

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak. Sebanyak 87% penduduk Indonesia adalah muslim. Kondisi ini mendukung tumbuhnya ekonomi syariah di Indonesia, termasuk juga di dalamnya industri halal. Indonesia telah memiliki goal menjadi ‘Global Halal Hub’ (Ayu, 2019). Setiap produsen harus memenuhi kebutuhan dan hak konsumen, termasuk konsumen muslim. Produk halal adalah bagian dari tanggung jawab perusahaan kepada konsumen muslim. Di Indonesia, produk halal harus memiliki Sertifikat Halal (SH) MUI (LPPOM MUI, 2008). Di samping itu, muncul fakta bahwa sepanjang tahun, peminat produk halal meningkat pesat di kalangan masyarakat Muslim bahkan non-Muslim (Zulkarnain, 2014). Hal ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran konsumen untuk mengonsumsi produk halal, sedangkan bagi Muslim, hal ini merupakan suatu kewajiban menurut agama. Kewajiban penggunaan produk halal tersebut diperlukan bukan karena aspek agama saja, melainkan juga dalam segi keamanan setiap produk yang digunakan konsumen. Dalam hal ini, produk halal dapat dipastikan sudah lebih teruji secara keamanannya karena salah satu syarat dari produk halal adalah tidak membahayakan penggunaannya.

Meskipun dengan beberapa regulasi yang mengakomodir jaminan produk halal, label halal dan sertifikasi halal yang diterbitkan oleh Pemerintah, namun kenyataannya dalam ranah implementasi menimbulkan banyak polemik di kalangan stakeholder maupaun Pelaku Usaha, khususnya pada Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK). Namun demikian, berbagai permasalahan yang ada tersebut merupakan tantangan yang harus dihadapi dan didiskusikan bersama agar ditemukan solusi demi perbaikan teknis di lapangan sehingga tujuan-tujuan sertifikasi halal dapat terealisasi dengan baik.

Industri kosmetik di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dari tahun ke tahun. Hal ini dibuktikan dengan adanya predikat bahwa industri kosmetik sebagai penyumbang nilai ekspor yang tinggi bagi negara. Masyarakat terutama kaum wanita, semakin sadar akan pentingnya kosmetik sebagai kebutuhan sehari-hari. Tren penggunaan kosmetik yang semakin berkembang, serta tuntutan seseorang untuk berpenampilan menarik di depan khalayak umum menjadi salah satu alasan industri kosmetik berkembang dengan baik di Indonesia. Dengan permintaan pasar akan kosmetik yang terus meningkat, menyebabkan para produsen kosmetik untuk saling bersaing ketat menciptakan dan menawarkan produk yang mampu memenuhi ekspektasi para calon pembeli (El-Farobie dkk, 2021).

Pencantuman label halal merupakan sarana informasi dari produsen ke konsumen mengenai produk yang akan dijualnya, sehingga konsumen benar-benar mengetahui bahan-bahan apa saja yang digunakan, termasuk bahan tambahan yang tertera dikemasan. Pelabelan yang benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku akan membentuk terciptanya perdagangan yang jujur dan bertanggung jawab, sehingga akan memudahkan dalam pelabelan halal yang secara prinsip adalah label yang menginformasikan kepada pengguna produk, bahwa produknya benar-benar halal dan nutrisi-nutrisi yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produk tersebut boleh dikonsumsi.

Sebagai seorang konsumen kita harus pintar dalam memilih *skincare* yang halal dan aman dipakai. Dalam proses produksi ada perusahaan yang mencampurkan dan menggunakan sesuatu yang tidak halal ke dalam *skincare* yang diproduksi. Kehalalan *skincare* sangatlah penting, kita sebagai konsumen harus memilih produk *skincare* yang sudah bersertifikat halal. Untuk itu konsumen harus mencari informasi terhadap produk yang akan dibeli. Informasi yang mendalam mengenai label halal yang terdapat pada kemasan, karena label halal yang tercantum pada kemasan dapat memberikan keterangan kepada para konsumen bahwa produk tersebut telah dinyatakan kehalalannya.

Banyak cara yang harus dilakukan dalam upaya pemilihan produk yang sesuai dengan apa yang kita butuhkan. Salah satunya dengan mencari informasi yang terdapat pada atribut produk. Atribut produk menjadi unsur yang paling penting dalam pandangan konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan membeli produk. Melalui atribut konsumen dapat memperoleh jawaban apakah produk yang akan dibeli sesuai dengan kebutuhan dan keinginan sehingga memperoleh kepuasan secara lahir dan batin.

Atribut yang dimaksud sebagai media informasi konsumen untuk mendapatkan kepercayaan terhadap produk yang akan di beli secara lahir batin adalah label halal. Produk *skincare* yang beredar di pasaran nyatanya masih banyak yang belum mencantumkan label halal dalam kemasan produknya. Padahal kebutuhan akan jaminan halal pada *skincare* menjadi keutamaan penting khususnya di Indonesia yang mana masyarakatnya mayoritas Islam.

Pembelian suatu produk *skincare* adalah sebuah kebutuhan seseorang pada saat ini. Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dipengaruhi banyak hal seperti lingkungan, kelas sosial, keluarga, dan budaya yang akan membentuk sikap dan nilai-nilai pada diri konsumen untuk melakukan suatu keputusan pembelian. Seorang konsumen akan memiliki pandangan tertentu apakah konsumen tersebut akan membeli suatu produk atau tidak dan barang apa yang akan dibeli melalui berbagai proses penilaian. Penilaian yang dimaksud bagaimana keberadaan produk tersebut memiliki label halal dan kualitas produk yang bagus sehingga dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian pada suatu produk *skincare*.

Pada kenyataannya masalah-masalah yang timbul akibat efek samping dari kesalahan memilih *skincare* membuat konsumen melakukan banyak pertimbangan sebelum membeli suatu produk. *Skincare* yang mengandung bahan kimia akan mengakibatkan kerusakan pada wajah, seperti iritasi kulit hingga paling berat seperti menyebabkan kanker yang

dapat memicu kesehatan. Sikap yang lebih teliti terhadap label produk dapat membantu konsumen menemukan *skincare* yang paling tepat dan aman di pasaran.

Pada masa sekarang telah banyak muncul produk kosmetik maupun *skincare*. Berdasarkan data di Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI, 2018) dari total keseluruhan perusahaan kosmetik di Indonesia jumlahnya mencapai lebih dari 760 perusahaan. Dari jumlah itu, yang telah tersertifikasi halal oleh LPOM MUI hanya 215 perusahaan saja.

Seiring dengan pesatnya perkembangan media dewasa ini, arus informasi yang dapat diperoleh konsumen akan semakin banyak dan turut pula mempengaruhi pola konsumsi mereka. Labelisasi halal yang secara prinsip adalah label yang menginformasikan kepada pengguna produk yang berlabel tersebut, bahwa produknya benar-benar halal dan nutrisi-nutrisi yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produk tersebut boleh dikonsumsi. Dengan demikian produk-produk yang tidak mencantumkan label halal pada kemasan produknya belum mendapat persetujuan lembaga berwenang untuk diklasifikasikan kedalam daftar produk halal atau masih diragukan kehalalan produknya (Yaqub, 2009).

Kebutuhan akan jaminan halal pada *skincare* menjadi penting khususnya di Indonesia. Dikarenakan Negara Indonesia merupakan Negara dengan penduduk yang memiliki populasi muslim terbesar didunia. Indonesia hanya memiliki satu buah lembaga saja untuk mengurus sertifikasi Halal. Agar tidak terjadi tuntutan atau protes di masyarakat di masa mendatang, maka pimpinan Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk sebuah lembaga khusus untuk mengkaji pangan, obat dan kosmetika (LP POM) (Islam & Haji, 2003).

Di Indonesia, Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah lembaga yang kompeten untuk melakukan penjaminan kehalalan produk. Dalam kerjanya MUI dibantu oleh LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-

obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia). Lembaga ini dibentuk untuk membantu Majelis Ulama Indonesia dalam menentukan kebijaksanaan, merumuskan ketentuan-ketentuan, rekomendasi dan bimbingan yang menyangkut pangan, obat-obatan dan kosmetika sesuai dengan ajaran Islam. Dengan kata lain LPPOM-MUI didirikan agar dapat memberikan rasa tenang pada umat Islam tentang produk yang dikonsumsi. Lembaga inilah yang sebenarnya berwenang memberi sertifikat halal kepada perusahaan yang akan mencantumkan label halal (Adisasminto, 2008).

Lembaga atau institusi yang secara khusus untuk mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia adalah Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan-Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Lembaga ini secara teliti mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan label halal pada produk yang diperiksa dan diuji. Artinya, produk yang telah melalui proses audit tersebut, secara umum telah terbebas dari unsur-unsur yang membahayakan dan aman untuk dikonsumsi. Tugas dari LPPOM MUI juga semakin diperkuat melalui Undang-undang No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang menjadi salah satu instrument penting dalam menjamin kepastian hukum atas penyelenggaraan jaminan produk halal yang ada di Indonesia (Wisati, 2013).

Tabel 1.1
Penjualan brand skincare dalam dua minggu pertama di bulan februari 2021 di Online Marketplace

No	Nama Brand	Penjualan dua minggu pertama februari 2021
1	MS Glow	Rp 38.500.000.000
2	Scarlett	Rp 17.700.000.000
3	Avoskin	Rp 5.900.000.000
4	White Lab	Rp 3.100.000.000
5	Bio Beauty Lab	Rp 2.600.000.000
6	Emina	Rp 2.100.000.000
7	Elshe Skin	Rp 1.800.000.000
8	Everwhite	Rp 1.050.000.000

Sumber: Kompas.com

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat diketahui penjualan skincare dalam dua minggu pertama di bulan februari 2021. Terlihat jumlah penjualan dua minggu pertama di bulan februari 2021 yang paling besar diperoleh oleh brand Ms Glow dengan total penjualan Rp 38.500.000.000, disusul oleh Brand Scarlett dengan total penjualan Rp 17.700.000.000 dan penjualan skincare paling kecil atau sedikit diperoleh oleh brand Everwhite dengan total penjualan Rp 1.050.000.000.

Cirebon adalah salah satu kota yang berada di provinsi Jawa Barat yang dihuni mayoritas umat muslim. Penduduk kota Cirebon sebagian besar merupakan penganut agama Islam. Jaminan kehalalan pada suatu produk kecantikan sangat penting pada saat ini, sebab telah terdapat banyak informasi mengenai bahan yang berbahaya dalam proses pembuatan suatu produk kosmetik atau kecantikan. Ms glow sendiri adalah salah satu produk kecantikan yang saat ini sudah mendapatkan sertifikat halal pada produknya, sebagai konsumen muslim harus lebih selektif dalam memilih produk kecantikan yang akan digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. Seiring dengan perkembangan gaya hidup (*lifestyle*), terutama pada kaum wanita yang selalu ingin tampil cantik memiliki kulit terawat. Maka tidak heran salah satu produk *skincare* Ms glow menjadi pilihan produk *skincare* yang di gunakan masyarakat Cirebon.

Penelitian ini akan dilakukan pada konsumen Ms glow wilayah Cirebon yang merupakan salah satu *skincare* viral yang bisa di pakai semua kalangan usia. Agar dapat memperoleh informasi yang lebih jelas serta disertai bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk *skincare* berlabel halal, perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah.

Berdasarkan pemikiran dan latar belakang yang dikemukakan diatas, penulis terdorong melakukan penelitian untuk mencari tahu lebih dalam bagaimana seseorang atau konsumen dalam mengambil keputusan saat melakukan pembelian *skincare* Ms glow untuk memenuhi

kebutuhannya. Sesuai dengan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Skincare Ms Glow (Studi Kasus Pada Ms Glow Wilayah Cirebon)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang akan di jadikan sebagai bahan penelitian sebagai berikut:

1. Adanya peningkatan kesadaran konsumen untuk mengonsumsi produk halal, sedangkan bagi Muslim, hal ini merupakan suatu kewajiban menurut agama.
2. Perkembangan teknologi dan media sosial, menimbulkan minat tinggi terhadap kosmetika di kalangan remaja hingga dewasa. Terlebih lagi banyaknya produk kosmetika yang beredar menimbulkan kewaspadaan tentang keamanan kosmetik.
3. Konsumsi masyarakat khususnya para perempuan akan kosmetik tentunya semakin meningkat, namun tidak diimbangi oleh pengetahuan dasar mengenai pemilihan kosmetik yang tepat, aman, serta bersertifikat halal.
4. Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian Ms glow wilayah Cirebon.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu luas dan lebih fokus pada tujuan awal penelitian, maka penulis membatasi masalah yang akan di bahas sebagai berikut:

1. Subjek penelitiannya adalah konsumen Ms glow wilayah Cirebon
2. Label halal dalam penelitian ini hanya dibatasi pada produk skincare Ms glow.

D. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana korelasi antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian produk skincare Ms glow?
2. Bagaimana hasil uji regresi antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian produk skincare Ms glow?
3. Bagaimana hasil koefisien determinasi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk Ms glow?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dan manfaat penelitian ini adalah

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk skincare Ms glow.
 - b. Untuk menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk Ms glow.
2. Manfaat Penelitian
 - a. Secara teoritis
Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan bagi akademisi, memberikan sumbangsih pengetahuan dan penelitian terhadap pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan konsumen membeli produk skincare Ms glow.
 - b. Manfaat secara praktis
 - 1) Manfaat bagi peneliti: Untuk menambah pengetahuan dan memperluas wawasan berfikir penulis mengenai Pagaruh Labelisasi Halal Terhadap Tingkat Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow.
 - 2) Manfaat bagi perusahaan: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang bergna bagi perusahaan sejenis dalam pengambilan keputusan untuk memilih strategi pemasaran yang tepat tentang pengaruh label halal dan kualitas terhadap keputusan pembelian.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran dan mempermudah pembahasan, maka dijelaskan sistematika penulisan ini sebagai berikut.

PADA BAB I PENDAHULUAN, diuraikan secara garis besar permasalahan penelitian meliputi Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran dan Sistematika Penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI, yang diawali dengan menjelaskan secara ringkas dan jelas mengenai berbagai referensi yang berhubungan dengan pokok bahasan agar dapat mendukung penyusunan teori dan konsep.

BAB III METODE PENELITIAN, menjelaskan gambaran proses penelitian dilapangan sesuai dengan teori dan konsep yang relevan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya. Metode penelitian ini meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, operasional variabel penelitian, data dan sumber data, populasi dan sample, instrument penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN, yaitu menguraikan hasil penelitian dan analisis data. Hasil penelitian lapangan meliputi profil tempat penelitian dan hasil angket serta hasil observasi.

BAB V PENUTUP, yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan uraian singkat atas jawaban pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada rumusan masalah setelah melalui analisis pada bab sebelumnya. Sedangkan saran merupakan kementar dan masukan dari peneliti mengenai permasalahan yang diteliti sesuai dengan hasil kesimpulan yang diperoleh.