

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat sekarang ini kata “Halal” tidak asing lagi didengar baik dari kalangan muslim ataupun non muslim, setiap kategori produk menawarkan banyak merek yang berbeda baik yang secara lokal dinamai atau diakui secara internasional. Beberapa dari merek-merek yang berbeda-beda dapat ditemukan di pasar dengan memproyeksikan diri sebagai merek "Islami" melalui kemasan dan pelabelan kreatif mereka. Ini juga secara tidak langsung menandakan target utama mereka, yaitu konsumen Muslim, status halal dari produk mereka (Shah Alam *et al*, 2011). *Thayyib* yang berarti 'baik' yang mana segala macam yang memberikan manfaat dan kebaikan bagi manusia baik dari segi zat yang terkandung, cara memperolehnya dan carapengolahannya, Berbagai macam produk bahkan jasa yang diciptakan berbasis halal. Salah satu contoh produk yang menjadi incaran produsen untuk menciptakan dan konsumen untuk di konsumsi adalah Kosmetik .

Wanita dan kecantikan bagaikan dua sisi mata uang yang tak terpisahkan. Kecantikan juga sering dikaitkan dengan profesionalitas dimana para pekerja profesional dituntut untuk berpenampilan menarik dalam bekerja. Kosmetik tidak hanya fokus kepada peralatan untuk merias wajah saja, produk perawatan tubuh seperti yang disebut ”*Bodycare*” juga merupakan bagian daripada kosmetik, atas dasar Inovasi yang terus berkembang membuat pada industri berlomba-lomba dalam memenuhi berbagai macam kebutuhan dan keinginan konsumen. Pada saat sekarang ini berbagai industri membuat variasi terhadap produk ataupun jasa nya ditawarkan, memberikan produk yang yang memiliki spesifikasi khusus seperti label halal.

Di Indonesia mayoritas agama yang dianut adalah muslim sehingga wanita Indonesia lebih cenderung memilih produk kosmetik yang berbasis halal dibandingkan dengan non muslim. Data tersebut diperoleh melalui pengolahan data statistik Sensus Penduduk tahun 2000

dan 2010 dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia. Pemetaan terhadap pertumbuhan keagamaan di Indonesia sebagai berikut:

Tabel 1.1

Sensus Kependudukan berdasarkan Agama

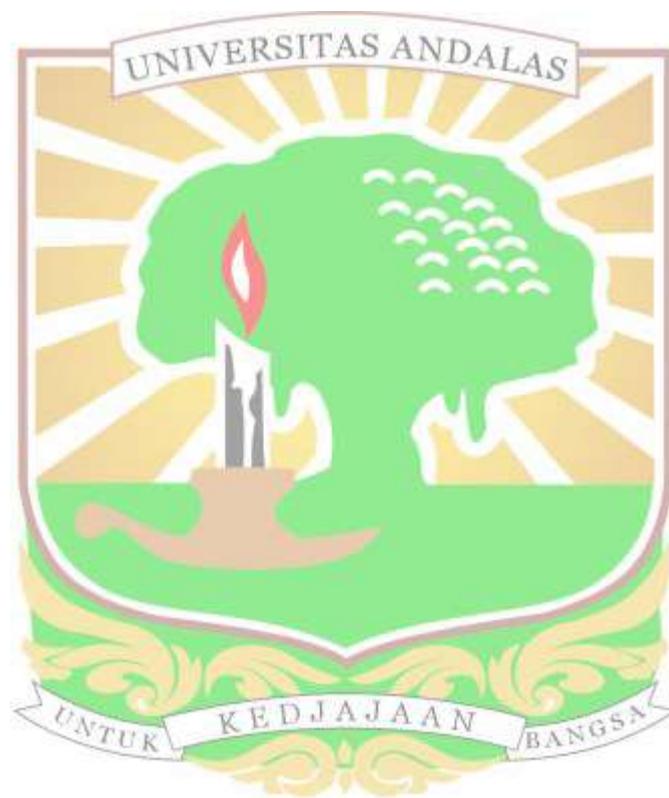
Agama	Jumlah Penduduk(Jiwa)	Persentase(%)
Islam	207.176.162	87,18
Kristen	16.528.513	6,96
Khatolik	6.907.873	2,91
Hindu	4.012.116	1,69
Budha	1.703.254	0,72
Kong Hu Chu	117.091	0,05
Lainnya	299.617	0,13
Tidak terjawab	139.582	0,06
Tidak ditanyakan	757.118	0,32
Total	237.641.326	100

Sumber: *demografi.bps.go.id (2010)*

Perbedaan keterkaitan dengan produk halal sangat dirasakan di Indonesia termasuk salah satu nya Kota Payakumbuh, Sumatra Barat. Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyebutkan bahwa sudah ada empat negara yang menggunakan standarisasi halal MUI yakni Amerika Serikat, Australia, Eropa dan Korea. Sesuatu yang halal tidak hanya terpaku pada makanan dan minuman saja tetapi juga berkaitan dengan suatu kegiatan atau objek, Sertifikasi halal

ini tidak hanya menguntungkan dari pihak konsumen saja tetapi juga menguntungkan produsen atau pelaku usahanya.

Di Payakumbuh, Sumatra Barat penjualan kosmetik terus meningkat dilihat dari pertumbuhan ritel ataupun counter kosmetik yang ada baik di jual secara offline ataupun online. Data terbaru mengenai produk produk kosmetik halal Indonesia sebanyak 167 merek kosmetik yang telah teruji ke halalan nya terdapat pada tabel 1.2 berikut :



DAFTAR KOSMETIK BERSERTIFIKAT HALAL MUI PER 2018

A	E	Laurent	O	Soleha
Almas	EB Naturals	Le\`venir 72 hr	Ocean Fresh	Sophie Paris
Aladerm	Emina	LH Care of Beauty	OHIME	Spalding
Amaranthine	Epiglo	Lip ice	Orimarro sabun	Sumberayu
Arby cream	Equiva	Lisa charissa	OXYDERM	T
Avione	ERTO'S	LISTIANI	P	Taman Sari Royal
AIBU 7	ESQA	Luvital L'Oreal	PAC	Heritage
AINANA	Esther Co	Lovillea	Pabanox	The Face
AINIE	F	LT Pro	Parasol	The Shinta
Airin for men	-	M	Pixy	Theraskin
Aishaderm	G	Madame Izara	Placenta	They Talk About
Aloevera Indonesia	Garnier	Mad for Lipstick	PN	TREEJAR
Ashanty	Gizi Indonesia	Make Over	Polka	U
ATIRA	Glazelle	Mandom	Ponds	-
Audreys Skincare	Glikoderm	Marina	Prettywhite	V
Aulia	Glowface Aesthetic	Martha Tilaar	Probeauty	VAL lip matte
Aurum	Clinic	Marwah	Purbasari	Vaseline
B		Marcks creme	Pucelle	Vienna
Beauty Story	Green Beauty Clinic	Marcks Venus	Q	VIO
Bee Botanics	Green Beauty Clinique	Mazaya	-	VIVA
Biocell		Malenox	R	Vivelle
Bask	H	Mineral Botanica	Rania	W
Belaluna	Harum Sari	Mirabella	Ratih	Wardah
Belimbing Island	HOLLY	Moayu	RDL	
Biore	HSC	Modeling Mask		

BLP By Lizzie Parra	I	Moji	Red-A	X
C	IPUNG	Moko Moko	ROSSA	XL
Caring	Immortal	Moors	Royale	Y
CASA DR Hezz	Cosmetoecutical	MSI	S	-
Casabella	J	Musk by Milano Ashley	SAFI	
Chibikko	Julia Herba	Muslimah Sophie Martin	Saidah	
Citra	K		Sariayu	
Cultusia	KAILA	Mustika Puteri	Shanaz	
CYSKIN	Kitoderm	Mustika Ratu	Shantos Romeo	
D	Kados Deadsea Mineral	N	Shineskin	
Dermaneeve	L	Naavagreen	Shinzui	
Devora	Lady Tulip	Narwastu	Silky Girl	
DR Nora Skincare	La Kesse	Nataris Skincare	Simplysiti	
DR MiLAd		Natural Indonesia	Skin 100	
DR UMMIAMIZAH		Natural honey	Skinnova	
		Nisrina	Skin Solution	
		Nuseason	Social	
		Noni Magic		

Tabel 1.2
Daftar Kometik Bersertifikat 2018

Sumber: Halalcorner.id(2018)

Dari Tabel 1.2 merupakan produk kosmetik yang memiliki sertifikasi halal dari Halal Corner yang dikutip dari LPPOM MUI, tentunya mempunyai bahan yang tidak membahayakan bagi penggunaannya, mengandung bahan yang bermanfaat. Menurut pengamatan peneliti

Payakumbuh merupakan tempat salah satu bersaingnya penjualan kosmetik, baik itu didasarkan oleh perilaku, sikap, kebutuhan faktor dari dalam atau pun luar diri. Banyak yang menjadi faktor ketertarikan seseorang terhadap suatu produk kosmetik. Kosmetik yang tidak halal berarti kosmetik yang mengandung unsur-unsur yang di haram kan dalam agama Islam.

Sebaiknya wanita lebih memilih produk yang aman seperti produk kecantikan yang telah memiliki label halal. Dalam mengambil keputusan bagi seorang wanita muslim ada beberapa faktor yang akan menjadi pertimbangan seperti kesadaran akan suatu produk halal (*halal awareness*), sertifikasi halal(*halal certification*), kualitas produk (*product quality*), marketing promotion dan brand. Faktor tersebut biasanya menjadi pertimbangan yang sangat mendasar sebelum melakukan pra pembelian .

Menurut Aziz *et al*, (2013) kesadaran halal merupakan tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen muslim untuk mencari dan mengkonsumsi produk halal sesuai dengan syariat Islam. Kesadaran muslim ditandai dengan adanya pengetahuan mengenai proses penyembelihan, pengemasan makanan, dan kebersihan makanan sesuai dengan hukum Islam. Salah satunya termasuk juga dalam pemilihan produk kecantikan yang akan dikonsumsi oleh wanita muslim dunia, Indonesia bahkan Payakumbuh, Sumatra Barat.

Industri kosmetik dan herbal Indonesia memiliki keunggulan di pasar dunia. Oleh sebab itu, produk kosmetik dalam negeri terkenal di mancanegara dan ekspor kosmetik mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut juga terjadi di Payakumbuh salah satu kota yang berada pada provinsi Sumatra Barat, Indonesia. Peningkatan yang terjadi dapat dilihat dengan banyaknya saat sekarang ini retail kosmetik yang semakin bertambah, tidak hanya itu penjualan kosmetik tidak hanya di pasarkan secara *offline* tetapi banyak juga di pasarkan secara *online* melalui media sosial seperti Whatsapp, Line, Instagram dan sebagainya. Berdasarkan laporan Kementerian Perindustrian pada tahun 2017, nilai penjualan industri kosmetik sabun dan bahan pembersih mencapai Rp 19 triliun. Angka tersebut naik 11,99 persen jika dibandingkan dengan

2016. Adapun rata-rata pertumbuhan ekspor produk kosmetik dalam kurun waktu lima tahun terakhir mencapai 3,56 persen.

Menteri perindustrian menyebutkan, bahwa industri kosmetik didalam negeri bertambah sebanyak 153 perusahaan pada tahun 2017, sehingga saat ini jumlahnya mencapai lebih dari 760 perusahaan. Dari total tersebut, sebanyak 95% industri kosmetik nasional merupakan sektor industri kecil dan menengah (IKM) dan sisanya industri skala besar.

Payakumbuh merupakan kota Madya yang terletak di provinsi Sumatra Barat. Kota Payakumbuh selain sebagai pusat pemerintahan, juga memiliki peranan sebagai pusat kegiatan ekonomi dari dua daerah yaitu Kota Payakumbuh dan Kabupaten Limapuluh Kota. Kota Payakumbuh ini memiliki posisi yang strategis karena berada pada titik penghubung yaitu antara ibu kota Sumatra Barat Padang dan juga kota Bukittinggi juga sebagai pusat perbelanjaan yang menjadi penghubung dengan provinsi Riau, struktur perekonomian Kota Payakumbuh didominasi oleh kegiatan jasa yang meliputi kegiatan perdagangan, perhubungan dan komunikasi, jasa keuangan dan jasa-jasa lainnya. Kondisi ini terlihat dari kontribusi sektor jasa pada tahun 2005 yang mencapai 23,33%, sektor perhubungan dan komunikasi sebesar 21,21% dan sektor perdagangan sebesar 18,43%, serta sektor keuangan, sewa dan jasa perusahaan 8,72%. Dengan demikian kontribusi sektor jasa secara keseluruhan mencapai 71,70% sehingga cukup beralasan bila Kota Payakumbuh dikatakan sebagai kota jasa (Bappenas, 2012).

Berikut merupakan gambar pie chart dari data kontribusi sektor jasa pada tahun 2005 :

Struktur Perekonomian Kota Payakumbuh



Gambar 1.1 Struktur Perekonomian Kota Payakumbuh

Sumber: Bappenas (2012)

Kemudian kota Payakumbuh merupakan salah satu jumlah penduduk nya yang di dominasi oleh kaum wanita di Sumatra Barat sebab angka rasio jenis kelamin perempuan berada di atas 100. Artinya di kota Payakumbuh tersebut dari 100 laki-laki terdapat 100 lebih perempuan., dapat di simpulkan bahwa wanita sangat berkaitan dengan kosmetik itu yang mengakibatkan banyaknya pemasaran kosmetik baik secara offline maupun online, itu dapat terlihat semakin banyaknya gerai-gerai kosmetik yang mulai menjamur pada saat sekarang ini dan dilihat dari kondisi seperti itu membuat rasa ingin tahu untuk mengembangkan apa penyebab dari semakin berkembangnya penjualan kosmetik di kota Payakumbuh, Sumatra Barat, Berikut merupakan data sensus kependudukan berdasarkan jenis kelamin di kota Payakumbuh:

Sensus kependudukan berdasarkan jenis kelamin kota Payakumbuh 2015



Gambar 1.2 Sensus kependudukan berdasarkan jenis kelamin kota Payakumbuh
Sumber: sumbar.bps.go.id (2015)

Semakin hari semakin marak nya penjualan dan promosi yang dilakukan penjual kosmetik untuk menarik konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung, terdapat banyak sekali jenis dan merk kosmetik, baik yang berasal dari dalam maupun luar negeri. Keberadaan kosmetik yang berasal dari luar negeri terutama kosmetik yang berasal dari korea membuat para remaja antusias untuk mencoba menggunakan kosmetik tersebut tanpa memperhatikan kehalalan suatu produk kosmetik yang akan digunakan.

Berikut merupakan sensus kependudukan berdasarkan agama di provinsi Sumatra Barat dan kota Payakumbuh. Data tersebut diperoleh melalui pengolahan data statistik Sensus Penduduk tahun 2000 dan 2010 dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia. Pemetaan terhadap pertumbuhan keagamaan di Sumatra Barat dan kota Payakumbuh sebagai berikut

Tabel 1.3
Sensus kependudukan berdasarkan agama Sumatra Barat 2010

Kota/Kabupaten	Islam	Kristen	Katolik	Hindu	Budha	Khong Hu Chu	Jumlah
Kepulauan Mentawai	14,897	37,321	23,568	3	0	6	76,173
Pesisir Selatan	428,250	509	126	8	11	0	429,246
Solok	347,526	463	29	3	7	2	348,566
Sijunjung	200,553	774	200	8	13	2	201,823
Tanah Datar	336,353	378	127	3	15	3	338,494
Padang Pariaman	389,090	1,150	217	10	2	1	391,056
Agam	450,981	2,907	301	19	11	1	454,853
Lima Puluh Kota	347,539	449	219	2	14	3	348,555
Pasaman	252,055	1,041	65	1	2	1	253,299

Solok Selatan	143,443	558	83	4	15	1	144,281
Dharmas Raya	188,691	1,287	253	4	9	3	191,422
Pasaman Barat	356,664	5,906	2,327	1	42	3	365,129
Kota/Kabupaten	Islam	Kristen	Katolik	Hindu	Budha	Khong Hu Chu	Jumlah
Kota Padang	803,706	13,094	10,689	145	2,876	36	833,562
Kota Solok	58,621	352	173	1	2	1	59,396
Kota Sawah Lunto	56,508	226	99	0	2	2	56,866
Kota Padang Panjang	45,076	268	305	4	45	0	47,008
Kota Bukittinggi	108,367	1,586	1,041	10	197	3	111,312
Kota Payakumbuh	115,142	714	506	6	154	2	116,825
Kota Pariaman	78,462	270	100	2	2	0	79,043
Provinsi Sumatera Barat	4,721,924	69,253	40,428	234	3,419	70	4,846,909

Sumber: Data Sensus Penduduk 2010 - Badan Pusat Statistik Republik Indonesia

Berikut merupakan sensus kependudukan berdasarkan agama di kota Payakumbuh :



Gambar 1.3 Sensus kependudukan berdasarkan agama kota Payakumbuh 2010

Sumber: Data Sensus Penduduk 2010 - Badan Pusat Statistik Republik Indonesia

Berdasarkan uraian diatas menjadi landasan bagi penulis untuk melakukan penelitian pada masyarakat kota Payakumbuh, yang berjudul : **“Pengaruh *model keterkaitan Halal awareness, Halal certification, Product quality, marketing promotion dan brand* terhadap *Intention purchase* kosmetik halal Di Payakumbuh ”.**



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan di atas ,maka penulis akan merumuskan masalah yang ada pada penelitian tersebut :

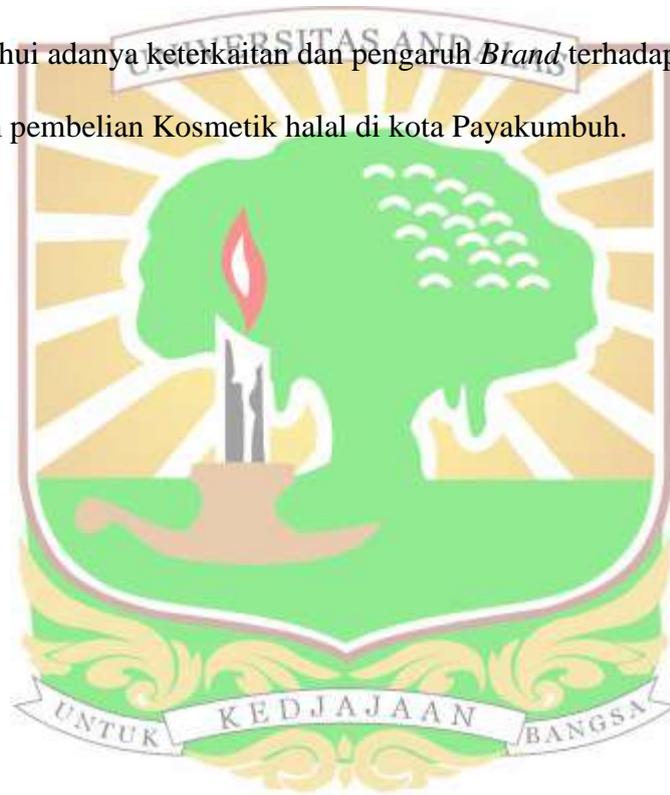
1. Bagaimana *Halal Awareness* mempengaruhi *Purchase Intention* konsumen terhadap kosmetik halal di Payakumbuh ?
2. Bagaimana *Halal Certification* mempengaruhi *Purchase Intention* konsumen terhadap kosmetik halal di Payakumbuh ?
3. Bagaimana *Product Quality* mempengaruhi *Purchase Intention* konsumen terhadap kosmetik halal di Payakumbuh ?
4. Bagaimana *Marketing Promotion* mempengaruhi *Purchase Intention* konsumen terhadap kosmetik halal di Payakumbuh ?
5. Bagaimana *Brand* mempengaruhi *Purchase Intention* konsumen terhadap kosmetik halal di Kota Payakumbuh ?



1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Halal Awareness* terhadap perilaku *Purchase Intention* dalam pembelian Kosmetik Halal di Kota Payakumbuh.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Halal Certification* terhadap perilaku *Purchase Intention* dalam pembelian Kosmetik Halal di kota Payakumbuh .
3. Untuk mengetahui adanya Pengaruh *Product Quality* terhadap Perilaku *Purchase Intention* dalam pembelian kosmetik halal di kota Payakumbuh.
4. Untuk mengetahui adanya keterkaitan dan pengaruh *Marketing promotion* terhadap perilaku *Purchase Intention* dalam pembelian Kosmetik halal di kota Payakumbuh.
5. Untuk mengetahui adanya keterkaitan dan pengaruh *Brand* terhadap perilaku *Purchase intention* dalam pembelian Kosmetik halal di kota Payakumbuh.



1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi akademik, Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai minat beli konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dan dapat menjadi acuan bagi peneliti lain untuk mengembangkan penelitian mengenai pengaruh model keterkaitan *halal awareness*, *halal certification*, *product quality*, *marketing*

promotion and brand terhadap purchase intention kosmetik halal di kota provinsi Sumatera Barat”.

2. Bagi produsen, sebagai bahan masukan dan pertimbangan sehingga dapat bermanfaat untuk pengambilan keputusan perusahaan terhadap perubahan konsumen yang lebih beralih kepada produk yang sertifikasi halal.
3. Bagi konsumen, diharapkan dapat memilih produk yang sesuai dengan standar yang berlaku dan pandai dalam memilih produk yang sudah terjamin kehalalannya.
4. Bagi penulis berikutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi, pertimbangan dalam penelitian berikutnya dan bermanfaat bagi pembaca lainnya.



1.5 Sistematika Penulisan

Dalam rangka untuk membuatnya lebih mudah dan membuat moderat penyampaian konten, penelitian ini dibagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I Mengandung tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan garis besar penelitian.

BAB II Mengevaluasi pustaka yang berisi tentang dasar teori. Dasar teori bercerita tentang definisi, faktor dapat mempengaruhi, meninjau studi sebelumnya dan mengembangkan hipotesis Halal awareness, Halal certification, product quality,

marketing promotion and brand terhadap Intention Purchase kosmetik halal di Payakumbuh.

BAB III Menjelaskan tentang metode penelitian yang membahas tentang desain penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, pengolahan data, variabel riset, definisi, analisis data.

BAB IV Menjelaskan tentang hasil dan pembahasan yang terdiri dari profil lembaga, hasil survei, respon kuesioner, deskripsi populasi penelitian, deskriptif item menanggapi setiap variabel, memeriksa entri data, pengukuran model fit dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V Menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian, saran penelitian, keterbatasan lokasi penelitian dan rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut.

