

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan zaman, kemajuan teknologi dan media informasi dewasa ini turut memberikan dampak terhadap kehidupan manusia. Hal ini tentu saja sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan. Perusahaan harus mampu merancang strategi yang mumpuni untuk dapat mempertahankan keberlangsungan perusahaannya. Perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan dan menjamin tersedianya produk yang memenuhi kebutuhan pasar.¹ Selain itu, perkembangan sistem informasi yang mudah dijangkau, membuat manusia lebih cerdas dalam mengambil keputusan pembelian, untuk itu perusahaan harus dapat menemukan metode dan mekanisme pemasaran yang tepat agar dapat memanfaatkan peluang ini untuk memperkenalkan produknya pada konsumen.

Dengan perkembangan media informasi saat ini, arus informasi yang dapat diperoleh konsumen akan semakin banyak, hal itu turut pula mempengaruhi pola konsumsi mereka. Di Indonesia yang mayoritas berpenduduk Muslim sudah pasti sangat menjaga nilai-nilai agama termasuk dalam hal konsumsi. Sebagaimana diketahui bersama bahwa dalam Islam, mengkonsumsi dan menggunakan produk-produk yang Halal dalam kehidupan sehari-hari adalah sebuah kewajiban bagi setiap umat muslim, sebagaimana FirmanNya:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ

إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Wahai sekalian manusia makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-

¹ M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, PT. Bumi Aksara, Jakarta, 2003, hal., 30

langkah syetan, sesungguhnya syetan itu adalah musuh yang nyata bagi kamu.” (QS.Al-Baqarah : 168).²

Oleh karena itu, “selektif” dalam memilih produk-produk yang digunakan atau dikonsumsi sudah semestinya menjadi hal yang harus dilakukan. Karena yang halal jelas, dan yang haram pun jelas, namun diantara keduanya ada perkara syubhat (samar-samar) atau hal-hal yang belum jelas status kehalalan dan keharamannya, dan tindakan menjauhkan diri dari yang syubhat adalah sebuah tindakan yang semestinya dilakukan sebagai bentuk pemeliharaan agama dan kehormatan umat muslim.

Dalam Islam telah jelas diterangkan bahwa batasan konsumsi dalam syariah tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja, tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditi lainnya. Dalam hal ini Quraish Shihab menjelaskan dalam Tafsir *Al-Misbah*, bahwa:³

Komoditi yang haram itu ada dua macam: yaitu yang haram karena zatnya, seperti darah, bangkai, babi, dan yang haram karena sesuatu yang bukan dari zatnya seperti, makanan yang tidak diizinkan oleh pemiliknya untuk dimakan atau digunakan, merugikan diri sendiri dan orang lain, dan dampak negative lainnya. Komoditi yang halal adalah yang bukan termasuk dalam dua macam itu.

Kebutuhan manusia merupakan suatu keadaan akan sebagian dari pemuasaan dasar yang dirasakan atau disadari. Kebutuhan merupakan suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan dasar tertentu. Karena pada hakikatnya perempuan selalu ingin kelihatan cantik dan mempesona. Bukan hanya dari segi pakaian yang indah, perempuan pula lazim memakai *make up* untuk mempercantik dirinya. Pada era sekarang, kosmetik sudah menjadi kebutuhan primer bagi wanita. Akan tetapi, pada saat ini masih banyak produk kosmetik yang tidak menyantumkan label halal pada kemasannya, sehingga dianggap belum mendapat persetujuan dari lembaga berwenang yaitu MUI untuk di klarifikasikan kedalam

² Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 168, *Al-Quran dan Terjemah*, Al-Hanan, Jakarta, 2009, Hal.,25

³ Muhamad Muflih,*Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi islam*, PT. Graha Grafindo Persada, Jakarta,2006, Hal., 14

produk halal atau dianggap masih diragukan kehalalannya (syubhat). Hal ini memunculkan kekhawatiran pada wanita Muslim terhadap kandungan produk kosmetik yang akan dikonsumsi, apakah mengandung unsur-unsur yang diharamkan dalam syariah atau tidak. Ketidak adaannya label halal itu akan membuat konsumen muslim berhati-hati dalam memutuskan untuk mengonsumsi atau tidak produk-produk tanpa label halal tersebut. Ketidak inginan masyarakat Muslim untuk mengonsumsi produk-produk haram akan meningkatkan keterlibatan yang lebih tinggi dalam proses pemilihan produk. Dengan begitu akan ada produk yang dipilih untuk dikonsumsi dan produk yang disisihkan. Sehingga produk-produk yang memiliki label halal saja yang dapat memasuki pasar umat Muslim. Untuk itulah dibutuhkan strategi yang jitu bagi sebuah perusahaan untuk dapat memasuki pangsa pasar umat muslim, salah satunya dengan mencantumkan label halal pada produknya.

Selain itu pemasar juga harus menentukan strategi yang tepat dalam mengomunikasikan produknya agar dapat memberikan informasi yang dapat menarik perhatian konsumen. Salah satunya penyebaran informasi dengan menggunakan media massa, sebuah informasi bisa didapat dari berbagai sumber dan media diantaranya dari sebuah iklan. Iklan ditunjukan untuk mempengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap, dan citra konsumen yang berkaitan dengan suatu produk atau merek sehingga dapat membuat konsumen berfikir atau bereaksi terhadap produk atau perusahaan dalam cara tertentu.⁴ Iklan yang hebat adalah iklan yang inovatif, kreatif, unik, dan meyakinkan.⁵ Untuk itu dibutuhkan kreatifitas dalam membuat suatu iklan. Kreatif dalam mendesain iklan merupakan tujuan utama untuk membuat rasa ingin tau konsumen atas iklan yang ditayangkan. Kreatif disini terkadang juga akan melahirkan image lebih terhadap produk yang ditawarkan.⁶ Iklan yang

⁴ Darmadi Durianto, *Invasi Pasar Dengan Iklan yang Efektif*, PT. SUN, Jakarta, 2003, Hal., 2

⁵ Eric Schulz, *The Marketing Game*, Erlangga, Jakarta, 2003, Hal., 145

⁶ Siti Khodijah, *Smart Strategy of Marketing*, CV. ALFABETA, Bandung, 2004, Hal., 50

kreatif yakni iklan yang berbeda diantara sebagian besar iklan. Iklan yang sama dengan iklan yang lainnya akan membuat pemirsa menjadi bosan sehingga enggan untuk melihat iklan bahkan tidak tertarik untuk membeli produk tersebut.

Ketika dihadapkan dengan sebuah proses pembelian konsumen akan lebih selektif dan lebih teliti. Dalam membeli dan mengkonsumsi sesuatu, terlebih dahulu konsumen membuat keputusan mengenai produk apa yang dibutuhkan, kapan, bagaimana, dan dimana proses pembelian atau konsumsi itu akan terjadi. Banyak faktor yang mempengaruhi manusia dalam menentukan keputusan pembelian suatu produk untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satu faktor yang cukup berpengaruh adalah gaya hidup. Gaya hidup mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana ia menggunakan waktu dan uangnya.⁷

Zaman sekarang ini tekanan kelompok sebaya, baik secara langsung seperti disekolah atau melalui jejaring sosial dan juga citra dari para selebritis muda membuat kebiasaan atau gaya hidup baru dikalangan masyarakat. Mereka sadar dukungan sosial dipengaruhi penampilan yang menarik berdasarkan apa yang dikenakan dan dimiliki, sehingga tidak mengherankan bila pembelian kosmetik dan pembelian terhadap pakaian serta aksesoris dianggap penting. Padahal dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Setiap gerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian mereka akan lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat baik didunia maupun di akhirat.⁸

Selain itu, keimanan seseorang juga menjadi tolak ukur penting dalam melakukan konsumsi karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam

⁷ Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen*, Nora, Kudus, 2010, Hal.,64

⁸ Muamad Muflih, *Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006, Hal., 4

bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Inilah yang disebut sebagai bentuk upaya meningkatkan keseimbangan antara orientasi duniawi dan juga ukhrawi. Keimanan memberikan saringan moral dalam membelanjakan harta dan sekaligus juga memotivasi pemanfaatan sumber daya (pendapatan) untuk hal-hal yang efektif.⁹

Dengan melihat peluang yang ada di Indonesia yang mayoritas penduduknya Muslim, PT. Paragon Tecnology and Invation melakukan inovasi dengan meluncurkan produk kosmetika kecantikan dengan merek “wardah”. Wardah kosmetik merupakan kosmetika halal pertama yang ada di Indonesia. Inovasi produk ini muncul karena adanya kekhawatiran dari wanita muslim terhadap produk kosmetika yang mengandung unsur-unsur yang diharamkan dalam syariah.¹⁰ Berikut ini adalah 6 produk kosmetik halal terfavorit di Indonesia:

Tabel 1.1
Produk Kosmetik Halal Terfavorit Indonesia¹¹

NAMA PRODUK	KETERANGAN
Wardah	Perusahaan: PT. Paragon Technology Nomor sertifikat halal: 00150010680899
Sariayu	Perusahaan: PT. Martina Berto Tbk – Martha Tilaar Group Nomor sertifikat halal: 00150061130312
Mustika ratu	Perusahaan: PT. Mustika Ratu Tbk Nomor sertifikat halal: 00150064300313
Inez	Perusahaan: PT. Kosmetikatama Superindah Nomor sertifikat halal: 07150010980811
Rivera	Perusahaan: PT. Fabindo Sejahtera Nomor sertifikat halal: 00150065080413

⁹*Ibid*, Hal., 12

¹⁰ www.wardahbeauty.com

¹¹ [Http://www.halalal.com/-produk-kosmetik-halal-tervavorit-di-Indonesia/](http://www.halalal.com/-produk-kosmetik-halal-tervavorit-di-Indonesia/) diakses pada tanggal 2 Januari, pukul 17:15

Mazaya	Perusahaan: PT. Immortal Cosmedika Indonesia Nomor sertifikat halal: 00150068420314
--------	--

Wardah juga selalu kreatif dalam menyajikan iklannya. Wardah mengunggulkan label halalnya untuk menarik minat konsumen muslim di Indonesia. Wardah selalu konsisten mempertahankan konsep yang mengusung kosmetika “halal dan Islami” yang dikemas dengan tagline-tagline yang menarik dan menggunakan ambasadur wanita berhijab sebagai identitas produknya. Selain itu, wardah mencantumkan label halal dari MUI pada iklannya untuk memperkuat identitasnya sebagai produk kosmetika yang halal. Hal ini dilakukan untuk dapat menarik minat beli konsumen muslimah Indonesia, serta memperlihatkan bahwa produk wardah sangat sesuai dengan gaya hidup wanita muslim yang Islami dan selalu memperhatikan kehalalan produk yang akan dikonsumsinya.

Melihat strategi yang digunakan wardah dengan mengunggulkan kehalalan produknya untuk menarik perhatian wanita muslim, seharusnya dapat menarik minat santri di sebuah Pondok Pesantren Darul Falah untuk menggunakan wardah sebagai kosmetiknya, karena dengan adanya label halal serta kreativitas iklan yang dikemas dengan begitu Islami dan gaya hidup mereka sangat sesuai dengan produk wardah. Selain itu, keberadaan mereka sebagai santri dianggap paham dan mengerti agama Islam dengan baik, sudah sepatutnya mereka akan selalu memperhatikan dan mempertimbangkan kehalalan suatu produk yang akan mereka gunakan, karena mereka telah paham akan hukum halal, haram dan syubhat. Akan tetapi, pada kenyataannya masih banyak santrinya yang pada saat ini tidak menggunakan produk wardah, mereka hanya pernah menggunakan satu atau dua kali setelah itu pindah ke kosmetik lain.

Dari uraian di atas permasalahan menjadi menarik untuk diteliti dalam bentuk skripsi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah dengan keberadaan santri di Pondok Pesantren yang memahami agama Islam dengan baik masih memperhatikan dan mempertimbangkan adanya

label halal pada produk yang akan dibelinya, serta adanya iklan yang dikemas secara kreatif dan menonjolkan ke Islaman dan kehalalan suatu produk akan membuat mereka tertarik untuk membeli produk tersebut, dan berfikir bahwa produk tersebut sangat sesuai dengan gaya hidup mereka yang Islami, penelitian ini berjudul: **“PENGARUH LABELISASI HALAL, KREATIVITAS IKLAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH (Studi Kasus Pada Pondok Pesantren Darul Falah Kudus)”**.

B. Batas Penelitian

Guna mempermudah dan memfokuskan permasalahan, data yang akan dibahas serta dikumpulkan dalam penelitian ini, maka penelitian ini perlu adanya batasan masalah:

1. Penelitian dilakukan pada responden yang bersetatus sebagai santri Pondok Pesantren Darul Falah Kudus yang bersetatus sebagai siswi SMA dan Mahasiswi.
2. Produk yang diteliti adalah produk wardah.

C. Rumusan Masalah

Agar dalam pembahasan penelitian ini dapat berjalan dengan lancar dan tidak menyimpang dari pokok pembahasan, maka perlu dirumuskan masalah. Dengan adanya perumusan masalah, maka akan jelas masalah yang akan dipecahkan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini yang menjadi inti permasalahan sekaligus rumusan masalah adalah:

1. Apakah labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk wardah pada santri Pondok Pesantren Darul Falah Kudus?
2. Apakah kreativitas iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk wardah pada santri Pondok Pesantren Darul Falah Kudus?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk wardah pada santri Pondok Pesantren Darul Falah Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk wardah pada santri Pondok Pesantren Darul Falah Kudus.
2. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas iklan terhadap keputusan pembelian produk wardah pada santri Pondok Pesantren Darul Falah Kudus.
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk wardah pada santri Pondok Pesantren Darul Falah Kudus.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi Akademisi
4. Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dibidang pemasaran, khususnya terhadap permasalahan yang berhubungan dengan labelisasi halal, kreativitas iklan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk wardah pada santri Pondok Pesantren Darul Falah Kudus. Jadi hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan sebagai bahan referensi dalam penelitian selanjutnya.
2. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam menyusun kebijakan dan aktifitas-aktifitas pada strategi pemasaran dimasa yang akan datang terhadap keputusan pembelian produk wardah.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi adalah merupakan gambaran secara singkat tentang isi dari skripsi yang penulis susun dengan judul:

“Pengaruh Labelisasi Halal, Kreativitas Iklan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi kasus Pondok Pesantren Darul Falah Kudus)”. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun:

1. Bagian awal

Bagian muka ini, terdiri dari: halaman judul, persetujuan pembimbing, pengesahan kelulusan, pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar gambar dan tabel serta halaman abstraksi.

2. Bagian isi

Dalam skripsi ini dibagi menjadi lima bab yang masing-masing bab dibagi dibagi menjadi beberapa sub bab, antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori labelisasi halal, kreativitas iklan, gaya hidup dan keputusan pembelian, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, tata variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, deskripsi hasil penelitian, hasil uji instrument, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis data serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran dan penutup.

3. Bagian akhir meliputi: daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan penulis dan lampiran-lampiran.

