

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang terdiri dari beraneka ragam jenis suku bangsa, begitu juga beragam agama yang dianut oleh penduduk. Hal ini di dukung oleh data yang dirilis dari situs resmi Pusat Data Kementrian Agama Republik Indonesia tentang data penduduk berdasarkan jumlah pemeluk agama yang ada di Indonesia pada tahun 2018. Berdasarkan data tersebut, dari beberapa agama yang ada dan dianut oleh penduduk Indonesia menyatakan bahwa jumlah penduduk pemeluk agama Islam adalah yang tertinggi yaitu sebanyak 231.069.932 jiwa atau setara dengan 87,20% dari total jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2018 (Anonim, 2018). Oleh sebab itu kebutuhan penduduk akan produk yang berbahan halal menjadi mutlak sesuai dengan tuntunan ajaran agama Islam. Ketersediaan produk yang terjamin kehalalannya menurut syariat bagi masyarakat Indonesia yang beragama Islam merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari ibadah sehingga produk yang dikonsumsi oleh masyarakat harus benar-benar terjamin kehalalannya.

Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UUJPH) Nomor 33 Tahun 2014 semakin mempertegas bahwa setiap produk yang diedarkan ke masyarakat luas harus memuat informasi halal, hal ini bertujuan agar pihak konsumen mendapatkan kepastian hukum terhadap produk yang dikonsumsi. UUJPH tidak hanya ditujukan kepada konsumen untuk memberikan jaminan halal dengan pemberian sertifikasi halal. Akan tetapi produsen juga mendapatkan manfaat dari UU ini yaitu adanya kepastian hukum terkait dengan produknya. Bagi umat muslim mengkonsumsi produk halal merupakan suatu kewajiban. Halal dan haram tidak hanya berhubungan dengan kegiatan mengkonsumsi makanan saja, akan tetapi dengan semua hal yang sudah ada aturannya didalam Al-Qur'an. Dalam hukum Islam dijelaskan dalam Q.S. Al-Baqarah: 168 & 173. Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “*Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.*”

Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 173 yang berbunyi:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: “Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

Halal pada umumnya berdasarkan pada perihal atau tindakan yang diizinkan menurut hukum Syariah (Islam) berbeda dengan haram, yang berarti dilarang dalam Islam (Mukhtar & Butt, 2012). Dalam ruang lingkup kosmetik halal, konsep ini mencakup pada semua aspek mulai dari proses produksi, termasuk bahan halal dan penggunaan zat yang diperbolehkan. Semua harus diproduksi, disimpan, dikemas, dan dikirim sesuai dengan Syariah dan ketentuan halal. Agama Islam mengharuskan umat Islam untuk mematuhi pedoman dan prinsip khusus dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Dengan demikian, konsumen Muslim memiliki permintaan yang lebih tinggi terhadap produk halal yang didistribusikan sesuai dengan pendekatan Islam Al-Khatib, (1995) dikutip dalam (Hussin *et al.*, 2013).

Konsumen akan lebih percaya terhadap produk yang sudah memiliki sertifikasi halal. Sertifikasi halal merupakan tanda bukti bahwa produk yang diperjualbelikan telah memenuhi syarat kehalalan yang ditetapkan oleh fatwa MUI. Meningkatnya populasi kelas menengah di Indonesia menjadi salah satu potensi pemasaran yang sangat besar. Untuk mendapatkan sertifikat halal harus melalui tahapan yang ketat, dimulai dari awal produk tersebut diproduksi hingga produk tersebut terjual, itu semua tidak terlepas dari penilaian untuk sampai mendapatkan sertifikasi halal. Adanya sertifikasi halal konsumen tidak perlu khawatir lagi dengan produk yang mengandung sesuatu yang haram seperti mengandung babi atau hal haram lainnya karena produk yang dikonsumsi sudah mengantongi sertifikasi halal sehingga sudah pasti terjamin kehalalannya. Semua produk yang melalui proses sertifikasi halal, telah melewati berbagai standart yang didesain untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.

Dari beberapa penelitian sebelumnya didapatkan beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan kosmetik halal yaitu bahwa yang dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan kosmetik halal adalah nilai fungsional (*functional value*), nilai kondisional (*conditional value*), nilai sosial (*social value*), nilai emosional (*emotional value*), nilai epistemik (*epistemic value*), tingkat pengetahuan, kesadaran halal (*halal awareness*), religiulitas, perilaku, label halal, kualitas produk, harga, brand (merek), intensi (niat), media sosial, kecocokan formula pada kulit, tampilan kemasan, mengikuti

tren, dan lainnya. Dari beberapa penelitian tersebut didapatkan hasil dan diketahui faktor yang mempengaruhinya, peneliti ingin melakukan penelitian dari beberapa faktor diatas diantaranya adalah nilai fungsional (*functional value*), nilai kondisional (*conditional value*), nilai sosial (*social value*), nilai emosional (*emotional value*), nilai epistemik (*epistemic value*), dan nilai religiusitas untuk ditinjau lebih lanjut faktor apakah yang paling berpengaruh dalam penggunaan kosmetik halal terutama di kalangan mahasiswa di Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Sejalan dengan perkembangan dan meningkatnya kesadaran masyarakat terkait penggunaan produk halal, telah banyak penelitian-penelitian terdahulu yang membahas minat atau intensi masyarakat dalam membeli produk halal terutama kosmetik. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Aisyah, (2016) bahwa niat dan keputusan konsumen untuk membeli kosmetik halal serta produk perawatan pribadi akan lebih tinggi jika konsumen terdorong untuk menjalankan kewajiban keagamaan mereka dalam mengkonsumsi produk halal. Dari penelitian sebelumnya, tidak ada yang merilis ide dan gagasan halal pada kosmetik serta ditambah naiknya kesadaran *middle class muslims* akan kepatuhan kepada aturan agama mengkonsumsi produk halal menjadi gaya hidup (Yuswohadi, 2014).

Analisis yang akan dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan kosmetik halal pada kalangan mahasiswa di

Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta ini adalah dengan menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Model*) berbasis PLS (*Partial Least Square*). SEM adalah Teknik analisis multivariate yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi (korelasi) yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model, baik itu antar indikator dengan konstraknya, ataupun hubungan antar konstruk. PLS adalah analisis persamaan structural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Penggunaan analisis SEM-PLS dalam penelitian ini dikarenakan memiliki keunggulan yaitu, mampu memodelkan banyak variabel dependen dan variabel independe, dapat digunakan pada sampel kecil, tidak mensyaratkan data berdistribusi normal, dapat digunakan pada data dengan tipe skala berbeda yaitu: nominal, ordinal, dan kontinu.

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, karena mahasiswa di FKIK UMY yang cukup konsumtif dan meningkatnya kesadaran beragama pada konsumen kelas menengah muslim terutama di kalangan mahasiswa. Fenomena perilaku konsumtif tentang pembelian kosmetik sudah menjadi gaya hidup di kalangan mahasiswi. Hal ini tampak dari semakin banyak produsen yang melayani penyediaan barang-barang kebutuhan konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Alasan mahasiswi melakukan kegiatan

konsumtif membeli kosmetik adalah untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan. Produk kosmetik melekat dengan perempuan karena pada dasarnya perempuan adalah makhluk yang identik dengan keindahan. Perempuan selalu ingin tampil cantik dalam berbagai keadaan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian. Hal inilah yang menjadi alasan perempuan senang mempercantik diri dengan menggunakan berbagai jenis produk kosmetik dan bahkan melakukan pembelian tanpa rencana (Sofiana & Indrawati, 2020).

Alasan Peneliti memilih FKIK sebagai tempat penelitian adalah belum ada penelitian tentang analisis faktor-faktor penggunaan kosmetik halal pada mahasiswa FKIK, untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan kosmetik halal pada mahasiswa FKIK UMY, untuk menghemat waktu, tenaga, dan biaya karena lokasi penelitian mudah terjangkau. Selain itu juga memiliki akses dan informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan mahasiswa non FKIK. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yonita, (2015) pada mahasiswa kesehatan masyarakat Universitas Jember memiliki motivasi untuk menggunakan produk kosmetik berbahaya. Padahal seharusnya mahasiswa kesehatan masyarakat sudah memiliki pengetahuan tentang bahaya kosmetik. Namun hal tersebut tidak mengurangi niat mahasiswa untuk menggunakan kosmetik yang mengandung merkuri hanya untuk bisa dipuji cantik karena memiliki kulit yang putih dan bersih.

Kehalalan menjadi salah satu faktor penyebab apa saja yang mempengaruhi penggunaan kosmetik halal di kalangan mahasiswa.

Mahasiswa cenderung menggunakan kosmetik yang menjadi gaya hidupnya dan semakin meningkatnya peredaran berbagai macam kosmetik di Indonesia. Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta mempunyai jumlah mahasiswa sebanyak 1703 mahasiswa dimana mahasiswa perempuan lebih banyak yaitu sejumlah 1313 dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki yaitu sejumlah 390 mahasiswa dan cukup memenuhi untuk dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan kosmetik halal di kalangan mahasiswa khususnya di Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dengan demikian, penulis melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul: Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Kosmetik Halal Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta: *A Partial Least Square-Structural Equation Modelling*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara nilai fungsional dengan penggunaan produk kosmetik halal?
2. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara nilai kondisional dengan penggunaan produk kosmetik halal?
3. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara nilai sosial dengan penggunaan produk kosmetik halal?
4. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara nilai emosional dengan penggunaan produk kosmetik halal?
5. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara nilai epistemik dengan penggunaan produk kosmetik halal?
6. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara nilai religiusitas dengan penggunaan produk kosmetik halal?

C. Keaslian Penelitian

Tabel 1. Beberapa penelitian yang pernah dilakukan para peneliti terdahulu

No	Judul, Penulis, Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Kosmetik Halal (Larasati <i>et al.</i> , 2018)	Konklusif Deskriptif dengan rancangan <i>Single cross-sectional</i>	sikap konsumen secara signifikan berpengaruh positif terhadap intensi konsumen untuk membeli kosmetik dengan positioning halal.	Kuesioner penelitian dibagikan kepada responden dengan karakteristik wanita beragama Islam, mengetahui produk kosmetik Wardah dan Sariayu, belum pernah menggunakan dan membeli produk kosmetik Wardah dan Sariayu.
2.	Faktor - Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik Halal di Kota Bogor (Septiani & Indraswari, 2018)	analisis deskriptif melalui analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) dengan pendekatan <i>Partial Least Squares</i> (PLS)	Faktor psikologis menjadi faktor yang berpengaruh pada pembelian kosmetik berlabel halal dikarenakan motif penggunaan kosmetik mampu menunjukkan pemenuhan kebutuhan pengakuan yakni penampilan yang menarik sebagai wanita pekerja	Penelitian dilakukan di Kota Bogor dengan mempertimbangkan Kota Bogor yang diwacanakan menjadi salah satu kota halal di Indonesia. Pendistribusian kuesioner dilakukan secara online, sampel penelitian adalah 100 wanita pekerja di Kota Bogor.
3.	<i>Factors Impacting Customer Attitude toward Buying Halal Cosmetics in Jabodetabek</i> (Clarita <i>et al.</i> , 2020)	Menggunakan SEM PLS dan menggunakan <i>convenience sampling</i>	Religiusitas, keterlibatan produk, dan pengetahuan halal memiliki pengaruh terhadap sikap pelanggan	Kuesioner didistribusikan secara online dan offline. Sampel dalam penelitian ini adalah wanita muslim yang menggunakan kosmetik halal atau tidak menggunakan kosmetik halal.

4.	<i>Determinants of Intention to Purchase Halal Cosmetic Products: A Study on Muslim Women in West Malaysia</i> (Wei et al., 2020)	Survei kuisioner terstruktur melalui <i>convenience sampling</i> dan analisis dengan PLS-SEM	Nilai kondisional, nilai emosional, dan nilai epistemic berhubungan positif dan signifikan dengan niat beli kosmetik halal.	Penelitian ini menggunakan survei online yang menargetkan sekitar 400 wanita Muslim dari usia 16 hingga 60 tahun di Malaysia Barat. Total kuesioner yang didistribusikan adalah 500 dan terjawab sebanyak 278.
----	---	--	---	--

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara nilai fungsional dengan penggunaan produk kosmetik halal
2. Untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara nilai kondisional dengan penggunaan produk kosmetik halal
3. Untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara nilai sosial dengan penggunaan produk kosmetik halal
4. Untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara nilai emosional dengan penggunaan produk kosmetik halal
5. Untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara nilai epistemic dengan penggunaan produk kosmetik halal
6. Untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara nilai religiusitas dengan penggunaan produk kosmetik halal

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu kesempatan bagi peneliti untuk dapat menerapkan teori yang telah didapatkan diperkuliahan dan menggali pengetahuan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan faktor – faktor yang mempengaruhi penggunaan kosmetik halal.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan akademisi khususnya mahasiswa terkait dengan faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan kosmetik halal yang ada di Indonesia.

3. Bagi Penulis Berikutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi, pertimbangan dalam penelitian berikutnya dan bermanfaat bagi pembaca lainnya.