

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Manusia memiliki banyak sekali kebutuhan. Kebutuhan merupakan suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan dasar tertentu. Manusia membutuhkan beberapa hal untuk bertahan hidup seperti kebutuhan pangan, sandang, rumah, rasa aman, rasa memiliki dan harga diri.

Kebutuhan wanita sedikit berbeda dibandingkan dengan laki-laki. Bagi wanita khususnya penampilan sangat penting, karena wanita selalu ingin tampil cantik di depan orang lain. Kebutuhan wanita untuk tampil cantik seperti yang diinginkannya menciptakan potensi pasar yang sangat besar. Dalam kehidupan sehari-hari tanpa disadari mulai bangun tidur sampai akan tidur kembali pada malam hari sebagian besar wanita memakai kosmetik. Tak ada satupun bagian tubuh wanita yang luput dari perhatian produsen alat kecantikan dan perawatan tubuh. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang memproduksi kosmetik berusaha memenuhi kebutuhan akan kosmetik dengan berbagai macam inovasi produk. Masing-masing perusahaan berusaha menjadi pemimpin dalam pasar kosmetik yang berarti produknya diterima dengan baik di pasar. Perusahaan yang produknya diterima dengan baik pasti akan mendapat keuntungan baik pula.

Dalam upaya pemenuhan kebutuhannya, seseorang akan memilih produk yang dapat memberikan kepuasan tertinggi. Secara khusus, faktor-faktor yang menciptakan kepuasan tertinggi bagi setiap orang akan berbeda, tetapi secara umum faktor seperti produk itu sendiri, harga dari produk dan cara untuk mendapatkan produk seringkali menjadi pertimbangan. Seorang konsumen yang rasional akan memilih produk dengan mutu baik, harga terjangkau atau lebih murah dan produk yang mudah didapat. Mutu produk yang diinginkan oleh konsumen menyangkut manfaatnya bagi pemenuhan kebutuhan dan keamanannya bagi diri konsumen, sehingga konsumen merasa tenang lahir dan batin dalam menggunakan produk tersebut.

Upaya untuk memenuhi keinginan konsumen agar tenang lahir dan batin dalam mengkonsumsi produk, perusahaan harus memberitahukan manfaat produk dan cara penggunaannya. Khusus untuk produk pangan, obat-obatan dan kosmetik, perusahaan (produsen) harus mencantumkan keterangan-keterangan yang berhubungan dengan produk. Keterangan-keterangan tersebut dapat berupa komposisi bahan campuran produk, masa berlaku produk, cara penggunaan produk dan keterangan bahwa produk telah diperiksa oleh Badan Pengawasan Pangan, Obat dan Kosmetik (BPPOM). Konsumen muslim khususnya membutuhkan keterangan bahwa produk tersebut halal untuk dikonsumsi. Keterangan halal pada produk berbentuk label halal yang disertifikasi oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LP POM MUI) yang bekerjasama dengan Departemen Kesehatan (Depkes) dan Kementerian agama (KEMENAG).

Produk halal kini bukan lagi semata-mata isu agama Islam, tetapi sudah menjadi isu di bidang bisnis dan perdagangan saat ini. Jaminan halal sebuah produk sudah menjadi simbol global bahwa produk yang bersangkutan terjamin mutunya<sup>1</sup> Tetapi bagi konsumen kosmetik khususnya, belum diketahui secara pasti apakah sertifikasi atau label halal dipandang sebagai faktor yang dianggap penting dalam pemilihan dan pembelian produk. Jurnal Halal LP POM MUI dalam, menerangkan bahwa pihaknya telah melakukan penelitian melalui survei pasar di daerah Jabotabek dengan responden 100 orang wanita. Penelitian tersebut dibuat untuk mengetahui sampai sejauh mana pengetahuan dan kepedulian konsumen muslim terhadap asal muasal *placenta* (bahan yang tidak halal untuk digunakan). Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa pengetahuan konsumen tentang *placenta*, yang jelas-jelas haram sangat rendah.

Komunitas muslim di seluruh dunia telah membentuk segmen pasar yang potensial dikarenakan pola khusus mereka dalam mengkonsumsi suatu produk. Pola konsumsi ini diatur dalam ajaran Islam yang disebut dengan *Syariat*. Dalam ajaran *Syariat*, tidak diperkenankan bagi kaum muslim untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu karena substansi yang dikandungnya atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran *syariat* tersebut. Dengan adanya aturan yang tegas ini maka para pemasar memiliki sekaligus *barrier* dan kesempatan untuk mengincar pasar khusus kaum muslimin.

---

<sup>1</sup> <http://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/info-halal/08/12/17/20905-yang-terbaru-tentang-plasenta> diakses pada hari jum'at tanggal 26 desember 2014. Jam 14:00.

Dalam ekonomi Islam, setiap keputusan ekonomi seorang manusia tidak terlepas dari nilai-nilai moral dan agama karena setiap kegiatan senantiasa dihubungkan kepada syariat.<sup>2</sup> begitu pula dengan manusia memiliki banyak kebutuhan untuk menjaga keberlangsungan hidupnya. Kebutuhan manusia dapat diartikan sebagai suatu perasaan kekurangan akan kepuasan atas dasar tertentu. Manusia membutuhkan sandang, pangan, rumah, rasa aman, dicintai, harga diri, dan aktualisasi diri untuk hidup.

Ajaran tegas *syariat* Islam untuk menghindari hal-hal yang dilarang oleh Allah SWT dan melaksanakan apa saja yang diperintahkan membuat konsumen muslim bukanlah konsumen yang *permissife* dalam pola konsumsinya. Mereka dibatasi oleh ke-halalan dan ke-haraman yang dimuat dalam *nash* Al Qur'an yang menjadi panduan utama bagi mereka. Kita melihat batasan konsumsi dalam Islam sebagaimana diurai dalam al-Qur'an surah al-Baqarah [2]: 168-169<sup>3</sup>

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ١٦٨  
 إِنَّمَا يَأْمُرُكُمْ بِاللُّسُوءِ وَالْفَحْشَاءِ وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ ١٦٩

*Artinya: "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. Sesungguhnya syaitan itu hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui (Qs.al-Baqarah 168-169)"*

---

<sup>2</sup> Muhamad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo persada, 2006), h. 85.

<sup>3</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta, 2005), h. 31

Batasan konsumsi dalam syariah tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja, tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditi lainnya. Dalam hal ini, kosmetika merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari penampilan, karena penampilan merupakan refleksi citra diri seseorang. Pada saat ini kebutuhan terhadap kosmetika terus meningkat seiring dengan munculnya jenis-jenis kosmetika baru yang memiliki berbagai macam fungsi mengikuti perkembangan kebutuhan para wanita baik itu produk dalam negeri maupun produk luar negeri.

Beberapa dekade ini label halal patut diperhatikan dan perlu dipertanyakan keasliannya dalam industri kosmetik ini merupakan komponen inti untuk jaminan para konsumen untuk mengetahui bahan baku, proses produksi, proses pengadaan dan *packaging* sebuah produk. Label halal menjadi potensi, peluang sekaligus tantangan bagi kalangan pembisnis untuk meningkatkan kehalalan dan menjadikan label halal tersebut menjadi teringat sepenuhnya oleh konsumen. Tak dapat dipungkiri bahwa ada berbagai aspek dalam produk mempengaruhi beredarnya produk tersebut.

Sebagai gambaran barangkali perlu disampaikan, bagaimana ummat Islam saat ini disamping kurangnya ketelitian dalam melihat barang yang di konsumsi sebenarnya masyarakat juga tidak memiliki kemampuan untuk melakukan pengawasan terhadap peredaran barang haram di pasaran. Unsur yang ditulis pada komposisi barang tidak banyak yang dipahami oleh orang awam. Misalnya, unsur lesitin dalam permen, jarang kita perhatikan dengan seksama padahal lesitin banyak berasal dari ekstrak lemak babi. Tanpa ragu, kita langsung saja melahapnya.

Semakin hari tingginya tingkat kepekaan masyarakat terhadap kehalalan dalam konsumsi semakin berkurang, masyarakat saat ini mengkonsumsi suatu produk tidak lagi terlalu memperhatikan kehalalan suatu produk. Mereka kebanyakan hanya berpikiran secara sempit bahwa produk secara langsung diproduksi dari bahan baku yang tidak halal (alkohol atau babi misalnya) adalah haram. Padahal untuk memproduksi suatu produk tidak hanya berdasarkan bahan baku saja tapi juga mulai dari tata cara produksi, bahan-bahan tambahan ataupun unsur-unsur lainnya yang menyertai produksi produk tersebut juga haruslah halal. Terkait dengan kehalalan suatu produk di Indonesia peraturan yang bersifat teknis yang mengatur masalah pelabelan halal antara lain keputusan bersama menteri kesehatan dan menteri Agama RI No. 427/Men. Kes/SKBMII/1985 (No. 68 tahun 1985) tentang pencantuman tulisan Halal pada label makanan, UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) telah memberikan perlindungan bagi umat Muslim. Dalam Pasal 8 ayat (1) huruf h UUPK diatur bahwa *pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label.*<sup>4</sup>

Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin yang mana mahasiswanya beragama Islam dapat menjadi perwakilan dari komunitas muslim yang menjadi konsumen produk tersebut. Mahasiswa adalah komunitas kritis yang bila ditinjau dari sisi informasi yang mereka

---

<sup>4</sup>Diana Kusumasari, S.H., M.H.<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/c13808/bagaimana-pengaturan-sertifikasi-halal-bagi-produk-makanan>. 27 desember 2014 jam 10:20

peroleh dan kemampuan mereka untuk mencerna informasi adalah komunitas yang bisa memilah-milah produk-produk yang mereka konsumsi berdasarkan informasi yang mereka peroleh.

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini menggunakan studi dengan produk yang berlabel halal. Pemilihan ini didasarkan pada sistem pemakaian para mahasiswa masih ada menggunakan produk yang tidak terjamin kehalalannya baik itu di tinjau dari bahan baku utama, proses pembuatan, bahan pembantu, serta di dalam kosmetik tersebut.

Agar dapat memperoleh informasi yang lebih jelas serta disertai bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh label halal terhadap tingkat penjualan pada produk kosmetik berlabel halal, perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah. Untuk itu penulis akan melakukan penelitian dengan menjadikan Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin sebagai objek populasi.

Penulis memberikan batasan bahwa produk kosmetik yang yang dimaksud adalah kosmetik yang berlabel halal. Dari hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan lebih lanjut dan menuangkannya dalam bentuk proposal dengan judul: **Pengaruh Label Halal Terhadap Tingkat Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam)**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang masalah sebagaimana tersebut diatas, maka penyusun akan merumuskan apa yang menjadi masalah. Adapun masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah indikator label halal berpengaruh secara simultan terhadap tingkat pembelian pada produk kosmetik pada mahasiswi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin?
2. Apakah indikator label halal berpengaruh secara parsial terhadap tingkat pembelian pada produk kosmetik pada mahasiswi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh indikator label halal secara simultan terhadap tingkat pembelian pada produk kosmetik yang berlabel halal pada mahasiswi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui pengaruh indikator label halal secara parsial terhadap tingkat pembelian pada produk kosmetik yang berlabel halal pada mahasiswi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin.



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

Hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk :

1. Secara teoritis, sebagai bahan kajian untuk menambah wawasan serta informasi baru pada bidang ekonomi Syariah, khususnya dalam hal produk kosmetik.
2. Sebagai kontribusi pengetahuan dalam memperkaya khazanah perpustakaan IAIN Antasari pada umumnya dan perpustakaan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pada khususnya serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian ini.
3. Sebagai bahan masukan, informasi, evaluasi, dan pertimbangan dalam hal mengelola manajemen produksi dalam produk dalam dunia bisnis.

#### **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam memahami maksud dari penelitian ini, maka penulis memberikan definisi sebagai berikut:

1. Pengaruh adalah sebuah upaya yang dapat timbul dari sesuatu yang dapat menyebabkan sesuatu tersebut mengikuti apa yang yang terjadi, baik itu berupa perbuatan, watak ataupun kepercayaan.<sup>5</sup>
2. Label merupakan merek dagang, etiket, sepotong kertas, logam, kayu, dan sebagainya yang ditempelkan pada suatu barang untuk memperjelas nama barang, nama pemilik barang, tujuan.<sup>6</sup>
3. Kosmetik Halal merupakan sesuatu yang diizinkan untuk di pergunakan telah sah untuk diperjual belikan.<sup>7</sup> Kondisi halal dan haram adalah bisa diterapkan bukan saja pada makanan tetapi juga produk lain, kebiasaan dan aksi.

Label halal adalah pemasangan kata “HALAL” pada kemasan produk makanan yang telah diizinkan untuk makan atau diminum serta dipergunakan yang dikeluarkan oleh badan POM.

Maka label halal masuk dalam klasifikasai *Descriptive Label* yaitu label yang menginformasi-kan tentang: Konstruksi atau pembuatan, Ingredient atau bahan baku dan, Efek yang ditimbulkan (*other characteristic*) Yang sesuai dengan standar halal.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup>Islamic Economics: Green Solution <http://ie-greensolution.blogspot.com/2011/12/studi-komparatif-perilaku-konsumen.html> hal 664

<sup>6</sup>Meity Taqdir Qodratillah, *Kamus Bahasa Indonesia Untuk Pelajar* (Jakarta, KDT 2011) h. 257

<sup>7</sup>Ibidh. 153

<sup>8</sup> <http://karyatulisilmiah.com/pengertian-halal-label-dan-labelisasi-halal/> di donload pada 12 desember 2014

#### 4. Indikator Label Halal

##### a) Proses Pembuatan

Proses pembuatan merupakan rangkaian tindakan, pembuatan, atau pengolahan yg menghasilkan produk<sup>9</sup>

##### b) Bahan Baku Utama

Bahan pokok untuk diolah melalui proses produksi menjadi barang jadi<sup>10</sup> bahan baku utama dalam kosmetik herbal atau nonherbal

##### c) Bahan Pembantu

bahan yg dipakai untuk membantu dalam proses produksi kosmetik menjadi barang jadi.

##### d) Efek

kesan yg timbul pd pikiran penonton, pendengar, pembaca, dan sebagainya (sesudah mendengar atau melihat sesuatu).<sup>11</sup> setelah pemakaian produk kosmetik.

5. Produk Kosmetik merupakan Barang atau jasa serta Obat atau bahan untuk mempercantik muka, tubuh dan anggota tubuh.<sup>12</sup> yang dibuat dan ditambah

---

<sup>9</sup> Departemen pendidikan dan kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta, 1999) h.791

<sup>10</sup> Departemen pendidikan dan kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta, 1999) h.76

<sup>11</sup> *Ibid* h. 250

<sup>12</sup> *Ibid* h. 246

gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi<sup>13</sup>

## **F. Kajian Pustaka**

### **1. Penelitian yang dilakukan oleh Eri Agustin H. (2013)**

Judul penelitiannya adalah PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

#### **Tujuan**

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari label halal terhadap keputusan pembelian, tanggapan umat Islam, umat non-muslim serta mengetahui perbedaan persepsi mengenai label halal dari mahasiswa yang beragama Islam dengan mahasiswa yang beragama non-muslim dan persepsi mengenai keputusan pembelian produk halal dari mahasiswa yang beragama Islam dengan mahasiswa yang beragama non-muslim

#### **Alat analisis**

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi dan korelasi. Dimana analisis regresi ialah untuk mengetahui hubungan labelisasi halal suatu produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sedangkan analisis korelasi ialah untuk mengukur kuat tidaknya pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian, koefisien Determinasi untuk mengukur kontribusi

---

<sup>13</sup>*Ibidh.* 428

pengaruh antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen, untuk memudahkan menyimpulkan hipotesis, digunakan uji T.

### **Hasil**

Hasil dari analisis pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen yang beragama muslim diperoleh persamaan regresi  $Y=9,943+0,761(X)$ , dan skor rata-rata yaitu sebesar 3,828. Menunjukkan bahwa penilaian tanggapan mahasiswa muslim baik serta 4,118 penilaian tanggapan mahasiswa non-muslim yang berarti sangat baik. Dari hasil Mann-Whitney dapat disimpulkan bahwa persepsi mengenai labelisasi halal dan persepsi mengenai keputusan pembelian dari mahasiswa muslim dan non-muslim benar-benar berbeda.

### **Persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini**

Kesamaannya adalah sama-sama meneliti pengaruh label halal, sedangkan perbedaannya adalah pada produk yang diteliti, peneliti terdahulu meneliti produk Wall's Conello sedangkan yang di fokuskan oleh penulis adalah pada produk kosmetik yang berlabel halal.

### **2. Penelitian yang dilakukan oleh Supriadi (2005)**

Judul penelitiannya adalah PENGARUH KEBIJAKAN LABELISASI HALAL TERHADAP HASIL PENJUALAN PRODUK INDUSTRI MAKANAN DAN DAMPAKNYA PADA KETAHANAN PERUSAHAAN.

### **Tujuan**

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mendiskripsikan dan menganalisis bagaimana bentuk kebijakan pemerintah tentang labelisasi halal terhadap produk industri makanan di Indonesia, selain itu juga untuk melihat berapa besar pengaruh kebijakan labelisasi halal, kualitas produksi makanan, dan harga produksi makanan terhadap hasil penjualan produk industry makanan, serta untuk mengestimasi berapa besar dampak labelisasi halal pada industry makanan terhadap ketahanan perusahaan.

### **Alat Analisis**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik kualitatif dan metode kuantitatif.

### **Hasil**

Hasil penelitiannya adalah kebijakan labelisasi halal yang digunakan oleh industry produk makanan berpengaruh secara signifikan terhadap hasil penjualan produk industry makanan di Indonesia pada saat ini dengan R<sup>2</sup> sebesar 0,836 yaitu mempengaruhi sebesar 83,6%.<sup>14</sup>

### **Persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini**

Kesamaannya adalah sama-sama meneliti tentang label halal. Sedangkan perbedaannya adalah pada produk yang diteliti kalau peneliti memfokuskan pada

---

<sup>14</sup> <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/30147/4/chapter%2011.pdf> di download pada 22 juni 2014

industry makanan di Indonesia sedangkan yang diteliti oleh penulis adalah memfokuskan pada produk kosmetik yang berlabel halal.

### **3. Penelitian yang dilakukan oleh Lili Sukmawati (2006)**

Judul penelitiannya adalah ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP *BRAND SWITCHING* (KASUS PRODUK KOSMETIK WARDAH)

#### **Tujuan**

Mengidentifikasi tingkat pemahaman dan kepedulian konsumen terhadap kosmetik dan keinginan beralih kepada produk kosmetik berlabel halal serta menganalisis faktor-faktor penyebab peralihan konsumen kepada produk kosmetik berlabel halal.

#### **Alat Analisis**

Metode analisis yang digunakan menggunakan kuantitatif secara deskriptif dimana pengolahan data kuantitatif dilakukan dengan terlebih dahulu memberikan kode (*coding*) terhadap data yang diperoleh untuk menyeragamkan data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis tanggapan responden mengenai label halal yang dimiliki produk kosmetik wardah dan pengaruhnya terhadap perpindahan merek produk yang dilakukan.

#### **Hasil**

Dimana pengetahuan konsumen kosmetik mengenai label halal pada produk kosmetik masih kurang, dan label halal tidak menjadi faktor terpenting dalam

pembelian maupun perpindahan produk kosmetik, karena yang dinilai yang terpenting adalah kecocokan produk serta penyebaran produk wardah masih dirasakan kurang karena sebagian besar responden yang pernah menggunakan wardah telah beralih ke kosmetik lain, karena produknya sulit didaftarkan.

#### **Persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini**

Kesamaannya adalah sama-sama meneliti pengaruh label halal, sedangkan perbedaannya adalah dimana lokasi penelitian berbeda dan focus produk yang diteliti oleh peneliti terdahulu hanya memfokuskan pada produk kosmetik wardah sedangkan yang dilakukan oleh peneliti adalah tidak hanya memfokuskan pada satu produk tetapi pada beberapa produk kosmetik halal.

Jika melihat penelitian terdahulu, jelas terdapat perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan. Dari penelitian sebelumnya dapat dilihat bahwa faktor-faktor yang terjadi dalam setiap masalah merupakan hal yang perlu untuk diketahui, melihat tingkat kesadaran akan penggunaan produk halal untuk saat ini perlu diperhatikan. Konsumen pada khususnya harus memperhatikan proses pembuatan, bahan baku utama, bahan pembantu, serta efek dari suatu produk yang terkandung di dalamnya, dalam penelitian ini hanya terbatas pada indikator label halal yang meliputi proses pembuatan, bahan baku utama, bahan pembantu, serta efek dari produk kosmetik terhadap mahsiswi Fakultas Syariah dan Ekonomi Syariah.

#### **4. Kerangka Pemikiran**

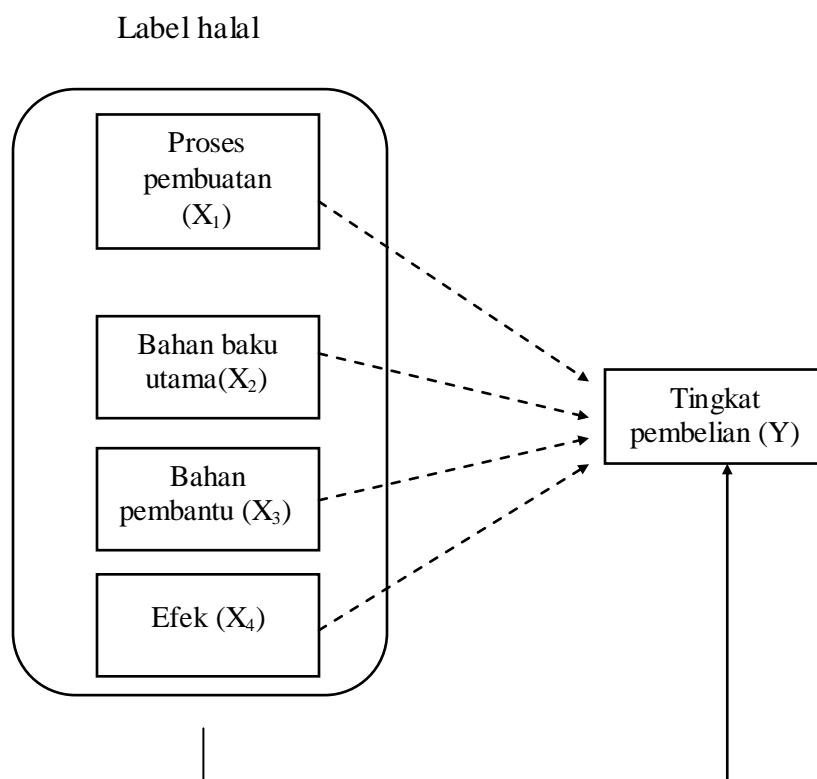


Dari variabel penelitian yang sudah dijelaskan di atas peneliti menggunakan dua faktor yang dirasa penting untuk diteliti lebih lanjut: yaitu faktor label halal yang meliputi indikator proses pembuatan, bahan baku utama, bahan pembantu, serta efek tersebut secara tidak sadar saling berurutan dan berpengaruh penting sebagai pertimbangan dalam meningkat atau tidaknya tingkat pembelian produk kosmetik berlabel halal pada mahasiswi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

Oleh karena itu peneliti mencoba menganalisa lebih lanjut dan guna memudahkan suatu penelitian maka di bawah ini digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 1.1

Skema Kerangka Pemikiran



Keterangan:

—————→ Tanda pengaruh simultan

----- Tanda pengaruh parsial

## 5. Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.<sup>15</sup>

Berdasarkan pada tinjauan pustaka dan kerangka pemikiran di atas serta fenomena yang sudah terjadi di lapangan maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: diduga ada pengaruh positif pada label halal terhadap tingkat penjualan produk kosmetik yang berlabel halal pada mahasiswi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam secara parsial.

H<sub>2</sub>: diduga ada pengaruh positif pada label halal terhadap tingkat penjualan produk kosmetik yang berlabel halal pada mahasiswi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam secara simultan.

## 6. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

---

<sup>15</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), Cet. 14, hal 110.

Bab I. Pendahuluan, merupakan bab yang akan menguraikan mengenai latar belakang masalah yang menguraikan alasan untuk memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang sudah tergambarkan dirumuskan dalam rumusan masalah, setelah itu disusun tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Manfaat penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian. Definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum dan luas. Hipotesis penelitian digunakan untuk menentukan dugaan sementara. Kajian pustaka ditampilkan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain. Kerangka berpikir merupakan reka bentuk penelitian. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II merupakan landasan teori yang menjadi acuan untuk menganalisis data yang diperoleh. Mengenai tingkat pembelian pada perilaku konsumen yang bersangkutan dengan label halal yang berindikator dari proses pembuatan, bahan baku utama, bahan pembantu dan efek pada produk kosmetik yang berlabel halal.

Bab III merupakan metode penelitian untuk menghubungkan antara teoritis dengan penelitian lapangan, maka dibuatlah metode penelitian yang berisi jenis, sifat dan lokasi penelitian yang digunakan untuk penulisan skripsi, populasi dan sampel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, variabel penelitian, desain pengukuran, kemudian untuk mengetahui alur penelitian dari awal sampai akhir maka dibuat tahapan penelitian yang sistematis.

Bab IV merupakan laporan hasil penelitian yang memuat gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data dan analisis data.

Bab V merupakan bab penutup. Disini akhirnya penulis membuat simpulan atas hasil penelitiannya dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian.