

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri kosmetik di Indonesia terus mengalami perkembangan yang sangat pesat dan telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern. Kosmetik tidak lagi dipandang sebagai pelengkap semata, melainkan telah bertransformasi menjadi kebutuhan gaya hidup, khususnya bagi perempuan. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan penampilan, kosmetik digunakan tidak hanya untuk menunjang kecantikan, tetapi juga untuk meningkatkan rasa percaya diri dalam aktivitas sehari-hari. Hal ini menyebabkan permintaan terhadap produk kosmetik terus meningkat, ditandai dengan munculnya berbagai merek baru yang menawarkan beragam jenis produk dengan klaim manfaat yang beragam (Marlius & Jovanka, 2023).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa kosmetik memiliki peran strategis dalam kehidupan perempuan. Bahkan dalam kondisi keterbatasan finansial, banyak perempuan tetap menunjukkan minat yang tinggi untuk menggunakan produk kosmetik sebagai sarana menunjang penampilan. Penampilan sering kali dipersepsikan sebagai modal sosial yang penting, sehingga penggunaan kosmetik menjadi suatu kebutuhan yang sulit dihindari. Kondisi ini mendorong meningkatnya konsumsi kosmetik di berbagai lapisan masyarakat, baik dari kalangan ekonomi menengah ke atas maupun menengah ke bawah.

Tabel 1. 1 Data Peredaran Kosmetik Mengandung Merkuri di Indonesia

No	Aspek Data	Keterangan
1	Jenis kosmetik berbahaya	Kosmetik yang mengandung bahan dilarang dan berbahaya, khususnya merkuri
2	Periode temuan	September 2022-Oktober 2023
3	Jumlah jenis produk	181 jenis kosmetik
4	Jumlah produk ditemukan	1,2 juta unit
5	Nilai ekonomi temuan	Sekitar Rp42 miliar
6	Contoh produk mengandung merkuri	Meei Yung (Kuning), Tabita, Cream HN, Pinkflash 3 Pan Eyeshadow PF-E23 BR02 dan BR04
7	Status produk	Tidak memiliki izin edar BPOM (kosmetik illegal)
8	Karakteristik produk	Harga relatif murah, dan menjanjikan hasil instan
9	Dampak penggunaan	Iritasi kulit, kerusakan jangka panjang, dan gangguan kesehatan

Sumber: Data BPOM (2022-2023)

Berdasarkan Tabel 1.1 Data BPOM, selama periode September 2022 hingga Oktober 2023 ditemukan sebanyak 181 jenis kosmetik yang mengandung bahan dilarang dan berbahaya, dengan jumlah temuan mencapai 1,2 juta unit dan nilai ekonomi sekitar Rp42 miliar. Temuan ini menunjukkan bahwa peredaran kosmetik berbahaya masih menjadi permasalahan serius di Indonesia meskipun regulasi dan pengawasan telah diterapkan. BPOM secara aktif mengimbau masyarakat untuk selalu menerapkan prinsip Cek KLIK (Kemasan, Label, Izin Edar, dan Kadaluwarsa) sebelum membeli atau menggunakan produk kosmetik, sebagai upaya perlindungan terhadap kesehatan konsumen.

Namun, pesatnya pertumbuhan industri kosmetik tidak selalu diiringi dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap aspek keamanan produk. Di Tengah banyaknya produk kosmetik yang beredar, masih ditemukan peredaran kosmetik yang tidak memiliki izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan

(BPOM), termasuk kosmetik yang mengandung bahan berbahaya seperti merkuri. Beberapa produk kosmetik ilegal seperti Meei Yung (Kuning), Tabita, Cream HN, serta Pinkflash 3 Pan Eyeshadow PF-E23 BR02 dan BR04 masih ditemukan di pasaran meskipun telah mendapatkan peringatan resmi. Produk-produk tersebut umumnya ditawarkan dengan harga yang relatif murah serta menjanjikan hasil instan, sehingga menarik perhatian konsumen, khususnya mereka yang memiliki daya beli terbatas.

Permasalahan peredaran kosmetik bermerkuri ini juga berimplikasi pada perilaku dan minat konsumen. Dalam konteks perilaku konsumen, minat merupakan kecenderungan atau dorongan individu untuk melakukan suatu tindakan

tertentu, termasuk dalam memilih dan menggunakan produk. Minat konsumen mencerminkan tahap awal sebelum terbentuknya keputusan pembelian, sehingga menjadi indikator penting dalam memahami perilaku konsumen terhadap suatu produk. Dalam konteks kosmetik, minat konsumen untuk beralih dari kosmetik bermerkuri ke kosmetik non merkuri mencerminkan adanya kesadaran, sikap, dan keinginan untuk memilih produk yang lebih aman dan sesuai dengan standar kesehatan.

Menurut teori perilaku konsumen, minat beli merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan yang diawali dengan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga akhirnya terbentuk keputusan pembelian. Semakin tinggi minat konsumen terhadap suatu produk, maka semakin besar kemungkinan konsumen tersebut melakukan pembelian. Oleh karena itu,

minat konsumen untuk beralih dari kosmetik bermerkuri ke kosmetik non merkuri menjadi isu penting, karena menunjukkan potensi perubahan perilaku konsumen menuju penggunaan produk yang lebih aman dan legal.

Minat konsumen tersebut tidak terbentuk secara tiba-tiba, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor tersebut antara lain persepsi konsumen terhadap manfaat produk, kualitas yang dirasakan, harga yang ditawarkan, serta persepsi risiko terhadap penggunaan produk. Dalam penelitian ini, minat konsumen diposisikan sebagai variabel terikat (Y) yang diasumsikan dipengaruhi oleh beberapa variabel bebas (X), yaitu harga, kualitas produk, dan persepsi risiko.

Harga merupakan salah satu faktor yang sangat dominan dalam memengaruhi minat dan perilaku konsumen, khususnya pada produk kosmetik yang digunakan secara rutin. Harga sering dijadikan pertimbangan utama sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk. Produk kosmetik bermerkuri umumnya dijual dengan harga yang jauh lebih murah dibandingkan kosmetik non merkuri yang telah terdaftar di BPOM. Hal ini disebabkan karena produk ilegal tidak melalui proses pengujian keamanan, tidak memerlukan biaya perizinan, serta menggunakan bahan baku yang relatif murah. Perbedaan harga tersebut sering kali menjadi penghambat bagi konsumen untuk beralih ke produk kosmetik non merkuri yang aman, karena adanya persepsi bahwa produk yang aman selalu identik dengan harga yang mahal (Anam et al., 2020).

Selain harga, kualitas produk juga menjadi faktor penting yang memengaruhi minat konsumen. Kualitas produk mencerminkan kemampuan suatu

produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, baik dari segi keamanan bahan, efektivitas penggunaan, maupun kenyamanan saat digunakan. Dalam konteks kosmetik, kualitas tidak hanya dilihat dari hasil yang diperoleh, tetapi juga dari dampak jangka panjang terhadap kesehatan kulit. Kosmetik non merkuri cenderung memberikan hasil secara bertahap namun lebih aman, sedangkan kosmetik bermerkuri sering memberikan hasil instan tetapi berisiko menimbulkan efek samping serius. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk inilah yang dapat menentukan minat mereka untuk beralih ke kosmetik non merkuri (Mendur et al., 2021).

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah persepsi risiko. Persepsi risiko merupakan penilaian subjektif konsumen terhadap kemungkinan terjadinya kerugian akibat penggunaan suatu produk. Dalam pembelian kosmetik, persepsi risiko berkaitan dengan potensi dampak negatif seperti iritasi, kerusakan kulit, hingga gangguan kesehatan jangka panjang akibat penggunaan kosmetik bermerkuri. Konsumen dengan persepsi risiko yang tinggi cenderung lebih berhati-hati dan selektif dalam memilih produk, sedangkan konsumen dengan persepsi risiko rendah cenderung mengabaikan bahaya dan lebih fokus pada harga murah atau hasil instan (Nurajizah et al., 2023).

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan persepsi risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Konsumen akan mempertimbangkan keseimbangan antara harga dan kualitas, serta menilai tingkat risiko yang mungkin dihadapi sebelum mengambil keputusan pembelian. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kualitas dan

semakin tinggi kesadaran akan risiko, maka semakin besar minat konsumen untuk memilih produk yang aman dan legal.

Fenomena tersebut juga relevan dengan kondisi masyarakat Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe. Meskipun belum terdapat data spesifik terkait peredaran kosmetik bermerkuri di wilayah tersebut, realitas sosial menunjukkan bahwa sebagian masyarakat masih menggunakan kosmetik yang tidak terdaftar di BPOM. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat konsumen untuk beralih dari kosmetik bermerkuri ke kosmetik non merkuri, khususnya dari aspek harga, kualitas produk, dan persepsi risiko.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan persepsi risiko terhadap minat konsumen untuk beralih dari kosmetik bermerkuri ke kosmetik non merkuri pada masyarakat Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian perilaku konsumen serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dan masyarakat dalam upaya meningkatkan kesadaran akan pentingnya penggunaan kosmetik yang aman dan legal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat konsumen untuk beralih dari kosmetik merkuri ke kosmetik non merkuri pada Masyarakat Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe?

2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat konsumen untuk beralih dari kosmetik merkuri ke kosmetik non merkuri pada Masyarakat Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe?
3. Bagaimana pengaruh persepsi risiko terhadap minat konsumen untuk beralih dari kosmetik merkuri ke kosmetik non merkuri pada Masyarakat Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat konsumen untuk beralih dari kosmetik merkuri ke kosmetik non merkuri pada Masyarakat Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat konsumen untuk beralih dari kosmetik merkuri ke kosmetik non merkuri pada Masyarakat Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat konsumen untuk beralih dari kosmetik merkuri ke kosmetik non merkuri pada Masyarakat kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yang dapat diambil dari latar belakang penelitian serta perumusan masalah dan tujuan penelitian maka manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur di bidang perilaku konsumen, khususnya yang

berkaitan dengan pengaruh harga, kualitas produk, dan persepsi risiko terhadap minat konsumen untuk beralih dari kosmetik merkuri dan non merkuri. Kajian ini dapat menjadi referensi akademik bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas keputusan konsumen dalam memilih produk kosmetik. Selain itu, penelitian ini turut memperkaya pemahaman tentang faktor-faktor yang mendorong konsumen untuk lebih memilih produk resmi, terutama di kalangan mahasiswa yang menjadi segmen pasar potensial.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pelaku industri kosmetik dalam merancang strategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan minat konsumen terhadap produk kosmetik resmi. Temuan mengenai pentingnya faktor harga, kualitas produk, dan persepsi risiko dapat menjadi acuan dalam menyusun kebijakan untuk mengarahkan konsumen beralih dari kosmetik merkuri. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu pemerintah atau lembaga terkait dalam memperkuat edukasi dan pengawasan terhadap peredaran kosmetik merkuri. Bagi masyarakat sebagai konsumen, hasil penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya memilih produk kosmetik yang aman dan terjamin kualitasnya.