

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia memiliki banyak kebutuhan untuk menjaga keberlangsungan hidupnya. Kebutuhan manusia dapat diartikan sebagai suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan atas dasar tertentu. Manusia membutuhkan sandang, pangan, rumah, rasa aman, dicintai, harga diri dan aktualisasi diri untuk hidup.

Keadaan dan kodrat manusia menjadikan setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda. Kebutuhan anak-anak berbeda dengan kebutuhan orang tua, kebutuhan wanita berbeda dengan kebutuhan pria. Bagi wanita khususnya penampilan sangat penting, karena wanita selalu ingin tampil cantik di depan orang lain. Kebutuhan wanita untuk tampil cantik seperti yang diinginkannya menciptakan potensi pasar yang sangat besar di industri kosmetik.

Disadari atau tidak, dalam sehari-hari kehidupan wanita tidak bisa terlepas dari kosmetik, produk perawatan tubuh ini digunakan oleh sebagian besar wanita mulai dari bangun tidur sampai menjelang tidur. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang berusaha memenuhi kebutuhan akan kosmetik dengan berbagai macam inovasi produk.

Inovasi produk kosmetik dilakukan oleh produsen untuk memperoleh kepercayaan konsumen terhadap produk seiring banyak beredarnya

kosmetik palsu di pasaran. Dalam upaya pemenuhan kebutuhannya, seorang akan memilih produk yang dapat memberikan kepuasan tertinggi.

Kepuasan tertinggi dapat dirasakan tidak hanya secara lahir saja namun juga secara batin sampai pada ketenangan. Banyak cara dilakukan dalam upaya pemilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan. Salah satunya dengan mencari informasi yang terdapat pada atribut produk. Atribut produk menjadi unsur-unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan membeli.

Melalui atribut produk konsumen dapat memperoleh jawaban apakah produk yang akan dibeli sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan sehingga memperoleh kepuasan secara lahir dan batin. Atribut yang dimaksud sebagai media informasi konsumen untuk memperoleh kepercayaan terhadap produk secara lahir batin salah satunya adalah label halal.

Produk kosmetik yang beredar di pasaran nyatanya masih banyak yang belum mencantumkan label halal dalam kemasan produknya. Padahal kebutuhan akan jaminan halal pada kosmetik menjadi penting khususnya di Indonesia. Perkara halal-haram merupakan wacana yang mudah sekali bergulir di Indonesia. Alasan yang mendasarinya dikarenakan penduduk Indonesia yang sebagian besar merupakan umat muslim. Konsep halal dalam kehidupan masyarakat Indonesia telah banyak dikenal dan diterapkan khususnya umat Islam. Halal diperuntukkan bagi segala sesuatu yang baik dan bersih yang dimakan atau dikonsumsi oleh manusia menurut syari'at Islam. Lawan halal adalah haram yang berarti "tidak dibenarkan atau

dilarang” menurut syari’at Islam.

Kosmetik yang tidak halal berarti dalam proses pembuatannya maupun bahan dasar menggunakan zat-zat yang diharamkan secara Islam. Bagi umat Islam yang menyadari hal tersebut akan menciptakan perasaan tidak tenang dan keraguan saat menggunakannya, apalagi saat beribadah sholat. Dalam Islam kesucian diri adalah mutlak ketika seorang muslim melaksanakan ibadah sholat. Keraguan dalam beribadah terutama dalam sholat tidak dibenarkan secara Islam. Selain keraguan yang timbul akibat kesalahan pemilihan kosmetik masalah-masalah kesehatan juga menjadi ancaman bagi konsumen.

Masalah-masalah yang timbul akibat efek samping dari kesalahan pemilihan kosmetik membuat konsumen melakukan banyak pertimbangan sebelum membeli. Kosmetik mengandung daftar panjang bahan kimia. Sebagian besar diantaranya sintetis dan berbahan dasar minyak bumi, yang dapat memicu masalah-masalah kesehatan seperti iritasi kulit hingga yang paling berat seperti kanker.¹ Sikap yang lebih teliti terhadap label produk dapat membantu konsumen menemukan kosmetik yang paling sehat dan aman di pasaran.

Salah satu hak konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk (barang dan jasa) adalah memperoleh informasi yang benar untuk produk yang akan dikonsumsi. Informasi bisa diperoleh konsumen melalui iklan maupun label yang tertera dalam kemasan produk. Cara yang paling mudah dilakukan

¹ Adelia Ratnadita, “Hampir Separuh Kasus Penyakit Kulit Karena Produk Kosmetik”, *detikhealth*, : health.detik.com, 05/03/2012, diakses pada 29 April 2016.

untuk memilih produk halal adalah dengan melihat ada tidaknya label halal pada kemasannya. Produsen yang akan mencantumkan label halal harus memiliki sertifikat halal lebih dahulu.

Konsumen harus lebih selektif terhadap kehalalan suatu produk, terutama pada konsumen wanita yang setiap harinya selalu mengonsumsi kosmetik untuk menambah rasa percaya diri dalam berpenampilan. Hal tersebut dikarenakan produk kosmetik yang dinyatakan halal cenderung lebih aman dan terhindar dari kandungan zat berbahaya.

Banyak kasus yang terjadi disebabkan oleh kandungan zat berbahaya dalam kosmetik. Di Yogyakarta, terjadi banyak kasus efek samping penyakit kulit diakibatkan penggunaan hidrokinon berlebihan pada kosmetik. 40 kasus terjadi misalnya karena kandungan hidrokinon lebih dari 2%. Selain itu, kelainan kulit juga disebabkan penggunaan kosmetik yang kurang tepat dengan usia sehingga timbul alergi. Kejadian paling banyak adalah keinginan untuk mencerahkan kulit wajah namun yang terjadi adalah kesalahan penggunaan kosmetik yang mengakibatkan kulit menghitam.²

Kasus di atas adalah fakta bahwa kebutuhan untuk tampil cantik menyebabkan wanita melakukan berbagai cara yang pada akhirnya merugikan diri sendiri. Konsumen wanita harus lebih teliti dalam memilih kosmetik selain alasan kesehatan, alasan ketakwaan juga menjadi kebutuhan bagi konsumen wanita Islam.

Kosmetik halal menjadi jawaban bagi wanita Islam yang ingin tampil

² Ibid.

cantik namun tidak melanggar ajaran agama. Halal, adalah sebutan bagi benda atau perbuatan yang sesuai dengan ajaran Islam. Wardah, merupakan perusahaan kosmetik Indonesia, seluruh produknya yang berjumlah 200 macam telah mendapat sertifikasi halal, yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Perusahaan yang bernama PT Paragon Technology and Innovation ini mempunyai nama awal yaitu PT Pusaka Tradisi Ibu dan dimulai sejak tahun 1985. PTI awalnya memproduksi perawatan rambut, kemudian pada tahun 1995 mulai mengembangkan merk Wardah. Sampai saat ini PTI memiliki 26 *Distribution Center (DC)* hampir di seluruh wilayah Indonesia.³

Penjualan kosmetik Wardah dimulai sejak tahun 1995 melalui door to door kemudian telah berkembang menjadi 22.000 outlet yang tersebar di Department Store dan pusat perbelanjaan di Indonesia dan Malaysia lengkap dengan konsultan kecantikannya. Itu membuktikan bahwa, kosmetik Wardah akan menjadi brand kosmetik yang mendapatkan tempat eksklusif di hati para konsumen dan telah mendapatkan sertifikat halal sehingga tingkat penjualannya juga semakin meningkat. Wardah sebagai pionir kosmetik yang mengusung tema “Kosmetik Halal” jelas sudah mencantumkan label halal pada produk yang dipasarkan. Semua produk Wardah sudah tersertifikasi dan berlabel halal.

Dalam surah An-Nahl ayat 114, Allah berfirman:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَأَشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُفْرَ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١١٤﴾

³ Princess Kinasih, “PT Paragon Technology and Innovation (Wardah Cosmetics)”, http://asihrahmawati1025.blogspot.co.id/2013/02/pt-paragon-technology-and-innovation_2575.html?m1, diakses pada 01 Mei 2016.

Artinya Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah (QS. 16:114).

Akan tetapi, sejauh manakah label halal yang terdapat pada kemasan produk Wardah mempengaruhi keputusan membeli konsumen. Pertanyaan inilah yang menjadi landasan peneliti untuk melakukan penelitian tentang pengaruh label halal terhadap keputusan membeli. Di Indonesia telah banyak tersebar *Brand Advisor* (BA) Wardah yang tersebar di beberapa supermarket, minimarket dan outlet-outlet di berbagai toko dengan sistem kerjasama. Maka dengan mudah masyarakat dapat mendapat produk wardah tersebut.

Setting lokasi berada di Yayasan Pesantren Terpadu (YPT) Al-Mubtadi-ien yang merupakan lembaga pendidikan dan memiliki beberapa unit pendidikan mulai dari Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Madrasah Tsanawiyah (MTs), Madrasah Aliyah (MA), dan Madrasah Diniyah dimana para pengajarnya sebagian besar adalah wanita dengan jumlah 40 dan memiliki tingkat pendidikan rata-rata S1. Hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa seluruh pendidik perempuan tersebut memilih produk kosmetik wardah untuk perawatan kecantikannya.⁴

Keunikan di Yayasan Pesantren Terpadu (YPT) Al-Mubtadi-ien yaitu seluruh pendidik perempuannya sangat selektif dalam memilih produk kosmetik, terutama yang berlabel halal, para pendidik menyadari terdapat banyaknya bahan-bahan haram dalam produk kosmetika. Karena pada

⁴ Observasi di Yayasan Pesantren Terpadu (YPT) Al-Mubtadi-ien Badal Pandean Ngadiluwih Kab. Kediri, pada tanggal 21 Maret 2016.

dasarnya labelisasi halal secara prinsip adalah label yang menginformasikan kepada pengguna produk, bahwa produknya benar-benar halal dan bahan-bahan yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produk tersebut boleh dikonsumsi.

Berdasarkan latar belakang tersebut menunjukkan bahwa kosmetik merupakan produk yang digunakan konsumen untuk menunjang berpenampilan fisik agar terlihat lebih menarik. Salah satu dari konsumen kosmetik adalah pendidik perempuan Yayasan Pesantren Terpadu (YPT) Al-Mubtadi-ien yang menjadi pengguna kosmetik untuk berhias wajah agar berpenampilan lebih cantik dan menarik. Kecantikan dan penampilan yang menarik menjadi kebutuhan mendasar seorang guru sebagai figur panutan para siswa. Akan tetapi, apakah para pendidik perempuan yang menggunakan produk tersebut itu teliti dan memperhatikan produk kosmetik dari bahan-bahan yang halal dan mempunyai label halal, atau label halal dan harga kosmetik itu tidak menjadi tolak ukur dalam pemakaian kosmetik, sedangkan para guru mengerti bahwa konsekuensi menggunakan produk kosmetik yang tidak halal dan najis, berakibat buruk terhadap kesucian, yang menjadikan sah tidaknya beribadah dan bahan-bahan yang tidak higienis juga berbahaya terhadap kesehatan.

Dengan demikian penelitian ini mengidentifikasi apakah pemakaian produk wardah disebabkan karena label halal yang terdapat dalam kemasan wardah, guna membuktikan bahwa keyakinan konsumen tentang kehalalan suatu produk dapat meningkatkan keinginan menggunakan produk.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas, maka dalam penelitian ini peneliti merumuskan masalah sebagai fokus utama penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan tenaga pendidik dan karyawan wanita YPT Al-Mubtadi-ien mengenai labelisasi halal?
2. Bagaimana keputusan pembelian tenaga pendidik dan karyawan wanita YPT Al-Mubtadi-ien terhadap produk wardah?
3. Bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagaimana berikut ini:

1. Untuk mengetahui tanggapan dari tenaga pendidik dan karyawan wanita YPT Al-Mubtadi-ien mengenai labelisasi halal.
2. Mengetahui keputusan pembelian produk kosmetik wardah oleh tenaga pendidik dan karyawan wanita YPT Al-Mubtadi-ien.
3. Mengetahui pengaruh label halal pada produk kosmetik Wardah terhadap keputusan membeli tenaga pendidik dan karyawan wanita YPT Al-Mubtadi-ien.

D. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini, peneliti berharap akan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah pengetahuan dalam bidang Ilmu Ekonomi khususnya pemasaran.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan tentang hubungan antara label halal terhadap keputusan membeli konsumen muslim.

2. Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan secara keilmuan bagi tempat penelitian secara khusus dan bagi perkembangan Ilmu Ekonomi di bidang pemasaran.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan dugaan (*conjectural*) tentang hubungan antara dua variabel atau lebih.⁵ Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha : Terdapat pengaruh antara label halal pada produk kosmetik Wardah terhadap keputusan membeli.

Ho : Tidak terdapat pengaruh antara label halal pada produk kosmetik Wardah terhadap keputusan membeli.

Dalam penelitian ini peneliti akan menguji apakah ada pengaruh antara label halal pada produk kosmetik Wardah terhadap keputusan membeli konsumen muslim.

⁵ Fred N. Kerlinger, *Asas-Asas Penelitian Behavioral* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2006), 30.

F. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan-anggapan dasar tentang suatu hal yang dijadikan pijakan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian.⁶ Dalam penelitian ini peneliti mengajukan asumsi bahwa terdapat korelasi antara label halal pada produk kosmetik Wardah terhadap keputusan membeli, dengan asumsi adanya label halal pada produk kosmetik Wardah akan mempengaruhi keputusan membeli pada konsumen. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel X yang merupakan Label Halal dan variabel Y yang merupakan Keputusan membeli.

G. Penegasan Istilah

1. Label halal

Yang dimaksud dengan Label halal pada penelitian ini yaitu label yang tercantum pada kemasan memberi pemahaman bahwa produk yang dijual bebas dari campuran atau oplosan sesuatu yang diharamkan agama. Labelitas halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.

Di Indonesia lembaga yang otoritatif melaksanakan Sertifikasi Halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Peranan MUI adalah sebagai Penetapan standar halal, pemeriksaan produk, penetapan fatwa

⁶ Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Kediri: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), 2013), 71.

dan menerbitkan sertifikat halal sebagai suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.⁷

2. Keputusan membeli

Keputusan membeli harus dibedakan dengan maksud membeli yang dilakukan oleh konsumen. Maksud membeli akan dipengaruhi oleh sikap orang lain dan faktor-faktor situasional yang tidak terduga yang mungkin dapat mengubah maksud membeli tersebut, baik itu jadi membeli atau tidak jadi membeli, sedangkan di dalam keputusan membeli yang dilakukan konsumen sudah jelas, dalam arti, konsumen sudah memutuskan untuk jadi membeli, menanggukhan atau bahkan batal membeli.⁸

Akan tetapi inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses penggabungan yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan membeli, yaitu sebagai suatu proses yang terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif pembelian dan hasil pembelian yang dilakukan individu dalam upaya memenuhi kebutuhan atau keinginannya atas suatu produk/jasa dengan melakukan pemilihan alternatif yang tersedia dan proses ini berlaku untuk pembelian ulangan atau lanjutan.

⁷ http://www.halalmui.org/newMUI/index.php/main/detil_page/8/1992. Diakses pada tanggal 23 Maret 2016.

⁸ Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), 245.