

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Menggunakan barang halal merupakan salah satu bagian dari keimanan dan ketaqwaan umat muslim terhadap perintah Allah SWT. Perintah untuk menggunakan barang halal dan larangan untuk menggunakan barang haram sudah ada tercantum dalam Al-Qur'an yang merupakan pedoman untuk umat Islam sebagai berikut:

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

Artinya : “Wahai manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karna sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah memerintahkan manusia hanya memakan, makanan halal saja. Pernyataan tersebut jika diterapkan dalam konteks sekarang, ayat tersebut tidak hanya kepada makanan saja, tetapi juga menggunakan produk-produk yang dimanfaatkan oleh manusia seperti contohnya dalam menggunakan kosmetik. Kosmetik yang tidak halal berarti dalam proses pembuatannya menggunakan bahan-bahan yang diharamkan secara syariat Islam. Bagi umat Islam yang mengetahui hal tersebut maka akan menciptakan rasa tidak nyaman dan keraguan saat menggunakan kosmetik yang tidak sesuai syariat Islam, apalagi saat ingin mengerjakan ibadah sholat (Asrina & Bulutoding, 2016).

Sebagai orang yang beriman, kita sebagai umat Islam harus lebih berhati-hati dalam memilih produk makanan, minuman, pakaian dan serta produk-produk

kecantikan, jangan sampai kita memakan atau menggunakan barang-barang dari bahan yang diharamkan. Kita diperintahkan Allah SWT untuk mengonsumsi atau hanya menggunakan yang halal serta baik bagi kesehatan.

Label adalah alat untuk menyampaikan suatu informasi produk dan dicantumkan dalam kemasan produk. Label juga memberikan informasi tentang daftar bahan yang terkandung dalam produk, berat bersih, daya tahan, nilai ataupun kegunaan dari produk serta keterangan tentang kehalalan produk tersebut (Yuliani, 2019).

Konsumen yang beragama Islam cenderung untuk membeli produk yang sudah dinyatakan halal dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga berwenang. Kesadaran untuk mengonsumsi atau menggunakan produk yang halal konsumen muslim, memiliki pemahaman agama yang baik dan edukasi dari produsen mengenai sertifikasi halal pada produknya, hal ini menyebabkan semakin tingginya konsumen yang peduli dengan sertifikasi halal yang tercantum pada produk yang dibelinya, karena saat ini banyak konsumen yang kritis dan memiliki pengetahuan yang baik sebelum melakukan pembelian. (Hayet, 2019).

Cara yang dilakukan dalam memilih produk sesuai dengan kebutuhan umat muslim. Salah satunya dengan mencari informasi yang terdapat pada atribut produk. Atribut produk merupakan unsur yang penting bagi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk tersebut. Melalui atribut tersebut konsumen bisa untuk memperoleh informasi apakah produk yang dibeli sudah sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Label halal dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang yaitu LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia). Lembaga tersebut merupakan lembaga yang bertugas untuk meneliti, mengkaji, menganalisa dan memutuskan apakah produk-produk tersebut sudah aman untuk dikonsumsi baik dilihat dari sisi kesehatan maupun dari sisi agama Islam yakni telah dinyatakan halal, boleh dan baik untuk dikonsumsi bagi umat muslim (Asrina & Bulutoding, 2016).

Saat ini ada banyak jenis kosmetik yang dijual di pasaran membuat konsumen bingung untuk menentukan produk yang dibeli. Terutama konsumen muslim sulit menentukan produk mana yang bagus dan aman untuk digunakan dan sesuai dengan syariat Islam. Tidak jarang banyak wanita menginginkan hasil maksimal dalam jangka waktu yang singkat tanpa adanya efek samping yang dapat terjadi dalam jangka panjang karena pemakaian produk secara rutin. Sebagai perempuan muslim yang taat dengan perintah Allah, menggunakan kosmetik yang halal merupakan hal wajib untuk dilakukan. Hal ini merupakan wujud dari ketaatan sebagai umat yang beragama Islam yang tidak mengonsumsi atau menggunakan bahan-bahan yang tidak halal.

Dengan banyaknya produk-produk kosmetik yang beredar dengan Berbagai merek seperti Maybelline, Wardah, Sariayu, Nivea, Pond's, Purbasari, Biore, Garnier dan lain-lain. Sehingga membuat konsumen mempunyai banyak pilihan dalam menentukan membeli produk yang aman serta memenuhi kebutuhannya.

Seperti yang kita ketahui bahwa mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari dengan mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin memiliki sejumlah besar mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah, berbagai suku, dan berbagai agama sehingga hal ini akan menimbulkan perbedaan dalam memilih produk kosmetik yang mereka konsumsi sehari-hari. Universitas Islam Negeri Antasari merupakan mayoritasnya mahasiswanya beragama Islam dan hal tersebut belum tentu membuat mereka akan selalu mengutamakan membeli produk kosmetik yang mempunyai label halal untuk memenuhi kebutuhannya. Sedangkan mahasiswa yang berasal dari Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin juga tidak hanya beragama Islam saja, akan tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa mahasiswa dari Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin lebih mengutamakan untuk membeli produk yang mempunyai label halal.

Gambaran inilah yang kemudian mendorong penulis memutuskan untuk membuat penelitian yang berjudul: **“Analisis Labelisasi Halal Produk Kosmetik Dan Minat Beli Mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Dan Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin (Studi Komparatif)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan menjadi fokus penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh produk kosmetik yang berlabel halal terhadap minat beli mahasiswa UIN Antasari antasari dan ULM Banjarmasin?

2. Apakah terdapat perbedaan dalam minat beli mahasiswa terhadap kosmetik berlabel halal pada mahasiswa UIN Antasari dan ULM Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana minat beli mahasiswa terhadap produk kosmetik yang berlabel halal pada mahasiswa UIN Antasari dan ULM Banjarmasin.
2. Mengetahui apakah terdapat perbedaan minat beli mahasiswa terhadap kosmetik berlabel halal pada mahasiswa UIN Antasari dan ULM Banjarmasin.

D. Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Bagi Penulis Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan sebagai bekal dalam mengaplikasikan pengetahuan terhadap masalah yang di dapat pada bangku perkuliahan dengan praktekkan yang diperoleh di dunia praktis.
2. Bagi Peneliti Lain
 - a. Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa atau pihak manapun yang ingin meneliti tentang pengaruh label halal kosmetik pada tingkat minat beli masyarakat.
 - b. Untuk menambah informasi bagi mahasiswa khususnya di prodi Ekonomi Syariah.

E. Definisi Operasional

Untuk lebih memahami pengertian dan maksud dari judul diatas, maka perlu dijelaskan beberapa pengertian untuk menghindari terjadinya kekeliruan dan penyimpangan pemahaman judul skripsi ini, diantaranya adalah:

1. Labelisasi

Label Halal merupakan bagian dari sebuah produk yang membawa informasi tentang produk tersebut atau tentang penjualnya. Sebuah label merupakan bagian dari kemasan atau tanda pengenal yang dicantumkan pada produk. Adapun labelisasi yang dimaksud dalam pembahasan skripsi ini adalah pencantuman tulisan label halal pada produk kosmetik untuk menunjukkan bahwa produk tersebut berstatus sebagai produk yang halal yang telah di sahkan oleh pihak LPPOM-MUI (Risma, 2019). Label halal bertujuan untuk memenuhi tuntutan konsumen secara universal, artinya dengan adanya labelisasi halal, para konsumen muslim tidak akan ragu lagi dalam mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk karna sudah mencantumkan label halalnya.

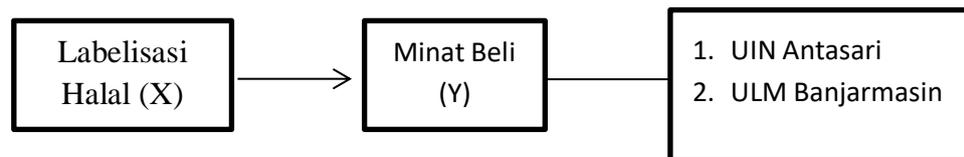
2. Minat Beli

Minat beli merupakan kecenderungan konsumen dalam membeli suatu merek produk yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Definisi ini sama dengan yang dikemukakan oleh Peter dan Olson (1999) yang mendefinisikan minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan

pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Meldarianda & Lisan, 2010). Minat beli merupakan keinginan yang muncul dalam diri konsumen terhadap suatu produk. konsumen yang memiliki suatu minat untuk membeli suatu produk menunjukkan adanya perhatian dan rasa senang terhadap suatu produk yang kemudian diikuti dengan realisasi yang berupa perilaku membeli barang tersebut.

F. Kerangka Pemikiran

Gambar1. 1 Kerangka Berpikir



G. Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha: Terdapat pengaruh antara label halal dengan minat beli mahasiswa di UIN Antasari.

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara label halal dengan minat beli mahasiswa di UIN Antasari.

Ha: Terdapat pengaruh antara label halal dengan minat beli mahasiswa di ULM Banjarmasin.

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara label halal dengan minat beli mahasiswa UIM Banjarmasin.

H. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Eka Dwi Setia Tarigan (2016)	Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan	Metode analisis regresi linear berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup, label halal dan harga itu memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah. Akan tetapi, sesuai dengan uji kolerasi ketiga variabel ini hanya mempengaruhi 26,3% keputusan pembelian dengan angka tersebut berarti hubungan dari tiga

				<p>variabel bebas terhadap variabel terikat berkolerasi rendah. Artinya gaya hidup, label halal dan harga tidak menjadi pertimbangan utama bagi mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dalam melakukan pembelian produk kosmetik Wardah.</p>
--	--	--	--	---

2.	Asrina dan Lince Bulutoding (2015)	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Giant Supermarket Alauddin)	penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Adapun variabel yang diteliti terdiri labelisasi halal sebagai variabel bebas dan keputusan konsumen membeli produk kosmetik sebagai variabel terikat. Data yang digunakan yaitu data primer dengan membagikan angket dilokasi penelitian pada Giant Supermarket Alauddin	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan nilai R sebesar 0,558 menunjukkan korelasi kuat, hal ini dikarenakan tingginya respon setuju responden terhadap label halal tersebut. Label halal kini menjadi pertimbangan penting konsumen terhadap pembelian produk kosmetik walau sebenarnya masih ada sebagian kecil responden yang kurang
----	------------------------------------	--	--	--

			<p>Makassar</p> <p>kemudian data</p> <p>diolah dengan</p> <p>menggunakan</p> <p>regresi linier</p> <p>seederhana.</p>	<p>memperhatikan</p> <p>tentang label halal.</p> <p>Ini ditandai dengan</p> <p>nilai determinasi</p> <p>sebesar 31,2% yang</p> <p>berarti bahwa</p> <p>variabel labelisasi</p> <p>halal mampu</p> <p>memengaruhi</p> <p>variabel keputusan</p> <p>konsumen sebesar</p> <p>31,2% sedangkan</p> <p>68,8% lainnya</p> <p>dipengaruhi oleh</p> <p>faktor lain</p> <p>diluar penelitian ini.</p>
3	Yuli Rasma	<p>Analisis</p> <p>Komparatif</p> <p>Labelisasi</p> <p>Halal pada</p> <p>Kosmetik</p> <p>dalam</p> <p>Meningkatkan</p>	<p>Penelitian ini</p> <p>menggunakan uji</p> <p>signifikan</p> <p>parsial(T-test)</p>	<p>Kecamatan Syiah</p> <p>Kuala, terdapat</p> <p>pengaruh yang positif</p> <p>dari labelisasi halal</p> <p>terhadap minat beli</p> <p>masyarakat akan</p> <p>tetapi tidak signifikan</p>

		Minat Beli Masyarakat Di Kec. Syiah Kuala dan Kec. Kuta Alam		sedangkan pada Kecamatan Kuta Alam, terdapat pengaruh positif dan signifikan dari labelisasi halal terhadap minat beli masyarakat.
4	Ady Syahputra Haroni Doli Hamoraon (2013)	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan Dalam Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan	Metode penelitian deskriptif (analisis deskriptif, uji validitas dan uji realibilitas)	hasil analisis deskriptif yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa tanggapan dari para responden akan pernyataan yang ditujukan kepada mereka sangat memuaskan, hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan terhadap produk makanan berlabel halal cukup tinggi.

5	Helsy Zella Rafita	Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif	Hasil dari penelitian ini adalah Variabel label halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dilihat dari signifikan. Label Halal sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 dan dapat juga dilihat dari t hitung sebesar 6.751 yang berarti t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 1.662.
---	-----------------------	---	---	---

I. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan arah pembahasan yang jelas dalam penelitian ini, maka sistematika pembahasannya sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, di dalam bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang masalah yang menguraikan alasan mengangkat judul skripsi dan gambaran atau penyelesaian dari permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan yang sudah tergambar dirumuskan dalam rumusan masalah dan tujuan dari penelitian tersebut untuk mengetahui apa yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah. Kegunaan penelitian merupakan uraian kegunaan dari hasil penelitian karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi. Penelitian terdahulu disajikan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain yang mempunyai perbedaan dengan penelitian yang dilakukan.

Bab II adalah landasan teori, dalam bab ini berisikan teori-teori sehingga membentuk suatu format pikiran teoritis yang utuh, kritis dan sistematis.

Bab III Metode Penelitian, untuk menghubungkan antara teoritis dengan penelitian lapangan, maka dibuatlah metode penelitian yang berisi jenis, sifat, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik pengolahan data.

Bab IV adalah laporan hasil penelitian dan analisis data yang terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, serta penyajian data dan analisis data.

Bab V merupakan penutup yang berisikan kesimpulan dan saran-saran, kesimpulan adalah telaah ringkasan terhadap pembahasan dari analisis sebelumnya. Saran merupakan gagasan penulis dan kontribusi pemikir yang diberikan agar hasil penelitian ini berdampak positif bagi semua pihak.