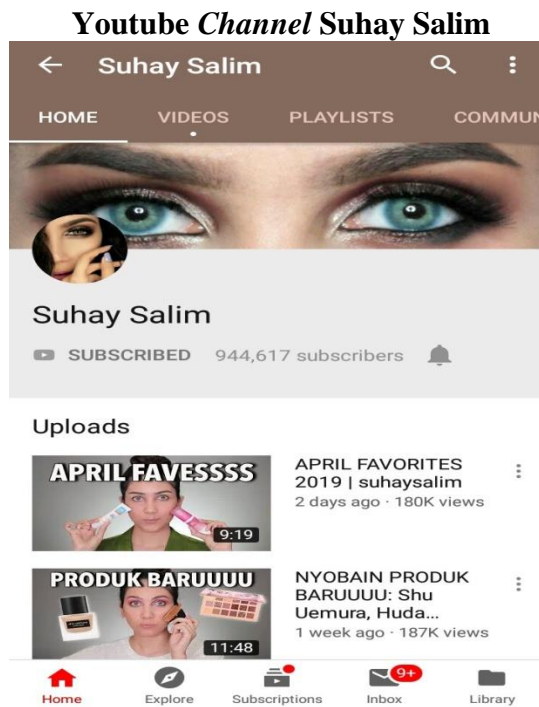
<sup>8</sup> *Ibid*, h. 66.

<sup>9</sup> Suhay Salim Instagram, Diakses dari <https://www.instagram.com/suhaysalim>, pada tanggal 21 Februari 2019 pukul 15.28 WIB.

Salim berisi tentang kecantikan dan memiliki unggahan terakhir yaitu *Oya Clinic Face Contour Treatment* yang diunggah 21 September 2015.<sup>10</sup>

Suhay Salim membuat *beauty vlog* sejak 23 Oktober 2011. Suhay Salim kini memiliki 944.617 subscribers.<sup>11</sup>

**Gambar 3.2**



Dalam kurun waktu 8 tahun, sudah ada 250 video yang diunggah olehnya yang terbagi dalam 13 jenis program.<sup>12</sup> Program tersebut antara lain:

<sup>10</sup> Suhay Salim Blog, Diakses dari <http://suhaysalim.blogspot.com/>, pada tanggal tanggal 21 Febuari 2019 pukul 15.36 WIB.

<sup>11</sup> Suhay Salim, Diakses dari [https://www.youtube.com/results?search\\_query=suhay+salim](https://www.youtube.com/results?search_query=suhay+salim), pada 10 Mei 2019 pukul 14.27 WIB.

<sup>12</sup> Diakses dari [https://www.youtube.com/results?search\\_query=suhay+salim](https://www.youtube.com/results?search_query=suhay+salim), pada 10 Mei 2019 pukul 14.28 WIB.

1. *Tutorial*: kumpulan video yang berisi *tutorial* atau langkah-langkah menggunakan *make up*.
2. *Review*: kumpulan video yang mengulas produk kecantikan secara terinci, baik dari kelebihan maupun kekurangannya.
3. *One brand tutorial*: kumpulan video yang berisi *tutorial make up* namun seluruh *make up* yang digunakan hanya dari satu merek, kemudian akan diulas satu persatu kelebihan dan kekurangan dari tiap produk yang dimiliki merek tersebut.
4. *Hauls*: kumpulan video yang berisi penjelasan secara terinci sampai ke harganya dari produk-produk yang dibeli dalam kurun waktu dekat.<sup>13</sup>
5. *Lip swatches*: kumpulan video yang berisi pengaplikasian beberapa seri warna *lipstick* untuk kemudian diulas satu persatu, mulai dari warna, tekstur, ketahanan, dan lain sebagainya.
6. *Challenge*: kumpulan video yang berisi Suhay sedang melakukan berbagai tantangan terkait *make up* yang diberikan oleh penggemarnya.
7. *Monthly favorites* : berisi kumpulan video yang mengulas secara *detail* produk-produk yang menjadi favorit Suhay setiap bulan.
8. *Skin care*: berisi kumpulan video yang mengulas *skin care* secara terinci, dan langkah-langkah yang sebaiknya digunakan dalam pengaplikasian *skin care* serta memberikan informasi mengenai produk *skin care* yang sesuai dengan jenis dan masalah kulit.
9. *Eye focus*: berisi kumpulan video yang menunjukkan langkah-langkah untuk berkreasi dengan *make up* mata.
10. *Q & A*: kumpulan video yang berisi jawaban yang langsung diberikan oleh Suhay Salim dari pertanyaan-pertanyaan penggemarnya yang sudah dikirim untuk Suhay melalui media sosial.<sup>14</sup>
11. *Products that didn't work on me*: kumpulan video yang mengulas produk-produk kecantikan yang tidak cocok dan memiliki kekurangan.
12. *Battle products*: kumpulan video yang membandingkan beberapa produk-produk kecantikan dan mencari kekurangan serta kelebihan produk tersebut.
13. *Best skincare products*: kumpulan video yang berisi ulasan produk-produk perawatan kulit yang memiliki kelebihan dan terbaik.

Suhay Salim selalu memiliki warna *make up signature* tersendiri yang menjadi ciri khasnya yaitu warna kemerahan seperti *cranberry*, *eyeshadow* merah dan dipadankan dengan lipstick yang warna tidak mencolok seperti *Nude*,

---

<sup>13</sup> Eriana, *Op.cit*, h. 67.

<sup>14</sup> *Ibid*, h. 68.



*make up* Suhay Salim selalu fokus di area mata. Cara bicarannya yang ngasal dan kalimat yang tidak terlalu baku menjadi suatu ciri khas Suhay Salim yang membedakannya dari beauty vlogger lainnya. Suhay juga dikenal sebagai *beauty vlogger* yang selalu memberikan ulasan produk secara jujur, dalam salah satu videonya ia mengungkapkan akan lebih memilih mengembalikan *fee review* dari *brand* yang memintanya untuk memainkan skenario. Suhay Salim sadar betul akan pengaruh dirinya sebagai *opinion leader* oleh para perempuan dalam membeli produk kecantikan.<sup>15</sup>

Suhay Salim merupakan *beauty vlogger* di Indonesia yang jarang mendapatkan komentar negatif di kolom komentar akunnya, dari 10 video yang diunggahnya hanya terdapat satu komentar negatif. Ia mengatakan tidak pernah menanggapi komentar nyinyir, biasanya komentar tersebut langsung ia hapus dan *block*. Ia lebih suka videonya dilihat tanpa adanya komentar, ia tahu semua orang bebas berpendapat, namun kalau dibiarkan, tidak ada untungnya lebih baik ia simpan saja, dan pesan tersampaikan. Bagi Suhay, hal-hal seperti itu tidak terlalu memengaruhi dan ia tidak begitu peduli.<sup>16</sup>

Suhay Salim memiliki konten video mengenai *make up* dan *skincare routine* yang bisa memberi manfaat bagi mereka yang bukan hanya kaum hawa saja yang ingin terlihat menarik dan bisa merawat kulit mereka. Konten yang

---

<sup>15</sup> Nadya Paramitha, *Suhay Salim Beauty Vlogger Introvert yang (Mungkin) Akan Pensiun Nge-Vlog*, diakses dari <https://journal.sociolla.com/beauty/suhay-salim/> pada tanggal 21 Febuari 2019 pukul 19.47 WIB.

<sup>16</sup>*Ibid.*

Suhay berikan juga menarik penonton untuk melihat isi video tersebut. Suhay Salim selalu memberikan informasi tentang *skin care* dan *make up*. Suhay Salim lebih *expert* dalam *skin care* dan *make up* dengan isi yang lebih singkat, menarik dan *to the point* dalam memberikan informasi mengenai *skin care* dan *make up*. Selain itu Suhay selalu rajin memberikan referensi *skin care* dan *make up* setiap bulan membuat semakin banyak juga informasi baru yang diberikan oleh Suhay untuk penontonnya seperti memberikan *review* mengenai *skin care* dan *make up* yang tiap bulan selalu Suhay *update*.<sup>17</sup>

Dari beragam video *skincare review* dengan bermacam-macam produk yang diulas di youtube Suhay Salim, terdapat 3 video tentang *skincare review* asal Malaysia yaitu Safi, dengan video berjudul ‘Safi *Skincare Review*’ yang diunggah sejak 14 Juli 2018 yang telah ditonton sebanyak 664. 566 kali, video ini disukai 22rb dan 225 tidak menyukai.<sup>18</sup> ‘Safi *Age Defy Skincare Review*’ yang diunggah sejak 24 Oktober 2018 yang telah ditonton 289.171 kali, video ini disukai 8,4rb dan 67 tidak menyukai.<sup>19</sup>

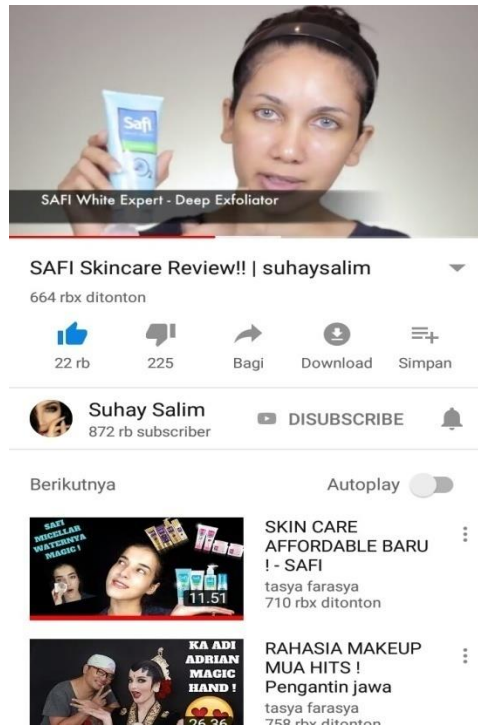
---

<sup>17</sup>Elizabeth Novi, *Berawal dari “Make Up” dan “Skin Care”*, diakses dari <https://www.kompasiana.com/elizabethnoviastuti/5aa17cdadd0fa84a6c6aec82/berawal-dari-makeup-dan-skin-care>, pada tanggal 21 Februari 2019 pukul 21.51 WIB.

<sup>18</sup> Suhay Salim, diakses dari <https://youtu.be/C7NppiB2oXQ>, pada tanggal 25 Februari 2019 pukul 20.45 WIB.

<sup>19</sup> Suhay Salim, diakses dari [https://youtu.be/zAhLSW\\_twsl](https://youtu.be/zAhLSW_twsl), pada tanggal 25 Februari 2019 pukul 20.51 WIB.

Gambar 3.3

**Safi Skincare Review**

Gambar 3.4

**Safi Age Defy Skincare Review**

Video yang diunggah 22 September 2018 dengan judul video ‘Safi *Research Institute Visit Malaysia*’, Suhay Salim dan para *beauty vlogger* Indonesia lainnya berkesempatan untuk mengunjungi laboratorium Safi *Research Institute* di Malaysia, video ini telah ditonton 76.966 kali di youtube Suhay Salim, disukai 3,6rb dan 12 tidak menyukai.<sup>20</sup>

<sup>20</sup> Diakses dari [https://www.youtube.com/results?search\\_query=suhay+salim](https://www.youtube.com/results?search_query=suhay+salim), pada 21 Februari 2019 pukul 22.21 WIB.

**Gambar 3.5****Safi Research Institute Visit Malaysia****C. Profil Safi**

Safi adalah produk yang halal (aman), natural (alami), dan teruji (efektif) untuk memenuhi harapan dari wanita muslim agar dapat mendapatkan kecantikan yang sesungguhnya dan mencapai potensi dirinya.

### Gambar 3.6

#### Logo Safi



Produk Safi dibuat dari bahan alami yang terbaik yang memenuhi aturan Syarak dan bersertifikat Halal oleh Badan Independen – Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Produk Safi bebas dari Alkohol dan Gelatin. Sertifikasi & proses halal, halal adalah *platform* (dasar) untuk setiap produk yang di luncurkan, yang menjamin bahan baku, proses pembuatan serta produk jadi. Safi terbuat dari bahan natural, hanya menggunakan bahan alami terbaik sebagai penggerak utam untuk keefektifan produk. Teruji secara klinis, produk yang memiliki keefektifan tinggi harus teruji secara klinis, begitupun Safi sebagai *skincare* halal pertama di dunia yang teruji secara klinis oleh Safi *research institute*.<sup>21</sup>

*Skincare* halal adalah produk perawatan kulit yang tidak ada *intifa'* yakni pemanfaatan bahan dari babi atau bahan-bahan yang telah diharamkan dalam proses produksi dan pengolahan produk tersebut. Di Indonesia penetapan label halal dilakukan oleh LPPOM MUI melalui sebuah sistem yang disebut SJH

---

<sup>21</sup> Diakses dari <https://www.safiindonesia.com/>, pada tanggal 21 Febuari 2019 pukul 23.00 WIB.

(Sistem Jaminan Halal) dan disosialisasikan melalui beragam pelatihan yang sudah menjadi agenda rutin LPPOM MUI dalam upaya edukasi halal, terutama bagi para *stakeholder*.

Keunggulan *Skincare* Halal adalah pertama, produk *skincare* yang halal memiliki manfaat yang universal, jika suatu produk telah mendapat sertifikasi halal, artinya telah lolos uji dari BPOM dan MUI, yang tahapan pengujiannya lebih banyak dan hasilnya bisa dipastikan aman bagi kesehatan.<sup>22</sup>

Kedua, *skincare* atau kosmetik adalah produk yang biasanya dipakai dalam jangka panjang tersebut harus benar-benar terjamin. Label halal bisa menjadi jaminan keamanan atas kandungan dalam produk, seperti mengandung bahan alami, tidak mengandung bahan berbahaya, dan tidak mengandung bahan non halal sehingga aman digunakan untuk jangka panjang.

Ketiga, dampak penggunaan suatu produk yang mengandung bahan berbahaya atau tanpa label halal terbukti dapat memicu autism pada anak. Hal ini mungkin berlaku bagi ibu hamil, tapi bukan berarti proses tersebut dapat terjadi saat hamil saja bahkan mungkin dampak negatif ini bisa berlangsung sejak lama yakni sejak pemakaian pertama produk non halal.<sup>23</sup>

Keempat, kosmetik atau *skincare* adalah salah satu produk yang bereaksi langsung dengan tubuh baik melalui pemakaian luar maupun pemakaian dalam

---

<sup>22</sup> Safi Indonesia, *Memilih Skincare Halal Dengan Teknologi Mutakhir*, Diakses dari <https://www.safiindonesia.com/article/read/memilih-skincare-halal-dengan-teknologi-mutakhir>, pada tanggal 21 Febuari 2019 pukul 23.26 WIB.

<sup>23</sup> *Ibid.*

melalui obat-obatan, karena itu potensi bahayanya perlu ditekan dengan menentukan halal atau tidaknya produk tersebut.

Kelima, ada banyak kosmetik atau *skincare* yang mungkin menggunakan bahan-bahan baku yang berbahaya, salah satunya yang berasal dari binatang. Sedangkan produk halal memperhatikan proses penyembelihan binatang yang harus dilakukan secara Islami.

Safi adalah *skincare* halal yang dibuat dengan teknologi mutakhir dan menjadi *skincare* nomor satu di Malaysia. Safi *Research Institute*, Lembaga Penelitian Safi Malaysia yang telah *launching* sejak tahun 1984, yakni sudah 34 tahun Safi hadir dengan berbagai varian di Malaysia. Lembaga Penelitian Safi telah berada di ujung tombak teknologi perawatan kulit. Ada lebih 100+ ilmuwan yang bekerja untuk memahami kebijaksanaan usia perawatan yang berbeda-beda dan memadukannya dengan teknologi terbaik. Hal inilah yang telah membantu membuat Safi menjadi merek perawatan kulit nomor 1 di Malaysia.<sup>24</sup>

Tidak hanya di Malaysia saja, saat ini Safi telah merancang produk unik untuk disesuaikan dengan kulit Indonesia. Bersama para ilmuwan, Safi selalu bekerja dekat dengan wanita Indonesia untuk memahami kebutuhan perawatan kulit mereka. Dan hal inilah yang menjadikan Safi sebagai *skincare* halal pertama di Indonesia yang dibuat dengan teknologi mutakhir dan diciptakan khusus untuk kulit Indonesia dengan memahami kebutuhan perawatan kulit tersebut.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> *Ibid.*

<sup>25</sup> *Ibid.*

Peluncuran pertama Safi *skincare* di Atrium Mall Kota Kasablanka 29 Maret 2018 yang dihadiri oleh Kumar Chander Selaku Wipro Unza *Regional Managing Director*, Toh Mong Sah selaku *Senior General Manager Research and Development*, Mahsuri Sulaiman selaku Safi *Global Brand Custodian*, Neeraj Khatri selaku Wipro Unza Indonesia *President Director*, dan Diana Susiany selaku Safi Indonesia *Brand Manager*, serta Muti Arintawati perwakilan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).<sup>26</sup>

Mengusung *tagline* “Halal, Natural, Teruji” (*Halal, Natural, Tested*), Safi juga memiliki moto kuat untuk tetap berpegang teguh pada tradisi dan agama, bahwa setinggi apapun kita terbang, harus memiliki pijakan yang kokoh. Hal itu disampaikan oleh Mashuri Sulaiman, sebagai landasan Safi mengedepankan produk halal bagi wanita.<sup>27</sup>

Safi merupakan *skincare brand* dari Wipro Unza Malaysia yang dikembangkan di Safi *Research Institute*. Wipro Unza resmi mengenalkan *brand* Safi ke pasar Indonesia. Untuk saat ini perusahaan masih akan mengimpor produk Safi dari Malaysia. Namun sebenarnya Wipro Unza sudah memiliki fasilitas produksi di Salatiga, Jawa Tengah.

Dwaraka Ayengar, *Business Development Director* Wipro Unza Malaysia mengatakan saat ini seluruh produk masih akan didatangkan dari Malaysia.

---

<sup>26</sup>Nisita Widiyanti, *Peluncuran Perdana Skincare Halal*, Diakses dari <https://www.google.com/amp/s/journal.sociolla.com/beauty/whats-new-beauty/peluncuran-perdana-safi-skin-care-halal/amp/> pada tanggal 21 Februari 2019 pukul 23.53 WIB.

<sup>27</sup>*Ibid.*



Namun ia berharap tahun ini, fasilitas produksinya bisa memproduksi *brand* Safi. Diany Susiany, *Brand Manager* Safi menambahkan sejauh ini perusahaan tengah men-*develop* pabrik agar bisa memproduksi Safi di Indonesia. Saat ini, fasilitas produk Wipro Unza digunakan untuk memproduksi tujuh *brand* perusahaan. Diantaranya adalah Sumber Ayu, Vitalis, Direct, Izzy hingga Romano. Namun Diana belum mengetahui kapan perusahaan akan memindahkan produksi Safi ke Indonesia. Bila permintaan besar tak menutup kemungkinan perusahaan akan mempercepat produksi di domestik.<sup>28</sup>

Sebagai pelopor *skincare* halal, Safi sangat selektif dalam pemilihan komponen yang digunakan dalam proses pembuatan produk selain bebas alkohol dan gelatin, komponen lainnya yakni:

1. *Seed of Blessing*

*Habbatus Sauda* dikenal juga sebagai “*Seed of Blessing*” atau “Jintan Hitam” yang sejak ratusan tahun yang lalu dipercaya sebagai obat untuk segala jenis penyakit, memelihara kulit agar sehat dan cerah. Antioksidan dalam *Habattus Sauda* membantu melindungi kulit dari paparan radikal bebas.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Andy Dwijayanto dan Herlina Kartika, *Wipro Unza bakal produksi brand Safi di Indonesia*, diakses dari <https://industri.kontan.co.id/news/wipro-unza-bakal-produksi-brand-safi-di-indonesia>, pada tanggal 21 Febuari 2019 pukul 23.23 WIB.

<sup>29</sup> Diakses dari [www.safiindonesia.com/safiresearchinstitute/](http://www.safiindonesia.com/safiresearchinstitute/), pada tanggal 22 Febuari 2019 pukul 00.05 WIB.

## 2. *Mangosteen Extract*

Membantu menjaga kelembaban alami kulit wajah serta memeliharanya tampak lebih cerah bercahaya. Manfaat dari ekstrak kulit manggis untuk kulitmu:

- a. Kulit tampak lebih cerah
- b. Menjaga kehalusan dan kelembutan kulit

## 3. *Gold Extract*

Dikenal sejak jaman dahulu kala dipakai oleh para bangsawan sebagai bahan perawatan kulit untuk memelihara keremajaan dan kecantikan kulit.<sup>30</sup>

## 4. *OxyWhite Technology*

*OxyWhite Technology* bekerja membantu membebaskan oksigen tambahan ke dalam kulit, membuat kulit terasa segar, membantu penyerapan nutrisi serta membantu memperlambat efek penggelapan kulit dengan mengurangi produksi melanin sehingga membuat kulit tampak lebih cerah.

## 5. *Grapefruit Extract*

Membantu menjaga kelembaban alami kulit wajah serta memeliharanya tampak lebih cerah bercahaya:

- a. Manfaat dari ekstrak kulit manggis untuk kulitmu
- b. Kulit tampak lebih cerah
- c. Menjaga kehalusan dan kelembutan kulit.

---

<sup>30</sup> *Ibid.*

## 6. *Silk Protein*

Mengandung 18 jenis *Amino Acid* yang membantu membentuk lapisan perlindungan kulit, berfungsi memelihara kelembaban dan kehalusan kulit wajah agar terasa lembut bagai sutera.<sup>31</sup>

Safi, produk kecantikan *skincare* halal berkualitas *premium* asal Malaysia yang kini sudah bisa didapatkan di Indonesia kini mendapat tanggapan yang sangat positif. Produk *skincare* halal yang dirilis oleh Safi yang hadir di Indonesia terdiri dari tiga rangkaian produk yaitu Safi *Natural Whitening*, Safi *Advanced Whitening*, dan Safi *Age Defy*.<sup>32</sup>

Kategori *Whitening* masih menjadi kategori *favorit* dari konsumen Indonesia, karenanya dari seluruh rangkaian produk yang dijual di Indonesia, rangkaian Safi *White Expert* mendominasi penjualan dengan memberikan kontribusi sebesar 54%. Sementara itu dilihat dari *quantity*, produk *White Expert Purifying Makeup Remover* menjadi yang paling banyak digemari, diikuti *White Expert 2in1 Cleanser & Toner*, *White Expert Purifying Cleanser* dan *Age Defy Gold Water Essence*.

---

<sup>31</sup> *Ibid.*

<sup>32</sup> Official Moeslema Team, *Ini Dia Varian Produk Safi yang Paling Banyak Digemari*, diakses dari <https://moeslema.com/6027>, pada tanggal 22 Februari 2019 pukul 00.23 WIB.

Kesuksesan Safi tidak terlepas dari dukungan Safi *Research Institute* yang melakukan penelitian berbagai bahan yang digunakan selama bertahun-tahun, serta memproses semuanya dengan cara halal dan *modern*.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> *Ibid.*