

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Abraham Maslow menyatakan bahwa setiap manusia memiliki lima kebutuhan dasar yaitu: kebutuhan fisiologis, keamanan, cinta, harga diri, dan aktualisasi diri. Manusia memiliki kebutuhan dasar yang bersifat heterogen. Setiap orang pada dasarnya memiliki kebutuhan yang sama, akan tetapi karena budaya, maka kebutuhan tersebut juga ikut berbeda. Dalam memenuhi kebutuhan manusia menyesuaikan diri dengan prioritas yang ada.¹

Perempuan merupakan segmentasi pasar yang besar. Kebutuhannya yang sangat banyak membidik para pengusaha untuk membuka jalan bisnis mereka. Kosmetik merupakan salah satu kebutuhan perempuan. Hampir setiap hari, perempuan menggunakan kosmetik, bahkan tidak dibatasi siang dan malam. Kosmetik menjadi kebutuhan primer para perempuan, baik muslim maupun non muslim. Oleh karenanya, perusahaan dan para produsen kosmetik berinovasi dalam memberikan produk yang terbaik untuk para perempuan di Indonesia. Terlebih, para perempuan di Indonesia mayoritas beragama islam. Ini tentunya menjadi tantangan bagi para produsen untuk menjamin para pengguna kosmetik terutama muslim untuk menggunakan kosmetik yang tidak hanya baik secara kualitas namun juga terjamin kehalalannya. Ini tentu sejalan dengan firman Allah dalam surah An-Nahl ayat 114 :

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُفْرَكُمْ إِلَيْهِ تَعْبُدُونَ

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeqi yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.”

Masyarakat Indonesia khususnya muslim telah banyak mengenal dan menerapkan konsep halal dalam kehidupan bermasyarakat. Halal diperuntukkan bagi segala sesuatu

¹ NS. Kasiati, Ni Wayan Rosmalawati, *Kebutuhan Dasar Manusia I* (Jakarta : Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2016) hal. 4

yang baik dan bersih dimakan atau dikonsumsi oleh manusia sesuai menurut syariat Islam.² Haram adalah lawan kata dari halal yang berarti “tidak dibenarkan atau dilarang” menurut syariat Islam. Allah telah menegaskan dalam Al-Qur’an surah Al-Maidah ayat 3 :

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالِدَمُّ وَحَلْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهِلَّ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ
وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ
تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَامِ ۚ ذَٰلِكُمْ فِسْقٌ ۗ الْيَوْمَ يَمْسَ الْذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوهُمْ
وَاحْشَوْنِ ۗ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ
دِينًا ۗ فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرَ مُتَجَانِفٍ لِإِيْمَانِهِ ۖ فِإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu sembelih. Dan (diharamkan pula) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan pula) mengundi nasib dengan azlam (anak panah), (karena) itu suatu perbuatan fasik. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka, tetapi takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Aku sempurnakan agamamu untukmu, dan telah Aku cukupkan nikmat-Ku bagimu, dan telah Aku ridai Islam sebagai agamamu. Tetapi barang siapa terpaksa karena lapar, bukan karena ingin berbuat dosa, maka sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.”

Makna “memakan” di atas tidak hanya diartikan memakan lewat mulut saja, namun juga diartikan mengonsumsi segala jenis olahan yang mengandung barang-barang yang diharamkan di atas. tidak terkecuali kosmetik. Penggunaan kosmetik menjadi hal yang harus diperhatikan. Karena kosmetik kini menjadi kebutuhan para perempuan yang mungkin mereka gunakan ketika mereka sedang beribadah. Oleh karenanya sangat penting untuk diperhatikan kehalalannya.

Dalam Islam, kesucian diri adalah mutlak, terlebih jika sedang beribadah. Kosmetik yang tidak halal berarti mengandung zat-zat yang diharamkan dalam proses pembuatannya. Ini tentu dapat membuat para pengguna kosmetik menjadi ragu untuk menggunakannya. Akibat kesalahan memilih produk kosmetik, selain menimbulkan keraguan, dapat menimbulkan masalah-masalah kesehatan juga bagi penggunanya.

² Tri Widodo, *Pengaruh Labelisasi Halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk indomie* (Surakarta : Skripsi Program Ilmu Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015) hal. 6

Masalah-masalah kesehatan akibat penggunaan kosmetik yang salah dapat memicu iritasi bahkan kanker. Efek samping yang begitu menakutkan membuat para konsumen melakukan banyak pertimbangan dalam memilih produk, karena kosmetik mengandung bahan kimia yang bermacam-macam, diantaranya :

1. Paraben

Paraben merupakan pengawet yang biasa digunakan dalam produk kosmetik, mulai dari sabun-sabunan, lotion, dan make up. Paraben digunakan agar produk kosmetik dapat digunakan dalam waktu yang panjang.

2. Fragrance

Kosmetik sangat identik dengan wewangian. *Fragrance* disebut juga dengan pewangi buatan. Bahan kimia ini akan memberikan aroma sedap pada produk kosmetik.

3. Polyethylene Glycol (PEG)

Polyethylene Glycol (PEG) adalah bahan kimia yang dapat membuat produk lebih kental. Biasanya para produsen akan mencampurkan Polyethylene Glycol (PEG) ke dalam produk mereka agar memberikan efek kekentalan yang bagus.

Tagnas label halal mudah ditemukan di Indonesia, baik pada produk sandang, pangan, papan, termasuk produk kosmetik. Masyarakat akan lebih mudah menentukan barang yang akan dikonsumsi dengan adanya label halal tersebut. Kosmetik dengan label halal akan memberikan kepercayaan lebih bagi penggunaanya, karena telah dijamin kehalalan produknya.

Lembaga yang berkompeten dalam melakukan proses penjaminan produk halal di Indonesia adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dalam proses penjaminan produk halal, MUI dibantu oleh LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian, Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia). Menentukan kebijaksanaan, merumuskan ketentuan- ketentuan, rekomendasi, dan bimbingan yang menyangkut pangan, obat-obatan dan kosmetika sesuai dengan ajaran Islam adalah tujuan dari dibentuknya LPPOM-MUI agar dapat membantu Majelis Ulama Indonesia dalam menjamin produk halal. Tujuan utama didirikannya lembaga ini adalah agar dapat memberikan rasa tentram kepada umat yang berkaitan dengan konsumsi. LPPOM-MUI juga yang berwenang dalam memberikan sertifikat halal kepada perusahaan yang akan mencantumkan label halal pada produknya. Berikut ini adalah contoh bentuk label halal yang dikeluarkan MUI pada setiap produk :



Gambar 1.1

Logo halal pada suatu produk

Dilansir dari laman website LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) data sertifikasi halal LPPOM MUI semakin meningkat tiap tahunnya. Berikut diagram data sertifikasi halal LPPOM MUI periode 2012-2019 :



Gambar 1.2

Diagram data sertifikasi halal LPPOM MUI periode 2012-2019

Dari data di atas dapat kita lihat pada tahun 2019 terdapat 274.796 produk sudah dinyatakan halal, dan telah tercatat 15.495 sertifikat halal dari total 13.951 perusahaan. Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Pantas jika Indonesia disebut-sebut akan menjadi pasar yang besar bagi produk-produk halal. Oleh karenanya, sudah selayaknya jika Indonesia memiliki kewajiban lebih dalam menyediakan

produk-produk yang terjamin kehalalannya. Hal ini tentunya demi kenyamanan dan dalam rangka memenuhi hak-hak konsumen, terutama muslim.

Pemerintah dan DPR telah Menyusun Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) yang kemudian dirincikan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Landasan hukum yang dibuat pemerintah tersebut menunjukkan peran negara dalam memberikan dan memfasilitasi kepastian hukum sebagai bentuk tanggungjawab.

Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung merupakan sekumpulan pelajar yang juga konsumen daripada kosmetik halal. Terlebih mahasiswi di UIN Sunan Gunung Djati Bandung mayoritas beragama muslim. Seyogyanya para mahasiswi ini akan lebih memperhatikan aspek kehalalan kosmetik yang mereka gunakan. Oleh karenanya, saya selaku penulis memandang jika mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung sangat cocok dijadikan objek penelitian seberapa besar label halal pada sebuah kosmetik menjadi pertimbangan mereka dalam memilih produk. Para mahasiswi prodi Ekonomi Syariah ini berjumlah 173 orang yang terdiri dari angkatan tahun 2016-2019.

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh labelisasi halal dan perilaku konsumen muslim dalam hal ini mahasiswi Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung terhadap keputusan mereka dalam memilih produk kosmetik, maka diperlukan penelitian ilmiah. Penelitian ini didasarkan pada sistem pemakaian para mahasiswi Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung apakah sebagian dari mereka masih ada yang menggunakan produk yang subhat atau belum terjamin kehalalannya baik itu dilihat dari segi bahan baku utama, bahan pembantunya, serta proses pembuatannya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, muncul point permasalahan yang diteliti pada penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian kosmetik pada mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
2. Apakah mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung memperhatikan label halal dalam memilih produk kosmetik?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian kosmetik pada mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Menganalisis mahasiswi Ekonomi Syariah dalam memperhatikan label halal pada pemilihan produk kosmetik.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini memiliki manfaat teoritik dan praktik sebagai berikut :

1. Manfaat teoritik

Penelitian ini diharapkan menjadi sebuah kajian ilmiah mengenai pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian kosmetik.

2. Manfaat praktik

Secara praktik, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

- a. Bagi peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan baru mengenai pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian kosmetik.

- b. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru mengenai pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian kosmetik, serta dapat memberikan inovasi untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam memilih produk halal.

- c. Bagi stakeholder

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan inovasi dan evaluasi untuk produsen kosmetik agar meningkatkan kepercayaan konsumen dengan menjamin kehalalan produk yang diproduksinya.

E. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah dasar pemikiran yang memuat antara teori dan fakta, observasi, dan kajian kepustakaan, yang akan dijadikan dasar dalam penelitian.³ Kerangka berpikir dapat diartikan pula dengan alur yang akan peneliti lakukan sebagai dasar penelitiannya. Variabel penelitian pada karya tulis ilmiah ini adalah label halal sebagai independen variabel, dan keputusan pembelian sebagai dependen variabel. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel X dan Y. Berikut adalah gambar kerangka berpikir pada penelitian ini :



Gambar 1.3

Kerangka berpikir

F. Hipotesis

Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y seperti yang digambarkan pada kerangka berpikir di atas, maka diperlukan sebuah pengujian hipotesis. Hipotesis merupakan jawaban sementara yang bersifat menduga-duga terhadap rumusan masalah pada suatu penelitian. Peran negara dalam hal ini terlihat dari dikeluarkannya Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 mengenai label dan iklan pangan menyebutkan bahwasanya label merupakan setiap keterangan mengenai suatu produk yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada produk, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan produk.

Keputusan Pembelian terdiri dari 5 tahap yaitu : pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh keyakinan dan sikap. Keyakinan akan produk halal dan sikap konsumen setelah adanya keyakinan tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini digunakan untuk melihat terdapat pengaruh atau tidak antara label halal dan keputusan pembelian. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

³ Unaradjan Dominikus Dolet, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta : Unika Atma Jaya 2019)

- H_0 = Label Halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membeli produk kosmetik pada mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- H_a = Label Halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membeli produk kosmetik pada mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

G. Hasil Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian yang saya lakukan dengan penelitian sebelumnya. Dimana tiga penelitian sebelumnya juga sama-sama membahas tentang labelisasi halal sebagai variabel X, namun berbeda dengan variabel Y-nya. Pada penelitian yang dilakukan oleh Dewi Asriah (2013), ia meneliti tentang pengaruh pencantuman label halal terhadap perilaku pembelian produk di masyarakat. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara pencantuman label halal dengan perilaku pembelian masyarakat. Pada penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Budi Utami (2013), ia meneliti pengaruh label halal terhadap keputusan membeli pada outlet wardah. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa keberadaan label halal pada produk kosmetik memberikan nilai positif yang memiliki peluang besar dalam mempengaruhi keputusan membeli konsumen. Pada penelitian yang dilakukan oleh Tri Widodo (2015), ia meneliti pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk indomie. Penelitian yang ia lakukan menggunakan X_1 dan X_2 pada Y. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa labelisasi halal dan harga adalah faktor yang paling penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Berikut adalah hasil penelitian terdahulu yang akan digambarkan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 1.1
Penelitian sebelumnya

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil
	Dewi Asriah (2013) IAIN Raden Intan Lampung	Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap	Data yang digunakan dalam penelitian ini	Dari hasil pengujian hipotesis didapatkan

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil
		Perilaku Pembelian Produk Di Masyarakat	<p>adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan penyebaran, kuesioner. Data diberikan terhadap 100 orang responden di masyarakat Way Dadi dengan menggunakan metode accidental sampling</p> <p>Analisis menggunakan Regresi dengan alat pengolah data SPSS versi 13.0 dan Microsoft Excel</p>	<p>bahwa nilai t hitung $>$ t tabel ($4,060 > 1,983$) maka H_0 ditolak, H_1 diterima artinya bahwa ada pengaruh secara positif dan signifikan antara pencantuman label halal dengan perilaku pembelian masyarakat.</p>

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil
	Wahyu Budi Utami (2013) Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Membeli Pada Outlet Wardah Griya Muslim An-Nisa Yogyakarta	Dalam penelitian ini menggunakan desain eksplanatif, data yang digunakan berupa data primer dan sekunder, sampel terdiri 90 orang, penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana, uji validitas, uji reliabilitas dan uji korelasi product momen	Label halal mempunyai hubungan yang signifikan terhadap keputusan membeli, ditunjukkan dengan nilai sebesar $0,666 > r$ tabel (0,207). Hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan label halal pada produk kosmetik memberikan nilai positif yang memiliki peluang besar dalam mempengaruhi keputusan membeli konsumen.
	Tri Widodo (2015) Universitas Muhamadiyah Surakarta	Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap	Variabel independen dalam penelitian ini adalah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa labelisasi halal dan harga

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil
		Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie	<p>Labelisasi halal (X1) dan Harga (X2). Variabel dependen adalah keputusan konsumen dalam membeli produk indomie. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden Muhamadiyah Surakarta. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah secara primer atau secara langsung dari kuesioner. uji hipotesis dalam</p>	<p>adalah faktor yang paling penting mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.</p>

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil
			penelitian ini adalah Uji t, Uji f, dan Uji (R ²)	

