

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dalam memenuhi perkembangan gaya hidup yang semakin meningkatnya kebutuhan sesuai dengan minat konsumen, seperti kebutuhan kosmetik yang sangat diperlukan oleh kaum perempuan. Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa kaum pria pun sebagian juga memerlukan kosmetik untuk merawat wajah mereka. Para perempuan sangat memperhatikan penampilan mereka terutama pada pemilihan kosmetik. Hampir setiap harinya perempuan tidak bisa terlepas dari kosmetik, baik itu untuk kegiatan bekerja, kuliah ataupun menghadiri suatu acara. Seiring dengan berkembangnya teknologi yang canggih, kosmetik juga banyak melakukan inovasi dan sangat banyak ditemukan macamnya di pasaran. Seperti Cream wajah, Sunscreen, lipstick, bedak, blush on, liptint dan masih banyak lagi.

Saat ini banyak merek kosmetik yang beredar dipasaran, seperti kosmetik Wardah, Pixy, Emina, Safi, L'oreal, Viva, Purbasari, dll. Merek-merek tersebut juga saling bersaing dalam memunculkan produk-produk yang baru dan dengan berbagai macam manfaat yang dihasilkan dalam penggunaan secara teratur. Perusahaan kosmetik saling berlomba untuk melakukan inovasi pada produknya agar konsumen tertarik dan percaya kepada produk tersebut ditengah banyaknya kosmetik-kosmetik palsu yang beredar di masyarakat. Di era milenial sekarang kebutuhan kosmetik juga mulai banyak dibutuhkan oleh mereka yang statusnya masih seorang pelajar, bukan hanya mereka yang sudah dewasa saja. Perkembangan kosmetik juga dapat dilihat

dari banyaknya fenomena yang terjadi, seperti pemakaian kosmetik yang mengikuti trend yang sedang berkembang. Oleh karena itu suatu perusahaan dituntut agar terus memperbaiki produk yang dihasilkan dengan hasil produk yang baik. Disamping itu Niat beli konsumen pada produk kosmetik juga dipengaruhi oleh pengetahuan, religiusitas dan sikap juga label halal pada produk tersebut.

Ditengah banyaknya kosmetik yang sedang beredar, sikap konsumen sangat ditentukan dari keinginan membeli kosmetik sesuai dengan kebutuhan. Menurut (Fishbein dan Ajzen,1991 dalam Anggelina dan Japariato, 2014) sikap adalah perasaan individu positif atau negatif tentang melakukan sesuatu. Jika dalam sebuah kosmetik memberikan hasil atau dampak yang negative juga dapat mempengaruhi minat konsumen dalam memilih produk tersebut kembali. Selain itu pengetahuan juga mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

Menurut Abd Rahman (2015) dalam Rohmatun dan dewi (2017) bahwa pengetahuan berfokus pada suatu fakta atau pengalaman dan bisa juga oleh perasaan yang dialami oleh seseorang atau orang lain sebagai kesadaran dari suatu pengalaman. Seseorang yang membeli suatu kosmetik biasanya di dasarkan pada pengalaman mereka dalam menggunakan produk tersebut atau bisa juga pada pengalaman orang lain yang dijadikan keyakinan untuk membeli suatu produk kosmetik. Semakin baik pengalaman yang dihasilkan dalam memakai suatu produk kosmetik maka minat beli ulang pada kosmetik itu akan terus meningkat. Menurut Kusuma dan Untari (2014) dalam Rohmatun dan Dewi (2017) jika seseorang dalam

mengetahui segala hal tentang suatu produk tinggi maka akan berpengaruh besar terhadap sikap seseorang untuk membeli produk tersebut.

Banyaknya konsumen yang mayoritasnya adalah kaum muslim membuat mereka tidak sembarang dalam memilih kosmetik. Bahkan konsumen sekarang sudah mulai mementingkan kehalalan dari produk tersebut. Agama merupakan pedoman dan petunjuk bagi umat muslim. Termasuk pada saat melakukan pemilihan terhadap isi dari bahan produk yang dipilih. Menurut jalaludin (2001 dalam rois, 2016) religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mampu menumbuhkan semangat untuk berperilaku sesuai dengan ketaatannya terhadap agama. Dengan begitu seseorang mampu mengendalikan diri mana yang baik untuk dirinya sesuai dengan apa yang telah ada dalam ajaran agama kepercayaannya.

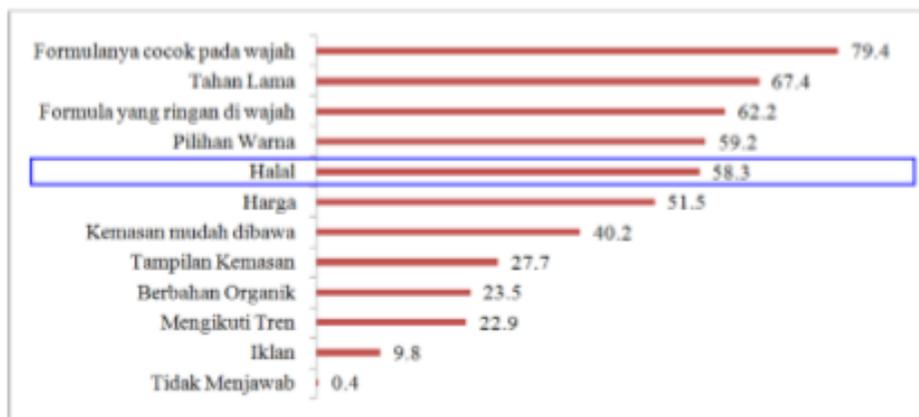
Tetapi masih banyak juga diantara mereka yang tidak memprioritaskan kehalalan dari bahan yang dipakai dalam pembuatan kosmetik tersebut. Mereka hanya mementingkan manfaat dari penggunaan kosmetik tersebut. Pemakaian label halal memiliki tujuan agar konsumen mendapat perlindungan tentang kehalalan suatu produk dan kenyamanan dalam pemakaian produk tersebut (Yuswohady, 2015) dalam (Tarigan, 2016). Kosmetik yang mengandung bahan yang tidak halal ditakutkan dapat merusak kulit karena kandungan bahan yang berbahaya seperti kolagen pada turunan hewan yang diharamkan dalam islam (babi, bangkai binatang, hewan buas). Produk yang sudah mendapatkan label halal akan aman dikonsumsi oleh konsumen, sehingga mereka tidak akan khawatir saat membeli produk tersebut.

Kehalalan pada suatu produk kosmetika, terlebih dahulu harus dilakukan penelitian oleh (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Ulama Indonesia) atau LPPOM MUI. Produk kosmetika yang telah lulus uji kehalalan akan diberikan tanda pada kemasan yaitu label halal dalam tulisan arab yang berbentuk lingkaran dengan disertai tulisan majelis ulama Indonesia. Dengan adanya label halal pada suatu produk dapat membantu konsumen muslim untuk percaya pada pemakaian produk tersebut yang nantinya dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen itu sendiri. Salah satu produk kosmetik yang halal dan banyak digunakan adalah kosmetik Batrisya herbal.

Batrisya herbal merupakan kosmetik yang dibuat pada tahun 2012 dan owner dari Batrisyia herbal ini bernama Fatimah Az-Zahra. Batrisyia herbal ini diproduksi oleh dua pabrik yaitu Pt. Gizi Indonesia yang telah diakuisisi oleh Pt. Batrisyia herbal dan juga Pt. ACL. Pt. Gizi Indonesia adalah pabrik yang sudah puluhan tahun memproduksi kosmetik herbal, sedangkan Pt. ACL yang telah lebih dari 10 tahun memproduksi kosmetik. Batrisyia herbal dalam menggunakan bahan untuk produknya sebagian besar menggunakan simplisia alami tanaman dan minyak-minyakan dengan menggunakan bahan kimia yang minim sehingga aman digunakan dalam jangka panjang. Produk-produk yang diproduksi oleh Pt. Batrisyia Herbal ini sudah resmi lulus uji dari BPOM. Reaksi yang ditimbulkan setelah penggunaan dari kosmetik ini adalah sekitar 1 bulan hingga 6 bulan tergantung dari masing-masing kulit. Pt. Batrisyia herbal ini menawarkan produk tidak hanya untuk produk kecantikan wajah saja, tapi juga produk-produk lain yang juga banyak digunakan

untuk kesehatan kulit sehari-hari. Produk-produk yang diproduksi yaitu minyak vco, Body wash, Shampo, Body lotion, BB cream, Masker Wajah, Aloe vera gel, Cream wajah, Bedak padat dan tabur, Toner Wajah, Serum wajah, Hair treatment, Deodorant, Binahong kapsul, Batrisyia Garcinia, Parfum dan juga Lipstik.

Ditengah banyaknya minat kosmetik halal oleh konsumen, semakin membuat Pt. Batrisyia herbal untuk terus memproduksi dan menginovasi produk nya akan semakin dikenal oleh masyarakat. Menurut adriani & ma'ruf (2020) Pemilihan Faktor kehalalan dari suatu produk menjadi faktor terbesar kelima dalam memilih suatu produk, dapat dilihat dari tabel berikut :

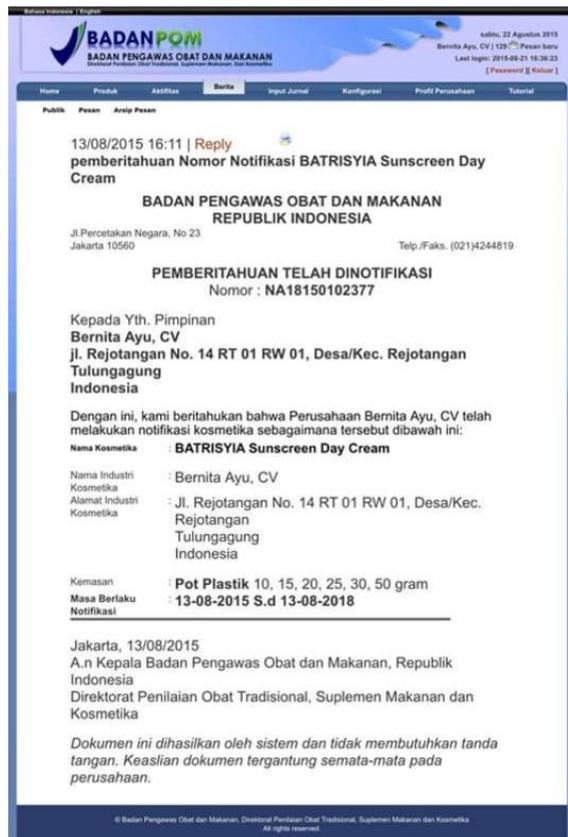


Sumber: *Sigma Research Indonesia*, 2017

Gambar 1. 1 faktor kehalalan produk

Kebutuhan kosmetik halal akan terus meningkat karena kebutuhan kosmetik menjadi kebutuhan bagi para kaum perempuan sehari-hari. Jika saat kosmetik yang digunakan habis, konsumen akan kembali membeli lagi sesuai dengan kebutuhan yang mereka perlukan. Banyaknya produk kosmetik yang terus bermunculan membuat suatu perusahaan kosmetik seperti Batrisyia Herbal ini harus terus melakukan inovasi produk agar tidak kalah saing dengan produk pesaing yang

lainnya. Semakin baik kualitas yang dihasilkan oleh suatu produk, tentunya akan menjadi nilai tambah bagi produk tersebut agar tetap bertahan di pasar bisnis. Kosmetik Batrisyia Herbal merupakan kosmetik yang sudah ber BPOM dan aman untuk digunakan, berikut ada sertifikat yang menunjukkan tentang izin bpom pada batrisyia herbal ini :



Sumber : www.batrisyiaherbal.com

Gambar 1. 2 Sertifikat BPOM

Kosmetik Batriyisa Herbal ini juga sudah memiliki sertifikat halal yang ada pada produknya. Sehingga kita sebagai umat muslim akan sangat terbantu karena menjadi mudah dalam mencari suatu kosmetik yang sudah memiliki sertifikat halal. Tentunya sebagai umat muslim kita diharuskan untuk menggunakan suatu

kosmetik pun yang memiliki label halal. Berikut adalah salah satu sertifikat halal yang dimiliki oleh perusahaan Batrisyia Herbal:



Gambar 1. 3 Sertifikat Halal Batrisyia Herbal

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi murni yang dilakukan oleh Putri dkk (2018) dalam judul penelitian *The Influence of Knowledge and Religiosity with Mediation of Attitude towards the Intention of Repurchasing Halal Cosmetics*, Peneliti mengubah objek tersebut pada kosmetik batrisyia herbal dan subyeknya pada pengguna kosmetik batrisyia herbal. Oleh karena itu peneliti mengambil judul “ pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap niat beli ulang pada kosmetik halal melalui sikap”, study kasus pada pengguna kosmetik batrisyia herbal di Jambi. “. Persamaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti kosmetik

halal, tetapi pada penelitian yang penulis ingin teliti lebih spesifik dengan meneliti salah satu produk kosmetik yaitu Batrisyia Herbal. Alasannya peneliti meneliti Kosmetik Batrisyia herbal karena merupakan salah satu kosmetik yang menggunakan bahan dari herbal yang tentunya reaksi yang digunakan setelah menggunakan kosmetik ini memerlukan waktu yang lama, sedangkan banyak diluar sana produk kosmetik yang beredar menggunakan bahan kimia yang efek ditimbulkan akan lebih cepat. Bagaimana kosmetik Batrisyia herbal ini mampu memasarkan produknya ditengah banyak persaingan kosmetik dengan bahan kimia yang lebih cepat reaksinya. Dapat diketahui saat ini banyak konsumen yang tertarik dengan produk yang cepat menimbulkan reaksi. walaupun produk kosmetik batrisyia herbal ini memiliki produk yang reaksi nya terhitung lama sekitar 1-3 bulan hasilnya baru terlihat, tetapi sudah memiliki banyak sekali konsumen yang menggunakan. Selain itu produk-produk yang diproduksi oleh Pt. Batrisyia herbal ini juga cukup banyak sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan sehingga produk yang dipasarkan banyak diminati oleh konsumen.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, terdapat rumusan masalah yang dapat diajukan yaitu sebagai berikut :

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap sikap pada kosmetik halal ?
2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap sikap pada kosmetik halal?

3. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap niat beli ulang pada kosmetik halal?
4. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap niat beli ulang pada kosmetik halal?
5. Apakah sikap berpengaruh terhadap niat beli ulang pada kosmetik halal?
6. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap niat beli ulang pada kosmetik halal yang dimediasi oleh sikap?
7. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap niat beli ulang pada kosmetik halal yang dimediasi oleh sikap?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh pengetahuan terhadap sikap konsumen pada kosmetik halal
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh religiusitas terhadap sikap konsumen pada halal kosmetik
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh pengetahuan terhadap niat beli ulang pada kosmetik halal
4. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh religiusitas terhadap niat beli ulang pada kosmetik halal
5. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh sikap terhadap niat beli konsumen pada kosmetik halal .

6. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh pengetahuan terhadap niat beli ulang pada kosmetik halal yang dimediasi oleh sikap
7. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh religiusitas terhadap niat beli ulang pada kosmetik halal yang dimediasi oleh sikap

E. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan terdapat beberapa manfaat yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Memberikan referensi atau pengetahuan bagi peneliti selanjutnya tentang teori pada pengetahuan, religiusitas, sikap dan niat beli ulang terhadap kosmetik halal.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengetahui pengaruh pengetahuan dan religiusitas didunia pemasaran khususnya terhadap sikap dan niat beli ulang pada kosmetik halal.
- b. Bagi masyarakat adalah untuk mengetahui apakah pengetahuan dan religiusitas berpengaruh terhadap sikap dan niat beli ulang.
- c. Bagi peneliti, untuk memberikan referensi bagi peneliti selanjutnya dengan kasus yang serupa.