

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Masyarakat memiliki banyak kebutuhan untuk keberlangsungan hidup, kebutuhan tersebut meliputi sandang, papan dan pangan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan jiwani dan rohani. Tanpa disadari, seluruh umat manusia pasti menggunakan berbagai produk-produk dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan. Hal ini menjadikan sebuah peluang berbagai perusahaan di seluruh dunia untuk menciptakan berbagai inovasi produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang tidak terbatas. Tanpa di pungkiri bahwa produk yang di produksi tidak semua memiliki sertifikat halal, maka dari itu manusia sebagai pengkonsumsi utama harus selektif dalam memilih produk yang baik untuk di konsumsi.

Indonesia menempati posisi pertama sebagai negara dengan penduduk muslim terbanyak di dunia. Hal ini menunjukkan tren positif secara tidak langsung membawa peningkatan terhadap adanya permintaan produk halal secara global. Bagi masyarakat muslim produk halal merupakan suatu keharusan, dimana merupakan perbuatan dosa jika umat muslim tidak mengkonsumsi produk halal.

Ketika berbicara tentang kehalalan suatu produk tidak bisa terlepas dari konsep *thoyyib*. Jika halal mengacu pada hukum boleh atau tidaknya suatu produk dikonsumsi, *thoyyib* lebih menekankan pada aspek kualitas produk seperti kandungan gizi, kebersihan dan keamanan produk, kesehatan, keterjangkauan harga, serta manfaat lainnya. Konsep *thoyyib* pada produk halal mensyaratkan produsen memproduksi produk yang benar-benar berkualitas dan bermanfaat.

Selain itu, permintaan halal saat ini tidak hanya berfokus pada makanan tetapi juga juga menangkap kategori produk non-makanan lainnya seperti kosmetik. Kosmetik halal sendiri dari tahun ke tahun mempunyai peningkatan yang cukup pesat dimana banyak produk baru atau produk yang awal mulanya tidak berlabel halal saat ini mulai memberikan label halal pada produknya. Salah satu kosmetik berlabel halal yang sedang digemari oleh kaum wanita khususnya mahasiswi adalah produk kosmetik bermerek safi. Dimana safi merupakan produk kosmetik halal dengan tingkat penjualan yang cukup tinggi di Indonesia.

Menurut Muflih , perilaku seseorang konsumen harus mencerminkan hubungan diriya dengan Allah SWT. Setiap pergerakan dirinya yang berbentuk dengan pembelian sehari-hari tidak lain adalah memanifestasi zikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian, seseorang harus lebih memilih jalan batasan Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir dan tidak tamak supaya hidupnya selamat di akhirat.

Keterlibatan dalam proses apapun Allah melarang umatnya dalam kerugian seperti halnya dalam aktivitas pembelian. Manusia harus dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, antara yang baik dan yang buruk begitupun yang halal maupun haram.

Sedangkan menurut pandangan islam mengenai perintah Allah SWT untuk mengonsumsi sesuatu yang halal berdasarkan Q.S Al-Maidah ayat 3 :

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالِدَمُّ وَالْحُنْزِيرُ وَمَا أَهَلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَفَةُ وَالْمَوْفُودَةُ
وَالْمُنْتَرِبَةُ وَالنَّطِيجَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا
بِالْأَزْوَاجِ ذَلِكُمْ فِسْقٌ الْيَوْمَ يَبْسُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَحْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ
دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمْ الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنْ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ
مُتَجَانِفٍ لِإِنَّهُ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

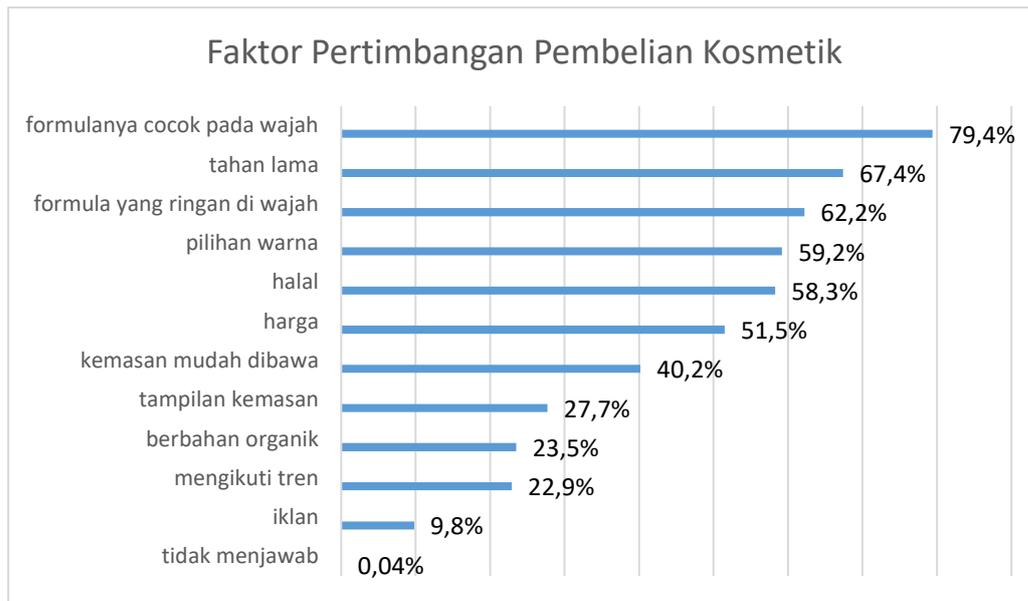
“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul,

yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu sembelih. Dan (diharamkan pula) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan pula) mengundi nasib dengan azlam (anak panah), (karena) itu suatu perbuatan fasik. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka, tetapi takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Aku sempurnakan agamamu untukmu, dan telah Aku cukupkan nikmat-Ku bagimu, dan telah Aku ridai Islam sebagai agamamu. Tetapi barangsiapa terpaksa karena lapar, bukan karena ingin berbuat dosa, maka sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.” (QS Al-Maidah: 3)

Di dunia persaingan antara pasar industri kosmetik dan perawatan pribadi sudah sangat kompetitif. Hal ini sudah terbukti karena sudah banyaknya jenis kosmetik produksi luar negeri maupun dalam negeri yang sudah banyak beredar di Indonesia. Dengan banyaknya macam merek produk kosmetik di pasaran bisa mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan pembelian sehingga berdampak pada keputusan pembelian. Pembelian suatu produk kosmetik saat ini bukan lagi semata untuk memenuhi kecantikan seseorang tetapi sudah menjadi kebutuhan seseorang untuk saat ini.

Menurut Bawazier selaku Direktur Kimia Hilir Kemenperin mengatakan bahwa secara umum masyarakat saat ini menyukai produk dengan label halal, hal ini dikarenakan adanya kenaikan pada konsumen kosmetik wanita muslim.

<http://ekonomi.bisnis.com>



Sumber : sigmaresearch

Gambar 1. 1
Faktor Pertimbangan Pembelian Kosmetik

Produk kosmetik halal semakin populer seiring dengan banyaknya konsumen yang sudah mulai memperhatikan kehalalan sebuah produk. Sigma Research Indonesia melakukan survei kepada 1200 perempuan Indonesia dengan rentan usia 15-55 tahun. Dari survey tersebut menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menjadi pertimbangan wanita dalam membeli kosmetik. Hasil survey dapat digambarkan seperti pada grafik diatas yang menunjukkan sebesar 58,3% aspek kehalalan produk menjadi pertimbangan pada saat membeli kosmetik. Namun formula yang cocok pada kulit menjadi pertimbangan tertinggi yakni sebesar 79,4% artinya konsumen masih belum terlalu memperhatikan label halal khususnya pada produk kosmetik.

Salah satu kosmetik halal yang sedang banyak digunakan oleh kaum hawa adalah merek Safi. Dimana Safi merupakan produk *skincare* halal asal Malaysia. Safi sudah memiliki sertifikat halal dari Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Produk Safi diluncurkan di

Indonesia setelah proses riset mendalam, berdasarkan keperluan dan keinginan wanita Indonesia terhadap perawatan kulit mereka, peluncuran pertama kali produk Safi di Jakarta pada Kamis 29 Maret 2018. Ada 3 produk Safi yang diluncurkan pertama kali di Indonesia:

1. Safi *Whitite natural with mangosten*
2. Safi *White expert*
3. Safi *Age defy*

Target pasar Safi di Indonesia adalah wanita muslim yang mengikuti syariat hukum Islam. Produk Safi dibuat dengan syariat Islam, setidaknya dalam perdagangan Islam sah sesuai dengan syarat dan rukunnya. Untuk mendapatkan sertifikat halal berarti suatu produk sudah melewati banyak tes dan uji coba mulai dari proses hingga kandungannya semua sesuai dengan syarat Islam dengan cara yang baik, tidak merusak, tidak menyakiti serta aman untuk digunakan dan yang pasti dibuat dari bahan-bahan yang alami dan halal.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat permasalahan mengenai **“Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Safi (Survei pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian kosmetik Safi?

2. Apakah pengaruh Label Halal terhadap keputusan pembelian kosmetik Safi?
3. Apakah pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Safi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui apakah pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian kosmetik Safi?
2. Mengetahui apakah pengaruh Label Halal terhadap keputusan pembelian kosmetik Safi?
3. Mengetahui apakah pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Safi?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan serta menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang pengaruh gaya hidup, label halal, dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik safi pada mahasiswa universitas muhammadiyah Yogyakarta. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan menambah informasi untuk penelitian berikutnya dengan topik yang sama.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menggambarkan serta memberikan informasi dengan jelas mengenai faktor yang mempengaruhi

keputusan pembelian kosmeti safi melalui variable gaya hidup, label halal dan harga. Kemudian dengan adanya informasi tersebut dapat memberikan gambaran bagi perusahaan untuk dapat memberikan bukti empiris tentang pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik safi. Selain itu sebagai referensi bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan citra produk.