

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di dunia. Jumlah penduduk ini terus mengalami peningkatan sepanjang lebih dari satu dekade terakhir. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Indonesia kembali mengalami peningkatan menjadi 275,77 juta jiwa hingga pertengahan 2022. Jumlah tersebut naik 1,13% dibanding pada tahun lalu yang sebanyak 272,68 juta jiwa. Dan populasi penduduk Indonesia saat ini adalah 282,006 pada Juni 2023 berdasarkan elaborasi *Worldometer* dari data PBB terbaru. Negara dengan jumlah Muslim terbesar secara keseluruhan adalah Indonesia, yang merupakan rumah bagi sekitar 231 juta Muslim. Jumlah ini merupakan 86,7% penduduk Indonesia beragama Muslim dari total populasi Indonesia.

Persaingan bisnis kosmetik di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan tersebut menciptakan persaingan bisnis yang semakin kompleks dan serba tidak pasti sehingga menghasilkan banyak tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan. Dengan jumlah penduduk sekitar 282 juta jiwa diantaranya dibawah usia 30 tahun, menjadikan Indonesia pasar yang menjanjikan bagi perusahaan kosmetik. Kosmetik sekarang menjadi *trend* besar di seluruh dunia.

Berdasarkan Peraturan Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 (Tentang Jaminan Produk Halal), untuk menjamin setiap pemeluk agama Islam dan menjalankan ajaran agamanya, negara berkewajiban memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat. Menurut LPPOM MUI (2017), produk dianggap aman apabila sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Memberikan status kehalalan diperlukan untuk memberikan keyakinan kepada konsumen saat mengonsumsi atau menggunakan produk tersebut. Oleh karena itu, penyelenggaraan jaminan produk halal bertujuan untuk memberikan rasa nyaman, keamanan, keselamatan dan keyakinan tentang ketersediaan produk halal bagi masyarakat saat mereka mengonsumsi atau menggunakan produk tersebut serta berpotensi meningkatkan nilai tambah bagi perusahaan yang memproduksi dan menjual produk halal.

Salah satu produk yang digunakan dan dibeli oleh masyarakat terutama wanita adalah kosmetik. Kosmetik merupakan salah satu kebutuhan wanita yang digunakan sehari-hari agar terlihat menarik. Kehalalan dari produk kosmetik ditentukan dari bahan baku dan proses produksinya. Meskipun Undang-Undang N0 33 Tahun 2014 telah mengatur ketentuan mengenai kehalanan produk, saat ini belum ada daftar resmi bahan baku yang dianggap positif maupun negatif untuk produk kosmetika.

Undang – Undang Jaminan Produk Halal (UUJPH) Nomor 33 Tahun 2014 menegaskan bahwa setiap produk yang dipasarkan ke masyarakat harus menyertakan informasi mengenai status kehalalannya. Tujuan dari aturan

ini adalah untuk memberikan kepastian hukum kepada konsumen mengenai produk yang mereka konsumsi. UUJPH tidak hanya bertujuan untuk memberikan jaminan halal dengan pemberian sertifikasi halal, tetapi juga memberikan keuntungan bagi produsen dengan memberikan kepastian hukum terkait produk yang mereka hasilkan. Bagi umat muslim mengonsumsi produk halal merupakan suatu kewajiban. Halal dan haram tidak hanya berhubungan dengan kegiatan mengonsumsi makanan saja, namun semua hal yang sudah ada aturannya di dalam Al-Qur'an. Dalam hukum Islam dijelaskan dalam Q.S. Al-Baqarah ayat : 168.

Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi:

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

Artinya : “ *Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu*”

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa Allah SWT memerintahkan kepada umatnya muslim untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik yang telah dianugerahkan oleh Allah SWT, dan melarang umatnya untuk mengonsumsi yang telah diharamkan (Qardhawi, 2007). Begitu pun halnya dengan kosmetik, diperbolehkan untuk digunakan, namun asal bahan dan proses pembuatannya tidak mengandung hal yang diharamkan (Aisyah, 2016).

Sebagai negara dengan mayoritas penduduk yang beragama Islam penting untuk memperhatikan kehalalan produk kosmetik dalam penggunaannya. Agama Islam telah memberikan pedoman mengenai perilaku dalam mengonsumsi sesuatu hal yang termuat dalam Alquran mengenai apa yang dihalalkan atau diperbolehkan dan apa yang diharamkan atau tidak diperbolehkan. Namun keputusan seorang Muslim untuk menggunakan produk halal dipengaruhi oleh pengetahuan mereka mengenai halal. Pengetahuan ini digunakan untuk memahami apakah suatu produk dianggap halal atau haram, serta asal-usul dan dari mana barang tersebut diperoleh (Mukhar dan Butt, 2012).

Structural Equation Modelling Analysis (SEM) adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji dan memperkirakan hubungan sebab-akibat dengan menggabungkan analisis faktor dan analisis jalur (Wright, 1921). SEM adalah teknik analisis *multivariat* yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi hubungan linear antara variabel observasi (indikator) dan variabel laten yang tidak dapat diukur langsung. Variabel laten adalah variabel yang tidak teramati atau tidak dapat diukur secara langsung, tetapi dapat diperkirakan melalui beberapa indikator. *Partial Least Square* (PLS) merupakan metode yang efektif dalam analisis ini karena fleksibilitasnya terhadap skala pengukuran (baik interval maupun rasio), serta kemampuannya untuk mengatasi keterbatasan ukuran sampel dan distribusi dari residual (Wold, 2013). Menurut penelitian Prita (2020), penggunaan metode SEM-PLS dipilih karena kemampuannya dalam memodelkan banyak variabel

dependen dan independen secara efektif. Metode ini dinilai kuat dalam menghasilkan hasil yang dapat diandalkan, meskipun terdapat ketidaknormalan dalam data dan tidak memerlukan syarat bahwa data harus berdistribusi secara normal. Karena itu SEM-PLS sangat tepat digunakan pada penelitian yang bertujuan untuk mengembangkan teori (Wulandari et al., n.d.)

Dari penjelasan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut guna mengetahui faktor yang mempengaruhi mahasiswa Farmasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap pemilihan kosmetik berlabel halal. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Kosmetik Halal pada Mahasiswa Farmasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta : *A Partial Least Square – Structural Equation Modelling*”

B. Rumusan Masalah

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 emosional dengan penggunaan produk kosmetik halal?
4. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara nilai sosial dengan penggunaan produk kosmetik halal?

5. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara nilai epistemik dengan penggunaan produk kosmetik halal?
6. Apakah terdapat hubungan yang penting antara nilai religiusitas dengan penggunaan produk kosmetik halal?

C. Keaslian Penelitian

Tabel 1. Perbandingan Keaslian Penelitian

Judul	Nama Peneliti (tahun)	Metode	Hasil	Perbedaan
Faktor – faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen Produk Halal di Kota Bogor	Stevia Septiani dan Retno Indraswari (2018)	Analisis deskriptif melalui analisis <i>Structural Modeling</i> (SEM) dengan pendekatan <i>Partial Least Squares</i> (PLS)	Faktor psikologis menjadi faktor yang berpengaruh pada pemberian kosmetik halal karena penggunaan kosmetik mampu menunjukkan pemenuhan kebutuhan yakni penampilan yang menarik sebagai wanita pekerja	Penelitian dilakukan di Kota Bogor. Penelitian dilakukan dengan responden 100 wanita pekerja di Kota Bogor.
Pengaruh <i>Islamic Religiosity</i> dan <i>Halal Knowledge</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Kosmetik Halal Dimediasi oleh <i>Attitude</i> terhadap Produk Halal di Indonesia	Lisa Adriani dan Ma'ruf (2018)	Menggunakan kuesioner yang didistribusikan secara <i>online</i> kepada responden Muslimah berusia 19-36 tahun, yang memiliki pendapatan kelas menengah atas	Responden yang memiliki pengetahuan mengenai produk halal akan lebih selektif dalam memilih produk yang akan digunakan. Responden bisa melihat dan mencari beberapa informasi yang tertera pada kemasan produk	Responden lebih mengetahui kehalalan produk kosmetik <i>Make Over</i> karena beranggapan <i>Make Over</i> sebagai merk Internasional.

<i>Factors Impacting Customer Attitude toward Buying Halal Cosmetics in Jabodetabek</i>	Adelia Clarita, Shannon Baladewe Zimbalist dan Rini Setiowati (2020)	Menggunakan metode SEM dan PLS dan menggunakan <i>convenience sampling</i>	Religiusitas, keterlibatan produk, dan pengetahuan halal memiliki pengaruh terhadap konsumen dalam memilih kosmetik halal	Kuisisioner didistribusikan melalui <i>online</i> dan <i>offline</i> . Tempat penelitian yang dilakukan penelitian.
---	--	--	---	--

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 emosional dengan penggunaan produk kosmetik halal
4. Untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara nilai sosial dengan penggunaan produk kosmetik halal
5. Untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara nilai epistemik 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 memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari diperkuliahan dan pengetahuan yang dimiliki mengenai hal-hal yang berkaitan dengan faktor-faktor penggunaan kosmetik halal.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan akademisi, khususnya mahasiswa yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan kosmetik halal.