

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan adalah sesuatu yang harus terpenuhi bagi makhluk hidup untuk melangsungkan hidupnya sebagai tujuan untuk mempertahankan hidup, kebutuhan manusia wajib dipenuhi dan harus ada, namun tak selamanya yang kita inginkan itu adalah kebutuhan namun hanya berupa nafsu dan keegoisan diri kita dan hanya sebagai kepuasan diri kita atas apa yang kita dapatkan dan diperoleh.

Menurut Kotler (2003) kebutuhan adalah suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan dasar tertentu. Seperti halnya dengan kosmetik, kosmetik hadir dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan.

Pada periode ini, pertumbuhan teknologi semakin mutakhir dan maju di berbagai bidang, termasuk dalam bidang informasi yang dapat memudahkan konsumen dalam mencari informasi mengenai produk atau benda yang hendak mereka coba pakai. Pada abad ke-20 perkembangan ilmu kosmetik baru dimulai secara besar-besaran. Kosmetik dijadikan sebagai salah satu bagian dari dunia usaha, bahkan saat ini teknologi pembuatan kosmetik bisa dikatakan maju dan merupakan perpaduan antara kosmetik dan obat atau bisa juga disebut sebagai kosmetik medik. Saat ini terdapat berbagai macam jenis merek kosmetik yang tersebar dipasaran.

Setiap merek kosmetik mempunyai keunggulan tersendiri yang dapat membedakannya dari produk pesaing sejenis.¹

Produk halal adalah produk yang tidak mengandung unsur atau barang haram dalam proses pembuatannya, serta dilarang untuk dikonsumsi umat muslim baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan pembantu lainnya termasuk bahan produksi yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi yang pengolahannya dilakukan sesuai dengan syariat islam serta dapat memberikan manfaat yang lebih dari pada efeknya.²

Salah satu cara mudah untuk mengetahui produk tersebut halal atau tidak yaitu dengan melihat apakah sudah tercantum label halal atau belum. Label halal adalah salah satu faktor yang menentukan keberhasilan persaingan dalam sebuah bisnis. Label halal merupakan tanda kehalalan suatu produk. Tercantumnya label halal pada produk dapat mengurangi nilai *Gharar* atau ketidakjelasan produk oleh konsumen.³

Citra merek juga memiliki peran yang menguntungkan terhadap kesuksesan perusahaan. Pandangan terhadap suatu merek yang mencerminkan ingatan pelanggan akan keterkaitannya dengan merek tersebut. Ketika pelanggan memiliki penilaian yang baik pada sebuah

¹ Sholihah Almar'atus, Hardinawati Lusiana Ulfa, Yuliati Lilis, 2022, Vol 1. *Value:Journal of Business Studies*, Pengaruh Harga, Citra Merek dan Label Halal terhadap Minat Beli Konsumen Lipstik Wardah di Kabupaten Banyuwangi. Jember, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

² Syifa, Salsabila;Setiawan, Erik. *Pengaruh Promosi Produk Halal Terhadap Minat Beli Konsumen*. *Journal Perspectives in Communication*, Vol 1 Issue 1, 2023, hal.19

³ Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, <https://peraturan.bpk.go.id/Details/161927/pp-no-39-tahun-2021>, diakses pada tanggal 22 Desember 2023 pukul 13.51 WIB.

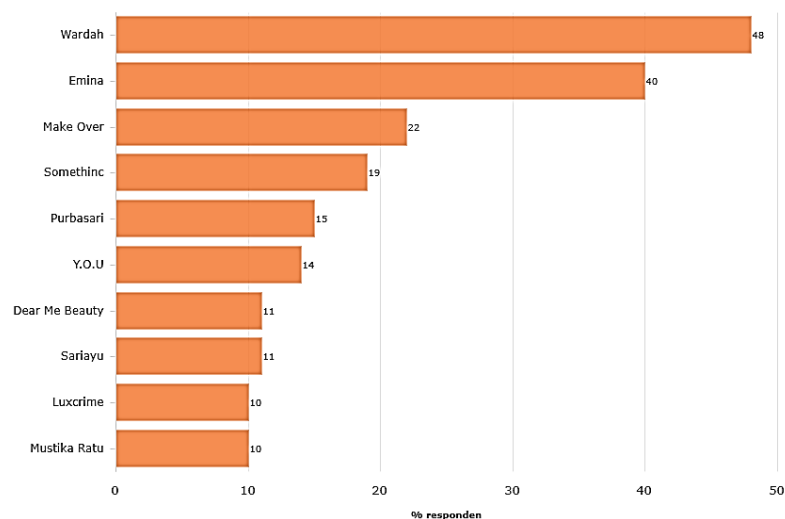
merek, mereka akan lebih gampang untuk melakukan suatu pembelian tanpa rasa bingung, karena biasanya apabila sudah memiliki penilaian yang baik pada sebuah produk mereka sudah menganggap bahwa produk tersebut sudah sesuai dengan apa yang mereka butuhkan.

Selain produk halal dan citra merek, harga pun menjadi salah satu faktor dalam melakukan sebuah bisnis. Harga merupakan pengukur dasar sebuah sistem ekonomi, dikarenakan harga turut andil pada tindakan selanjutnya setelah pembelian, berdasarkan puas atau tidaknya perasaan mereka. Harga dapat mempengaruhi minat pembelian dikarenakan harga memiliki dua peran utama yakni peran distribusi dan informasi.

Berikut 10 brand kosmetik yang menjadi favorit masyarakat Indonesia :

Gambar 1. 1 Survei Brand Kosmetik Favorit di Indonesia

Brand Lokal Kosmetik Paling Banyak Digunakan (2022)



Dkatadata.com

databoks

Sumber : Populix, Agustus 2022

Survei Populix menemukan 54% konsumen kosmetik lebih memilih merek lokal. Hanya 11% konsumen yang memilih brand internasional. Tiga merek kosmetik milik Paragon menjadi favorit konsumen. Wardah dipakai oleh 48% responden. Lalu, Emina dipakai oleh 40% dan Make Over oleh 22% responden. Selanjutnya, Somethinc dipakai oleh 19% responden dan Purbasari dipilih oleh 14% responden. Survei Populix melibatkan 500 perempuan yang tersebar di beberapa wilayah Indonesia. 49% responden berpendidikan SMA, 41% berpendidikan S1 ke atas, dan 8% berpendidikan D-3.

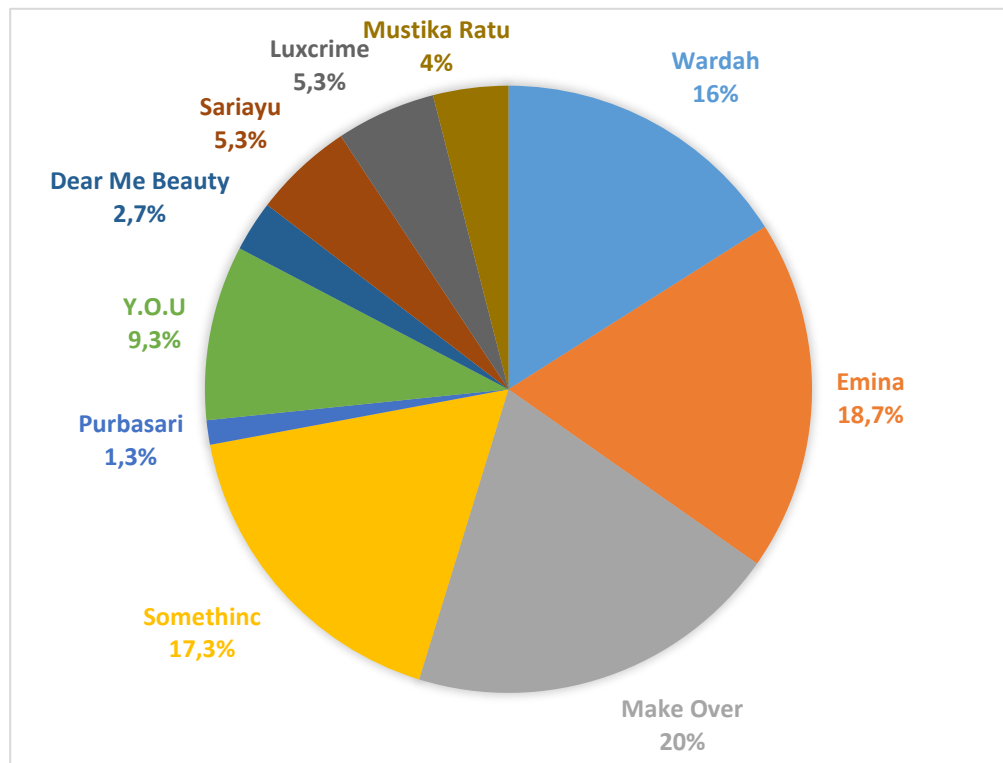
Dengan adanya daftar brand kosmetik diatas dapat dilihat produk Wardah yang menjadi tren produk kosmetik favorit pada tahun 2022 di Indonesia. Wardah merupakan salah satu produk kosmetik dengan tagline merek halal. Produk kosmetik Wardah merupakan kosmetik yang diproduksi oleh PT *Paragon Technology and Innovation* berdiri pada tanggal 28 Februari 1985 dengan nama awal PT Pusaka Tradisi Ibu. Perusahaan ini baru berganti nama menjadi PT *Paragon Technology and Innovation* pada tahun 2011. Perusahaan ini didirikan oleh pasangan suami istri Drs. H. Subakat Hadi, M.Sc dan Dra. Hj. Nurhayati Subakat.⁴

Peneliti melakukan observasi pengamatan untuk mengetahui produk kosmetik mana yang banyak digunakan pada mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Berikut hasil survei yang melibatkan 84 responden

⁴ Sejarah Berdirinya PT *Paragon Technology and Innovation*. <https://www.idntimes.com/life/career/christ-bastian-waruwu/sejarah-pt-paragon-c1c2>. Diakses pada 22 Desember 2023 pukul 14.30 WIB.

Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin
Banten Angkatan 2021-2023.

Gambar 1. 2 Hasil Survei Kosmetik Yang Di Minati



Sumber: Survei Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2021-2023

Dari hasil observasi pengamatan terhadap 84 responden terdapat 45,3% pengguna produk berlabel halal, dan 54,6% pengguna produk yang belum berlabel halal. Produk kosmetik yang sering digunakan yaitu kosmetik merek Make Over dipakai oleh 20% responden, lalu Emina dipakai oleh 18,7% responden, Somethinc dipakai oleh 17,3% responden, Wardah dipakai oleh 16% responden, Y.O.U dipakai oleh 9,3% responden, Sariayu dipakai oleh 5,3% responden, Luxcrime dipakai oleh 5,3% responden, Mustika Ratu dipakai oleh 4% responden, Dear Me Beauty dipakai oleh 2,7% responden, dan Purbasari dipakai oleh 1,3% responden.

Hasil data observasi pengamatan diatas menunjukkan rendahnya minat pada produk kosmetik halal, yang dimana mahasiswa ekonomi syariah merupakan mahasiswa yang berada di lingkungan perguruan tinggi Islam yang seharusnya mengutamakan penggunaan produk halal, dan juga masih kurang menyadari banyaknya produk kosmetik lokal yang halal yang bisa digunakan, salah satunya yaitu produk kosmetik Wardah.

Melihat hal tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui sikap konsumen terhadap minat pembelian produk kosmetik wardah melalui variabel label halal, citra merek, dan harga pada penelitian yang berjudul **“PENGARUH PRODUK HALAL, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2021-2023”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dapat diidentifikasi permasalahan yang ada. Maka peneliti mengidentifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian ini sebagai berikut :

1. Pentingnya menggunakan produk kosmetik yang sudah halal
2. Keinginan untuk menjadi cantik dengan mengkonsumsi produk kosmetik tertentu menyebabkan perilaku konsumtif terhadap kalangan mahasiswa

3. Merek Wardah sudah sangat familiar, pemakaian kosmetik wardah dikarenakan merek yang familiar atau ada keunikan lain yang didapat oleh konsumen.

C. Batasan Masalah

Melihat dari masalah yang telah diuraikan, peneliti membatasi penelitian hanya pada tiga variabel yaitu produk halal, citra merek dan harga. Penelitian ini dibatasi agar lebih terarah dan komprehensif, oleh karena itu penulis memandang bahwa pertanyaan penelitian yang diajukan harus dibatasi pada variabel.

D. Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini berdasarkan batasan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Produk Halal, Citra Merek dan Harga secara parsial terhadap Minat beli produk kosmetik Wardah pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2021-2023
2. Bagaimana pengaruh Produk Halal, Citra Merek dan Harga secara simultan terhadap Minat beli produk kosmetik Wardah pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2021-2023

E. Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui pengaruh Produk Halal, Citra Merek dan Harga secara parsial terhadap Minat beli produk kosmetik wardah pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2021-2023

2. Untuk mengetahui pengaruh Produk Halal, Citra Merek dan Harga secara simultan terhadap Minat beli produk kosmetik wardah pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2021-2023

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu manfaat yang tentunya dapat berguna bagi semua pihak yang terkait dalam kegiatan penelitian ini baik sebagai praktisi, akademis, atau pemerhati pasar, manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memperluas wawasan kepada pihak yang membutuhkan dan menambah referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat secara Praktisi

- a. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pembelajaran dan memperkaya bahan pelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan di bidang ekonomi syariah, khususnya dalam bidang produk halal.

- b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang berguna bagi perusahaan sejenis agar meningkatkan kepercayaan konsumen dengan menjamin kehalalan produk yang diproduksinya.

c. Bagi Pemerintah

Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk membuat kebijakan baru terkait sertifikasi halal bagi pelaku usaha bisnis kosmetik.

d. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru mengenai produk halal dan menjadi suatu pertimbangan dalam memilih produk kosmetik.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam menyusun penulisan penelitian ini, telah disusun sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab dengan rincian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, Batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, hipotesis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Bab ini mencakup paparan teori, hubungan antar variabel, dan hipotesa.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan secara rinci mengenai waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, jenis metode penelitian, Teknik pengumpulan data, dan Teknik analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi uraian mengenai hasil penelitian berupa temuan-temuan dari penelitian yang telah dilakukan dengan disertai pembahasannya yang analitis dan terpadu.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup dari penelitian yang terdiri dari kesimpulan atau inti dari keseluruhan bab dan saran yang berkaitan, yang diambil dari permasalahan yang ada.