

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perempuan merupakan segmentasi pasar yang potensial dalam bidang skincare, yang dimana perempuanlah yang dominan merawat kulit agar terlihat cantik dengan mempunyai kulit yang putih dan bersih. Salah satu rahasia wanita untuk terlihat cantik yaitu dengan cara menggunakan serangkaian produk *skincare* yang digunakan dalam sehari-hari dari mulai bangun tidur hingga menjelang tidur. Sehingga dengan segmentasi pasar skincare yang membludak, perusahaan-perusahaan mampu membuat inovasi produk *skincare* dengan berbagai macam rangkaian

Industri kosmetik di Indonesia saat ini mengalami kenaikan yang tinggi, kosmetik merupakan produk yang sangat dibutuhkan, terutama bagi seorang perempuan. Fungsi kosmetik tidak hanya untuk keindahan dan kecantikan saja melainkan berfungsi juga untuk penyembuhan kulit yang sensitif maupun bermasalah. Dalam hal kosmetik, wanita lebih memilih serangkaian kosmetik yang cocok untuk kulitnya. Bagi muslim dan muslimah, tentu mengutamakan label halal dalam produk kosmetik tersebut, salah satu merek produk halal yang populer dalam kosmetik merupakan kosmetik yang bermerek *Wardah*.

Labelitas halal merupakan pemikiran hukum Islam, termasuk prinsip-prinsip yang menjadi dasar label halal, dimotivasi sepenuhnya oleh pengajaran syariat Islam. Misi Islam pada akhirnya bermanfaat bagi seluruh umat manusia, sebagaimana ketentuan-ketentuan hukum tidak dapat dipisahkan dari persoalan kegunaan, demikian pula tidak dapat dibedakan satu sama lain.<sup>1</sup>

Dalam Al-Qur'an juga telah diterangkan QS. Al-Baqarah (168):2 ;

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

Artinya: “Wahai umat manusia, sesungguhnya Allah memerintah manusia memakan dengan makanan halal yang ada di bumi,

---

<sup>1</sup> Musyfikah Ilyas, “Sertifikasi dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Masalah”, Jurnal Al-Qadai, vol. 4, No. 2, (2018), 368.

dan tidak diperbolehkan mengikuti langkah setan. Karena setan musuh yang nyata bagi manusia”.<sup>2</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa umat islam diwajibkan untuk mengkonsumsi makanan yang halal dan baik. Makanan halal tidak hanya ditentukan oleh bentuknya saja, tetapi juga oleh fakta bahan makanan yang tidak mengandung bahan-bahan haram. Aturan tersebut berlaku tidak untuk makanan saja melainkan kosmetik juga, khususnya dengan memilih untuk membeli produk halal bersertifikat MUI, yang sudah ditandai dengan jelas mengandung unsur bahan yang halal.

Keputusan pembelian adalah seseorang yang melakukan pembelian, akan tetapi melibatkan serangkaian langkah, termasuk mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan, mencari informasi yang relevan, menimbang manfaat dari berbagai pilihan, membuat keputusan akhir, dan bertindak atas pilihan itu setelah dibuat. Untuk memahami perilaku pelanggan yang sebenarnya selama proses pembelian, perlu memiliki pemahaman yang kuat dari lima fase proses informasi, yakni pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.<sup>3</sup>

Terdapat penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti yakni: seperti Penelitian Dewinda (2021) terdapat salah satu contoh dari banyak penelitian yang dilakukan untuk memastikan dampak pelabelan halal pada keputusan konsumen, temuannya menunjukkan bahwa sebagian label halal memiliki dampak yang positif pada pilihan konsumen.<sup>4</sup> Selain itu, penelitian Fannia (2018) menemukan bahwa label halal berpengaruh positif pada keputusan konsumen untuk membeli kosmetik.<sup>5</sup> Studi yang dilakukan oleh Sukma (2018) menunjukkan bahwa kesadaran merek memiliki pengaruh positif dan langsung yang signifikan terhadap keputusan

---

<sup>2</sup> Al-Quran Dan Terjemah Departemen Agama RI, Q.S.Al-Baqarah (168):2

<sup>3</sup> Philip Kotler Dan Keller, “*Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Kedua Belas*”, (Jakarta: PT Indeks, 2007), hlm. 156.

<sup>4</sup> Dewinda, dkk, “*Peran Label Halal, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Berlabel Halal Di Tanjungpinang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*”, Student Online Jurnal, Vol. 2, No. 2, (2021), 1075.

<sup>5</sup> Fannia, “*Analisis Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi UIN Malang*”, 82.

pembelian kosmetik.<sup>6</sup> Kemudian penelitian yang diteliti oleh Novita (2021), Labelitas halal secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen, dan secara stimulan juga sama dengan parsial yakni berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik.<sup>7</sup> Studi Erni (2019) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial labelisasi halal terhadap keputusan pembelian.<sup>8</sup> Menurut studi yang dilakukan oleh Ninda (2021), yang menyatakan bahwa variabel brand image mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dan variabel kesadaran merek juga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.<sup>9</sup> Hasil penelitian dari Bunga (2020) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen.<sup>10</sup>

Peneliti memiliki ketertarikan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan di Desa Kauman karena banyaknya pembeli *skincare* terutama seorang perempuan yang berlomba-lomba untuk menjadikan kulitnya putih dan bersih, dengan memiliki sebuah keinginan produk yang hasilnya instan tapi bisa dibeli dengan harga yang murah, dari penelitian tersebut banyak terjadi permasalahan mengenai kerusakan kulit terutama dibagian wajah, karena seorang konsumen tidak memperhatikan sebuah produk yang dibeli. Dari permasalahan tersebut peneliti termotivasi untuk mengadakan sebuah penelitian yang berjudul: PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI DESA KAUMAN, KABUPATEN DEMAK.

## B. Rumusan Masalah

1. Apakah Label Halal Dalam Produk Wardah Mempengaruhi Keputusan Pembelian Terhadap Produk Kosmetik Wardah Di Desa Kauman, Kabupaten Demak?
2. Bagaimana Upaya Meningkatkan Kesadaran Penggunaan Merek Kosmetik Halal Wardah Di Desa Kauman, Kabupaten Demak?

---

<sup>6</sup> Sukma, “Pengaruh itra Merek dan Kesadaran Merek Pada Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Pada Kosmetik Wardah”, 101.

<sup>7</sup> Novita, “Pengaruh Inovasi Produk, Label Halal Dan Brand Image Produk Wardah Terhadap Loyalitas Konsumen Muslimah Di Kota Jambi”, 77.

<sup>8</sup> Erni, “Pengaruh Labelitas Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi FEBI IAIN Palopo”, 70.

<sup>9</sup> Ninda, “Pengaruh Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Labelitas Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervemimng”, 87.

<sup>10</sup> Bunga, “Pengaruh Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik”, 60.

### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Wardah Di Desa Kauman, Kabupaten Demak.
2. Untuk Mengetahui Upaya Peningkatan Kesadaran Penggunaan Merek Kosmetik Halal Wardah Di Desa Kauman, Kabupaten Demak.

### D. Manfaat Penelitian

Berikut manfaat yang diharapkan dari penelitian ini:

1. Manfaat Akademis  
Akademisi dan masyarakat umum dapat mengambil manfaat dari temuan penelitian ini karena akan menunjukkan bagaimana label halal mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli kosmetik wardah. Diharapkan bahwa temuan studi ini akan berfungsi sebagai titik awal untuk studi tambahan.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Lembaga  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat luas, khususnya yang membeli dan menggunakan kosmetik Wardah.
  - b. Bagi Peneliti  
Dalam penelitian ini merupakan tugas wajib mahasiswa untuk memenuhi syarat kelulusan (gelar sarjana strata satu), dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuandan manfaat tentang pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah.

### E. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### BAB I : PENDAHULUAN

Pembahasan Bab I yakni membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memperkenalkan dasar-dasar teoritis dari penelitian yang akan dilakukan, termasuk deskripsi teoritis yang relevan, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis mengenai pentingnya produk halal.

- BAB III : METODE PENELITIAN**  
Pembahasan Bab III yakni membahas tentang jenis dan pendekatan, *setting penelitian*, populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabel, uji reliabilitas dan uji validitas instrumen, metode pengumpulan data, dan tehnik analisis data.
- BAB IV : HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN**  
Bab ini membahas tentang hasil penelitian dari gambaran obyek penelitian, profil dan, karakteristik responden, serta membahas tentang analisis data, yakni uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan membahas tentang pembahasan pengaruh variabel.
- BAB V : KESIMPULAN**  
Bab ini membahas tentang kesimpulan, saran, dan penutup.

