

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

kosmetik merupakan hal yang tidak akan terpisahkan bagi wanita karna hal tersebut sangat penting. Sehingga wanita sangat peduli tentang berpenampilan cantik dan menarik. Mereka ingin tampak segar dan berkeinginan mempunyai kulit yang sehat dan bersinar. Hal inilah yang membuat wanita menggunakan berbagai jenis produk kecantikan untuk mempercantik diri sendiri dalam kesehariannya. Karena kesadaran masyarakat (khususnya wanita) yang lebih peduli pada kecantikan tubuh, ini sangat mendorong pasar kosmetik dinegara kita. Hal tersebut merupakan peluang pasar yang sangat besar terhadap produsen yang memiliki bisnis kosmetik.

Indonesia merupakan Negara dengan jumlah muslim terbanyak didunia yaitu sekitar 80% dari jumlah penduduknya. Banyak dari kalangan yang mempertanyakan, terutama dari industri maupun asosiasi kosmetik. Mengapa produk kosmetika harus bersertifikat halal. Ketentuan hukum islam itu diantaranya adalah halal, haram, dan najis. Kalau najis menempel pada tubuh kita maka hal tersebut dapat mempengaruhi keabsahan dalam beribadah terutama seorang muslim. Ketentuan tentang kosmetik harus halal dan bersih dari najis, itu telah ditetapkan secara legal-formal didalam undang-undang NO. 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal (JPH).

Produk halal merupakan produk pangan, obat, kosmetik, dan lainnya yang tidak mengandung unsur barang haram dalam proses pembuatannya serta dilarang untuk dikonsumsi oleh umat islam baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, dan bahan pembantu lainnya. Khususnya mengenai pasal 30 ayat 2 e dalam penjelasannya undang-undang pangan disebutkan bahwa keterangan halal untuk suatu produk pangan sangat penting bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim. Namun pencantumannya pada label pangan baru merupakan kewajiban apabila setiap orang yang memproduksi pangan atau memasukan pangan kedalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan menyatakan bahwa

pangan yang bersangkutan adalah halal bagi umat islam. Lembaga ini didirikan atas keputusan majelis ulama Indonesia (MUI) berdasarkan surat keputusan nomor 018/MUI/1989 pada tanggal 26 jumadil awal 1409 hijriah atau 6 januari 1989.

Diindonesia majelis ulama indonesia (MUI) adalah lembaga yang kompeten untuk melakukan penjaminan kehalalan produk. Dalam kerjanya MUI dibantu oleh LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian, Pangan, Obat-obatan dan kosmetika Majelis Ulama Indonesia). Lembaga ini dibentuk untuk membantu majelis ulama Indonesia dalam menentukan kebijakan, merumuskan ketentuan-ketentuan rekomendasi, dan bimbingan yang menyangkut pangan, obat-obatan dan kosmetika sesuai dengan ajaran islam. Dengan kata lain LPPOM-MUI didirikan agar dapat memberikan rasa tentram kepada umat tentang produk yang dikonsumsi. Lembaga inilah yang sebenarnya berwenang dalam memberi sertifikat halal kepada perusahaan yang akan mencantumkan label halal.

Berikut merupakan bentuk label halal dari MUI.



Gambar 1. Label Halal MUI

*Sumber : [halalmui.org](http://halalmui.org)*

Pemberian label halal pada kemasan produk, sedikit banyak akan mengurangi keraguan konsumen akan kehalalan produk yang akan dibeli. Konsumen harus lebih selektif terhadap kehalalan suatu produk, terutama pada konsumen wanita yang setiap harinya selalu mengkonsumsi kosmetik untuk menambah rasa percaya diri dalam penampilan. Hal tersebut dikarenakan produk kosmetik yang dinyatakan halal cenderung lebih aman dan terhindar dari kandungan zat yang berbahaya.

Wardah berawal dari inspirasi. Inspirasi untuk menjadi bagian penting hidup perempuan Indonesia. Bermula dari awal diciptakan telah memiliki visi misi sederhana “memiliki kebutuhan akan kosmetik halal didukung oleh tim yang bekerja keras dalam membuat konsep produk yang modern. Ideologi kecantikan wardah dapat diterima oleh wanita Indonesia sebagai salah satu *brand* kosmetik”.

Setiap penciptaannya kosmetik dan perawatan kulit wardah adalah hasil dari proses berteknologi modern dan dibawah pengawasan ahli wardah memiliki 3 prinsip utama yaitu : *pure and safe, beauty expert, inspiring beauty*.

produk kemasan produk wardah



gambar 2. desain wardah  
sumber : [www.wardahcosmetic.com](http://www.wardahcosmetic.com)

Wardah memiliki produk beranekaragam tentu setiap produknya memiliki daya tarik sendiri. Sehingga setiap produk akan menempati pilihan konsumen terbanyak yang berbeda-beda. Keunikan lain kosmetik dari produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat dan iklan yang menjunjung tinggi moralitas serta keagungan perempuan.

**Tabel 1. Daftar Kosmetik yang Paling Diminati**

No.	Kosmetik Lokal	Kosmetik Asing
1.	Wardah	L'Oreal
2.	Inez	NYX
3.	Make Over	Maybelline
4.	PAC	MAC Cosmetics
5.	Purbasari	Chanel

*Sumber : daftar kosmetik lokal*

Tabel 1 menunjukkan bahwa pasar kosmetika diwarnai oleh berbagai jenis pemain yaitu lokal dan import. Persaingan pemain lokal yang kompetitif dipasar industri kosmetik di Indonesia saat ini diisi oleh Wardah, Inez, Make Over, PAC dan lain-lain, sedangkan pemain produk luar negeri yang juga ikut berkiprah ialah produk kosmetik L'Oreal, NYX, Maybelline, dan lain-lain. Industri kosmetik merupakan salah satu industri yang strategis dan potensial.

**Tabel 2. Data Pra-survey**

Summary data pra-survey Mahasiswa universitas muhammadiyah metro yang menggunakan produk Make Over sebagai berikut :

Tempat : universitas muhammadiyah

Jumlah Responden : 10 responden

Spesifik responden : Mahasiswa universitas muhammadiyah metro

NO.	DIMENSI	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pengenalan Masalah	12	18	1	-	-
2.	Pencarian Informasi	15	11	4	-	-
3.	Evaluasi Alternatif	19	9	1	1	-
4.	Keputusan Pembelian	17	11	10	-	-
5.	Perilaku Pasca Pembelian	10	19	-	-	-

Sumber : Mahasiswa Unniversitas Muhammadiyah Metro Data diolah (2020)

Dari data tabel 2 menunjukkan bahwa Mahasiswa Universitas muhammadiyah metro memiliki tanggapan yang tinggi terhadap produk wardah dari 10 responden banyak yang memberi tanggapan pernyataan sangat setuju.

Wardah merupakan salah satu produk kecantikan dari PT. *tecnologi* dan *innovation*, disamping *brand* lainnya yaitu make over, emina, dan IX (*innovative xalon*). Diciptakan sejak tahun 1995 dan mengalami pasang surut penjualan hingga saat ini wardah menjadi salah satu *brand* kosmetik terkenal. Wardah merupakan pelopor dalam menciptakan produk kecantikan bersertifikat halal, memberikan pemahaman yang baru bahwa cara hidup halal dan produk kecantikan mampu berpadu secara elegan. Wardah percaya bahwa kecantikan adalah dari hati yang terpancar dari dalam, *inspiring beauty* yang merupakan salah satu prinsip wardah.

Wardah merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang kosmetik kecantikan di Indonesia. Memiliki berbagai macam jenis produk dengan 200 macam varian kecantikan yang telah mendapatkan sertifikat halal yang dikeluarkan langsung oleh majelis ulama Indonesia (MUI). Berawal dari perusahaan kecil yang dimulai tahun 1996 masih dengan sedikit jenis produk sehingga terfikirkan ide untuk membuat produk kecantikan. Lalu kemudian terciptalah produk wardah dengan berbagai jenis varian yang menggunakan bahan produk yang berkualitas dan baik digunakan untuk kulit wajah. Hal ini memberikan pengaruh positif terhadap pembelian produk wardah dan kemudian mengalami peningkatan penjualan dan

berkembang dengan pesat hingga sekarang telah memiliki 1500 outlet yang tersebar dipusat perbelanjaan lengkap dengan konsultan kecantikan.

Produk wardah akan mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar masing-masing produk. berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "**Pengaruh Label Halal, *Religious Commitment*, *Brand Ambassador*, Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah**".

## **B. Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan, maka identifikasi pada penelitian ini, yaitu :

- a. Tidak semua konsumen memperhatikan label produk, khususnya label halal pada produk wardah. Ukuran gambar huruf yang terlalu kecil dan padat membuat sebagian orang malas membaca.
- b. *Religious Commitment* seseorang dengan pengetahuan tentang nilai-nilai keyakinan, kepercayaan dan praktek religius dalam kehidupan sehari-hari terhadap suatu produk kosmetik.
- c. *Brand Ambassador* sudah sangat familiar, pemakain kosmetik wardah dikarenakan brand yang familiar atau ada keunikan lain yang didapat oleh konsumen.
- d. Desain wardah tergolong sederhana. Namun pada beberapa produk, kemasan wardah tidak dapat melindungi isi dengan baik.
- e. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa factor, salah satunya yaitu atribut produk. Atribut produk dalam penelitian ini yang terlihat secara langsung. Seberapa pengaruhnya atribut yang terlihat secara langsung ini terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah

## 2. Rumusan Masalah

Perumusan masalah dari penelitian ini, yaitu:

- a. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah?
- b. Apakah *religious commitment* berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah?
- c. Apakah *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah?
- d. Apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah?
- e. Apakah label halal, *religious commitment*, *brand ambassador*, desain produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diajukan, maka penelitian ini bertujuan:

- a. Untuk mengetahui apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah.
- b. Untuk mengetahui apakah *religious commitment* berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah.
- c. Untuk mengetahui apakah *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah.
- d. Untuk mengetahui apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah.
- e. Untuk mengetahui apakah secara simultan label halal, *religious commitment*, *brand ambassador*, desain produk, terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

##### **a. Bagi Akademisi**

Agar penelitian ini bermanfaat untuk dijadikan referensi sebagai bahan acuan, bacaan dan sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan bahan penyusunan penelitian.

##### **b. Bagi Peneliti**

Sebagai bahan perbandingan dan pembelajaran antara teori yang dipelajari dengan fakta mengenai pengaruh label halal, *religious commitment*, *brand ambassador* dan desain produk terhadap keputusan pembelian produk wardah

##### **c. Ruang Lingkup Penelitian**

Untuk menentukan masalah yang diteliti, maka perlu dibatasi dalam ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

###### **1. Lokasi Penelitian**

lokasi dalam penelitian ini berada di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang beralamatkan Di Jl. Ki Hajar Dewantara No.16 Iringmulyo Kota Metro, kegiatan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh label halal, *religious commitment*, *brand ambassador*, desain produk terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah. Sehingga dalam pengambilan datanya tidak membuat perlakuan khusus, tetapi peneliti melakukan pengumpulan data tentang pengaruh label halal, *religious commitment*, *brand ambassador*, desain produk terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah. Objek penelitian ini adalah mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.



**d. Sistematika Penulisan****BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II : KAJIAN LITERATUR**

Berisikan deskripsi teori yang digunakan dalam mendukung penulisan skripsi, hasil penelitian relevan, dan kerangka pemikiran.

**BAB III: METODE PENELITIAN**

Berisikan tentang jenis penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

**BAB VI : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan pengaruh label halal, *religious commitment*, *brand ambassador* dan desain produk terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa ekonomi dan bisnis unversitas muhammadiyah metro.

**BAB V : PENUTUP**

Berisikan tentang penutup yang terdiri dari kesimpulan yang menjelaskan hasil skripsi dan saran-saran

**LAMPIRAN**