

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Bagi umat muslim, Islam adalah seperangkat pedoman hidup yang diambil dari hadis dan firman Al-Qur'an yang ditetapkan Allah untuk setiap orang, baik yang mencakup ibadah maupun kehidupan sehari-hari. Umat Islam menganggap hukum-hukum ini disebut sebagai syariah, membawa kebahagiaan bagi mereka baik di dunia maupun di akhirat. Salah satu bagian dari muamalah tersebut adalah konsumsi (Badri Khaeruman 2010). Sebagaimana seorang muslim bertanggung jawab atas harta bendanya. Umat Islam juga bertanggung jawab atas keputusan keuangan mereka. Mereka tidak diperbolehkan memperoleh kekayaan dengan cara yang haram atau menggunakannya untuk tujuan yang haram.

Ada dua macam batasan pengeluaran yang diharamkan dalam Islam. Pertama, ada ukuran dan kuantitas yang berkaitan dengan berlebihan, pemborosan, dan kemewahan. Yang kedua berkaitan dengan jenis barang yang dibeli, seperti barang yang diperbolehkan atau dilarang dalam Islam (Al-Qardhawi, Yusuf 2001). Mempertimbangkan seberapa cepat kemajuan terjadi di bidang makanan, obat-obatan, dan kosmetik. Hal ini benar-benar mengubah cara bahan mentah diproses dan digunakan untuk membuat makanan, minuman, kosmetik, obat-obatan, dan barang lainnya dari hasil yang alami menjadi hasil yang dihasilkan secara ilmiah. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi memungkinkan terjadinya kemungkinan pencampuran bahan haram dan halal secara terencana atau tidak sengaja selama proses pengolahan produk. Oleh karena itu, diperlukan kajian khusus yang memerlukan pemahaman dari berbagai bidang, termasuk teknik industri, biologi, farmasi, kimia, pangan, dan syariah untuk mengetahui kehalalan suatu produk. Produk-produk di Indonesia dapat diberi label atau logo halal berkat Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI 2017).

*Skincare* adalah kata dari bahasa Inggris yaitu “*skin*” yaitu kulit dan “*care*” yaitu perawatan atau tindakan merawat. *Skincare* merupakan serangkaian praktik yang bertujuan untuk memperbaiki kondisi kulit, khususnya kulit wajah, dengan menggunakan produk tertentu. Jenis *skincare* yang tepat dapat membantu menjaga kesehatan kulit wajah karena wajah selalu menjadi fokus perhatian. Industri kosmetik berkembang pesat akhir-akhir ini karena keinginan pelanggan untuk tampil lebih menarik. *Skincare* dinilai mampu memberikan banyak perubahan pada kehidupan konsumen dalam hal penampilan.

Sejak *skincare* pertama kali dikembangkan dengan mempertimbangkan perawatan kulit wajah wanita, wanita lebih cenderung memanfaatkannya untuk perawatan diri. Produk perawatan wajah pria yang mulai banyak beredar saat ini menunjukkan bahwa baik pria maupun wanita membutuhkan perawatan wajah. Namun, banyak pria yang masih belum menyadarinya karena berbagai alasan. (Charlotte Cho 2019) menyatakan bahwa setiap orang dapat merawat kulit mereka dan bahwa perawatan diri sangat penting bagi pria dan wanita, terlepas dari identitas gendernya. Data pertumbuhan industri *skincare* Indonesia disajikan pada Tabel 1.1 di bawah ini.

**Tabel 1. 1**  
**Data Pertumbuhan Skincare Di Indonesia**

<b>Tahun</b>	<b>Pertumbuhan</b>
2018	\$4,120 Miliar
2019	\$4,390 Miliar
2020	\$4,634 Milyar
2021	\$4,847 Miliar
2022	\$5,029 Milyar
2023	\$5,184 Milyar

Sumber : Artikel Cekindo (Data diolah penulis)

Pertumbuhan tahunan pendapatan *skincare* di Indonesia ditampilkan pada Tabel 1.1 di atas. Pertumbuhan sebesar \$4,120 miliar pada tahun 2018, \$4,390 miliar pada tahun 2019, \$4,634 miliar pada tahun 2020, \$4,847 miliar pada tahun 2021, \$5,029 miliar pada tahun 2022 dan \$5,184 milyar pada tahun 2023. Pada tahun-tahun berikutnya, kenaikan kembali tercatat. Perkembangan produk *skincare*, termasuk *makeup* dan perawatan rambut, masih terus berkembang di Indonesia. Kebutuhan perempuan Indonesia masa kini menjadi penyebab peningkatan tersebut. Oleh karena itu, perkembangan ini diperkirakan akan semakin cepat hingga tahun 2024, membawa terobosan baru bagi industri perawatan kulit Indonesia.

Banyak produsen kosmetik yang menyatakan bahwa ketika dijual, produknya dapat memberikan efek terbaik dan tercepat. *Skincare* dan produk kecantikan mempunyai unsur halal, haram, dan najis meskipun tidak dikonsumsi dengan cara dimakan. Karena tubuh, pakaian, dan lingkungan seorang Muslim harus suci, adanya najis dapat membahayakan keabsahan ibadahnya. Oleh karena itu, sangat penting untuk berhati-hati sebelum menggunakan produk perawatan kecantikan yang mengandung bahan kimia terlarang dan berpotensi berbahaya.

Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2015 tentang persyaratan teknis bahan kosmetik memperjelas Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1176/MenKes/Per/VIII/2010 Tahun 2010 tentang izin produksi kosmetik. Kriteria formal produk bersih dan halal ditetapkan melalui Undang-Undang (UU) Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) (LPPOM MUI 2017).

Peran pengawasan pemerintah dalam pengendalian peredaran *skincare* harus diperkuat guna mengoptimalkan perlindungan konsumen. Pemerintah membentuk Jaminan Produk Halal (JPH) dan Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) yang memiliki jaringan lebih luas untuk mendeteksi produk yang dijual tanpa izin dan memiliki kekuatan penegakan hukum untuk menyelidiki produk yang melanggar aturan

pemerintah, seperti tidak berlabel BPOM atau menggunakan nomor BPOM yang palsu. Produk yang dipasarkan harus mematuhi peraturan keselamatan dan kualitas.

Lembaga yang mempunyai kewenangan untuk melakukan sertifikasi terhadap barang-barang yang akan dipasarkan yang memenuhi baku mutu halal dan *thayyib* selain berada di bawah pengawasan BPOM yang melakukan sertifikasi terhadap produk-produk yang diuji dan terbukti aman untuk pemasaran salah satunya yaitu LPH UIN Sunan Gunung Djati Bandung dan LPPOM MUI atau Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia. Saat melakukan pembelian, mereka harus mempertimbangkan masalah halal *tayyiban* karena mereka adalah pelanggan Muslim.

Perilaku konsumen, sebagaimana didefinisikan oleh (Kotler, Philip dan Keller, L. Kevin 2008), adalah proses dimana individu, kelompok, dan organisasi mencari, memilih, menggunakan, mengevaluasi, dan membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka. Karena orang memiliki sikap berperilaku maka, setiap orang mempunyai kebutuhan dan keinginan unik yang harus dipenuhi. Keamanan produk dan komposisi bahan dijamin dengan nomor BPOM yang juga menunjukkan bahwa produk tersebut telah melalui pengujian oleh otoritas yang berwenang.

Jaminan kehalalan pada produk yang dihasilkan oleh Pelaku Usaha Mikro dan Kecil tidak didasarkan pada Proses Produk Halal (PPH) oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Padahal hasil dari Proses Produk Halal (PPH) itu merupakan dasar atau alasan yang digunakan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) ketika mengeluarkan fatwa halal atas produk tersebut. Hal tersebut berpotensi risiko melanggar hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UU/8/1999 tentang Perlindungan Konsumen (Evi Sopiha, dkk 2023).

Ketika banyak perusahaan lokal yang hadir, pelanggan memiliki beragam pilihan produk *skincare*. Pengetahuan konsumen adalah keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu produk karena pengetahuan tidak

dapat dipisahkan dari perilaku saat melakukan pembelian. *Scarlett* membedakan dirinya dari produk kecantikan lainnya dengan memberikan solusi lengkap terhadap permasalahan kulit di wajah. Dari data Kompas untuk kategori produk perawatan pribadi terlaris, di mana *Scarlett* menduduki posisi teratas dengan pangsa pasar 18,9%, mendukung hal tersebut. Dengan tren kecantikan yang terus berkembang, *Scarlett Whitening* telah mengungguli lotion terlaris di Indonesia sejak awal berdirinya. Tujuan dari *Skincare Scarlett Whitening* adalah untuk menjaga kesehatan dan kecerahan kulit. Dengan produk ini, dapat menjaga penampilan dengan cepat, mudah, dan aman. *Glutathione*, komponen alami yang terdapat dalam larutan pemutih, digunakan oleh *Scarlett Whitening*, sehingga cocok untuk generasi *milenial* yang ingin selalu tampil rapi dan bergaya (Anisa Febriani, Handy Nur Cahya 2023 ).

Berdasarkan uraian diatas pada penelitian ini terdapat masalah tentang konsumen yang membeli *skincare* namun kurang memperhatikan sertifikasi halal dan BPOM. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH LABEL HALAL DAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN (BPOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SKINCARE SCARLETT WHITENING ”**.

## **B. Identifikasi dan Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti menyimpulkan beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap *skincare Scarlet Whitening*?
2. Apakah BPOM berpengaruh keputusan pembelian terhadap *skincare Scarlet Whitening*?
3. Apakah label halal dan BPOM berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian terhadap *skincare Scarlet Whitening*?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka dapat disusun tujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian terhadap *skincare Scarlett Whitening*.
2. Mengetahui pengaruh label BPOM terhadap keputusan pembelian terhadap *skincare Scarlett Whitening*.
3. Mengetahui pengaruh label halal dan label BPOM secara simultan terhadap keputusan pembelian terhadap *skincare Scarlett Whitening*.

### D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut :

#### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan tentang pengetahuan, pembelajaran dan wawasan mengenai kesadaran pada konsumen terhadap pengaruh keputusan pembelian pada produk *skincare Scarlett Whitening* yang berlabel halal dan BPOM.

#### 2. Manfaat Praktis

##### 1) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh keputusan pembelian terhadap produk *skincare Scarlett Whitening* yang berlabel halal dan BPOM.

##### 2) Bagi Pelaku Usaha

Diharapkan penelitian ini akan membantu perusahaan mengetahui bagaimana pentingnya label halal dan BPOM terhadap suatu produk. Selain itu, juga memberikan wawasan

tentang pengembangan usaha yang harus memenuhi persyaratan undang-undang dan kebijakan pemerintah dalam penjualan suatu produk.

### 3) Bagi Akademis

Diharapkan bahwa penelitian ini juga akan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mempelajari tentang pengaruh keputusan pembelian terhadap *skincare Scarlett Whitening* yang berlabel halal dan BPOM.

