

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Allah menciptakan manusia sebagai bagian dari alam, oleh karenanya sebagai makhluk hidup manusia memiliki banyak kebutuhan untuk keberlangsungan hidupnya. Manusia membutuhkan sandang, pangan, papan, rasa aman, dicintai, harga diri untuk hidup.

Keadaan dan kodrat manusia menjadikan setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda, kebutuhan pelajar berbeda dengan kebutuhan pekerja, kebutuhan anak-anak berbeda dengan kebutuhan orangtua, kebutuhan wanita berbeda dengan kebutuhan pria. Bagi wanita khususnya penampilan itu sangat penting, karena wanita selalu ingin tampil lebih menarik dan cantik. Dengan adanya kebutuhan wanita untuk selalu ingin tampil lebih menarik dan cantik, hal ini menciptakan potensi besar di industri kosmetik untuk memenuhi kebutuhan wanita.

Setiap harinya wanita tidak bisa terlepas dari kosmetik, produk perawatan tubuh ini digunakan oleh sebagian besar wanita mulai dari bangun tidur hingga akan tidur kembali, oleh karena itu banyak industri kosmetik yang terus berusaha berinovasi dalam memenuhi kebutuhan wanita.

Inovasi produk kosmetik dilakukan oleh produsen bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan wanita, namun juga untuk menumbuhkan

kepercayaan kepada konsumen seiring banyak beredarnya produk kosmetik yang palsu dan berbahaya, dalam memenuhi kebutuhannya, seorang akan memilih produk yang dapat memberikan kepuasan tertinggi, kepuasan itu tidak berupa kepuasan lahir saja tetapi juga mengenai kepuasan batin seperti ketenangan hati saat menggunakan produk.

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan, salah satunya dengan mencari informasi mengenai atribut produk itu, atribut produk menjadi bagian yang penting bagi konsumen untuk menjadi dasar keputusan membeli, atribut produk yang dimaksud sebagai media informasi konsumen dalam memperoleh kepercayaan dan kepuasan lahir batin adalah label halal.

Perkara label halal dan haram menjadi sangat penting terutama di Indonesia, alasan yang sangat mendasar adalah karena sebagian besar penduduk Indonesia merupakan ummat muslim. Konsep halal dalam kehidupan masyarakat Indonesia lebih di terapkan pada umat muslim. Konsumen islam cenderung memilih produk yang telah dinyatakan kehalalannya dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga berwenang.¹

Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 114:

تَعْبُدُونَ إِيَّاهُ كُنْتُمْ إِنْ اللَّهُ نِعْمَتٌ وَاشْكُرُوا طَيِّبًا حَلَالًا اللَّهُ رَزَقَكُمْ مِمَّا فَكُلُوا

¹ Sumawar Ujang, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. (Bogor, Ghalia Indonesia 2011)

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rejeki yang telah diberikan Allah kepadamu, dan syukurilah nikmat Allah, jika kumu hanya menyembah kepada-Nya (QS. An-Nahl: 114).²

Dalam ayat di atas Allah telah memerintahkan kepada manusia untuk memakan (mengonsumsi) makanan yang halal.

Jika ayat tersebut diterapkan dalam konteks sekarang, ayat tersebut berlaku tidak hanya sebatas perintah memakan yang halal saja, namun semua hal yang kita konsumsi harus halal termasuk dalam pemakaian kosmetik.

Kosmetik yang tidak halal berarti pada proses pembuatannya menggunakan zat-zat yang diharamkan dalam Islam, bagi umat Islam yang menyadari hal tersebut tentu akan menimbulkan perasaan tidak tenang saat menggunakannya dan menimbulkan keraguan terutama jika sedang beribadah. Selain krasa tidak tenang dan keraguan yang timbul akibat kesalahan pemilihan kosmetik masalah-masalah kesehatan juga akan timbul dan menjadi ancaman bagi jangka panjang.

Masalah-masalah yang timbul akibat efek samping dari kesalahan pemilihan kosmetik membuat konsumen melakukan banyak pertimbangan sebelum membeli. Kosmetik mengandung daftar panjang bahan kimia. Sebagian besar diantaranya sintetis dan berbahan dasar minyak bumi, yang

² Tim Penerjemah Yayasan Penyelenggara penerjemah Al-Quran Departemen Agama RI, AL-Quran dan Terjemahannya, (Bandung, Diponegoro, 2012)

dapat memicu masalah masalah kesehatan seperti iritasi kulit hingga yang paling berat seperti kanker. Sikap yang lebih teliti terhadap label produk dapat membantu konsumen menemukan kosmetik yang paling sehat dan aman di pasaran.

Label halal yang terdapat pada kemasan produk, akan mempengaruhi konsumen untuk mengidentifikasi suatu produk. Di Indonesia penggunaan label halal sangatlah mudah ditemukan, pada produk makanan pada umumnya. Suatu produk yang tidak jelas bahan baku dan cara pengolahannya dapat saja "ditempeli" tulisan halal (dengan tulisan arab), maka seolah-olah produk tersebut telah halal dikonsumsi. Berikut label halal yang sering digunakan produsen untuk memberikan informasi kehalalan produknya.

Gambar 1.1

Label halal tanpa ada nama lembaga yang menjaminkannya



Sumber : diambil dari berbagai sumber

Konsumen yang kurang memiliki pengetahuan tentang label halal akan beranggapan bahwa label halal (seperti gambar diatas) yang tercantum dalam produk yang dibelinya adalah label halal yang sah. Padahal penentuan label halal pada suatu produk, tidak bisa hanya asal tempel, harus dilakukan

berdasarkan ketentuan-ketentuan syari'at islam yang melibatkan pakar dari berbagai disiplin ilmu, baik agama maupun ilmu-ilmu lain yang mendukung.

Di Indonesia Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah lembaga yang kompeten untuk melakukan penjaminan kehalalan produk. Dalam kerjanya peran 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 tentang produk yang dikonsumsi. (Adisasmito, 2008:10). Lembaga inilah yang sebenarnya berwenang memberi sertifikat halal kepada perusahaan yang akan mencantumkan label halal MUI.

Gambar 1.2

Label Halal resmi MUI



Sumber: www.halalmui.org

Dengan adanya LPPOM-MUI memberikan kemudahan bagi masyarakat muslim dalam memperoleh informasi kehalalan produk,

pemberian label halal pada produk sedikit banyaknya akan mengurangi keraguan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi produk.

Hal inilah yang menjadikan harapan agar konsumen lebih teliti sebelum membeli suatu produk, dalam pembelian suatu produk kosmetik konsumen sebaiknya menggunakan proses keputusan yang luas dengan tingkat keterlibatan yang tinggi, salah dalam memilih produk kosmetik akan berdampak pada kesehatan kulit baik itu jangka pendek maupun jangka panjang.

Salah satu hak konsumen dalam mengonsumsi produk (barang dan jasa) adalah memperoleh informasi yang benar mengenai produk yang akan dibelinya, informasi bisa diperoleh konsumen dengan melihat iklan atau melihat label halal pada kemasan produk. Produsen yang akan mencantumkan label halal harus memiliki sertifikat halal terlebih dahulu. Konsumen harus lebih selektif terhadap kehalalan suatu produk, terutama pada konsumen wanita yang cenderung setiap harinya mengonsumsi kosmetik untuk menambah rasa percaya diri dalam berpenampilan.

Kesalahan dalam memilih produk kosmetik akan berdampak pada penyakit kulit seperti alergi atau lebih serius terjadi kanker kulit, Hal yang sering terjadi dalam kasus kosmetik bermasalah adalah keinginan untuk mencerahkan kulit wajah namun yang terjadi adalah kesalahan penggunaan kosmetik yang mengakibatkan kulit rusak menghitam.

Kasus diatas adalah fakta bahwa kebutuhan untuk tampil menarik dan cantik membuat wanita melakukan berbagai cara yang pada akhirnya merugikan diri sendiri, konsumen wanita diharapkan mampu lebih teliti lagi dalam keputusan membeli produk kosmetik selain karena alasan kesehatan kulit, alasan ketatakwaan untuk mengkonsumsi produk halal juga kebutuhan bagi konsumen wanita Islam.

Kosmetik halal menjadi jawaban bagi wanita Islam yang ingin tampil cantik namun tidak melanggar ajaran agama. Halal, adalah sebutan bagi benda atau perbuatan yang sesuai dengan ajaran Islam. Wardah, merupakan perusahaan kosmetik Indonesia, seluruh produknya yang berjumlah kurang lebih 200 macam telah mendapat sertifikasi halal, yang dikeluarkan Oleh Majelis Ulama Indonesia. Penjualan yang dimulai sejak tahun 1995 melalui *door to door* ini kemudian telah berkembang menjadi 1500 *outlet* yang tersebar di Departemen Store dan pusat perbelanjaan lengkap dengan konsultan kecantikannya.³

Namun perkara halal tidak akan sampai kepada masyarakat jika tidak ada upaya dalam memberikan informasi, perusahaan dalam penyampaian informasi dan sekaligus memasarkan produk menggunakan jasa periklanan. Dalam hal pemasaran tidak cukup hanya menciptakan produk yang baik, menetapkan harga yang menarik, menciptakan suasana toko yang nyaman,

³ Asashi Simbun, “Tetap Cantik Tanpa Melanggar Agama Islam”, dalam www.wardahbeauty.com (2011)

tetapi perusahaan harus mampu mengkomunikasikan produk kepada para konsumen untuk mempengaruhi minat beli konsumen sehingga menimbulkan suatu tindakan pembelian.

Adapun alat-alat yang dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa dapat dipilih dengan beberapa cara, yaitu:

1. Periklanan (*Advertising*)
2. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)
3. Publikasi (*Publicity*)
4. Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)
5. Penjualan langsung (*Direct Marketing*)

Iklan merupakan cara yang efektif dan efisien untuk menyebarkan pesan, media promosi produk dan membangun preferensi merek dan banyak organisasi menangani periklanan dengan berbagai cara atau pemasaran, yang bekerjasama dengan biro periklanan, sedangkan untuk perusahaan besar sering membentuk departemen periklanan sendiri, dalam mengelola periklanan perusahaan harus membuat anggaran total, mengembangkan strategi, tujuan dan pesan periklanan.

Pemasaran secara periklanan bertujuan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan demikian perusahaan harus menelaah lebih jauh berbagai macam faktor yang mempengaruhi para konsumen dan mengembangkan pemahaman mengenai cara konsumen melakukan keputusan pembelian, jenis kebutuhan pembelian

dan langkah-langkah dalam proses pembelian. Dengan demikian perusahaan harus mengenali perilaku konsumen.

PT. Paragon Technology dan Innovation sebagai perusahaan kosmetik yang mengusung tema "Kosmetik Halal" tentu sudah jelas mencantumkan label pada semua produk yang dipasarkan, semua produk Wardah sudah tersertifikasi dan berlabel halal. Terlebih kita sering mendengar strategi marketing produk kosmetik wardah dengan pernyataan "Wardah Halal Dari Awal", Perusahaan harus mampu memanfaatkan periklanan untuk mempertahankan pelanggannya yang telah percaya bahwa produk wardah merupakan produk halal serta kualitas produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Akan tetapi sejauh manakah label halal yang tercantum pada produk kosmetik Wardah serta strategi marketing melalui periklanan mampu mempengaruhi keputusan membeli konsumen. Pertanyaan inilah yang menjadi landasan peneliti untuk melakukan penelitian tentang pengaruh label halal terhadap terhadap keputusan membeli.

Matahari Mall Of Serang merupakan penyedia berbagai kebutuhan manusia, mulai dari sandang, pangan dan papan termasuk menyediakan berbagai kosmetik untuk kebutuhan wanita, namun karena keberagaman produk kosmetik yang tersedia di Matahari Mall Of Serang, membuat para konsumen lebih beragam lagi untuk memutuskan produk kosmetik apa yang akan di konsumsi, terlebih jika ada promo, *special price*, *buy one get one*, dan macam-macam hadiah yang ditawarkan oleh produk kosmetik lain

membuat konsumen lebih tertarik pada produk kosmetik tersebut tanpa berfikir lebih luas apakah produk kosmetik tersebut sudah berlabel halal atau belum, ini tidak terlepas karena factor kebutuhan wanita untuk tampil cantik dan menarik, Wardah hadir untuk menjadi solusi untuk para wanita muslim yang ingin tampil cantik namun tetap tidak melanggar syariat, di Indonesia telah banyak *outlet* dan gerai Wardah dan salah satunya terdapat gerai kosmetik Wardah di Matahari Mall Of Serang.

Lokasi Matahari MOS yang strategis karena berada tepat di depan pintu tol serang timur, pelayanan yang ramah, dan suasana gerai yang nyaman, agar dapat memperoleh informasi yang lebih jelas serta bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh label halal dan iklan terhadap keputusan pembelian suatu produk kosmetik tertentu, maka dilakukan suatu penelitian ilmiah. Untuk itu penulis akan melakukan penelitian dengan menjadikan masyarakat muslim yang mengkonsumsi produk kosmetik dari Wardah sebagai *studied population*. Masyarakat muslim adalah masyarakat kritis yang bila ditinjau dari sisi informasi adalah komunitas yang bisa memilah-milah produk kosmetik yang mereka konsumsi berdasarkan informasi yang mereka peroleh. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, bahwa yang menjadi permasalahan dalam judul ini adalah tentang kehati-hatian dan kewaspadaan konsumen muslim pada kosmetik dengan motif dalam memutuskan minat beli yang mendapat sertifikasi halal, oleh karena itu hal ini menarik bagi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul :

"Pengaruh Label Halal Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah"

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka diidentifikasi masalahnya yaitu :

1. Masih dengan mudahnya produk kosmetik palsu yang di edarkan.
2. Sebagian masyarakat kurang memahami adanya label halal dan pengaruhnya terhadap kosmetik.
3. Peran periklanan dalam memberikan informasi produk kepada masyarakat.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalahnya:

1. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Produk Kosmetik Wardah di Gerai Wardah Matahari Mall Of Serang?
2. Bagaimana pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian Produk Kosmetik Wardah di Gerai Wardah Matahari Mall Of Serang?
3. Bagaimana pengaruh label halal dan iklan- terhadap keputusan pembelian Produk Kosmetik Wardah di Gerai Wardah Matahari Mall Of Serang?

D. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah ini bertujuan agar pembahasan dalam penulisan tidak melebar, maka penulis membataskan penulisannya hanya pada keputusan pembelian produk Wardah di Gerai Wardah Matahari Mall Of Serang.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh dampak positif label halal terhadap keputusan pembelian Produk Kosmetik Wardah di Gerai Wardah Matahari Mall Of Serang.
2. Untuk menganalisis apakah ada dampak positif iklan terhadap keputusan pembelian Produk Kosmetik Wardah di Gerai Wardah Matahari Mall Of Serang.
3. Untuk menganalisis apakah label halal dan iklan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Gerai Wardah Matahari Mall Of Serang.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi Penulis menambah pengetahuan dan wawasan ilmiah mengenai perilaku konsumen dalam keputusan membeli,

2. Bagi Pembaca, diharapkan pembaca dapat mengetahui dengan jelas mengenai label halal produk dan Iklan serta hubungannya dalam keputusan membeli.
3. Bagi UIN SMH BANTEN, dapat menjadi referensi buku dan dapat dijadikan bahan penyusunan penelitian yang serupa dan lebih mendalam bagi peneliti berikutnya.

G. Kerangka Pemikiran

Kosmetik menjadi bagian penting bagi sebagian besar wanita untuk tampil cantik dan percaya diri. Namun tampil cantik saja tidaklah cukup, kosmetik juga harus memberikan rasa aman dikonsumsi baik secara lahir maupun batin, terutama bagi konsumen wanita Indonesia yang beragama Islam.

Label halal adalah label yang memuat keterangan halal dengan standar halal menurut agama Islam dan berdasarkan peraturan pemerintah Indonesia. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan menyebutkan, label adalah setiap keterangan mengenai suatu produk yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada produk, dimasukkan kedalam, ditempelkan pada,

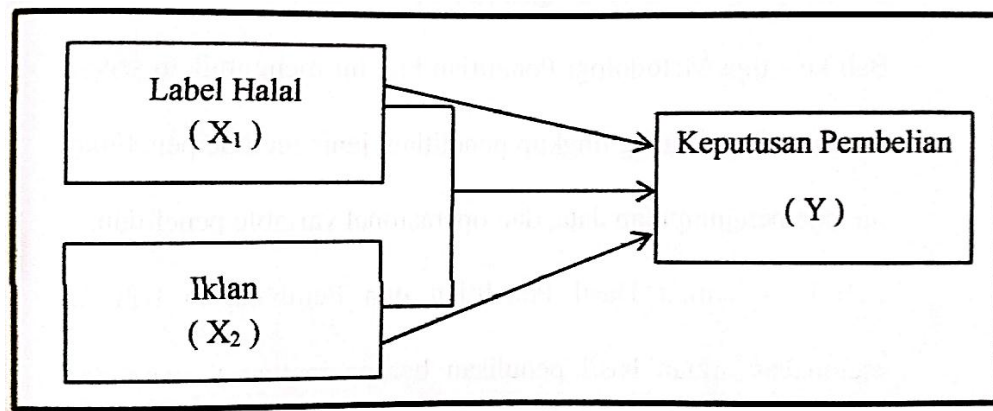
atau merupakan bagian kemasan produk.⁴

Ada beberapa tahap yang dilalui dalam keputusan membeli, menurut Tjiptono terdiri dari lima tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan, dan perilaku membeli. Setelah melakukan penilaian dari informasi yang diperoleh maka diambil keputusan membeli atau tidak membeli. Keputusan membeli menunjukkan arti kesimpulan terbaik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pembeli.⁵

Hubungan antar variabel dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

Gambar1.3

Kerangka Pemikiran



H. Sistematika Penulisan

⁴ Anonymous, Peraturan Permintaan Nomor 69 Tahun 1999.

⁵ Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Andi offset 2011)

Untuk mempermudah penulisan ini, penulis menguraikan beberapa hal tentang sistematika penulisan. Penulisan ini terdiri dari lima bab, sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat/signifikansi penelitian, penelitian terdahulu hipotesis, metode penelitian, kerangka pemikiran dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Pustaka, bab ini membahas tentang kajian pustaka yang berkaitan dengan judul penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian, bab ini menguraikan secara rinci mengenai ruang lingkup penelitian, jenis metode penelitian metode pengumpulan data, dan operasional variabel penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, bab ini membahas uraian hasil penulisan berupa temuan-temuan dari penelitian yang pernah dilakukan dengan disertai pembahasan analisis dan terpadu.

Bab V Kesimpulan dan Saran, bab ini membahas tentang kesimpulan mengenai objek yang di teliti berdasarkan hasil analisa data dan memberikan saran untuk pihak-pihak yang terkait.