

# BAB I

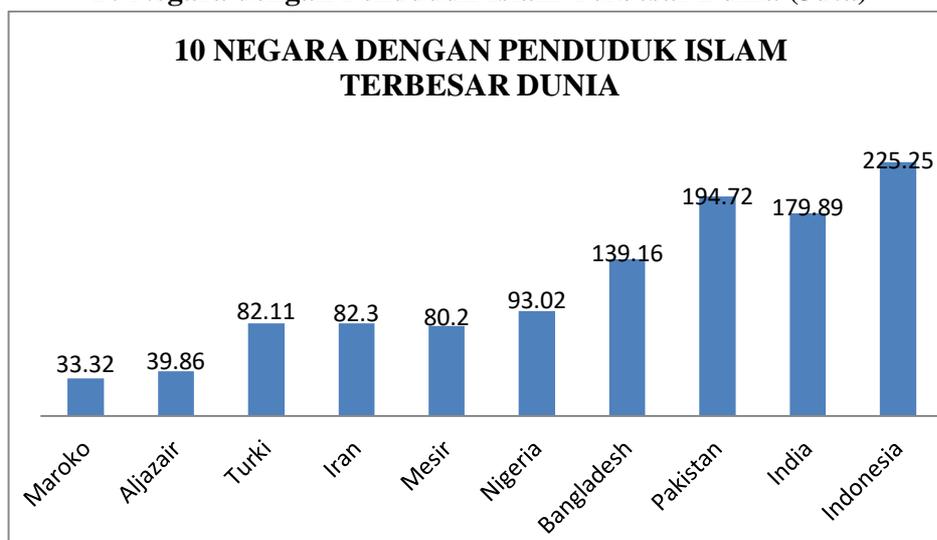
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan penduduk muslim dunia yang disertai dengan peningkatan pendapatan di Negara-negara mayoritas muslim menunjukkan tren yang positif dan membawa peningkatan yang signifikan terhadap permintaan produk halal secara global. Pasar produk halal sebelumnya dianggap terbatas dan kurang menguntungkan, tapi sekarang beberapa Negara menggunakan produk halal untuk meningkatkan devisanya (Endah, 2014).

Di Indonesia, dalam beberapa tahun terakhir pemerintah telah aktif mengembangkan ekonomi syariah di dalam negeri. Hal tersebut ditandai dengan upaya pemerintah dalam mengembangkan industri syariah dalam negeri yang dimulai dari sektor keuangan hingga pada pengembangan sektor riil. Upaya pemerintah dalam pengembangan industri halal di dalam negeri dengan mengeluarkan kerangka hukum, salah satunya adalah Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Undang-undang tersebut menjelaskan bahwa dengan adanya jaminan produk halal pertumbuhan ekonomi bangsa akan mengalami kenaikan, karena pelaku usaha mendapat nilai tambah dalam produksi dan memasarkan produk halalnya dan dapat juga meningkatkan daya saing produk dipasar global. Selain kerangka hukum, pemerintah juga mendirikan otoritas tertentu yang bertanggung jawab pada industri produk halal didalam negeri, salah satunya adalah BPJPH (Badan Penyelenggara Penjaminan Produk Halal).

**Grafik 1.1**  
**10 Negara dengan Penduduk Islam Terbesar Dunia (Juta)**



Sumber : *CIA World Factbook*

Negara dengan penduduk mayoritas beragama Islam terbanyak dunia adalah Indonesia, tercatat 13,1% dari seluruh umat muslim dunia ada di Indonesia. Menurut data *CIA World Factbook* tahun 2018, populasi di dunia yang menganut agama Islam sebesar 23,2% yang ditentukan berdasarkan agama Kristen. Indonesia memiliki penduduk muslim sebanyak 225,25 juta jiwa atau 87,2% dari total jumlah penduduk di Indonesia. Salah satu Kota di Indonesia yang berpenduduk mayoritas beragama Islam adalah Kota Padang. Berdasarkan data BPS 2018, Kota Padang mempunyai jumlah penduduk muslim sebanyak 839.200 jiwa. Oleh karena banyaknya umat muslim di Indonesia terkhusus Kota Padang maka permintaan akan produk industri halal sangatlah besar.

Salah satu sektor dari industri halal adalah kosmetik halal. Kosmetik halal merupakan *Good Manufacturing Product* (GMP) yang dalam proses pembuatannya dari mulai bahan baku hingga menjadi sebuah produk yang akan dipasarkan dilakukan

sesuai dengan syariat Islam. Pada tingkat global industri, kosmetik mengalami tren yang baik dari tahun ke tahun tercatat nilai industri kosmetik naik sebesar 5 persen di tahun 2017. Industri kosmetik nasional mengalami kenaikan pertumbuhan sebesar 20 persen atau setara dengan empat kali lipat dari pertumbuhan ekonomi nasional di tahun 2017 berdasarkan data kementerian perindustrian. Jumlah perusahaan kosmetik terus bertambah disetiap tahunnya tercatat di tahun 2017 terdapat 760 perusahaan kosmetik di Indonesia dan beberapa perusahaan telah mengekspor produknya ke luar negeri seperti ke Negara yang ada di ASEAN, Afrika, Timur Tengah, dan lainnya. Pada tahun 2017 nilai ekspor produk kosmetik nasional mengalami kenaikan dibanding tahun sebelumnya, yaitu sebesar USD 516,99 juta di tahun 2017 sedangkan di tahun 2016 sebanyak USD 470,30 juta.

Indonesia merupakan Negara kedua yang mengkonsumsi kosmetik terbanyak setelah India. Permintaan terhadap suatu produk khususnya kosmetik dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya adalah faktor sosial ekonomi yang dimiliki oleh seseorang. Karakteristik pribadi yang melekat pada seseorang dapat mempengaruhi keputusan dalam pembelian yaitu berupa usia, pekerjaan, dan keadaan ekonomi (Kotler dan Armstrong, 2008). Menurut Septiani (2018), setiap orang memiliki preferensi yang berbeda sesuai dengan asal budaya, kelas sosial, serta pekerjaan yang jika sama pasti memiliki gaya hidup yang berbeda dan konsumen juga dapat mengubah barang dan jasa yang dibeli seiring dengan tahapan hidup dan usia konsumen tersebut.

Selain faktor sosial ekonomi, harga juga dapat mempengaruhi permintaan konsumen akan suatu produk. Bagi konsumen, harga memiliki beberapa peranan yaitu pertama, berperan sebagai alokasi harga yaitu harga berfungsi untuk membantu



konsumen dalam memutuskan serta memperoleh manfaat tertinggi sesuai yang diharapkan oleh pembeli, yang kedua harga berperan sebagai informasi harga yakni harga digunakan untuk mempengaruhi konsumen yang berkaitan dengan hal-hal yang berhubungan dengan produk seperti kualitas produk (Tjiptono, 2010).

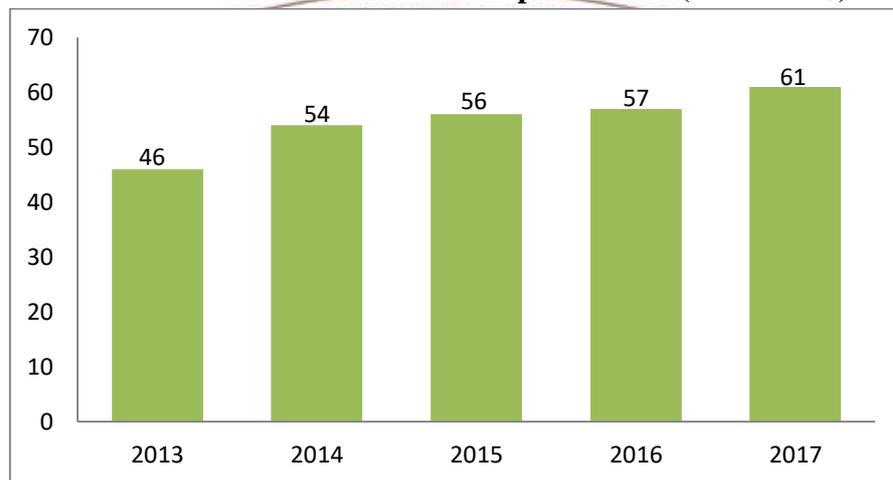
Selain kedua hal tersebut seorang konsumen dalam melakukan pembelian atau permintaan terhadap produk juga didasarkan atas aspek religiusitas. Religiusitas merupakan tanda pengenal seorang individu muslim yang akan tampak pada seluruh kegiatan dalam hidupnya (Nugroho, 2015). Aspek religius dalam kehidupan sehari-hari sangatlah penting guna mengimplementasikan aturan agama dalam melakukan suatu aktivitas baik makan, minum, dan kegiatan lainnya termasuk pembelian suatu produk yang akan digunakan terhadap tubuh harus yang halal dan sesuai dengan syariat Islam.

Sebagai seorang muslim, kehalalan menjadi parameter atau pengukur utama dalam proses pemilihan terhadap produk termasuk kosmetik. Bagi kaum muslimah kosmetik boleh digunakan asalkan bahan dan proses pembuatannya tidak terkandung hal-hal yang diharamkan dalam Islam. Terkait dengan kehalalan, umat muslim telah diperintahkan oleh Allah SWT dalam Q.S Al-Baqarah ayat 168: *“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah engkau mengikuti asyutan syaitan, karena sesungguhnya syaitan merupakan musuh nyata bagimu”*. Selain itu Q.S Al-Maidah ayat 88 juga menjelaskan: *“makanlah makanan yang halal dan baik dari yang telah Allah berikan dan rezekikan kepadamu, serta betakwalah kepada Allah dan berimanlah kamu kepada-Nya”*.

Berdasarkan ayat tersebut disimpulkan bahwa umat muslim diperintahkan oleh Allah SWT untuk mengkonsumsi hal yang halal dan baik yang ada di dunia dan telah

di anugerahi oleh Allah SWT serta melarang mengkonsumsi yang telah di haramkan. Keinginan wanita muslim untuk tampil cantik serta terlindungi dari bahan-bahan yang diharamkan menjadikan kosmetik halal sebagai jawaban dari keinginan tersebut, karena kosmetik halal terbuat dari bahan-bahan yang tidak diharamkan dan pengolahannya dilakukan dengan cara syariat Islam.

**Grafik 1.2**  
**Konsumsi Global Muslim terhadap Kosmetik (Miliar US\$)**



Sumber: *Global Islamic Economy Report (2018)*

Secara global, berdasarkan *State of Global Islamic Report* konsumsi muslim terhadap produk kosmetik dari tahun 2013 hingga 2017 menunjukkan tren yang meningkat. Dengan tren yang kian meningkat, perusahaan multinasional mulai menysasar pasar muslim dengan mengeluarkan produk halal.

Berdasarkan data produk halal yang di update oleh LPPOM MUI tahun 2018 terdapat 162 brand/merek kosmetik yang telah tersertifikat halal. Brand produk kosmetik yang pertama kali memperoleh sertifikat halal dari LPPOM MUI adalah Wardah. Wardah merupakan produk yang diproduksi oleh PT. Paragon *Tecnology and*

*Inovation* (PTI) sejak tahun 1995 dan merupakan produk pertama di Indonesia yang mencantumkan label halal pada kemasan produknya. Penjualan produk Wardah dimulai dari tahun 1995 dengan metode *door to door* hingga berkembang menjadi 1500 outlet yang tersebar di berbagai *department store* dan pusat pembelanjaan di Indonesia dan dilengkapi dengan konsultan kecantikanya ([www.wardahbeauty.com](http://www.wardahbeauty.com)).

Kosmetik Wardah dalam penjualannya menasar konsumen wanita khususnya muslimah dan memberikan jaminan kenyamanan atas produknya melalui jaminan kehalalan produk kosmetik sehingga dapat membantu konsumen terhindar dari penggunaan bahan yang diragukan kehalalannya (Satyahadi, 2013). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Padang tahun 2017, Kota Padang mempunyai penduduk berjenis kelamin wanita yang berjumlah lebih banyak dibandingkan pria. Total penduduk berjenis kelamin wanita berjumlah 463.741 jiwa sedangkan pria sebanyak 463.427 jiwa. Oleh karena itu, maka permintaan akan kosmetik halal akan banyak di Kota Padang mengingat produk kosmetik lebih banyak digunakan oleh kaum wanita dan juga Kota Padang merupakan Kota berpenduduk mayoritas muslim di Indonesia.

Data Kementerian Perindustrian menyatakan bahwa produk kosmetik saat ini sudah menjadi kebutuhan primer bagi kaum wanita. Kebutuhan wanita terhadap penampilan khususnya ingin terlihat cantik sesuai dengan keinginannya memberi peluang bagi industri kosmetik dalam memasarkan produknya (Utami, 2013). Produk-produk kosmetik yang beredar di pasaran sesungguhnya memiliki resiko dalam pemakaiannya, hal ini perlu diperhatikan mengingat kandungan dari bahan-bahan kimia yang terdapat pada produk kosmetik tidak selalu memberikan efek yang sama bagi konsumennya.

Kesadaran masyarakat dalam keamanan kosmetika yang digunakan telah meningkat, namun dalam memperhatikan kehalalan dari suatu produk kosmetik masih rendah (Shadzalia, 2015). Menurut Kamarni (2014), masyarakat lebih memperhatikan tanggal kadaluarsa dari suatu produk dibandingkan label halal yang tercantum pada produk. Rendahnya kesadaran konsumen dalam memeriksa jaminan halal yang tercantum di suatu produk (berupa logo halal dari LPPOM MUI) terjadi karena konsumen memiliki anggapan bahwa jaminan halal bukanlah suatu hal yang penting karena mereka beranggapan bahwa sebuah produk itu halal selama yang menjual itu beragama Islam (Endah, 2014). Selain itu juga karena perkembangan teknologi dalam dunia sosial media yang banyak terdapat penjual *online* kosmetik yang berharga murah dan instan yang tidak jelas halal/haramnya dan kelayakannya untuk digunakan.

Berdasarkan pemaparan diatas maka diperlukan adanya suatu penelitian untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan produk industri halal khususnya kosmetik halal di Kota Padang dan penulis akan membahas lebih rinci tentang persoalan-persoalan tersebut dalam penelitian ini dengan judul “Analisis Permintaan Produk Industri Halal di Kota Padang (Studi Kasus: Kosmetik Halal Wardah)”.  


## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut, maka penulis mencoba memutuskan permasalahan yang akan dibahas nantinya di dalam skripsi ini dalam bentuk pertanyaan:

- a. Bagaimana pengaruh faktor sosial ekonomi (umur, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan) terhadap permintaan produk kosmetik halal Wardah di Kota Padang?
- b. Bagaimana pengaruh harga terhadap permintaan produk kosmetik halal Wardah di Kota Padang?
- c. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap permintaan produk kosmetik halal Wardah di Kota Padang?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disajikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis pengaruh faktor sosial ekonomi (umur, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan) terhadap permintaan produk kosmetik halal Wardah di Kota Padang.
- b. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap permintaan produk kosmetik halal Wardah di Kota Padang.
- c. Untuk menganalisis pengaruh religiusitas terhadap permintaan produk kosmetik halal Wardah di Kota Padang.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan penelitian diatas, peneliti mengharapkan manfaat yang didapat dari pelaksanaan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- a. **Manfaat Terhadap Teori**



Hasil penulisan dan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan dapat menjadi sumbangsih terhadap teori-teori pada kajian ilmu ekonomi Islam.

**b. Manfaat Terhadap Metodologi**

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian mengenai permintaan produk industri halal dengan studi kasus kosmetik halal Wardah dan juga dapat menjadi sumbangan pengetahuan bagi kalangan akademisi.

**c. Manfaat Terhadap Kebijakan**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan, khususnya kebijakan yang berhubungan dengan permasalahan permintaan produk industri halal dan produk kosmetik halal Wardah di Kota Padang.

**1.5 Ruang Lingkup**

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah membahas mengenai analisis permintaan produk industri halal di Kota Padang (studi kasus: kosmetik halal Wardah). Penelitian ini menggunakan data sekunder dan primer. Data sekunder yang digunakan berupa data yang bersumber dan telah disusun oleh berbagai lembaga seperti Badan Pusat Statistik Kota Padang dan juga website resmi Wardah [www.wardahbeauty.com](http://www.wardahbeauty.com) yang digunakan untuk mendapatkan data mengenai produk kosmetik Wardah. Sedangkan data primer didapat dengan menggunakan metode kuesioner.

**1.6 Sistematika Pembahasan**



## **BAB I      Pendahuluan**

Dalam bab pendahuluan, berisikan pembahasan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika pembahasan.

## **BAB II      Tinjauan Literatur**

Pembahasan dalam tinjauan literatur, berisikan tentang teori-teori yang menjadi dasar dan acuan dalam penganalisisan penelitian, dan juga berisi tentang penelitian-penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan acuan serta berisi kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

## **BAB III      Metodologi**

Dalam bab ini membahas tentang variabel yang digunakan dalam penelitian, definisi operasional variabel, penentuan sampel, jenis data, sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis sampel.

## **BAB IV      Gambaran Umum Penelitian**

Dalam bab ini berisikan gambaran umum dari lokasi penelitian dan deskripsi mengenai objek penelitian.

## **BAB V      Metodologi**

Dalam bab ini berisikan tentang hasil estimasi temuan penelitian dan pembahasan secara deskriptif dan kuantitatif.

## **BAB VI      Penutup**



Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan terhadap hasil penelitian ini dan juga dapat dijadikan sebuah referensi untuk penelitian selanjutnya.

