

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Prinsip Syariah merupakan pedoman umat Islam untuk beribadah, termasuk kegiatan berkonsumsi. Dalam Islam, Mengkonsumsi harus memenuhi syarat yaitu halal dan *thoyyib*. Halal merupakan sebuah produk yang diizinkan sesuai ajaran Islam berlandas Al-Quran dan hadist. Adanya Halal, supaya umat muslim mengkonsumsi produk yang serba baik. Serba baik berupa makanan, minuman halal, kosmetik halal, obat-obatan halal dan lain-lainnya. Hal ini didukung oleh ayat Al-Quran sebagai berikut :

Pada surat Al-Nahl ayat 114

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

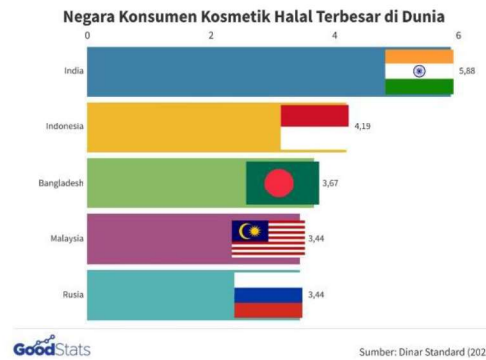
Arab-Latin: Fa kulu mimmā razaqakumullāhu ḥalālan ṭayyibaw wasykurū ni'matallāhi ing kuntum iyyāhu ta'budūn

Artinya: Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.

Hal ini Menunjukkan bahwa Allah memerintahkan kepada manusia untuk memakan (mengkonsumsi) makanan yang halal, hal ini dapat dianalogikan pada produk selain makanan yang dikonsumsi konsumen muslim termasuk kosmetik dan perawatan kulit. Kosmetik halal merupakan kosmetik yang memiliki bahan-bahan sesuai prinsip islam dan dianjurkan untuk mendapatkan sertifikasi halalnya dari MUI

LPPOM-MUI merupakan sebuah Lembaga Pengkajian Pangan, Obat – obatan dan Kosmetika majelis Ulama Indonesia yang mengeluarkan sertifikat kehalalan suatu produk dari mulai bahan baku hingga ke tangan konsumen sesuai dengan syari'at Islam (Halal MUI, 2018) sehingga produk tersebut aman dan halal untuk digunakan sehari-hari, dan adanya sertifikat halal serta pencatuman label halal pada produk kosmetik.

Negara Indonesia merupakan pasar kosmetik terbesar di Posisi ke 2 dalam mengonsumsi. Berdasarkan data perkembangan konsumsi kosmetik halal sebagai berikut pada gambar 1.1



Gambar 1.1 Penggunaan Konsumsi Kosmetik Halal

Sumber : Dinar Standart,(2021)

Berdasarkan penggunaan konsumsi kosmetik halal, Indonesia diperkirakan akan menjadi pasar produk kecantikan terbesar ke-5 di dunia dalam 10 hingga 15 tahun mendatang. Pemerintah juga mendorong program substitusi impor 35 persen di industri kecantikan pada tahun 2022.

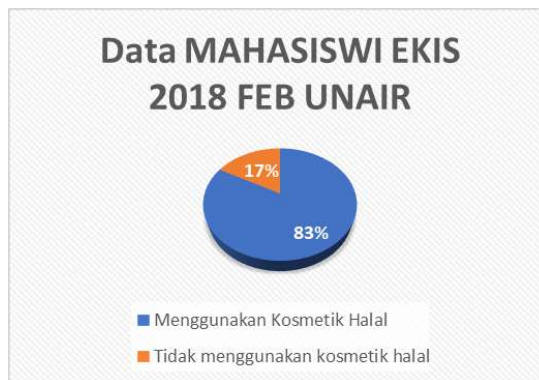
Didukung Data Kementrian Perindustrian,(2018) menyatakan Pertumbuhan Industri Kosmetik Nasional dicatat sebesar 20% atau 4x lipat dari pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2017, sehingga nilai ekspor produk kosmetik nasional mencapai US\$ 516,99 juta, dengan jumlah mencapai lebih dari 760 perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa industri kosmetik di Indonesia mengalami perkembangan pesat dari tahun ke tahun. Menyebabkan adanya peningkatan terhadap banyaknya perusahaan kosmetik terbaru, sehingga banyak pilihan produk kosmetik halal. Produk Kosmetik halal meliputi face Primer, Foundation, Concealer, Loose Powder, BB cream, Blush On, Eyeshadow, Pensil Alis, Bronze, Eyeliner, Maskara, Highlighter dan lipstick. (BeautyhauI,2022)

Pemerintah memerintahkan bahwa tidak hanya produk makanan saja yang sudah halal. Produk kosmetik, peralatan mandi dan obat-obatan harus memiliki sertifikat halal dan sudah di label halal oleh LPPOM-MUI untuk bisa digunakan dan melindungi untuk konsumen dari produk abal-abal (POPMAMA,2019).

Hal ini diatur dalam Undang-undang (UU) No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) yang tertera Ketentuan soal penggunaan kosmetik halal :

“Jangan sampai terjadi (salat tidak sah), terutama bagi Muslimah, yang ingin tampil cantik, tetapi malah terpapar najis karena menggunakan produk kosmetika yang tidak jelas status kehalalan atau kesuciannya. Dan akibatnya, ibadah yang dikerjakan menjadi tidak sah.

Penggunaan kosmetik halal bisa digunakan berbagai kalangan konsumen, termasuk mahasiswi Ekonomi Islam Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga (EKIS 2018 FEB UNAIR). Berdasarkan hasil survey peneliti yang dilakukan pada Mahasiswa EKIS 2018 FEB UNAIR didapatkan hasil yang ditunjukkan oleh gambar 1.2



Gambar 1.2 Penggunaan Kosmetik Halal Mahasiswi EKIS 2018 FEB UNAIR

Sumber : data diolah,(2022)

Hasil Survey menyatakan bahwa 83% dari 85 Mahasiswi EKIS 2018 FEB UNAIR menggunakan produk kosmetik halal. Alasan mereka menggunakan karena kosmetik halal sudah teruji dan terdaftar di LPPOM-MUI dan merupakan kebutuhan, dimana kebutuhan adalah sesuatu hal yang harus dipenuhi, apalagi kosmetik digunakan pada bagian wajah.

LPPOM-MUI menyatakan bahwa walaupun kosmetik halal sudah berlabel dan bersertifikat, konsumen harus memperhatikan selain label halal dan sertifikat halal yaitu memiliki pengetahuan produk halal terdapat pada kriteria kosmetik halal, sehingga mahasiswi EKIS 2018 FEB UNAIR merupakan umat muslim,

mereka dituntut harus memiliki pengetahuan dalam mengonsumsi/ penggunaan terkait produk kosmetik halal. Seseorang yang memiliki pengetahuan dalam tingkatan cukup/sesuai, bisa memutuskan untuk menggunakan pilihan produk kosmetik halal yang tepat dan mengurangi kesalahan terhadap produk yang dipilih.

Adanya Pertumbuhan Industri kosmetik dan banyaknya pilihan Produk Kosmetik Halal di Indonesia, menyebabkan konsumen dihadapkan berbagai pilihan untuk melakukan pengambilan keputusan. Menurut Simon (1993) pengambilan keputusan ialah suatu bentuk pemilihan dari berbagai alternatif tindakan yang mungkin dipilih yang prosesnya melalui mekanisme tertentu dengan harapan akan menghasilkan suatu keputusan yang terbaik, sebaliknya jika terjadi, maka Pengambilan keputusan yang salah akan berdampak buruk dari alternatif-alternatif pilihan apalagi dalam membeli produk yang bisa disebut keputusan pembelian.

Keputusan pembelian menurut Kotler&Keller,(2016) merupakan individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan terhadap barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Terdapat Proses yang memicu konsumen untuk melakukan pengambilan keputusan pembelian adalah Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Menurut Kotler &Amstrong,(2012:192) Keputusan pembelian terlibat oleh faktor-faktor berperan penting dalam memahami bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian mereka. Seseorang melakukan pembelian biasanya memilih-milih terlebih dahulu yang berpengaruh dengan keinginan/kebutuhan sebelum memutuskan mereka beli. Dengan kata lain, perilaku konsumen merupakan kegiatan individu yang terlibat pada Tindakan dilakukan. Konsumen memerlukan pemikiran matang dalam mengambil keputusan pembelian dengan mengevaluasi produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut. Faktor tersebut terdapat 4 faktor yaitu faktor budaya, faktor pribadi, faktor sosial dan faktor psikologis. Dipilih 1 faktor yang berperan untuk menjadi dasar penyebab utama konsumen dalam melakukan pembelian.

Pengetahuan produk halal merupakan dasar penting seseorang dalam membuat keputusan membeli dalam membeli produk (Nurhayati & Hendar, 2020).

mahasiswi dinilai memiliki pengetahuan yang lebih unggul dari SD,SMP dan SMA. Hal ini didukung oleh Penelitian Arifiyanto,(2011) yang menunjukkan bahwa pengetahuan merupakan pemahaman masyarakat khususnya konsumen dari kepribadian individu, karena semakin tinggi tingkat pengetahuan maka semakin tinggi tingkat dalam menentukan produk yang sesuai untuk dibeli. Produk tersebut bisa berupa makanan, minuman, jasa dan tak terkecuali Kosmetik halal.

Kosmetik halal harus memiliki kriteria oleh Muti,(2019) Wakil Direktur LPPOM-MUI menyatakan ketika melakukan keputusan pembelian, konsumen harus memperhatikan selain label halal yaitu kandungan kosmetik halal, segi bahan dan bahan yang terkandung menghalangi masuknya air wudhu atau tidak. Karena kriteria tersebut menjadi prinsip mengonsumsi kosmetik halal bagi umat muslim. Kriteria ini berguna untuk konsumen mengetahui riwayat produk kosmetik halal, sebelum melakukan pembelian.

Sehingga adanya pengetahuan halal pada produk kriteria kosmetik halal, bisa meningkatkan tingkat kesadaran terhadap apa yang diperbolehkan umat islam mengonsumsi terhadap produk yang akan dibeli, dan memvalidasi produk kosmetik halal aman digunakan untuk jangka panjang. Konsumen juga mendapatkan esensi produk sebagai solusi permasalahan wajah, dan bisa meningkatkan intensi pembelian ulang produk kosmetik halal. (Achmad & Fikriyah,2021)

penelitian terdahulu terdahulu dilakukan oleh Antonika et al.,(2015) Hasil penelitiannya menunjukkan, perilaku mahasiswa Universitas Lampung dan berbagai faktor dominan yang mempengaruhi perilaku mahasiswa dalam proses keputusan pembelian produk pangan halal. Analisis faktor yang dilakukan pada variabel-variabel yang mempengaruhi proses keputusan pembelian produk pangan halal dalam tingkat kepentingan menghasilkan empat faktor utama. Adapun faktor pertama adalah faktor atribut produk yang terdiri dari merek produk, komposisi produk dan tanggal produksi. Sedangkan faktor kedua adalah faktor internal yang terdiri dari variabel pendapatan (anggaran), motivasi membeli produk dan gaya hidup. Faktor ketiga adalah faktor budaya/agama yang terdiri dari variabel keberadaan label halal dan keberadaan sertifikat halal dan faktor eksternal yang terdiri dari variabel pengaruh penjual, tempat membeli produk dan harga produk.

Beserta Penelitian yang dilakukan oleh Qazzafi,(2019) menyatakan bahwa penelitian ini membahas tentang pemahaman proses pengambilan keputusan pembelian konsumen. Peneliti hanya mempelajari proses-proses perilaku pembelian konsumen tanpa membahas spesifikasi produk mana yang akan diteliti, sehingga Penelitian terdahulu pertama membahas factor keputusan pembelian pada pangan halal, dan penelitian terdahulu kedua membahas proses keputusan pembelian menggunakan produk. Sehingga, belum melakukan metode penelitian kualitatif studi kasus terhadap mahasiswi pada proses keputusan pembelian kosmetik, faktor yang dominan serta memiliki pengetahuan terkait produk kosmetik halal.

Adanya latar belakang, fenomena dan gap research yang terjadi, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yaitu menganalisis pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap kosmetik halal.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Proses pengambilan Keputusan pembelian produk kosmetik halal pada mahasiswi EKIS 2018 FEB UNAIR?
2. Faktor apa yang paling dominan saat keputusan pembelian?
3. Bagaimana tingkat pengetahuan mahasiswi pada produk kosmetik halal dalam keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui proses pengambilan keputusan pembelian kosmetik Halal pada Mahasiswi Ekonomi Islam Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga
2. Untuk mengetahui faktor perilaku pembelian yang paling dominan mempengaruhi Mahasiswi saat mengambil keputusan pembelian
3. Untuk mengetahui tingkat pengetahuan mahasiswi pada indikator/kriteria produk kosmetik halal dalam melakukan keputusan pembelian

1.4 Ringkasan Metode Penelitian

Menggunakan metode penelitian Kualitatif studi kasus eksplorasi. Teknik penarikan sampel non-probability sampling jenis purposive sampling sebanyak 6 mahasiswi Ekonomi Islam Angkatan 2018 Universitas Airlangga. Dengan pengumpulan data primer dan sekunder. Analisis data yaitu Penjodohan pola dengan 3 teknik yaitu Reduksi data, Penyajian Data dan Verifikasi Data.

1.5 Ringkasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipan menggunakan 5 tahapan tersebut selama proses pengambilan keputusan pada produk kosmetik halal, faktor yang dominan pengambilan keputusan pembelian yaitu faktor sosial berupa grup acuan. Dan partisipan memiliki tingkat pengetahuan yang baik dalam melakukan keputusan pembelian. Sehingga proses keputusan pembelian, faktor dan pengetahuan memiliki pengaruh pada keputusan pembelian.

1.6 Kontribusi Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Dapat digunakan pembeli/konsumen sebagai pertimbangan sebelum membeli produk kosmetik. dengan mengetahui produk kosmetik yang berlabel halal, bersertifikat halal dan memperhatikan bahan supaya produk tersebut aman digunakan sehari-hari bahkan jangka panjang dan memenuhi kebutuhan konsumen serta sebagai perlindungan konsumen
2. Dapat menjadi bahan referensi produsen yang ingin membuat produk kosmetik, untuk mendaftarkan produknya supaya mendapatkan sertifikasi halal dan label halal Karena bisa membangun peningkatan dan konsumen bisa mengenal produk kosmetik tersebut serta mengefektifitaskan Industri Kosmetik Halal di Indonesia
3. Memberikan informasi mengenai proses pengambilan keputusan konsumen, faktor-faktor yang dominan dan pengetahuan konsumen mengenai produk kosmetik halal yang akan dibeli.
4. Bagi produsen kosmetik halal

Hasil dari penelitian ini mampu menjadi salah satu acuan tentang Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, karena hal ini menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam memasarkan suatu produk ke konsumen dan perilaku konsumen pengambil keputusan pembelian kosmetik

5. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan salah satu referensi dalam karya tulis ilmiah untuk mengembangkan factor-faktor lain terutama dalam Ilmu Ekonomi Islam.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada skripsi ini terdiri dari lima bagian yang sistematis sehingga dapat dipahami dan dipelajari bagian skripsi. Berikut sistematika penulisan:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini berisi alasan penelitian secara garis besar untuk melakukan penelitian dengan topik analisis yang terdiri dari latar belakang, kesenjangan penelitian, tujuan penelitian, ringkasan metode penelitian, ringkasan hasil penelitian, kontribusi riset, dan sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua menjelaskan landasan teori dari topik penelitian yang dapat menjawab serta kerangka berpikir yang dapat membantu memahami alur penelitian ini.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Bab tiga pada penelitian ini berisi tentang uraian pendekatan kualitatif. Bab ini berisi tentang urutan pendekatan penelitian, ruang lingkup penelitian, jenis dan sumber data, prosedur/teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan teknik validasi data

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat berisi tentang pembahasan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Peneliti yaitu gambaran umum lokasi penelitian dan partisipan, penyajian data penelitian, hasil analisis data, interpretasi hasil dan pembahasan

BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima berisi kesimpulan penelitian serta saran yang diperoleh dari hasil penelitian yang menunjukkan keputusan pembelian kosmetik halal di Indonesia pada Mahasiswi Ekonomi Islam Universitas Airlangga.