

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Seiring perkembangan zaman saat ini kebutuhan manusia semakin bertambah, mulai dari kebutuhan sandang, pangan, rasa aman, dan rasa memiliki. Selain adanya kebutuhan, banyak orang yang tersadar akan pentingnya perawatan wajah terutama bagi kaum wanita. Untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang diinginkan, maka produk yang dipilih harus memiliki manfaat dan sesuai dengan kebutuhan. Memilih produk sangatlah penting karena dibutuhkan suatu ketelitian, pengetahuan akan produk, dan tidak salah pilih.

Hal pertama yang harus diperhatikan perusahaan untuk menarik minat konsumen adalah atribut produk. Menurut Peter dan Oslon (2014) atribut produk merupakan stimulus utama yang mempengaruhi perilaku konsumen, afeksi, dan kognisi. Melalui atribut produk yang memiliki unsur pembeda satu produk dengan produk lainya seperti kualitas, harga, fungsi dan fitur. Hal tersebut membuat konsumen akan lebih mempertimbangkan keputusannya dalam pembelian produk. Semakin banyak konsumen yang memperhatikan desain dan gaya pada kemasan, kualitas produk, dan fitur produk membuat banyak perusahaan yang semakin memperhatikan kualitas produknya dalam berbagai aspek seperti kemasan.

Atribut pada produk ini lah yang menjadi pembeda antara produk yang ditawarkan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya yang memiliki produk sejenis. Dengan adanya perbedaan atribut tersebut akan menimbulkan persepsi konsumen pada produk sehingga dapat mempengaruhi keputusan

pembelian. Konsumen biasanya membeli suatu produk secara spontan karena melihat atribut yang menarik. Adapun konsumen yang membeli produk setelah melihat kemasan dan fitur yang terdapat pada produk.

Mengingat di Indonesia mayoritas penduduknya adalah seorang muslim, saat ini banyak kegiatan yang berbasis islam seperti produk perbankan syariah hingga pasar saham syariah. Selain itu banyaknya produk muslim lainnya seperti hijaber dengan berbagai trendnya, baju muslim, sampai dengan produk kecantikan yang berlabel halal. Sehingga semakin banyak masyarakat Indonesia yang melakukan kegiatan dengan prinsip-prinsip syariah, seperti negara yang sudah terkenal kaum muslimnya yang bertebaran yaitu Malaysia dan Brunei Darusallam. Kedua negara tersebut sudah terlebih dahulu menerapkan prinsip islam.

Melihat fenomena tersebut, kehalalan sangat dibutuhkan dalam aspek segala hal. Salah satunya kebutuhan akan produk kecantikan, dimana kebutuhan akan jaminan halal suatu produk sangatlah penting untuk keputusan pembelian. Konsumen yang berstatus muslim cenderung memilih produk yang dinyatakan halal dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga berwenang. Halal diperuntukkan bagi segala sesuatu yang baik dan bersih yang dikonsumsi oleh manusia menurut syari'at Islam. Allah telah menegaskan dalam (Q.S. Al-Nahl / 16: 114)

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah Allah berikan kepadamu dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepadanya saja menyembah.” (Q.S. Al-Nahl / 16:114)

Ayat tersebut menjelaskan secara luas bahwa halal tidak hanya diperuntukan untuk makanan atau pun minuman, termasuk pada sesuatu yang kita konsumsi dari luar tubuh seperti kosmetik. Kosmetik yang mengandung zat-zat yang tidak berbahaya serta tidak mengganggu kegiatan terutama ibadah merupakan syarat suatu produk kosmetik yang dibutuhkan kaum muslim. Dengan adanya kebutuhan tersebut, pemasar memiliki cara dalam mengutamakan kehalalan suatu produk sesuai syariat islam. Dijelaskan juga dalam Q.S. Al Baqarah / 2:172

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, makanlah diantara rezeki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar hanya kepada-Nya kamu menyembah.” Ayat tersebut tidak hanya menjelaskan makanan yang kita konsumsi harus halal tetapi juga apa yang kita konsumsi dari luar tubuh kita seperti kosmetik, sebab apabila kosmetik tersebut mengandung barang najis maka akan menghalangi sahnya ibadah bagi umat muslim.

Dulu label halal tidak begitu diperhatikan, tetapi saat ini label halal menjadi faktor terpenting perusahaan dalam berlomba menarik konsumen terutama konsumen muslim. Dengan perkembangan yang pesat, maka perusahaan harus berlomba-lomba menyediakan produk halal dengan mencantumkan label halal. Di negara Indonesia sudah banyak tersebar produk yang berlabel halal, termasuk di Daerah Istimewa Yogyakarta. Mengingat bahwa Kantor Kementrian Agama (Kemenag) Kota Yogyakarta mendorong

seluruh pelaku usaha diwilayah tersebut untuk memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Indonesia memiliki wewenang untuk memberikan jaminan halal. Dalam menjalankan kerjanya MUI dibantu oleh sebuah lembaga yang memang dibentuk untuk membantu MUI yaitu LLPOM-MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia). Pembentukan LLPOM-MUI didasarkan atas mandate dari Pemerintah/negara agar Majelis Ulama Indonesia (MUI) berperan aktif dalam meredakan kasus lemak babi di Indonesia dengan melakukan pemeriksaan dan sertifikat halal. Lembaga inilah yang sebenarnya berwenang dalam mencantumkan label halal. Berikut ini adalah label halal resmi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI):



Gambar 1. 1
Label Halal Resmi dari MUI
Sumber: www.halalmui.org

Produk yang mencantumkan label hala resmi MUI sudah cukup banyak, tidak hanya makan dan minuman tetapi produk kosmetik. Seperti yang dikatakan didalam penelitian Ilsanti, dkk (2019) bahwa label halal merupakan atribut produk untuk memudahkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Sehingga banyak perusahaan pada produk kosmetik yang mencantumkan label halal untuk bersaing oleh perusahaan lain. Berikut daftar sepuluh kosmetik halal di Indonesia:

Tabel 1. 1
Sepuluh Kosmetik Halal di Indonesia

No.	Nama Produk	Tahun Penerimaan Sertifikat Halal
1.	Safi	2018
2.	Wardah	1998
3.	Sariayu	2012
4.	By Lizzie Parra	2016
5.	Zoya Cosmetics	2013
6.	ESQA	2016
7.	Amara Halal Cosmetics	2014
8.	L'Oreal	1988
9.	Forestsecret	2014
10.	Olive Natural Skincare	2018

Sumber: www.kumparan.com

Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa banyak sekali produk kecantikan yang halal di Indonesia. Tidak hanya sepuluh produk tersebut yang tercantum kehalalannya di MUI. Produk lain yaitu Make Over, Purbasari, Mirabella, dll. Produk yang belum lama terkenal tetapi sudah banyak diminati oleh konsumen muslim maupun non muslim yaitu Safi. Produk Safi merupakan salah satu brand kosmetik yang terkenal sebagai produk halal. Safi terbilang sangat baru masuk ke Indonesia sedangkan di Malaysia sudah ada sejak 30 tahun lalu dan merupakan brand nomor satu di Malaysia. Produk ini merupakan produk skin care yang sudah teruji oleh 100 scientis, terkenal juga sebagai produk natural dimana salah satu bahan yang terkandung didalamnya itu habatu sauda yang di sudah terkenal bagus buat kesehatan dan kecantikan sejak ratusan tahun yang lalu.

Safi dikembangkan di Safi Research Institute Malayasia. Ilmuwan Safi Research Institute berinteraksi dengan wanita muslim di Indonesia untuk

mengerti kebutuhan akan kehalalan produk kosmetik yang halal, alami, dan teruji. Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah memberikan sertifikat halal dan mengatakan bahwa Safi bebas dari alcohol dan gelatin. Berikut beberapa bahan halal yang ada pada produk Safi:

Tabel 1. 2
Bahan Produk Safi

No.	Bahan	Manfaat
1.	Habbatus Sauda (<i>Seed of Blessing</i>)	Sejak ratusan tahun lalu dipercaya sebagai obat untuk segala jenis penyakit, memelihara kulit agar sehat dan cerah. Antioksidan dalam Habbatus Sauda membantu melindungi kulit dari paparan radikal bebas.
2.	Ekstrak Kulit Manggis (<i>Mangosteen Extract</i>)	Membantu menjaga kelembapanalami kulit wajah dan serta memelihara tampak lebih cerah bercahaya.
3.	Ekstrak Emas (<i>Gold Extraxt</i>)	Memelihara keremajaan dan kecantikan kulit.

Sumber: www.safiindonesia.com

Dalam tabel 1.2 menjelaskan bahan-bahan sebagai atribut produk yang ada pada produk Safi. Dengan adanya atribut-atribut produk tersebut membuat Safi cukup mengalami kenaikan dalam penjualan produknya. Menurut Nandita Ayu Arindyan selaku Brand Eksekutif Safi, mengatakan bahwa Safi sangat peduli dengan kebutuhan wanita muslim Indonesia dengan mengeluarkan produk yang sesuai dengan iklim Indonesia. Safi juga memiliki beberapa produk dengan manfaat yang berbeda-beda. Berikut produk Safi yang tersedia di Indonesia:

Tabel 1. 3

Produk Safi di Indonesia

No.	Nama Produk
1.	Age Defy
2.	White Expert
3.	White Natural
4.	Anti Acne

Sumber:

www.iprice.co.id

Tabel 1.3 menjelaskan bahwa Safi memiliki produk yang memiliki manfaat sesuai dengan jenis kulit masing-masing konsumen. Hubungan label halal dengan keputusan pembelian itu sendiri adalah penyampaian tentang informasi kandungan yang terdapat pada produk tersebut merupakan zat halal yang sudah terjamin kehalalannya oleh lembaga yang berwenang dengan melakukan pengujian halal terhadap kandungan tersebut sehingga dengan adanya hal tersebut konsumen dapat melakukan keputusan pembelian. Dengan adanya label halal mengurangi rasa khawatir seorang muslim dalam memilih produk kosmetiknya.

Label halal juga merupakan hal penting dalam atribut produk untuk pengambilan keputusan pembelian konsumen. Dalam penelitian Ilsanti (2019) mengatakan bahwa label halal merupakan variabel moderating antara atribut produk dan keputusan pembelian. Dengan adanya identitas seperti kualitas, merk, brand, fitur dalam produk tersebut, dan labelisasi halal akan memberi kenyamanan bagi konsumen. Adanya rasa nyaman tersebut membuat konsumen menjadi loyal dan percaya kepada produk atau brand tersebut. Dengan begitu, citra perusahaan akan meningkat dan berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Ilsanti, dkk (2019) dan diperkuat oleh penelitian Puspitasari (2019). Terdapat

persamaan antara jurnal terdahulu dengan penelitian ini yaitu terletak pada variabel. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu terletak pada objek dan subyek penelitian. Selanjutnya terdapat pada jumlah sampel, pada penelitian sebelumnya menggunakan sampel berjumlah 110 sampel sedangkan penelitian ini menggunakan 150 sampel yang dihitung dengan rumus Hair, et al (2014). Kemudian perbedaan lainnya yaitu pada jumlah hipotesis, penambahan jumlah hipotesis 2 (H2) dalam penelitian ini diperkuat oleh penelitian Puspitasari (2019).

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Atribut Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Safi di gerai kosmetik Guardian Hartono Mall Yogyakarta?
2. Apakah Label Halal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Safi di gerai kosmetik Guardian Hartono Mall Yogyakarta?
3. Apakah Label Halal memoderasi hubungan antara Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Safi di gerai kosmetik Guardian Hartono Mall Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh Atribut Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Safi di gerai kosmetik Guardian Hartono Mall Yogyakarta.

2. Menganalisis pengaruh Label Halal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Safi di gerai kosmetik Guardian Hartono Mall Yogyakarta.
3. Menganalisis Label Halal dapat memperkuat hubungan antara Atribut Produk dengan Keputusan Pembelian produk Safi di gerai kosmetik Guardian Hartono Mall Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki berbagai manfaat untuk berbagai kalangan meliputi:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu ekonomi pemasaran terutama mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi para perusahaan dalam menyusun strategi dalam penjualan untuk meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk mereka, serta bisa sebagai pertimbangan masyarakat untuk melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk sesuai dengan kriteria yang mereka inginkan.