

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ketetapan “halal” telah diperkenalkan oleh Allah SWT, sejak pertama kali manusia diciptakan yaitu Adam dan Hawa. Begitu pula perilaku konsumsi yang dilakukan oleh manusia.

Perilaku konsumsi secara sederhana mempelajari perilaku-perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu barang yang baik untuk dikonsumsi dan tidak baik untuk dikonsumsi/halal, haram suatu barang menurut ketentuan yang berlaku. Ruang lingkup perilaku konsumen terpusat pada cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang dan usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi, hal itu mencakup apa yang mereka beli, mengapa mereka membeli, kapan mereka membeli, dimana mereka membeli, seberapa sering mereka membeli dan seberapa sering mereka menggunakannya.

Perilaku konsumen merupakan studi yang relative baru pada pertengahan sampai akhir tahun 1960-an. Karena ilmu ini tidak mempunyai sejarah atau badan risetnya sendiri. Para pakar teori pemasaran banyak sekali meminjam berbagai konsep yang dikembangkan di berbagai disiplin ilmu yang lain, seperti Psikologi (studi mengenai individu), sosiologi (studi mengenai kelompok), antropologi (pengaruh masyarakat pada individu), dan ilmu ekonomi dalam rangka membentuk dasar disiplin ilmu pemasaran yang baru

ini. Kebanyakan teori awal mengenai perilaku konsumen didasarkan pada teori ekonomi, dengan pendapat bahwa individu bertindak secara rasional untuk memaksimalkan keuntungan (kepuasan) mereka dalam membeli barang dan jasa.

Semakin banyak produk yang beredar di masyarakat semakin besar pula kita harus meningkatkan kewaspadaan terhadap barang atau produk yang akan menjadi konsumsi sehari-hari. Karena tidak semua barang yang baik dikonsumsi itu halal menurut syariat Islam.

Produk kosmetik Wardah merupakan salah satu produk yang beredar dipasaran yang sudah berlabel Halal dari MUI. Wardah memproduksi pada tahun 1995 dan berkembang sampai sekarang menjadi salah satu produk halal yang laku dipasaran.

Produk halal berpengaruh terhadap daya beli konsumen terutama konsumen muslim. Perilaku konsumen masyarakat muslim tidak jauh berbeda dengan perilaku konsumen pada umumnya, hanya saja masyarakat muslim lebih menyukai suatu barang yang bukan hanya baik dikonsumsi tetapi halal dan haramnya suatu produk.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis menetapkan penelitian ini dengan judul: ***“Pengaruh Label Halal Pada Produk Wardah Terhadap Keputusan Pembeli”*** (Studi di Cabang Wardah Kota Serang).

B. Perumusan Masalah

Dari uraian di atas, maka dapat dirumuskan masalah-masalah yang akan diteliti yaitu:

- 1) Adakah pengaruh label halal pada produk wardah terhadap keputusan pembeli?
- 2) Seberapa besar pengaruh label halal pada produk wardah terhadap keputusan pembeli?

C. Pembatasan Masalah

Dalam penulisan skripsi ini penulis akan membatasi permasalahan yang akan dibahas, agar dalam penjabarannya nanti lebih terfokus dan lebih terarah adapun pembatasan masalahnya yaitu, penulis akan meneliti pembeli/pelanggan di Cabang Wardah Kota Serang yang menggunakan produk kosmetik wardah dan permasalahan yang dikaji hanya pada pengaruh label halal pada produk wardah terhadap konsumen.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh label halal pada produk wardah terhadap keputusan pembeli
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh label halal pada produk wardah terhadap keputusan pembeli

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Konsumen

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan perbaikan untuk para konsumen agar dapat melakukan aktivitas konsumsi sesuai tata cara Islam agar kedepan bisa lebih baik dan berhati-hati dalam mengkonsumsi produk yang beredar di pasaran.

2. Bagi Penulis

Diharapkan dengan hasil penelitian ini, penulis secara umum dapat mengembangkan wawasan dan ilmu pengetahuan.

3. Bagi Pembaca

Sebagai pengetahuan dan menambah pemahaman tentang apa yang mereka baca.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut Kotler, Label adalah hanya berupa tempelan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan kesatuan dengan kemasan.¹

Pengertian Halal menurut Departemen Agama RI yang dimuat dalam KEPMENAG RI NO.518 Tahun 2001 tentang Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal adalah tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam. Proses-proses yang menyertai dalam suatu produksi makanan atau minuman, agar termasuk dalam klasifikasi halal adalah proses yang sesuai dengan standar halal yang telah ditentukan agama Islam.² Diantara standar-standar itu adalah :

1. Tidak mengandung babi atau produk-produk yang berasal dari babi serta tidak menggunakan alkohol.
2. Daging yang digunakan berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.

¹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, (Jakarta: Prenhallindo,1997), 78

²Keputusan Menteri Agama RI Nomor 518 Tahun 2001, *Tentang Pedoman Dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal*

3. Semua bentuk minuman yang tidak beralkohol.
4. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan, tempat transportasi tidak digunakan untuk babi atau barang tidak halal lainnya, tempat tersebut harus terlebih dahulu dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam.

Label Halal adalah tanda kehalalan suatu produk dapat dikonsumsi oleh masyarakat, dimana label tersebut menentukan keadaan serta keterangan dari produk yang bersangkutan. BPJPH menetapkan bentuk Label Halal yang berlaku nasional. Pelaku Usaha yang telah memperoleh Sertifikat Halal, wajib mencantumkan Label Halal pada kemasan Produk, bagian tertentu dari Produk, dan/atau tempat tertentu pada Produk. Pencantuman Label Halal harus mudah dilihat, dibaca, tidak mudah dihapus, dilepas, dan dirusak.³ Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) adalah Badan yang dibentuk pemerintah untuk menyelenggarakan JPH. BPJPH berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Agama. Usulan tersebut sejalan dengan ketentuan Pasal 11 UU No. 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara.

Ketentuan lebih lanjut tentang Label Halal diatur dalam Peraturan Menteri Halal juga merupakan suatu benda atau perbuatan itu tidak terlepas dari lima perkara, yaitu halal, haram, syubhat, makruh dan mubah Terhadap barang yang halal secara

³Keputusan Menteri Agama RI Nomor 518 Tahun 2001, *Tentang Pedoman Dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal*

mutlak kita disuruh oleh Allah untuk memakannya, sedang terhadap yang haram kita disuruh oleh Allah untuk menjauhinya.⁴

Ada beberapa tahap yang dilalui dalam keputusan membeli yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Keputusan membeli menunjukkan arti kesimpulan terbaik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pembeli.

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁵

Tujuan utama mempelajari perilaku konsumen sebagai bagian dari kurikulum pemasaran adalah untuk memahami mengapa dan bagaimana konsumen mengambil keputusan pembelian mereka. Pandangan ini memungkinkan para pemasar merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Beberapa kritik mengkhawatirkan bahwa pemahaman perilaku konsumen yang mendalam memungkinkan para pemasar yang tidak etis memanfaatkan kelemahan sifat manusia di pasar. Pendeknya, mereka khawatir bahwa wawasan yang dilandasi pengetahuan mengenai perilaku konsumen ini memberikan keuntungan yang tidak wajar kepada para

⁴Imam Al Ghazali, *Benang Tipis Antara Halal dan Haram*, (Surabaya: Putra Pelajar, 2002), 26

⁵Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, (Bandung: Nusa Media, 2010), 2013, 30

pemasar yang memungkinkan mereka melakukan berbagai praktik pemasaran yang tidak etis.⁶

Islam datang ketika umat manusia dalam keadaan yang tidak stabil (zaman jahiliyah) dalam mengonsumsi makanan secara berlebihan dan tidak teratur serta tidak tahu apa hukumnya, pada saat itu umat manusia dalam kebodohan oleh karena itu Allah menurunkan agama Islam untuk mengatur kehidupan umat manusia di bumi (mengatur makanan yang halal dan yang dilarang oleh Allah)⁷ Halal adalah sesuatu yang diperbolehkan menurut ajaran Islam. Seperti yang telah terkandung dalam firman Allah Surah Al-Maidah: 88:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ

مُؤْمِنُونَ ﴿٨٨﴾

Artinya : “dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.” (Q.S. Al Maidah: 88)⁸

Keputusan pembelian dari konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor penting, faktor-faktor ini penting untuk diketahui bagi pemasar agar dapat menentukan strategi yang akan diterapkan. Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi pembeli.

⁶ Leon Schiffman dan Leslie Lassar Kanuk, *Perilaku Konsumen edisi ke-7*, (Klaten: PT Indeks, 2007), 9.

⁷ Yusuf Qardhawi, *Halal Haram dalam Islam*, (Surakarta: Era Intermedia, 2000), 72.

⁸ Yayasan Penyelenggara Penerjemah /Pentafsir Al Quran, *Al Quran dan Terjemahnya* (Jakarta: YPPPA, 1971), 176

Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan.

Dalam proses keputusan konsumen, jika dipandang dari sudut barang atau jasa apa yang akan dibelinya, konsumen akan mempertimbangkan faktor-faktor seperti bentuk, daya tahan, keunikan, nilai, kemudahan, penggunaan, bahan baku, dan lain sebagainya yang ada pada suatu barang. Dengan begitu produk apapun yang akan dibeli konsumen akan melalui tahapan-tahapan tersebut.

Gambar 1.1
Hubungan Antar Variabel



G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab yaitu:

- Bab I Pendahuluan, yang meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, hipotesis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.
- Bab II Kajian pustaka yang meliputi teori tentang pengaruh label halal pada produk wardah terhadap keputusan membeli konsumen.

- Bab III Metodologi penelitian, yang meliputi ruang lingkup penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.
- Bab IV Pembahasan hasil penelitian yang meliputi gambaran umum tentang obyek penelitian dan pembahasan hasil penelitian.
- Bab V Kesimpulan dan saran