

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Islam merupakan agama yang rahmatan lil'alamin yang mengatur setiap aspek kehidupan manusia di dunia maupun di akhirat, salah satu hal yang diatur dalam Islam adalah konsumsi. Setiap muslim berkewajiban untuk mengonsumsi produk yang halal. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menyatakan bahwa produk halal adalah barang dan/atau jasa yang berkaitan dengan makanan, minuman, farmasi, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetika, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.<sup>1</sup> Produk halal tidak terbatas pada makanan atau minuman tetapi mencakup kosmetik, obat, serta produk atau

---

<sup>1</sup> Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

barang gunaannya yang dapat dipakai, digunakan atau dimanfaatkan.

Tingginya angka perkembangan penduduk muslim di Indonesia berbanding lurus dengan meningkatnya permintaan terhadap produk halal.<sup>2</sup> Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) mencatat jumlah penduduk muslim di Indonesia mencapai 236,53 juta jiwa atau sekitar 86,88 persen dari total seluruh penduduk yang berjumlah 272,23 juta jiwa.<sup>3</sup> Hal ini menjadikan Indonesia memiliki potensi yang besar dalam perkembangan industri halal.

Indonesia Halal Markets Report 2021/2022 mencatat Indonesia mewakili pasar konsumen halal terbesar di dunia dengan pengeluaran konsumen sebesar USD 184 miliar atau 11,34% dari total pengeluaran halal global pada tahun 2020. Seiring dengan meningkatnya tren halal secara global,

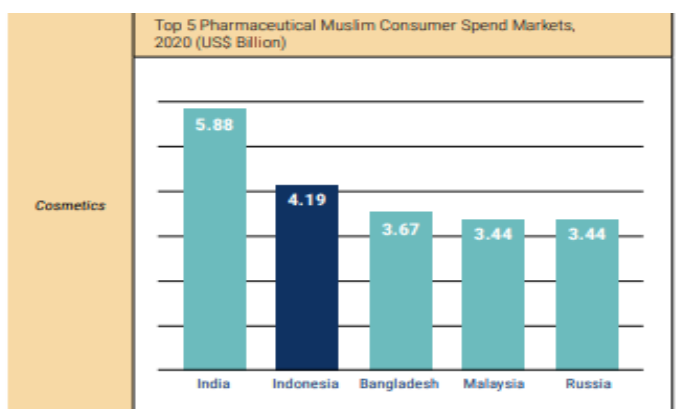
---

<sup>2</sup> Tina Sophia, "Pengaruh Religiusitas dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Berlabel Halal Wardah Pada Masyarakat Kecamatan Pelangiran Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau," (Skripsi Program Sarjana, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2022), h. 1

<sup>3</sup> <https://databoks.katadata.co.id> diakses pada 03 Juni 2022

pengeluaran umat muslim Indonesia untuk produk halal diproyeksikan meningkat sebesar 14,96% pada tahun 2025 yaitu USD 281,6 miliar.<sup>4</sup>

Selain itu, data Indonesia Halal Market Report 2021/2022 memperlihatkan bahwa pasar kosmetik halal Indonesia menjadi yang terbesar kedua setelah India, yaitu sebesar USD 4,19 miliar. Secara ekonomis dapat diketahui terdapat nilai yang relatif dalam perkembangan industri kosmetik halal.



**Gambar 1. 1 5 Pasar Konsumen Kosmetik Halal Terbesar**

Sumber: Indonesia Halal Market Report 2021/2022

---

<sup>4</sup> Indonesia Halal Market Report 2021/2022

Kosmetik adalah salah satu kebutuhan utama bagi wanita yang biasa digunakan dari pagi hingga malam hari. Menurut Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 26 Tahun 2019 tentang Mekanisme Monitoring Efek Samping Kosmetika, kosmetik merupakan bahan atau preparat yang digunakan pada bagian luar tubuh, seperti kulit, rambut, kuku organ genital eksternal, atau gigi dan mulut yang dimaksudkan untuk membersihkan, menghilangkan bau, memperbaiki penampilan atau merawat dan memelihara tubuh pada kondisi yang baik.<sup>5</sup>

Perkembangan industri kosmetik tidak terlepas dari munculnya beragam merek kosmetik lokal di Indonesia sehingga setiap perusahaan harus berinovasi agar tetap bisa bersaing dan produknya dapat diterima di masyarakat. Salah satu perusahaan kosmetik lokal yang ada di Indonesia adalah PT. Paragon Tecnology and Inovation (PTI) dengan produknya adalah Wardah. Survei yang dilakukan oleh

---

<sup>5</sup> Peraturan BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) Nomor 26 Tahun 2019 tentang Mekanisme Monitoring Efek Samping Kosmetika

Populix pada tahun 2022 menunjukkan daftar merek kosmetik lokal yang paling banyak digunakan sebagai berikut.

**Tabel 1. 1 Merek Kosmetik Favorit di Indonesia**

No	Merek Kosmetik Lokal		
	2020	2021	2022
1	Emina	Make Over	Wardah
2	Wardah	Wardah	Emina
3	Make Over	BLP Beauty	Make Over
4	Moko-moko	Rollover Reaction	Somethinc
5	Rollover Reaction	Goban Cosmetics	Purbasari
6	Purbasari	Esqa Cosmetics	Y.O.U Cosmetics
7	BLP Beauty	Purbasari	Dear Me Beauty
8	Mustika Ratu	Emina	Sariayu
9	Goban Cosmetics	Mineral Botanica	Luxcrime
10	Esqa Cosmetics	Mizzu Cosmetics	Mustika Ratu

Sumber: <https://databooks.katadata.co.id> (2022)

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa dengan banyaknya jumlah kosmetik yang beredar di masyarakat, artinya meningkatkan persaingan antar sesama perusahaan

produsen. Pada tahun 2020 posisi pertama ditempati oleh Emina sebagai merek kosmetik yang paling diminati. Sementara itu di tahun 2021 Make Over berada pada posisi pertama sebagai merek kosmetik yang paling banyak diminati. Sedangkan pada tahun 2022 Wardah berhasil menempati posisi pertama sebagai merek kosmetik yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Artinya bahwa selama tiga tahun terakhir dari tahun 2020 sampai 2022 Wardah mampu bersaing dengan merek-merek kosmetik lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat lebih berminat terhadap produk Wardah dibandingkan dengan produk lain.

Wardah merupakan salah satu merek kosmetik lokal yang paling terkenal di Indonesia dan diproduksi oleh PT Paragon Technology and Innovation. Perusahaan ini didirikan pada 28 Februari 1985, yang semula bernama Pusaka Tradisi Ibu dan kemudian berganti nama menjadi PT Paragon Technology and Innovation pada tahun 2011. Kosmetik Wardah telah mendapatkan sertifikat halal dari MUI yang memberikan jaminan keamanan produk dan memastikan

bahwa komponen-komponen bahan baku memang halal dan sesuai dengan hukum Islam.

Halal sering kali merujuk pada barang atau perilaku yang diizinkan oleh hukum Islam. Dalam konteks kosmetik halal, hal ini mencakup semua aspek produksi, termasuk penggunaan hanya komponen yang halal atau diizinkan. Hukum Islam harus dipatuhi dalam produksi, penyimpanan, pengemasan, dan pemuatan setiap barang. Islam memberlakukan pedoman dan ajaran moral yang ketat kepada para pemeluknya terkait perolehan barang dan jasa.<sup>6</sup> Selain itu, konsumen khususnya konsumen muslim hendaknya lebih memperhatikan keamanan dan kehalalan bahan baku kosmetik saat menggunakan kosmetik. Hal ini dikarenakan banyak bahan-bahan dasar pembuatan kosmetik yang diduga berasal dari bahan-bahan yang belum halal.

Yunita & Beni dalam penelitian Iis (2018), bahan dasar pembuatan kosmetik yaitu asam lemak, kolagen,

---

<sup>6</sup> Rida Rosida, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Pembelian Kosmetik Halal (Survey Pada Muslimah di Jawa Barat)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* : Vol. 4 No. 2 Juni-Desember 2018, h. 131

plasenta, gliserin, keratin, albumin, elastin, asam hialuronat, allantoin, lilin, dan gelatin. Bahan-bahan tersebut biasanya diambil dari hewan atau sumber lain yang tergolong non halal. Oleh karena itu, ketika memutuskan untuk membeli kosmetik, seseorang harus memperhatikan kehalalan kosmetik.<sup>7</sup>

Hal lain yang tak kalah penting untuk diperhatikan yaitu label halal yang merupakan tanda kehalalan suatu produk. Label halal tidak bisa dianggap sepele, karena dalam prosesnya harus digunakan prosedur yang tepat serta dilakukan oleh lembaga yang terpercaya. Dalam hal ini, organisasi atau lembaga yang bertugas menyelenggarakan jaminan terhadap produk halal dilakukan oleh BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal).

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor yang berpengaruh terhadap minat beli masyarakat terhadap kosmetik halal Wardah. Sulisty & Berlianingsih dalam Oktaviana (2020) menyatakan bahwa minat beli dapat

---

<sup>7</sup> Iis Ariska Nurhasanah, "Pengaruh Preferensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Bersertifikat Halal (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia dan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta", (Thesis Program Pascasarjana, Universitas Islam Indonesia, 2018), h. 2



diartikan sebagai kecenderungan yang menetap, untuk tertarik pada sesuatu atau merasa senang karena telah memilihnya.<sup>8</sup> Minat dalam hal ini adalah kecenderungan konsumen untuk memilih atau menggunakan produk kosmetik halal Wardah. Perusahaan harus memperhatikan tren pasar untuk mempertahankan perkembangan komersial karena minat konsumen terhadap suatu produk pasti akan bervariasi dari waktu ke waktu.<sup>9</sup>

Beberapa penelitian telah dilakukan terkait dengan minat beli diantaranya Anik dan Rochmad (2020), menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi minat beli diantaranya kualitas produk, label halal dan *brand awareness*.<sup>10</sup> Ary Dewi (2022), mendukung penelitian dari Anik dan Rochmad bahwa kualitas produk dan label halal

---

<sup>8</sup> Oktaviana Banda Saputri, "Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Respons Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Alat Pembayaran Digital", *Jurnal Kinerja*, Vol. 17, No. 2, 2020, h.239

<sup>9</sup> Leonard Adrie Manafe & Ferdinand Romelus Anigomang, "Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk Kerupuk pada CV. Panda Unyil Kerupuk Sidoarjo", *Jurnal Sinar Manajemen*, Vol. 08, No. 02, Agustus 2021, h. 81

<sup>10</sup> Anik Ariyanti & Rochmad Fajar Darmanto, "Analisis Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Wardah Cosmetics", *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, Vol. 17, No. 2, Desember 2020, h. 152

merupakan faktor yang mempengaruhi minat beli. Selain itu, faktor lain yang mempengaruhi minat beli adalah citra merek.<sup>11</sup> Sedangkan dalam penelitiannya Almar'atus dkk (2022), menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen yaitu harga, citra merek dan label halal.<sup>12</sup>

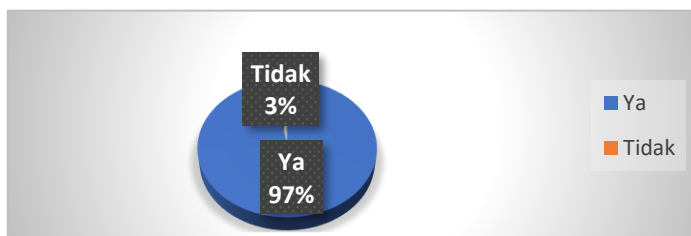
Kecamatan Bandung merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Serang Provinsi Banten dengan mayoritas masyarakatnya muslim. Hal ini menjadikan Kecamatan Bandung memiliki peluang terhadap perkembangan produk halal salah satunya kosmetik. Ada beragam merek kosmetik yang digunakan oleh masyarakat, salah satu merek yang populer adalah Wardah. Produk kosmetik Wardah sangat mudah untuk ditemukan dan banyak tersedia di toko-toko kosmetik, minimarket atau *e-commerce*.

---

<sup>11</sup> Ary Dewi Saputri, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Keju Indrakila dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Produk Keju Indrakila Boyolali)", (Sripsi Program Sarjana, IAIN Salatiga, 2022), h.92

<sup>12</sup> Almar'atus Shalihah, dkk, "Pengaruh Harga, Citra Merek dan Label Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Lipstik Wardah di Kabupaten Banyuwangi", *Jurnal of Business Studies*, Vol. 1, No. 1, 2022, h.141

Peneliti melakukan survei awal terhadap 30 perempuan di Kecamatan Bandung yang dilakukan melalui link google form dengan memberikan pertanyaan kepada responden, apakah responden menggunakan atau berminat terhadap produk kosmetik Wardah. Dari survei yang dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:



**Gambar 1. 2 Persentase Responden yang Memilih Kosmetik Wardah**

Sumber: Survei Awal Peneliti (2022)

Berdasarkan survei yang dilakukan kepada 30 perempuan di Kecamatan Bandung menyatakan bahwa 97% atau 29 orang menggunakan produk kosmetik Wardah sedangkan sisanya sebanyak 3% atau 1 orang belum menggunakan produk kosmetik Wardah tetapi berminat untuk menggunakannya. Hal ini menunjukkan bahwa minat perempuan di Kecamatan Bandung terhadap produk kosmetik

Wardah sangat tinggi. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap kosmetik berlabel halal Wardah.

Penelitian ini menganalisa minat beli konsumen terhadap produk kosmetik halal Wardah. Hal ini dilakukan agar pelaku usaha dibidang industri kosmetik halal dapat memahami karakteristik pelanggan dalam memilih kosmetik dan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan minat mereka. Dengan demikian, peneliti bermaksud menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap kosmetik Wardah. Atas dasar inilah penulis bermaksud membuat penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat Dalam Memilih Produk Kosmetik Berlabel Halal Wardah” (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Bandung Kabupaten Serang)**. Diharapkan penelitian ini menghasilkan kondisi terbaru pada objek penelitian.

## **B. Identifikasi Masalah**

Permasalahan yang ada dalam penelitian ini dapat ditentukan berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti mengidentifikasi masalah yang akan menjadi dasar dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Indonesia sebagai negara konsumen kosmetik halal terbesar ke-2 dunia.
2. Tingginya angka perkembangan penduduk muslim Indonesia.
3. Kosmetik Wardah sebagai merek kosmetik lokal yang paling banyak digunakan.
4. Minat beli masyarakat Kecamatan Bandung terhadap produk kosmetik halal Wardah.
5. Pengaruh dari citra merek, kualitas produk dan label halal terhadap minat beli masyarakat Kecamatan Bandung terhadap produk kosmetik halal Wardah.

## **C. Batasan Masalah**

Karena adanya keterbatasan waktu, tenaga, dana, teori-teori, dan supaya penelitian dilakukan secara mendalam,

maka tidak semua masalah yang telah diidentifikasi akan diteliti. Untuk itu maka peneliti memberi batasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan untuk produk kosmetik berlabel halal dengan merek Wardah.
2. Penelitian ini hanya dilakukan dengan populasi dan sampel masyarakat Kecamatan Bandung Kabupaten Serang Banten.
3. Penelitian ini menggunakan variabel independen citra merek, kualitas produk, dan label halal serta variabel dependen minat beli.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh citra merek secara parsial terhadap minat beli masyarakat dalam memilih kosmetik berlabel halal Wardah?

2. Bagaimana pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap minat beli masyarakat dalam memilih kosmetik berlabel halal Wardah?
3. Bagaimana pengaruh label halal secara parsial terhadap minat beli masyarakat dalam memilih kosmetik berlabel halal Wardah?
4. Bagaimana pengaruh citra merek, kualitas produk dan label halal secara simultan terhadap minat beli masyarakat dalam memilih kosmetik berlabel halal Wardah?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Sehubungan dengan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek secara parsial terhadap minat beli masyarakat dalam memilih kosmetik berlabel halal Wardah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap minat beli masyarakat dalam memilih kosmetik berlabel halal Wardah.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh label halal secara parsial terhadap minat beli masyarakat dalam memilih kosmetik berlabel halal Wardah.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan label halal terhadap minat beli masyarakat dalam memilih kosmetik berlabel halal Wardah.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berdasarkan tujuan yang ingin dicapai. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Temuan dari penelitian ini diharapkan akan menambah pemahaman kita tentang minat beli konsumen terhadap kosmetik berlabel halal.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengalaman dan khazanah ilmiah



mengenai produk kosmetik berlabel halal dan diharapkan menjadi acuan bagi penulis untuk mengaplikasikan hasil dari penelitian dengan konsep yang tertuang dalam penelitian.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai minat beli masyarakat terhadap produk kosmetik berlabel halal dan menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan masyarakat mengenai produk kosmetik berlabel halal dan sebagai bahan pertimbangan dalam memilih produk kosmetik.

d. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi kepada produsen kosmetik mengenai

faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih kosmetik berlabel halal.

## **G. Sistematika Penulisan**

Agar penelitian dapat dipahami secara baik dan utuh, maka disusun secara sistematis sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka. Dalam bab ini berisi teori serta konsep yang menjadi dasar dalam melakukan penelitian ini. Pada bagian ini juga akan melakukan pembahasan mengenai beberapa penelitian terdahulu dan melakukan perbandingan dengan penelitian tersebut.

Bab III Metode Penelitian. Bab ini membahas mengenai metode atau cara melakukan penelitian secara operasional, definisi variabel, jenis data, teknik pengumpulan data, sumber data serta metode analisis yang akan digunakan.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bab ini

menjabarkan tentang hasil yang diperoleh setelah melakukan penelitian dan hasil analisis data. Pada bab ini juga dijabarkan mengenai gambaran umum objek penelitian.

Bab V Penutup. Pada bab ini akan menyimpulkan temuan penelitian dari hasil yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Bab penutup akan terdiri dari kesimpulan dan saran.

