

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan meningkatnya populasi penduduk Indonesia berusia muda dan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga penampilan dan kesehatan kulit, industri kecantikan nasional juga menjadi semakin berkembang dengan melahirkan banyak *brand* kosmetik lokal. Tren penggunaan produk lokal juga menjadi indikasi meningkatnya kualitas produk yang mampu bersaing dengan berbagai *brand* dari luar negeri.

Pertumbuhan fenomenal industri kosmetik di Indonesia ditandai dengan pertumbuhan jumlah industri kosmetik di Indonesia yang mencapai 21,9%, yakni 913 perusahaan di tahun 2022 menjadi 1.010 perusahaan pada pertengahan 2023. Industri kosmetik di Indonesia juga mampu menembus pasar ekspor dimana secara kumulatif untuk periode Januari-November 2023 nilai ekspor untuk produk kosmetik, wewangian, dan *essential oils* tercatat mencapai US\$770,8 juta.²

Seorang perempuan tentunya tidak bisa terlepas dari yang namanya kosmetik. Karena saat ini kosmetik sudah menjadi kebutuhan wajib bagi seorang perempuan dalam kehidupan sehari-hari. Tidak hanya kosmetik saja, tetapi *skincare* saat ini menjadi prioritas kebutuhan utama dalam menunjang

² <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung->, (Diakses pada tanggal 11 Juni 2024 pukul 06.01).

penampilan seorang perempuan. Salah satu tahap penting dan tidak boleh ketinggalan dalam penggunaan *skincare* adalah *sunscreen*. *Sunscreen* atau juga disebut dengan tabir surya adalah produk perawatan kulit yang berfungsi untuk melindungi kulit dari pengaruh sinar UV matahari yang dapat merusak kulit. *Sunscreen* memiliki banyak tekstur atau jenis, mulai dari gel, *lotion*, semprotan, hingga foam.³ Mengabaikan penggunaan *sunscreen* dapat menyebabkan berbagai masalah kulit, seperti kulit berkerut, bercak hitam, hingga penuaan dini, bahkan bisa sampai terkena kanker kulit.⁴ Sehingga penggunaan *sunscreen* menjadi hal yang sangat penting dalam menjaga kesehatan kulit kita.

Pemilihan produk *sunscreen* juga tidak begitu mudah, karena mengingat kondisi kulit pada setiap individu berbeda-beda. Sehingga butuh waktu dan kejelian dalam memilih *sunscreen* yang cocok untuk kulit kita. Selain itu, kita sebagai seorang muslim sudah selayaknya mencermati label halal pada produk yang akan kita konsumsi. Mengingat penduduk Indonesia sebagian besar menganut agama Islam yang jumlahnya mencapai 87,20%. Tuntutan jaminan kehalalan pada produk *sunscreen* sangatlah penting di Indonesia. Namun, masih banyak produk di pasaran tidak mencantumkan label halal.

Seiring berjalannya waktu, kesadaran masyarakat akan tingkat keamanan kosmetik yang digunakan terus meningkat. Namun, kesadaran masyarakat muslim terhadap *sunscreen* halal masih tergolong rendah. Dalam Islam, segala sesuatu yang kita konsumsi akan meresap ke dalam tubuh kita, jadi kita wajib

³ <https://www.anessa.id/for-you/apa-itu-sunscreen>, (Diakses pada tanggal 21 Desember 2023 pukul 07.47).

⁴ <https://herminahospitals.com/id/articles/bahaya-mengabaikan-penggunaan-sunscreen.html>, (Diakses pada tanggal 10 Januari 2024 pukul 11.35).

mengonsumsi sesuatu yang halal. Halal menjadi patokan dalam memilih produk, termasuk memilih *sunscreen*. Sehingga *sunscreen* yang halal menjadi pilihan bagi wanita muslim untuk selalu tampil menawan menggunakan sesuatu yang halal serta sesuai syariat Islam.⁵

Kualitas produk juga merupakan bagian yang penting dalam memengaruhi konsumen untuk memilih produk *sunscreen*. Sehingga mutu produk menjadi faktor penting dalam menentukan apakah produk *sunscreen* bagus atau tidak, dan hal ini dapat dilihat dari keunggulan sebuah produk *sunscreen* yang dibeli. Maka dalam hal ini pelaku bisnis dituntut untuk meningkatkan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan karena kualitas produk yang baik membuat konsumen senang dengan apa yang mereka beli, sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Harga mempunyai peran yang signifikan dalam proses menentukan keputusan pembelian. Pelaku bisnis perlu memperhatikan perencanaan yang terkait dengan penentuan harga pada suatu produk. Ditengah persaingan bisnis saat ini, pelaku bisnis dituntut harus cermat dalam mempertimbangkan apakah harga yang mereka tawarkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan. Karena yang dilihat konsumen pertama kali dalam memilih produk adalah harga dari suatu produk *sunscreen* tersebut.

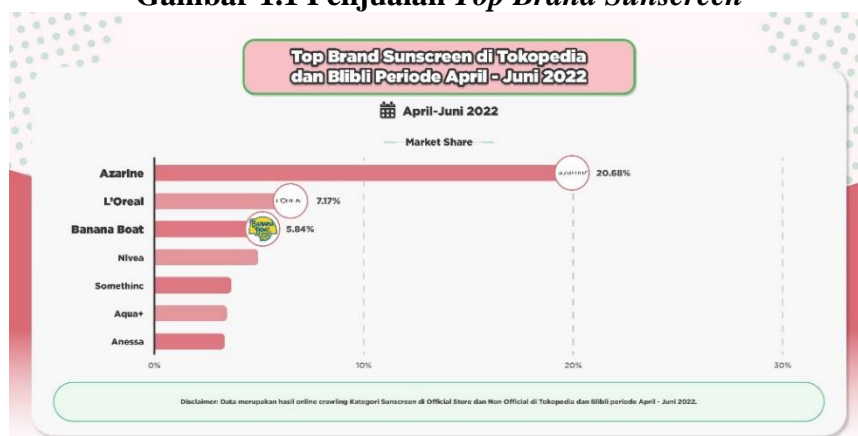
Menurut Anisa Tri Lestari dan Septyan Budy Cahya konsumen memilih produk *sunscreen* dengan mempertimbangkan beberapa hal, seperti dimulai dari

⁵ Nurudin, "Pengaruh Label Halal dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian," *MAGNA: Journal of Economics, Management, and Business*, Vol. 2, No. 1 (2023): Hlm. 1–14, <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/magna/article/view/3733>.

mengidentifikasi kondisi kulit wajahnya yang akan disesuaikan dengan kandungan yang ada dalam produk *sunscreen* dan berakhir pada pembelian. Konsumen membuat ketetapan untuk membeli suatu produk berdasarkan berbagai faktor seperti politik, ekonomi, teknologi, budaya, harga, iklan, tempat, bukti fisik, orang, dan proses. Pada akhirnya, ini akan membentuk sikap konsumen terhadap penjelasan tentang produk dan tindakan mereka terkait dengan apa yang akan mereka beli.

Dengan berbagai pilihan produk *sunscreen* yang ditawarkan pasar, konsumen akan memilih ketetapan pembelian dari pertimbangan berbagai aspek yang mempengaruhi pelanggan dalam membeli produk *sunscreen*. Di Indonesia banyak merek lokal yang bersaing untuk menarik konsumen membeli produk dengan menawarkan produk *sunscreen* yang memiliki berbagai manfaat dan keunggulan.⁶ Dikutip dari (Compas.co.id) berikut data penjualan produk *sunscreen* lokal yang paling laris tahun 2022.

Gambar 1.1 Penjualan Top Brand Sunscreen



Sumber : Compas.co.id

⁶ Anisa Tri Lestari dan Septyan Budy Cahya, “Pengaruh Brand Ambassador Korea Lee Minho, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine (Studi Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Unesa),” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* Vol. 11, No. 2 (2023): Hlm. 174–86.

Menurut data yang terlihat pada grafik pada Gambar 1.1 dapat diketahui bahwa sunscreen *Azarine* menjadi brand lokal terlaris yang menempati peringkat pertama dalam data penjualan *sunscreen* terlaris dengan market share 20,68 % di Tokopedia dan Blibli. *Azarine* disebut-sebut sebagai brand kosmetik pertama yang menggunakan kakadu plum. Dilansir dari laman website resmi *Azarine*, Sunscreen Gel *Azarine* merupakan produk terlaris dan unggulan kategori *sunscreen* yang memiliki banyak manfaat dan keunggulan diantaranya mampu melindungi kulit dari sinar matahari, menjadikan warna kulit tetap merata dan mencegah kanker.

Menurut penelusuran Tim Kompas, ada dua varian produk *sunscreen Azarine* yang populer karena sering jadi perbincangan hangat di media sosial. Kedua produk tersebut, yakni *Azarine Hydrasoothe Sunscreen Gel SPF45 PA++++* dan *Azarine Hydramax-C Sunscreen Serum SPF50 PA++++*⁷. Selain itu menurut data dari *Compas Dashboard* dalam sosial media instagram pada akun *compas.co.id*, memaparkan bahwa lebih dari 127 ribu produk *sunscreen* terjual di *Shopee & Tokopedia (official store)* sepanjang 16-30 September 2023. Hal ini menunjukkan masyarakat Indonesia semakin sadar akan pentingnya melindungi kulit dari paparan sinar matahari. Dari 7 *brand* dengan penjualan terlaris, 5 *brand* diantaranya ialah *brand* lokal, dengan *Azarine* memimpin di peringkat pertama.⁸

⁷ <https://compas.co.id/article/sunscreen-kulit-kering/>, (Diakses pada tanggal 05 Maret 2024 pukul 08.12).

⁸ https://www.instagram.com/p/Cyf_7vBCCvU/?img_index=1, (Diakses pada tanggal 21 Desember 2023 pukul 07.54).

Sunscreen Azarine merupakan salah satu jenis *brand sunscreen* lokal yang bergerak dibidang kecantikan khususnya dalam bidang kosmetik. *Sunscreen* ini terbuat dari bahan alami yang tentunya sudah memiliki sertifikasi halal dan berizin BPOM. Produk ini dibuat oleh Yuniati Sastera Kusuma selaku *Founder* dari *Azarine Cosmetic* pada tahun 2002 di Sidoarjo, Jawa Timur. Sekarang perusahaan *Azarine Cosmetic* dikelola dan dipimpin oleh anaknya. *Azarine Cosmetic* memiliki keinginan untuk memberikan solusi penting untuk menjaga kesehatan kulit. *Azarine Cosmetic* memilih bahan alami berkualitas tinggi untuk dimasukkan kedalam produknya. Perusahaan ini berusaha dengan cermat memformulasikan semua bahan yang dibutuhkan untuk mengatasi masalah, memenuhi semua kebutuhan nutrisi kulit untuk kulit yang sehat, dan memberikan solusi berbagai masalah kulit.

Tetapi dengan seiring kesuksesan dari branding *sunscreen Azarine* sebagai produk yang aman untuk melindungi kulit, *sunscreen Azarine* juga memiliki permasalahan yang terjadi pada kualitas produk sendiri yaitu seperti tidak terjaminnya manfaat yang diberikan oleh produk tersebut, dimana setiap konsumen memiliki reaksi yang berbeda ketika menggunakan produk *sunscreen Azarine*, ada yang cocok dan ada yang tidak cocok dengan kulit konsumen sehingga kualitas produk *sunscreen Azarine* sebagai produk yang dapat melindungi kulit tidak dapat dirasakan oleh semua konsumen *sunscreen Azarine*.

Studi sebelumnya mungkin telah memperhatikan label halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian secara terpisah, namun belum

sepenuhnya memperhitungkan interaksi pengaruh gabungan dari ketiga variabel tersebut. Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut peneliti akan meninjau pertimbangan konsumen muslim terhadap label halal, kualitas produk, dan harga dalam pemilihan *sunscreen* di Kabupaten Tulungagung. Oleh karena itu judul penelitian ini adalah “Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen Azarine* (Studi Kasus pada Pengguna Produk *Sunscreen Azarine* di Kabupaten Tulungagung)”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang mengenai fenomena keputusan pembelian dan pemaparan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pada produk *sunscreen Azarine*, maka peneliti melakukan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Tidak semua produk pada *sunscreen Azarine* mempunyai tanda label halal pada kemasan produknya. Walaupun pada semua produk *sunscreen Azarine* sudah bersertifikasi halal.
2. Manfaat yang dirasakan dari penggunaan *sunscreen Azarine* pada setiap individu berbeda karena tergantung pada kondisi kulit masing-masing individu.
3. *Sunscreen Azarine* mempunyai harga terbilang agak mahal dibandingkan dengan produk *sunscreen* yang lain.

4. Pada zaman modern saat ini banyak persaingan yang sangat ketat dengan produk *brand* perawatan kulit yang lain yang juga menawarkan hasil yang lebih maksimal.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dirumuskan persoalan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen Azarine*?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen Azarine*?
3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen Azarine*?
4. Adakah pengaruh bersama antara label halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen Azarine*?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen Azarine*.
2. Untuk mengetahui pengaruh merek terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen Azarine*.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen Azarine*.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara label halal, merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen Azarine*.

E. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberapa kegunaan atau manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam menambah referensi di Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah dan bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah yang melakukan penelitian selanjutnya dengan topik yang sejenis dapat digunakan sebagai literatur dan rekomendasi penelitian yang ingin dilakukan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilustrasi tentang pengaruh label halal, kualitas produk, dan harga dalam rangka meningkatkan manajemen produksi, sehingga dapat memberikan masukan kepada perusahaan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi tingkat penjualan produk *sunscreen Azarine*. Dengan hal ini perusahaan bisa mempunyai daya ukur dalam memaksimalkan para pekerja

dalam membuat produk *sunscreen Azarine*. Sehingga bisa menghasilkan suatu produk *sunscreen* dengan waktu yang efisien dan biaya yang efektif.

3. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen sebelum melakukan pembelian produk *sunscreen*. Sehingga konsumen bisa lebih bijak dalam mengambil keputusan pembelian produk *sunscreen* dan bisa terhindar dari *sunscreen* dengan bahan yang tidak aman.

4. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti terkait dengan label halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen Azarine*. Serta sebagai sarana peneliti dalam menerapkan teori yang telah didapatkan selama berada di perkuliahan.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup merupakan suatu batasan yang memudahkan pelaksanaan penelitian agar lebih efektif dan efisien dalam memisahkan aspek tertentu terhadap suatu objek. Sedangkan pembatasan masalah merupakan suatu usaha untuk menetapkan batasan dari masalah yang akan diteliti. Batasan masalah ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang termasuk dan tidak termasuk ke dalam ruang lingkup masalah penelitian.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas peneliti membatasi masalah yang akan diteliti agar lebih terfokus dan spesifik. Ruang lingkup pada penelitian ini adalah meneliti faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen Azarine*. Faktor yang akan diuji dalam penelitian ini diantaranya yaitu faktor label halal, kualitas produk, harga.

2. Keterbatasan Penelitian

Mengingat banyaknya perkembangan yang bisa ditemukan dalam penelitian ini, maka penulis membuat batasan-batasan masalah yang jelas mengenai apa yang dibuat dan diselesaikan dalam penelitian ini. Penelitian ini hanya terbatas pada pengujian variabel independen terhadap variabel dependen yaitu untuk menguji faktor label halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen Azarine* pada masyarakat pengguna *sunscreen Azarine* di Tulungagung. Subjek dalam penelitian ini hanya dibatasi oleh cakupan wilayah konsumen, yaitu hanya meneliti konsumen pada produk *sunscreen Azarine* di daerah Kabupaten Tulungagung saja.

G. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini, perlu menghindari adanya kekeliruan atau kesalahan dalam memahami judul yang telah diangkat. Sehingga untuk menghindari salah penafsiran yang tidak diinginkan, penulis menjelaskan istilah-istilah yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan definisi yang bersumber dari kamus atau bahan kajian literatur yang relevan dengan penelitian.

- a. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia BAB I Pasal 1 Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, Label halal adalah tanda kehalalan suatu Produk⁹.
- b. Kualitas produk adalah gabungan karakteristik barang maupun jasa dari pemasaran, rekayasa, pembuatan dan pemeliharaan yang diharapkan dapat memenuhi harapan pelanggan.¹⁰
- c. Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.¹¹
- d. Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen yang dapat membentuk niat preferensi untuk membeli merek-merek yang paling disukai.¹²

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi variabel secara operasional, secara praktik, secara riil, secara nyata dalam lingkup obyek

⁹ “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal,” Pub. L. No. 33, Undang – Undang Republik Indonesia (2014).

¹⁰ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Andi, 2013), hlm. 101-102.

¹¹ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi Ke-12. Alih Bahasa oleh Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 345.

¹² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* Edisi Ke-12 Jilid 1. Alih Bahasa oleh Benyamin Molan (Jakarta: PT. Indeks, 2007), hlm. 240.

penelitian/obyek yang diteliti. Secara operasional, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh label halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen Azarine* pada masyarakat di Kabupaten Tulungagung. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari Label Halal (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Harga (X_3). Sedangkan variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian (Y).

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun sistematika penyusunan laporan model penelitian kuantitatif dapat dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu:

1. Bagian Awal

Bagian awal, terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

2. Bagian Utama

Bagian utama terdiri dari beberapa bagian seperti dijelaskan berikut ini.

- **Bab I Pendahuluan**, terdiri dari: (a) latar belakang masalah, (b) Identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) variabel kedua, (c) dan seterusnya [jika ada], (d) kajian penelitian terdahulu, (e) kerangka konseptual, dan (f) hipotesis penelitian.
- **Bab III Metode Penelitian**, terdiri dari: (a) berisi pendekatan dan jenis penelitian; (b) populasi, sampling dan sampel penelitian, (c) sumber

data, variabel dan skala pengukurannya, (d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

- **Bab IV Hasil Penelitian**, terdiri dari: (a) hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis) serta (b) temuan penelitian.
- **Bab V Pembahasan Hasil Penelitian**, berisi pembahasan data penelitian dan hasil analisis data
- **Bab VI Penutup**, terdiri dari: (a) kesimpulan dan (b) saran

3. Bagian Akhir

Bagian akhir, terdiri dari: (a) daftar rujukan, (b) lampiran-lampiran, (c) surat pernyataan keaslian skripsi, (d) daftar riwayat hidup.