

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Produk-produk kosmetik berperan dalam memenuhi kebutuhan pokok oleh para perempuan saat ini yang menjadi objek inti perusahaan kosmetik. Bahkan, perusahaan kosmetik seiring berjalannya waktu pula telah memasuki pasar ke dunia kosmetik laki-laki maupun anak usia dini. Kompetisi bisnis yang terjadi juga akan mengalami perkembangan dikarenakan banyak produsen yang melihat juga kesempatan besar di industri kosmetik tersebut. Dari data Kementerian Perindustrian bahwa dalam lima tahun terakhir ada 153 industri kosmetika baru dengan skala kecil menengah. Jumlah tersebut diakumulasi dengan jumlah industri kosmetika secara keseluruhan yakni menjadi 760 perusahaan. Berdasarkan jumlah tersebut, terdapat 95% termasuk kedalam IKM (sektor Industri Kecil dan Menengah), sementara 5% termasuk kedalam ISB (sektor Industri Skala Besar).¹

Semakin meningkatnya pemakaian produk kecantikan yang ada di kalangan masyarakat maka dampak yang ditimbulkan dari pemakaian produk kecantikan itu juga semakin banyak. Banyak konsumen yang belum mengetahui bahan-bahan yang terkandung didalamnya apakah berasal dari bahan yang berbahaya ataupun tidak dan dalam pengawasan oleh dokter ataupun tidak. Sehingga masyarakat perlu mengantisipasi dan memahami terlebih dahulu keamanan dari suatu produk kecantikan yang dipakai agar mengurangi tingkat pemakai produk kecantikan yang memiliki kandungan berbahaya. Selain itu, masyarakat juga harus mempertimbangkan kehalalan dari suatu produk sebelum digunakan, terkhusus dalam kalangan konsumen muslim. Kehalalan dalam memproduksi suatu produk baik makanan, minuman, maupun *skincare* menjadi permasalahan yang cukup dominan dimana dalam proses produksinya memang benar-benar tidak menggunakan bahan yang haram, seperti menggunakan minyak babi maupun merkuri sebagai bahan campurannya. Sehingga perlu adanya labelisasi halal dan label BPOM.

¹ Fadhillah Pratama dan M. Suwanto, *Pengaruh Labelisasi Halal, Label BPOM dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah*, Jurnal Manajemen Diversifikasi Vol. 1 No. 3 Tahun 2021, 506.

Secara positif pemerintah juga telah merespon dalam hal pencantuman labelisasi halal pada produk-produk yang dipasarkan melalui regulasi yang ada. Hal ini tercantum dalam Undang-Undang Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, piagam kerja, Kemenkes, Kemenag, dan MUI tentang pelaksanaan pencantuman labelisasi halal pada produk. Namun peraturan-peraturan tersebut terkesan sektoral serta tidak universal, sebagai akibatnya maka dibutuhkan hukum spesifik yg secara menyeluruh meliputi labelisasi halal baik berasal dari segi produk, forum yang berwenang juga sanksi yang diberikan.²

Labelisasi halal dapat diartikan sebagai identitas yang memberikan informasi kepada konsumen mengenai suatu produk, jika produk yang dipasarkan memang teruji kehalalannya, tidak mengandung komposisi-komposisi yang diharamkan dalam syariat Islam, dan secara resmi telah memiliki izin untuk dikonsumsi oleh konsumen. Sehingga apabila suatu produk tidak tercantum label halal didalamnya, maka produk tersebut belum bisa diklasifikasikan kedalam produk yang halal karena belum mendapat persetujuan dari lembaga yang berwenang yakni LPPOM-MUI.³ Tetapi mulai tanggal 1 Maret 2022 yang menetapkan label halal pada produk adalah Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang berlaku secara nasional.

Pemerintah juga membentuk Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) untuk melakukan pengawasan terhadap produk obat dan makanan yang beredar di masyarakat yang memiliki kandungan bahan berbahaya. Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) adalah Lembaga Pemerintah Non Departemen (LPND) yang menjalankan tugasnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang ada yaitu mengawasi obat dan makanan.⁴

Jadi, BPOM sebagai lembaga pemerintah di Indonesia harus membuat upaya aktif guna memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan itu adalah sesuatu hal yang harus diterima oleh semua masyarakat serta merupakan tanggung jawab negara dalam memberikan perlindungan terhadap masyarakatnya untuk

² Dinar Wilanggono, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Buah Kota Batu*, Jurnal Ilmiah, November 2019, hlm. 4.

³ Tengku Putri Lindung Bulan, *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiangi*, Jurnal Manajemen dan Keuangan Vol. 5 No. 1 Mei 2016, 430.

⁴ Pasal 8 ayat (1) huruf H Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

menggunakan produk dengan label halal, sehingga masyarakat menjadi lebih baik sehat, terjamin serta jauh dari perbuatan yang memberikan efek rugi.

Dengan adanya labelisasi halal dan label BPOM pada produk kosmetik maka konsumen bisa mendapatkan beberapa keterangan yang mampu menjelaskan dan memudahkan mereka ketika mengambil keputusan pembelian. Keputusan pembelian mempunyai arti suatu keputusan konsumen terhadap beberapa pilihan alternatif suatu produk yang berhubungan dengan prosedur, tempo pembelian, tempat pembelian, cara membayar, dan langkah pembelian dengan tetap melakukan pertimbangan terhadap faktor lainnya mengenai produk yang mau dibeli. Sebelum melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk, konsumen akan melakukan sebuah proses terlebih dahulu. Adapun beberapa indikator-indikator yang dijadikan penilaian oleh konsumen ketika melakukan keputusan pembelian diantaranya harga, promosi serta produk. Untuk itu indikator-indikator tersebut harus diketahui oleh seorang pengusaha supaya mampu memikat hasrat beli konsumen, sehingga *income* atau pemasukan yang didapatkan perusahaan dapat meningkat.⁵

Produk MS Glow adalah produk kecantikan yang berdiri pada tahun 2013 dengan konsumen sasaran kelas menengah. Kepanjangan dari MS Glow sendiri adalah *Magic for Skin*. Produk MS Glow merupakan kategori produk dengan penawaran harga yang ekonomis dan masih bisa dijangkau oleh masyarakat daripada harga yang diberikan oleh kompetitor-kompetitornya. Adapun daya tarik produk MS Glow sehingga banyak diminati konsumen adalah produk MS Glow sudah tersertifikasi oleh BPOM sehingga aman dipakai bahkan untuk ibu hamil, mempunyai sertifikat halal, ujlal, serta sudah mempunyai beberapa klinik kecantikan yang berada di kota-kota besar seluruh Indonesia.⁶

IAIN Kudus merupakan suatu perguruan tinggi keagamaan Islam Negeri yang terletak di Jl. Conge Ngembal Rejo PO BOX 51 kota Kudus provinsi Jawa Tengah, Indonesia. IAIN Kudus didirikan pada tanggal 12 Dzulqaidah 1417 H atau 21 Maret 1997 M sesuai

⁵ Silachul Alfinul Alim dkk, *Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 62. No. 1. September 2018, 130.

⁶ Wiwik Putri Wahyu Ningsi dan Sri Ekowati, *Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow*, Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB) Vol. 2 No. 1 Juli 2021, 50.

surat Keppres RI (Keputusan Presiden Republik Indonesia) Nomor 11 Tahun 1997.⁷ Yang mana ada 217 mahasiswa prodi Ekonomi Syariah, 225 mahasiswa prodi Manajemen Bisnis Syariah, 67 mahasiswa prodi Manajemen Zakat Wakaf, 110 mahasiswa prodi Perbankan Syariah, dan 114 mahasiswa prodi Akuntansi Syariah Angkatan tahun 2018 yang kebanyakan dari mereka menggunakan produk kecantikan dengan tujuan menambah keindahan penampilan. Oleh karena itu, peneliti memakai objek di IAIN Kudus serta akan melaksanakan penelitian pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan tahun 2018 yang menggunakan produk MS Glow.

Beberapa penelitian telah dilakukan yaitu penelitian yang dilaksanakan oleh Ady Syahputra dan Haroni Doli Hamoraon, Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol.2 No.8 yang berjudul “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Pebaungan dalam Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan”, dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan yaitu angket, penelitian yang dilakukan peneliti tersebut mengungkap bahwa salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli adalah dengan dicantumkan label halal pada kemasan produk makanannya.⁸

Penelitian yang dilaksanakan oleh Julia Lestari, M. Hufron, dan M. Khoirul ABS, e-jurnal Riset Manajemen yang berjudul “Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie”, dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan yaitu angket. Penelitian tersebut memberikan hasil bahwa secara signifikan baik simultan maupun parsial variabel label halal dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁹

Penelitian yang dilaksanakan oleh Aminuddin yang berjudul “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli (Studi pada Konsumen Pizza Hut Kota Medan), metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah kuesioner dan studi kepustakaan. Penelitian tersebut memberikan hasil bahwa labelisasi halal mempunyai pengaruh yang begitu besar terhadap minat beli yakni sebesar 73,4%.

⁷ “IAIN Kudus Universitas di Indonesia”, diakses pada 25 Desember 2021, https://id.m.wikipedia.org/wiki/IAIN_Kudus.

⁸ Ady Syahputra dan Haroni Doli Hamoraon, *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Pebaungan dalam Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan*, Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 2 No. 8.

⁹ Julia Lestari, dkk, *Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie*, e-jurnal Riset Manajemen.

Minat beli juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lain yakni faktor layanan, harga, lokasi, serta faktor-faktor lainnya.¹⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Shilachul Alfinul Alim, M. Kholid Mawardi, dan Aniesa Samira Bafadhal yang berjudul “Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk fesyen Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang)”, dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket. Penelitian tersebut memberikan hasil, secara signifikan variabel persepsi label halal dan kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.¹¹

Penelitian yang dilaksanakan oleh Fadhillah Pratama dan M. Suwarto yang berjudul “Pengaruh Labelisasi Halal dan Label BPOM dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah”, metode deskriptif kuantitatif merupakan metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini. Penelitian tersebut memberikan hasil, secara bersama-sama variabel labelisasi halal, label BPOM dan religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.¹²

Berdasarkan *research gap* pada beberapa penelitian terdahulu diatas, maka penulis terdorong untuk melaksanakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Labelisasi Halal dan Label BPOM terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2018.**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2018?

¹⁰ Aminuddin, *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli (Studi pada Konsumen Pizza Hut Kota Medan)*, Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM), Vol. 5 No. 2 September 2018.

¹¹ Shilachul Alfinul Alim, dkk, *Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk fesyen Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 62 No. 1 September 2018.

¹² Fadhillah Pratama dan M. Suwarto, *Pengaruh Labelisasi Halal dan Label BPOM dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah*, Jurnal Manajemen Diversifikasi Vol. 1 No. 3 2021.

2. Apakah pengaruh label BPOM terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2018?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk melihat pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2018.
2. Untuk melihat pengaruh label BPOM terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2018.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk peneliti ataupun orang lain yang memerlukan. Dalam penelitian ini manfaat yang diberikan antara lain:

1. Manfaat Teoritis

- a) Secara teoritis penelitian tersebut diharapkan mampu menambah pengetahuan yang berkaitan tentang labelisasi halal dan label BPOM pada produk MS Glow. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan manfaat yakni acuan atau bahan rujukan dalam melakukan penelitian berikutnya.
- b) Secara empiris dapat memberikan bukti mengenai kebenaran teori-teori tentang indikator-indikator yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi masyarakat, penelitian yang dihasilkan ini bisa menjadi sumber informasi guna mengetahui seberapa besar kontribusi labelisasi halal dan label BPOM terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.
- b) Bagi produsen, penelitian yang dihasilkan ini bisa dijadikan sebagai bahan petunjuk dalam memproduksi suatu barang. Karena para konsumen berharap bahwa barang yang dikonsumsi sudah berlabel halal dan label BPOM.
- c) Bagi penulis, penelitian yang dihasilkan ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman penulis dan menumbuhkan pemikiran serta wacana saat mengimplementasikan antara konsep yang sudah terbentuk dengan keadaan yang sebenarnya.

- d) Bagi akademis, penelitian yang dihasilkan ini bisa dijadikan sebagai tambahan referensi di perpustakaan IAIN Kudus khususnya mengenai labelisasi halal dan label BPOM, serta sebagai kriteria untuk menilai pemahaman mahasiswa dalam penelitian.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini mempunyai maksud agar memperoleh gambaran mengenai tiap-tiap bagian yang saling berkesinambungan satu sama lain sehingga nanti akan didapatkan penelitian yang terstruktur serta sistematis. Berikut ini sistematika penulisan skripsi yang dilakukan oleh peneliti diantaranya:

1. **Bagian awal**, bab ini berisi cover luar, cover dalam, lembar pengesahan, proposal, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel.
2. **Bagian inti**, meliputi:
 - a. **Bab I Pendahuluan**, bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.
 - b. **Bab II Landasan Teori**, bab ini menjelaskan mengenai deskripsi teori dari pengertian label, halal, labelisasi halal, label BPOM, keputusan pembelian, perilaku konsumen, perilaku konsumsi dalam Islam, studi terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.
 - c. **Bab III Metode Penelitian**, bab ini menjelaskan mengenai jenis dan pendekatan, *setting* penelitian, sumber data, populasi dan sampel, identifikasi variabel penelitian, definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrumen, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.
 - d. **Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**, bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, hasil analisis data, dan juga pembahasan.
 - e. **Bab V Penutup**, bab ini menjelaskan mengenai simpulan, saran-saran, dan juga penutup.
3. **Bagian akhir**, bab ini berisi daftar pustaka yang dijadikan sumber acuan dalam proses pembuatan skripsi serta lampiran-lampiran yang menjadi pendukung isi skripsi.