

BAB I

PENDAHULUAN

Bagian pendahuluan ini berisikan segala informasi yang memuat latar belakang dilaksanakannya penelitian, tujuan yang ingin diraih, batasan permasalahan dalam studi kasus, dan sistematika penulisan.

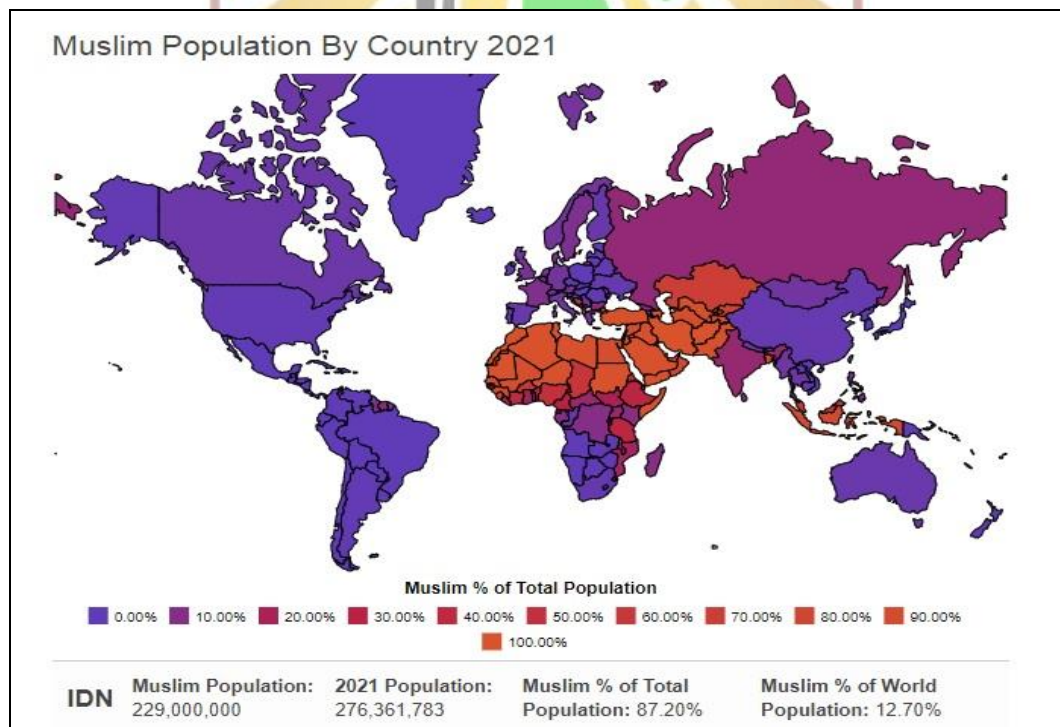
1.1 Latar Belakang

Kebutuhan manusia di era modern ini semakin meningkat bukan lagi hanya untuk keperluan sehari-hari tapi juga sebagai gaya hidup yang selaras dengan perkembangan zaman. Manusia merupakan makhluk sosial yang selalu melakukan interaksi antar sesama sehingga penampilan diri menjadi kebutuhan yang penting untuk meningkatkan kenyamanan dan keindahan. Kebutuhan setiap orang untuk tampil menarik tentunya berbeda-beda terutama dengan penggunaan kosmetik. Kosmetik merupakan produk yang berguna agar penampilan terlihat lebih cantik dan menarik terutama pada bagian wajah. Kosmetik digunakan untuk membersihkan, melindungi, memperbaiki dan menambah daya tarik. Penggunaan kosmetik didominasi oleh wanita walaupun sebenarnya produk kosmetik juga dapat digunakan oleh pria. Hal tersebut disebabkan penampilan cantik dan menarik sudah menjadi prioritas utama bagi seorang wanita. Wanita tidak terlepas dari kosmetik pada kehidupan sehari-hari seperti produk perawatan tubuh yang digunakan dari mulai bangun tidur sampai menjelang tidur.

Meningkatnya penggunaan kosmetik untuk mempercantik penampilan membuat banyak perusahaan yang berusaha menghasilkan berbagai macam inovasi produk untuk memenuhi kebutuhan akan kosmetik. Para produsen kosmetik mengembangkan berbagai inovasi untuk meningkatkan kualitas dan menarik kepercayaan konsumen terhadap produknya. Pemenuhan dalam kebutuhannya tentu saja konsumen lebih memilih produk yang akan memberikannya kepuasan tertinggi karena kepuasan bukan secara lahir saja tapi secara batin juga dan ketenangan hati. Dalam memilih suatu produk tentu saja ada

berbagai faktor yang akan mempengaruhi keputusan pembelian bagi konsumen. Salah satu faktor penting dalam pemilihan yaitu keamanan produk. Keamanan pada kosmetik penting untuk diperhatikan karena kosmetik yang menggunakan bahan-bahan berbahaya dapat merusak kulit.

Pemahaman terhadap bahan-bahan kosmetik bukanlah hal yang mudah bagi konsumen karena bahan kosmetik memiliki nama-nama istilah kimia yang tidak umum dan hanya dipahami oleh ahli pada bidangnya. Cara yang dilakukan produsen untuk meyakinkan konsumen terhadap keamanan produk kosmetiknya adalah dengan mencantumkan label halal pada produknya. Produk kosmetik yang beredar di Indonesia masih terdapat yang tidak tercantum dengan label halal pada kemasannya. Padahal jaminan halal sangat penting karena Indonesia dikenal di dunia sebagai negara dengan jumlah umat muslim terbanyak yang mencapai 229 juta orang. Mayoritas dari penduduk Indonesia adalah umat muslim yaitu sebanyak 87,2% dari total penduduk Indonesia seperti pada **Gambar 1.1** sebagai berikut :



Gambar 1.1 Populasi Muslim di Indonesia dan Dunia

[Sumber: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country>]

Umat muslim memiliki konsep halal dalam penggunaan produk. Produk dengan kandungan bahan yang tidak halal dilarang penggunaannya karena dapat membahayakan diri. Halal digunakan pada sesuatu yang baik dan sehat untuk dikonsumsi, bukan hanya dari bahan-bahan tetapi juga dari proses pembuatan yang aman. Hal ini mendorong terciptanya sertifikasi label halal pada berbagai produk untuk menjamin keamanan dalam mengonsumsi produk bagi konsumen muslim. Kosmetik yang tidak berlabel halal berarti bahan-bahan yang digunakan tidak terjamin keamanannya dan dapat menjadi ancaman pada masalah kesehatan bagi konsumen.

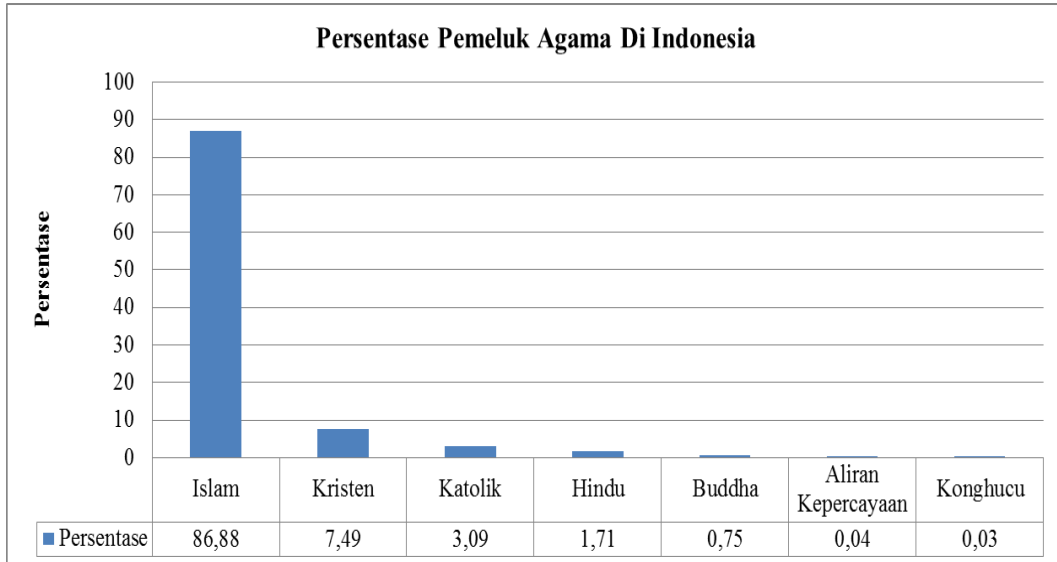
Pencantuman label halal pada suatu produk di Indonesia harus memiliki izin dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang merupakan lembaga dalam penjaminan kehalalan produk. Pengkajian dan pemeriksaan keamanan dalam suatu produk dilakukan oleh LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian, Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia). Lembaga inilah yang membantu MUI dan berwenang untuk memberikan sertifikasi halal pada suatu produk. Konsumen perlu mewaspadaikan dan teliti dalam memperhatikan label halal resmi dan yang palsu. Label halal dari MUI dapat dilihat pada **Gambar 1.2** berikut:



Gambar 1.2 Label Halal MUI
[Sumber: www.halalmui.org]

Kosmetik yang tercantum label halal pada kemasan produknya cenderung lebih aman terhadap adanya zat berbahaya sehingga akan mengurangi keraguan konsumen pada produk tersebut. Catatan pada Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri pada Juni 2021

menyatakan bahwa dari 273,23 Juta penduduk Indonesia, sejumlah 236,53 juta jiwa (86,88%) merupakan umat muslim. Persentase pemeluk agama di Indonesia bisa dilihat pada **Gambar 1.3** berikut:



Gambar 1.3 Persentase Penduduk Berdasarkan Agama di Indonesia

[Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam>]

Data di atas memperlihatkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam dan diketahui juga bahwa jumlah penduduk muslim di kota Padang yang merupakan ibukota provinsi Sumatera Barat juga berjumlah tinggi. Berdasarkan data Kada Sumbar diketahui bahwa kota Padang sebagai ibukota provinsi memiliki jumlah penduduk muslim terbanyak di Sumatera Barat. Oleh karena itu tentu saja penduduk di kota Padang memiliki seleksi konsumsi yang ketat terhadap kehalalan sebuah produk. Penyebaran persentase jumlah penduduk berdasarkan agama di Sumatera Barat dari data Kada Sumbar 2019 secara lengkap ditunjukkan pada **Tabel 1.1** :

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Muslim di Sumatera Barat (Sumber: Kada Sumbar 2019)

No	Kabupaten / Kota <i>Regency / Municipality</i>	Islam <i>Moeslem</i>	Kristen <i>Christen</i>	Katolik <i>Chatolic</i>	Hindu	Budha <i>Buddhist</i>	Khonghucu <i>Khonghucu*</i>	Lainnya <i>Other</i>	Jumlah <i>Total</i>
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Kab. Pesisir Selatan	567.356	0	0	0	0	0	0	567.356
2	Kab. Solok	408.148	234	0	0	0	0	0	408.382
3	Kab. Sijunjung	217.023	100	31	0	0	0	0	217.154
4	Kab. Tanah Datar	367.282	19	14	9	0	0	0	367.324
5	Kab. Padang Pariaman	407.921	175	520	0	0	0	0	408.616
6	Kab. Agam	513.417	660	1.139	3	0	0	0	515.219
7	Kab. 50 Kota	372.211	161	154	0	0	0	0	372.526
8	Kab. Pasaman	268.017	346	186	11	0	0	0	268.560
9	Kab. Kep. Mentawai	21.345	43.559	24.002	0	0	0	0	88.906
10	Kab. Dharmasraya	193.323	246	64	5	0	0	0	193.638
11	Kab. Solok Selatan	201.102	855	157	9	26	0	0	202.149
12	Kab. Pasaman Barat	410.368	1.639	2.609	0	64	0	0	414.680
13	Kota Padang	844.715	6.123	11.746	1.122	2.416	0	0	866.122
14	Kota Solok	62.762	535	568	4	2	0	0	63.871
15	Kota Sawahlunto	62.244	138	168	0	0	0	0	62.550
16	Kota Padang Panjang	52.941	343	415	0	0	0	0	53.699
17	Kota Bukittinggi	117.623	2.093	1.316	29	216	0	0	121.277
18	Kota Payakumbuh	133.447	539	346	11	139	0	0	134.482
19	Kota Pariaman	85.146	61	121	0	0	0	0	85.328
Jumlah / Total		5.306.390	57.827	43.556	1.203	2.864	0	0	5.411.840



Penggunaan kosmetik utama seperti make up dekoratif wajah pada saat pandemi Covid-19 ini mulai berkurang. Hal ini disebabkan penggunaan masker di tengah pandemi dan penggunaan make up dekoratif menjadi tidak terlalu terlihat sehingga penggunaannya juga mulai dikurangi. Sebaliknya produk perawatan seperti skincare menjadi incaran utama. Hal ini juga diungkapkan oleh Direktur Utama PT Martina Berto, (MBTO) Bryan Tilaar yang dilansir gatra.com yang mengungkapkan bahwa produk kecantikan dasar seperti perawatan kulit dan perawatan muka lebih diminati.

Penentuan keputusan konsumen dalam membeli produk tidak hanya dari sertifikasi halal saja tapi juga berdasarkan faktor lainnya seperti budaya, lingkungan sosial, ekonomi dan gaya hidup. Keputusan pembelian konsumen biasanya diawali dari pengenalan kebutuhan. Hal ini dimulai ketika konsumen menyadari kebutuhan yang diperlukannya untuk sehari-hari. Selanjutnya konsumen akan memulai pencarian informasi mengenai produk yang dibutuhkannya dimulai dari kualitas, merk, harga, ulasan dan hal lainnya. Dari hal tersebut kemudian konsumen akan membuat keputusan pembelian yang didasari jenis kebutuhannya dan hasil informasi yang telah diperolehnya. Hasil dari penggunaan sebuah produk tersebut nantinya juga akan menjadi faktor keputusan pembelian bagi konsumen untuk melakukan pembelian selanjutnya. Jika produk yang digunakan sebelumnya memberikan kepuasan pada konsumen maka untuk selanjutnya konsumen akan lebih percaya untuk melakukan pembelian ulang.

Keputusan pembelian pada konsumen muslim biasanya sangat terikat terhadap label halal. Selain itu faktor lainnya yang ikut mempengaruhi dan berkaitan erat adalah faktor harga. Konsumen cenderung mengkaitkan harga dengan kualitas dari sebuah produk. Harga yang tinggi biasanya dianggap oleh konsumen memiliki kualitas baik juga. Tingginya persaingan produsen kosmetik *skincare* menghadirkan banyaknya keluaran produk yang bersaing secara harga baik produk lokal maupun produk asing. Beberapa produsen menawarkan produk dengan kelebihan terjaminnya kehalalan tapi memiliki harga yang lebih tinggi, sedangkan beberapa produsen menggunakan kelebihan pada harga yang lebih murah tapi belum memiliki bersertifikasi halal. Pada kondisi seorang mahasiswa yang masih menempuh pendidikan dan belum bekerja sepenuhnya tentunya faktor halal dan harga akan menjadi pengaruh dalam keputusan pembelian kosmetik *skincare*. Bagi mahasiswa yang belum berpenghasilan tetap tentunya akan mempertimbangkan harga dari sebuah produk sesuai dengan kondisi keuangannya yang biasanya masih dibantu oleh orang tua. Di sisi lain faktor halal juga ikut serta bagi mahasiswa dalam menjamin keamanan dalam penggunaan kosmetik. Oleh karena itu, meningkatnya persaingan produk kosmetik jenis *skincare* yang terjadi saat ini dan juga tingginya konsumen kosmetik pada kalangan mahasiswa

di kota Padang menjadi landasan untuk melakukan penelitian tugas akhir yang berhubungan dengan pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian kosmetik *skincare*.

1.2 Perumusan Masalah

Penulisan tugas akhir ini memiliki rumusan masalah yang didasari pada permasalahan dari latar belakang, yaitu bagaimana pengaruh label halal dan harga pada produk kosmetik jenis *skincare* terhadap keputusan pembelian konsumen serta bagaimana perbandingan tingkat kepentingan label halal dengan harga produk terhadap keputusan konsumen.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yang ingin diraih yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh label halal dan harga pada produk kosmetik jenis *skincare* terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Menganalisis perbandingan tingkat kepentingan label halal dengan harga kosmetik jenis *skincare* terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan masalah yakni produk kosmetik yang dikaji berfokus dalam jenis produk *skincare* dan subjek penelitian ini hanya berfokus pada mahasiswi di kota Padang.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan Tugas Akhir ini disusun dengan sistematika yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini dilengkapi berbagai hal yang melandasi pelaksanaan penelitian, perumusan masalah, tujuan akhir penelitian yang ingin diraih, batasan masalah, serta susunan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini dilengkapi tentang berbagai teori untuk mendukung proses penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Susunan pada bab ini terdiri dari langkah – langkah yang digunakan untuk memecahkan masalah yang meliputi studi pendahuluan, identifikasi masalah, pengumpulan data penunjang proses penelitian, pengolahan data yang didapatkan serta analisis dan penutup.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini disusun dari proses pengumpulan data yang diperlukan dan dilanjutkan pada pengolahan data yang dikumpulkan tersebut.

BAB V ANALISA

Bab ini mengandung analisis berdasarkan pengaruh label halal pada keputusan pembelian serta analisis perbandingan tingkat kepentingan label halal dengan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

BAB VI PENUTUP

Bab ini dilengkapi kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya pada penelitian dengan menggunakan topik yang serupa.