

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kosmetik sangat memainkan peran yang begitu besar dalam kemajuan manusia dari sejak peradaban kuno hingga sekarang ke peradaban modern. Kosmetik sudah dikenal manusia sejak berabad-abad lalu. Manusia mengenal kosmetik berdasarkan naluri alamiahnya yang senantiasa ingin selalu tampil cantik, sehingga akhirnya manusia terus menerus melakukan riset dan penyelidikan untuk bisa menemukan cara yang tepat untuk menunjukkan kecantikannya. Dari sebuah data arkeologi di Mesir dapat membuktikan adanya pemakaian ramuan dari berbagai bahan alami untuk mengawetkan jasad yang telah meninggal agar tetap utuh dan sebuah saleparomatik digunakan berabad-abad yang lalu, dimana tindakan ini dianggap sebagai bentuk awal adanya kosmetik yang di kenal sampai sekarang ini.

Bukti lain dari penggunaan kosmetik sejak zaman dahulu adalah Ratu Cleopatra yang terkenal dengan pesona kecantikannya memiliki kebiasaan khusus untuk merawat kulitnya, Cleopatra secara rutin berendam dalam bak berisi cairan susu. Rutinitas tersebut dimaksudkan untuk menjagakulit tubuhnya agar tetap mulus, halus dan berkilau. Sementara itu di China para selir kaisar memerah bibirnya dengan cara menekan bibir mereka dengan kelopak bunga bewarna merah agar bibir tetap terlihat merah dan menarik.²

Di Indonesia pengetahuan tentang kosmetik sudah dimulai jauh sebelum zaman penjajahan Belanda dengan ditemukannya sebuah naskah kuno tentang kebiasaan seorang putri raja yang sangat gemar menggunakan ramuan tradisional seperti kunyit dan masker dari sebuah bengkung dan beras yang di

² Dewi Muliawan dan Neti Suriana, *A-Z Tentang Kosmetik*, (Jakarta: PT Gramedia, 2013). hal 11-13

tumbuk untuk mencerahkan kulit atau menggunakan telur kemudian digunakan untuk masker rambut. Pengetahuan tentang masker kosmetik di peroleh secara turun-temurun dari orang tua ke generasi penerusnya, tidak hanya terjadi di kalangan pemerintahan masa itu yakni keraton atau istana, tetapi juga di kalangan rakyat biasa yang berkaca pada kecantikan para putri raja dan prameswari raja.³

Dalam sejarah perkembangan kosmetik, banyak cara yang telah dilakukan manusia khususnya wanita guna merawat dan mempercantik dirinya. Upaya mencampur berbagai bahan alam untuk merawat dan mempercantik diri tersebut salah satu cikal bakal perkembangan kosmetik di dunia. Dalam skala industri kosmetik mulai mendapat perhatian penuh dan selanjutnya di garap dalam skala yang besar pada abad ke-20. Teknologikosmetik yang semakin maju, melahirkan berbagai varian produk kosmetik baru dengan manfaat dan fungsi yang beragam. Teknologi baru yang ditemukan dalam kosmetik adalah perpaduan antara kosmetik dan obat yang kemudian dikenal dengan nama kosmetik medis (*cosmeceuticals*).⁴

Kosmetik sendiri mempunyai peran penting bagi kecantikan guna untuk memperbaiki, mencegah, dan juga tetap menjaga kesehatan kulit bagi penggunanya. Bahan utama yang digunakan untuk kosmetik adalah bahan tambahan lain seperti bahan pewarna, pewangi, pada pencampuran bahan- bahan yang harus memenuhi kaidah pembuatan kosmetik ditinjau dari segi teknologi, kimia teknik, dan lainnya. Kosmetik merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi seorang wanita, bahkan keseharian mereka pun tidak bisa lepas dari hal tersebut. Maka dari itu, banyak perusahaan yang berusaha memenuhi kebutuhan tersebut menggunakan berbagai macam merek dan inovasi produk. Kebutuhan wanita untuk tampil cantik seperti yang diinginkan menciptakan potensi pasar yang sangat

³ Sjarif M. Wasitaatmadja, *Penuntun Ilmu Kosmetik Medik*, (Jakarta: UI Press, 1997). hal 7

⁴ *Ibid.*, hal 7

besar di industri kosmetik.

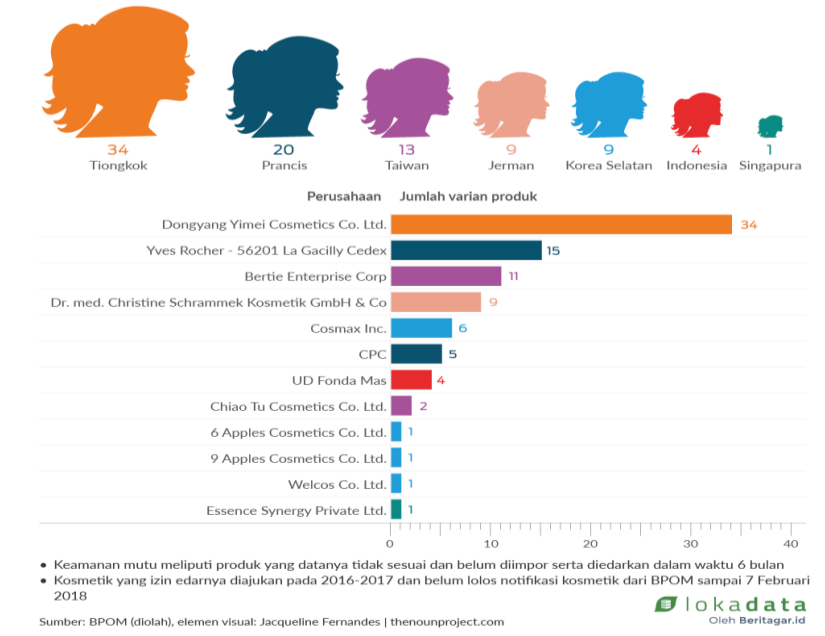
Semakin pesatnya persaingan dalam dunia perdagangan maka tidakheran banyak sekali perusahaan yang menghalalkan segala cara untuk memenangkan persaingan bisnis. Beberapa bahan yang merupakan titik krisis kehalalan kosmetik seperti kolagen, elastin, ekstra plasenta, zat penstabil vitamin, asam alfa hidroksil, alkohol, dan anggota tubuh babi sekalipun sudah banyak digunakan oleh perusahaan sebagai bahan baku pembuatan kosmetik Kosmetik halal merupakan jalan bagi wanita islam yang ingin tampil cantik tanpa melanggar ajaran agama. Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) menjelaskan bahwa, bahan yang paling sering digunakan adalah kolagen, ekstra plasenta, cairan amnion, serta sodium heparin yang berasal dari bahan haram bertentangan dengan syariat Islam.⁵

Konsumsi masyarakat akan kosmetik semakin meningkat, namun tidak diimbangi dengan pengetahuan dasar mengenai pemilihan kosmetik yang tepat, dan mengenai kandungan kosmetik yang aman bagi kulit. Sehingga sering sekali terdapat kasus akibat penggunaan kosmetik yang tidak tepat berupa kandungan kosmetik yang berbahaya. Peredaran kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan saat ini dilihat semakin mengawatirkan. Akibat maraknya kosmetik palsu ataupun kosmetik yang berbahaya menimbulkan keresahan konsumen belakangan ini.

Seperti halnya dengan adanya berbagai kasus mengenai beredarnya kosmetik yang belum memiliki izin edar/ ilegal yang mengandung bahan berbahaya. Data pusat statistik selama tujuh bulan pandemi mencatat peningkatan 480% transaksi *online/daring* yang membuat penjual memanfaatkan *e-commerce* untuk

⁵ Vivi Rahmawati, Pengaruh atribut produk dan label halal sebagai variable moderating terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di kota semarang, (*Jurnal bisnis*, fakultas ekonomi dan bisnis universitas dian nuswantoro, 2014).hal. 23

memasarkan produk kosmetik ilegal tanpa izin edar.



Gambar 1.1

Produsen Kosmetik yang belum mendapatkan izin BPOM

Dari seluruh data yang diolah mayoritas kosmetik impor berasal dari Tiongkok (34 produk), Prancis (20 Produk), Taiwan (13 Produk), Jerman (9 produk), Korea (9 produk), Indonesia (4 produk), Singapura (1 produk). Dari berbagai macam produk yang diimpor ditemukan pada *Dongyang Yimei Cosmetics Co. Ltd* di Zhejiang Tiongkok dan UD Fonda Mas Surabaya campuran bahan berbahaya dalam kosmetik. Temuan tersebut ada setelah BPOM mengawasi sampel yang diajukan perusahaan sebelum beredar dan pengawasan setelah produk beredar dimana hal ini membuktikan bahwa kosmetik impor sudah beredar terlebih dahulu meski tak memiliki izin BPOM.

BPPOM juga mengungkapkan pada tahun 2021 telah ditemukan kembali peredaran kosmetik ilegal di Jakarta dan Jawa Barat. Mayoritas produk yang diedarkan berasal dari Tiongkok dan Korea yang dipasarkan secara *online* maupun *offline* berupa produk

pencerah/glowing, krim siang, krim malam yang mengandung bahan berbahaya yang tidak layak edar di masyarakat. Kepolisian Daerah Jawa Timur juga membongkar peredaran kosmetik ilegal yang tidak memiliki izin dari BPOM maupun sertifikasi halal dari LPPOM-MUI mengandung bahan berbahaya seperti *mercury* dan *hydroquinone*. Produk ini telah dipasarkan di seluruh wilayah Jawa Timur mulai dari tahun 2017-2020.⁶

Dari kasus-kasus yang telah ada penting untuk konsumen mengetahui informasi terkait pengetahuan produk kosmetik yang akan dibeli. Untuk mencegah adanya kosmetik yang berbahaya maupun kosmetik ilegal yang telah beredar di seluruh pelosok negeri maka kita dapat mencegahnya dengan membeli produk yang sudah terdaftar pada BPPOM dan telah bersertifikasi halal. Labelisasi halal sangat membantu konsumen terutama konsumen muslim dalam memilih dan membedakan mana produk yang halal dan boleh digunakan yang telah sesuai dengan syariat.

Selain pengetahuan mengenai produk maka, nilai-nilai religiusitas sebagai konsumen muslim juga harus diperkuat dengan adanya keyakinan dalam memilih maupun membeli segala sesuatu yang telah bersertifikasi halal khususnya produk kosmetik. Kehalalan sangat dianggap penting bagi masyarakat muslim karena dianggap produk halal yang disyariatkan oleh agama Islam dan juga baik dimata masyarakat awam karena menilai produk halal pasti telah bebas dari bahan-bahan yang berbahaya dan juga pastinya haram untuk dipakai.

Memilih kosmetik halal yang telah sah bersertifikat halal dari MUI semakin menguatkan keinginan antara ulama' dan pemerintah dalam menjadikan halal sebagai gaya hidup yang menjadikan halal

⁶<https://www.pom.go.id/new/view/more/pers/580/Badan-POM-Ungkap-Peredaran-Lebih-dari-10-Miliar-Rupiah-Kosmetik-Ilegal--Di-Jakarta-dan-Jawa-Barat.html#>, diakses pada tanggal 28 September 2021 pukul 17.00 WIB.

sebagai patokan konsumen muslim dalam memilih produk yang telah aman dan nyaman untuk dikonsumsi.

Pemerintah sendiri telah mengatur segala perundang-undangan tentang kosmetik dimana hal ini salah satunya dimaksudkan untuk melindungi para konsumen dari kosmetik yang berbahaya. Hal tersebut sudah diatur dalam Undang-Undang Produk Halal Nomor: 33 tahun 2014 yang mencakup pangan, obat, kosmetika, produk kimia, produk biologi, produk rekayasa genetik, dan barang-barang guna yang wajib bersertifikat halal MUI.

Diperkuat lagi dengan Surat keputusan Kepala BPOM RI Nomor: HK.00.05.4.1745 tentang kosmetik dan peraturan Menteri Kesehatan Nomor.22/Men.Kes/Per/IX/76 tentang Produksi dan Peredaran Kosmetik dan Alat Kesehatan.⁷ Dijelaskan pula dalam Fatwa MUI Nomor: 11 tahun 2018 tentang Produk Kosmetika yang mengandung Alkohol/Etanol, bahwa hal ini menegaskan bahwa segala produk yang beredar tanpa melalui proses izin edar maupun sertifikasi halal maka tindakan ini dapat dituntut secara hukum.⁸

Mengingat sangat pentingnya kehalalan produk yang dipakai pada konsumen muslim yang selalu berpegang teguh pada ajaran yang sudah disyariatkan, maka kehalalan suatu produk merupakan syarat utama dalam mengkonsumsi suatu produk bagi umat muslim. Dalam memilih kosmetik halal juga diperlukan adanya informasi mengenai pengetahuan produk, kuatnya keyakinan nilai religiusitas konsumen muslim yang akan mempengaruhi adanya *halal lifestyle* atau gaya hidup islami di kalangan masyarakat.

Maka dari hal inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian terhadap keputusan pembelian kosmetik halal, dimana produk yang sudah bersertifikasi halal sesuai dengan standar

⁷ Jdih, "Peraturan Perundangan Menteri Kesehatan Tentang Kosmetik" ([http:// www. Jdih.pom.go.id](http://www.Jdih.pom.go.id) diakses pada tanggal 28 Mei 2021 pada pukul 13.00 WIB, 2021)

⁸ LPPOM MUI, *Fatwa MUI*, (<https://www.halalmui.org/mui14/main/page/fatwa-mui> diakses pada tanggal 15 September 2021 pada pukul 05.30 WIB, 2021)

LPPOM MUI. Berdasarkan penjelasan di atas, mendorong peneliti untuk mengambil topik penelitian tentang **“Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas, Dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal (Studi Kasus pada Mahasiswi IAIN Tulungagung)”**

B. Identifikasi Masalah

Adapun permasalahan yang perlu diidentifikasi peneliti berdasarkan latar belakang di atas yaitu:

1. Banyaknya produk kosmetik yang bermunculan dan belum bersertifikasi halal.
2. Meningkatnya permintaan pasar terhadap berbagai produk kosmetik dikalangan remaja.
3. Masyarakat perlu memiliki pengetahuan yang utuh terhadap berbagai jenis kosmetik.
4. Gaya hidup islami akan mewarnai keputusan konsumen dalam memilih produk kosmetik.
5. Tingkat religiusitas konsumen akan menentukan keputusan dalam memilih produk kosmetik halal.
6. Berapa besar pengaruh pengetahuan produk, religiusitas, dan gaya hidup islami terhadap keputusan pembelian kosmetik halal.

C. Rumusan Masalah

Didasarkan fakta studi masalah yang terjadi di atas, maka rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal?
2. Bagaimana pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal?
3. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan

Pembelian Kosmetik Halal?

4. Bagaimana pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas, dan Gaya Hidup Islami terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal?
5. Berapa besar pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas, dan Gaya Hidup Islami terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh Pengetahuan Produk terhadap keputusan Pembelian Kosmetik Halal.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh Religiusitas terhadap keputusan Pembelian Kosmetik Halal
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh Gaya Hidup Islami terhadap keputusan Pembelian Kosmetik Halal.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas, dan Gaya Hidup Islami terhadap keputusan Pembelian Kosmetik Halal.
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas, dan Gaya Hidup Islami terhadap keputusan Pembelian Kosmetik Halal.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pengalaman dan pembelajaran baru dalam bidang industri produk kosmetik agar selanjutnya dapat memberikan pengetahuan tambahan yang nantinya dapat digunakan oleh penulis dalam membuka bisnis industri di bidang kosmetik.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

1. Jika suatu saat penulis ingin membuat atau menjual produk kosmetik maka akan lebih mengerti mengenai pentingnya

sertifikasi halal suatu produk serta kandungan yang ada di dalam produk tersebut agar tidak membahayakan keselamatan dan kesehatan konsumen.

2. Menambah pengetahuan penulis tentang pengetahuan produk, religiusitas, dan gaya hidup islami terhadap keputusan pembelian kosmetik halal.
3. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi serta gambaran bagi penulis yang menjadi umpan balik yang berkaitan dengan adanya pengetahuan produk yang utuh, religiusitas yang baik, dan gaya hidup islami yang berkualitas terhadap keputusan konsumen untuk membeli kosmetik halal.
4. Peneliti memperoleh pengalaman praktis tentang penelitian, ditambah pengembangan wawasan kemampuan akademik dalam bidang etika bisnis yang sesuai dengan syariah islam.

b. Bagi IAIN Tulungagung

Berguna sebagai pertimbangan atau referensi karya ilmiah bagi seluruh akademika di IAIN Tulungagung ataupun pihak lain yang membutuhkan.

c. Bagi Perusahaan

1. Penelitian ini dapat memberi sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan mengenai pentingnya memperhatikan aspek kehalalan suatu produk yang akan dipasarkan.
2. Agar perusahaan khususnya manajer mengetahui letak pengembangan sistem perusahaan agar dapat diedukasikan mengenai manfaat besar dalam membeli kosmetik halal.

d. Bagi Peneliti yang akan datang

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi atau sumbangan pemikiran yang bermanfaat untuk para pembaca yang akan mengadakan penelitian pada bidang yang sama.
2. Dengan penelitian ini diharapkan bisa membuka paradigma

baru bagi peneliti yang akan datang mengenai pengetahuan produk, religiusitas, dan gaya hidup islami yang memiliki dampak terhadap keputusan pembelian konsumen.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang lingkup

Ruang lingkup merupakan suatu batasan yang memudahkan dilaksanakannya penelitian agar lebih efektif dan efisien untuk memisahkan aspek tertentu terhadap suatu objek. Sedangkan pembatasan masalah merupakan usaha untuk menetapkan batasan dari masalah penelitian yang akan diteliti. Batasan masalah ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor mana saja yang termasuk dalam ruang lingkup masalah penelitian. Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, penulis membatasi masalah yang akan diteliti agar lebih fokus dan spesifik. Batasan masalah yang dibahas dalam penelitian ini yaitu pengaruh pengetahuan produk, religiusitas, dan gaya hidup islami terhadap keputusan pembelian kosmetik halal. Subjek pada penelitian ini yaitu mahasiswi IAIN Tulungagung.

2. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menghadapi beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi kondisi dari penelitian yang dilakukan dan untuk menghindari dari tidak terkendalinya bahasan masalah yang berlebihan pada studi ini, maka peneliti memberikan batasan-batasan penelitian sebagai berikut:

- a. Dalam penelitian ini hanya meneliti mengenai pengaruh pengetahuan produk, religiusitas, dan gaya hidup islami terhadap keputusan pembelian kosmetik halal pada Mahasiswi IAIN Tulungagung.
- b. Dalam penelitian ini tidak menampilkan data tabel suatu produk kosmetik secara spesifik.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Pengetahuan Produk

Kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.¹⁴

b. Religiusitas

Religiusitas adalah keberagamaan, yaitu suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya kepada agama.¹⁵

c. Gaya Hidup Islami

Gaya hidup islami adalah tingkah laku seseorang yang dilakukan sesuai dengan kemampuannya secara benar, jujur, berintegritas, bermartabat, berkeadilan dan tidak menyimpang dari ajaran islam.¹⁶

d. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. produk yang akan digunakan atau dibeli oleh konsumen.¹⁷

e. Kosmetik Halal

Kosmetik halal adalah kosmetik yang mengandung bahan-bahan halal dan diolah dengan cara-cara yang sesuai dengan kaidah islam.¹⁸

2. Definisi Operasional

a. Pengetahuan Produk

Seluruh informasi yang diketahui oleh konsumen mengenai kosmetik halal meliputi atribut produk (merek, kualitas, sifat, kemasan, label), manfaat produk, harga produk, dan kepuasan produk.

b. Religiusitas

Kedalaman seseorang dalam meyakini suatu agama yang sesuai dengan akidahnya dalam tindakannya membeli kosmetik halal disertai pengetahuan yang diwujudkan dalam pengamalan nilai-nilai agama seperti aspek keimanan (ideologi), aspek ibadah (ritualistik), aspek penghayatan (eksperensial), aspek keilmuan (intelektual), dan aspek pengalaman (konsekuensial).

c. Gaya Hidup Islami

Perilaku seseorang muslim untuk memilih kosmetik yang jelas kehalalannya baik dari zat maupun sifatnya dengan niat untuk ibadah, secara baik dan pantas, bersifat halal dan baik, senantiasa jujur, dan tidak berlebihan.

d. Keputusan Pembelian

Memilih membeli kosmetik halal dari beberapa pilihan alternatif yang tersedia berdasarkan pada pilihan produk, merek, penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian.

e. Kosmetik Halal

Kosmetik yang sudah mendapatkan label halal pada produknya yang dikeluarkan oleh Badan POM didasarkan rekomendasi MUI dalam bentuk Sertifikasi Halal MUI berdasarkan hasil pemeriksaan LPPOM MUI.

H. Sistematika Penulisan

Secara garis besar penulisan penelitian ini terdiri dari VI (enam) bab. Masing-masing bab memiliki sub bab yang akan memberikan penjelasan secara terperinci dan sistematis serta berkesinambungan agar bisa dipahami dengan jelas. Adapun sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama, sebagaimana penelitian pada umumnya, bab

satu adalah pendahuluan yang mencakup: (a) latar belakang masalah, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (g) penegasan istilah, dan (h) sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Hal yang dikemukakan dalam landasan teori terdiri dari: (a) pengetahuan produk, (b) religiusitas, (c) gaya hidup islami, (d) keputusan pembelian, (e) kajian penelitian terdahulu, (f) kerangka berpikir, (g) hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini terdiri dari: (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi, sampling dan sampel penelitian, (c) sumber data, variabel dan skala pengukurannya, (d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, (e) analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini terdiri dari: (a) hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis).

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi pembahasan data penelitian dan hasil analisis data.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini terdiri dari: (a) kesimpulan, (b) saran.

1. Bagian Akhir

Dalam bagian ini terdiri dari: (a) daftar rujukan, (b) lampiran-lampiran, (c) surat pernyataan keaslian skripsi, (d) daftar riwayat hidup