

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan peningkatan pengetahuan di era modern ini, perawatan kecantikan sudah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat khususnya untuk kaum wanita. Fenomena tersebut mendukung banyak munculnya perusahaan-perusahaan kecantikan yang menawarkan berbagai produk dan jasanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang ingin tampil menarik, menjaga kesehatan kulit dan lain sebagainya. Menurut (Wijaya & Sugiharto, 2015) bisnis memang perlu fokus terhadap konsumen, karena dalam persaingan yang semakin ketat saat ini, konsumen tidak hanya sekedar mendapatkan penawaran produk oleh satu perusahaan, tetapi juga beberapa perusahaan pesaing lainnya yang menawarkan produk yang serupa. Meskipun demikian di era sekarang ini banyak perusahaan-perusahaan kosmetik berlomba-lomba menciptakan produk terbaik dan terlaris dikalangan wanita.

Konsumen saat ini harus kritis dalam memilih produk kosmetik dan membutuhkan aspek yang berbeda bagi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian saat melakukan pembelian pada produk kosmetik. Kosmetik halal merupakan produk yang diakui halal oleh Badan Penyelenggara Jaminan Halal (BPJH) Kementerian Agama berdasarkan fatwa Halal tertulis Majelis Ulama Indonesia (MUI). Kosmetik tidak dapat memperoleh sertifikat Halal jika mengandung bahan haram dari hewan, tumbuhan atau mikroba. Dari hewan seperti bangkai, darah, babi dan bahan yang disembelih di luar tata cara Islam.

Sedangkan yang berasal dari tumbuhan yaitu yang memabukkan atau berbahaya bagi kesehatan. Dan dari bahan yang berasal dari mikroba yaitu proses kimia, biologi atau rekayasa genetika pada saat tumbuh atau proses pembuatannya dicampur, terdapat atau terkontaminasi dengan bahan yang dilarang. Menurut Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM) Nomor 23 Tahun 2019, kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan di luar tubuh manusia berguna untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, atau memperbaiki bau badan, melindungi dan memelihara kesehatan tubuh secara keseluruhan.(Prihantina, 2013)

Konsumen ketika membeli suatu produk, hendaknya mereka membuat keputusan yang benar dan tepat. Keputusan pembelian yang dilakukan dengan tepat dan benar dapat memberikan dampak yang positif bagi konsumen, yaitu dapat terhindar dari resiko yang mungkin akan terjadi, dan terhindar dari penyesalan setelah membeli produk tersebut. Keputusan pembelian yang awalnya dipengaruhi oleh lingkungan, kebudayaan, dan sebagainya akan membentuk sikap pada diri individu untuk melakukan pembelian yang disebut dengan keputusan pembelian.

Produk kosmetik Hanasui adalah salah satu produk lokal yang sangat diminati oleh semua kalangan, Hanasui menjadi brand kecantikan yang menonjol rangkaian produk terbaiknya yang berkualitas dengan harga yang affordable. Hanasui menciptakan produk kecantikan yang terdiri dari produk perawatan wajah, tubuh, dan rambut serta makeup untuk menunjang penampilan. Selain itu, Hanasui mengusung konsep cruelty free, sehingga tidak melibatkan hewan dalam

proses pengujian produknya. Berikut terdapat beberapa produk hanasui terlaris yang berlokasi di kota Pantan Labu:

Tabel 1.1
Daftar Produk Hanasui Terlaris di Kota Pantan Labu

No	Nama Produk	Harga
1	Mattedorabel Lip Cream	Rp 25. 000
2	Tintdorabel Lip Stain	Rp 15. 000
3	Masker Naturgo	Rp. 18. 000
4	Serum	Rp 20. 000
5	Milky Lotion	Rp 30. 000

Sumber : Otlet Pantan Labu, (2023)

Berdasarkan pada table 1.1 kelima produk hanasui yang paling laris tersebut memiliki ciri khas masing-masing. Semua produk hanasui memperoleh sertifikat izin produk, sertifikat cara pembuatan kosmetik yang baik (CPKB), sertifikat BPOM, dan halal sehingga produk yang dihasilkan sudah menerapkan standar mutu yang berkualitas dan aman. Untuk pemasaran online, Hanasui memanfaatkan aplikasi tiktok dengan bersiaran langsung diaplikasi tersebut. Melalui tiktok pula, konversi follower Hanasui menjadi pembeli/konsumen. Selain itu, Hanasui menggunakan platform Instagram dengan username @officialhanasui untuk membangun dan meningkatkan brand awareness.

Banyak hal yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk, yang didasari oleh beberapa faktor. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah Label Halal. Label halal merupakan tanda kehalalan suatu produk. Label

halal yang dimaksud dalam UU 33/2014 adalah logo halal yang bentuknya akan ditetapkan dengan Permenag. (L. Nugroho, 2018)

Sertifikasi halal menawarkan manfaat yang signifikan bagi semua konsumen, bukan hanya konsumen muslim, karena halal tidak hanya berarti bahan-bahannya halal, tetapi juga diproses dengan cara yang etis, sehat, dan baik. Produk Hanasui memanfaatkan Label Halal sebagai strategi pemasarannya, Hanasui dengan bersertifikasi halal sangat diuntungkan karena berdampak positif terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian (Alfian & Marpaung, 2017) berpendapat bahwa label produk di dalam kemasan menjadi perhatian utama, terutama terkait dengan logo halal yang tertera pada kemasan. Banyak dari konsumen yang merasakan manfaatnya dari label halal sehingga konsumen lebih mencari produk yang berkemasan label halal, tak sedikit masyarakat yang sudah trauma menggunakan produk abal-abal atau ilegal yang membuat kulitnya rusak dan lain sebagainya.

Label halal yang terjadi mempengaruhi keputusan pembelian individu dan menyebabkan keragu-raguan dalam pembelian produk. Prinsip halal bukan hanya sekedar anjuran, melainkan kewajiban kepada umat Islam yang ditegaskan dalam Firman Allah SWT Q.S. Al-Baqarah: 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan;

Karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu” (Q.S Al-Baqarah:168)

Dalam ayat diatas Allah ta'ala telah menjelaskan bahwasanya Allah membolehkan manusia untuk mengkonsumsi segala yang ada di muka bumi, yaitu segala yang halal, baik, dan bermanfaat bagi dirinya serta tidak membahayakan tubuh dan akal pikiran. Allah mengingatkan manusia agar tidak mengikuti langkah-langkah syaitan yang penuh hawa nafsu.

Ketika seorang konsumen tidak mempunyai informasi atau pengetahuan yang cukup tentang suatu produk maka konsumen tersebut cenderung akan menggunakan produk-produk yang tidak terjamin dan membawa mudarat bagi dirinya. Dengan adanya label halal pada produk memudahkan konsumen untuk membuat keputusan pembelian pada suatu produk. Sehingga hal ini juga akan menguntungkan kedua belah pihak, baik perusahaan maupun konsumen. Untuk itu penting bagi perusahaan akan perizinan edar atau bukti kehalalan produk, yaitu sertifikat label halal karena label halal yang tercantum dikemasan produk akan membawa dampak yang positif dimata konsumen. Label halal yang positif ini juga harus didukung dengan kualitas produk yang baik pula. Sehingga rangkaian dari semuanya dapat menghasilkan loyalitas konsumen.

Kedua faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah Religiusitas yang merupakan salah satu faktor penting yang melibatkan kepercayaan pribadi ketika hendak membeli suatu produk yang akan digunakan. Sebagai konsumen muslim, religiusitas digunakan sesuai ajaran dalam agama Islam yaitu sebagai salah satu fondasi pertumbuhan dan perkembangan manusia.

Prinsip gaya hidup berlebih mengasumsikan bahwa segala sesuatu dianggap baik jika sesuai dengan kesenangan yang diperoleh seseorang. Salah satu bentuk perubahan gaya hidup adalah menginginkan penampilan seseorang, gaya perilaku, sifat perilaku, dan lain-lain untuk menarik perhatian orang lain, terutama kelompok sebaya. Agama memiliki pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Seperti yang tertulis dalam surah Q.S. Al Baqarah Ayat:208.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu."(QS. Al-Baqarah 2: Ayat 208). Dalam surat Al Baqarah ayat 208 ini menjelaskan tentang himbauan kepada umat Islam untuk beragama secara penuh maksudnya disini adalah tidak setengah-setengah. Seorang muslim yang beragama secara penuh, dalam kegiatan atau aktivitas kesehariannya ia menanamkan nilai-nilai keislaman baik dalam ruang lingkup ibadah maupun bermu'amalah.

Jika konsumen memiliki keyakinan agama yang berakar kuat dalam dirinya, maka konsumen tersebut akan berhati-hati saat melakukan pembelian. Penjelasan ini didukung oleh penelitian sebelumnya (Rohmatun & Dewi, 2017) yang berpendapat bahwa religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Seorang muslim diwajibkan untuk selalu mengkonsumsi produk-produk halal. Ketentuan ini akan membuahkan sikap yang

berbeda-beda dari masing- masing individu sesuai dengan besarnya pengaruh yang melekat dalam diri masing-masing individu tersebut.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk. Faktor kualitas produk tersebut merupakan yang terkandung dalam suatu produk, yang memberikan nilai produk sesuai dengan tujuan penggunaan produk itu dibuat. Kualitas produk memainkan peran penting dari kedua perspektif yaitu konsumen yang bebas memilih tingkat kualitas atau dari sudut pandang produsen yang mulai memperhatikan kontrol kualitas untuk mempertahankan dan memperluas cakupan pemasarannya.

Suatu kualitas produk atau jasa akan terkenal disebabkan oleh adanya kualitas yang dirasakan konsumennya. Kualitas yang dihasilkan oleh suatu bisnis atau perusahaan tersebut akan membuat keuntungan bagi konsumen dan juga produsennya. Produsen biasanya membebankan harga yang relatif tinggi kepada konsumen untuk kualitas tinggi, tetapi ini tidak berarti bahwa biaya permintaan harga tidak masuk akal karena suatu bisnis atau perusahaan akan berkembang disebabkan oleh kualitas dan harga yang seimbang.

Berdasarkan pengamatan awal pada 4 Januari 2023 yang dilakukan peneliti di kota Pantan Labu terdapat banyaknya masyarakat yang kurangnya akan pemahaman terhadap label halal pada produk kosmetik. Produk yang berlabel halal sudah dikalahkan dengan munculnya produk-produk baru yang membuat strategi pemasaran lebih menarik mengakibatkan jumlah pembelian produk kosmetik halal semakin menurun, ditambah dengan adanya isu pada salah satu brand kosmetik milik artis Indonesia yang dikenal sudah berlabel halal namun ditemukan bahan

berbahaya di beberapa produknya, mengakibatkan konsumen tidak sepenuhnya percaya lagi akan produk yang ber label halal.

Saat ini sering kali ditemukan perusahaan produk kosmetik maupun skincare nekat yang menjual produknya dengan harga murah dengan embel-embel dapat memberikan perubahan pada wajah dan tubuh dengan waktu singkat, membuat mereka yang ingin tampil cantik instan merasa tergiur untuk membeli dan menggunakannya tanpa mengetahui bahwa bahan-bahan yang digunakan dalam produk menggunakan zat-zat berbahaya.

Selain permasalahan tersebut diatas, menurut pengamatan peneliti terdapat banyaknya masyarakat di kota Panton Labu dalam melakukan keputusan pembelian kurangnya sikap hati-hati terhadap produk kosmetik yang mereka beli dan tidak sesuai dengan ajaran islam. Mereka lebih cenderung memuaskan hawa nafsunya, berlebihan dan boros dalam mengkonsumsi. Sedangkan dalam islam diajarkan agar manusia dapat mengendalikan dan mengarahkan keinginannya sehingga dapat membawa kemanfaatan (maslahah) dan bukan kerugian (mudharat). Mereka cenderung tidak mempermasalahkan label halal pada produk yang akan dibelinya, yang terpenting produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan cocok dipakai oleh konsumen.

Dari uraian yang telah peneliti paparkan di atas mengenai berbagai permasalahan yang ditemukan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Label Halal, Religiusitas dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada kosmetik halal (Studi empiris pada konsumen kosmetik Hanasui di kota Panton Labu)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang peneliti uraikan diatas, maka dapat di rumuskan masalah untuk pembelian kosmetik Hanasui sebagai berikut:

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kosmetik Hanasui di kota panton labu?
2. Apakah religusitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kosmetik Hanasui di kota panton labu?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kosmetik Hanasui di kota Panton Labu?
4. Apakah label halal, religiusitas dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kosmetik Hanasui di kota panton labu?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas,, maka yang tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahuipengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada kosmetik hansui di kota Panton Labu.
2. Untuk mengetahuipengaruh religusitas terhadap keputusan pembelian pada kosmetik Hanasui di kota Panton Labu.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada kosmetik Hanasui di kota Panton Labu.
4. Untuk mengetahui pengaruh label halal, religiusitas dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada kosmetik Hanasui di kota Panton Labu.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan tujuan penelitian diatas, maka diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat diantaranya sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya pada kosmetik halal, serta bisa membantu bagi aktivitas akademica untuk menambah informasi bagi penelitian sejenis dimasa mendatang.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat diimplementasikan bagi pengguna kosmetik hanasui mengenai pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian pada kosmetik.