

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Sebagai makhluk sosial yang tidak bisa memenuhi kebutuhannya sendiri, Manusia tentu saling membutuhkan satu dengan yang lainnya. Masing-masing dari mereka tentunya memiliki kebutuhan yang berbeda-beda dan dalam hal pemenuhan kebutuhan tersebut, dapat diukur dengan menggunakan skala prioritas kebutuhan apa saja yang harus dipenuhi terlebih dahulu.¹ Peradaban manusia di Era Globalisasi saat ini berkembang dengan pesat, yang tentunya sangat berpengaruh terhadap kebutuhan manusia yang semakin beragam.

Kebutuhan manusia tersebut tidak hanya terbatas pada kebutuhan akan sandang dan pangan saja, tetapi juga kebutuhan untuk terlihat tampil menarik dan tentunya dengan menggunakan berbagai produk kosmetika. Penggunaan produk kosmetik di Era saat ini hampir menjadi kebutuhan primer bagi setiap wanita. Perubahan pada budaya dan gaya hidup masyarakat yang dipicu oleh kemajuan teknologi dan informasi yang semakin canggih dan modern akan membawa mereka ke arah yang tentunya lebih modernisasi khususnya dalam hal mengkonsumsi kosmetik. Mengingat saat ini penampilan yang menarik merupakan salah satu hal yang menjadi sumber kepercayaan diri bagi setiap wanita yang identik dengan keindahan dan kecantikannya.²

¹ A. Aziz Alimul Hidayat, *Kebutuhan Dasar Manusia*, (Banda Aceh: Ar-Raniry Press, 2016), 9.

² Ayuni, "Perubahan Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Abdurrachman Saleh Kota Situbondo (Studi Kasus Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Angkatan

Produk kosmetik diciptakan oleh para produsen guna menarik minat para konsumen serta mendapatkan kepercayaan terhadap produk kosmetik yang mereka produksi. Seiring dengan berkembangnya zaman, yang tentunya sangat berpengaruh terhadap variasi produk kosmetik yang beredar di masyarakat, Baik produk kosmetik tersebut berasal dari luar negeri ataupun yang berasal dari dalam negeri. Konsumen memiliki hak penuh untuk memilih serta memilih produk kosmetik yang akan dikonsumsi. Tentunya dengan memperhatikan kondisi kulit serta kondisi ekonominya.³

Selama masyarakat Indonesia masih mengonsumsi produk kosmetik, peluang bisnis tersebut tidak akan pernah ada habisnya. Banyak dijumpai toko-toko penjual produk kosmetik yang ramai dikunjungi oleh para pembeli. Tingginya daya beli dan minat masyarakat terhadap produk kosmetik tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi para produsen supaya dapat meningkatkan kualitas dari produk kosmetik yang mereka produksi supaya dapat bersaing dengan produk kosmetik lainnya.⁴

Umat muslim diperintahkan untuk mengonsumsi makanan, minuman, obat-obatan ataupun kosmetik yang halal, baik, serta menyehatkan. Kehalalan dari produk yang akan dikonsumsi merupakan suatu kebutuhan yang bersifat wajib bagi seluruh konsumen muslim. Baik produk itu berupa makanan, minuman, obat-obatan, ataupun produk kosmetik. Di era modern saat ini, bahan baku atau bahan tambahan dari produk kosmetik diolah melalui berbagai metode, yaitu

³ Ratih I kha Permata Sari, "FDI dan Inflasi Mempengaruhi Pertumbuhan Industri Kosmetik di Indonesia", *Journal of Applied Business and Economic*, 8, No.4, (Juni, 2022), 452.

⁴ Sri Wahyuni Hasibuan, Dkk. "Kesadaran Konsumen Menggunakan Kosmetik Halal Serta Pengaruhnya Terhadap Brand Holistic", *At-Tijarah*, 5, No.2, (Juli, 2015), 218.

dengan memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang canggih sehingga produk tersebut dapat disajikan dengan layak kepada para konsumen.⁵

Para konsumen muslim yang memiliki pemahaman agama yang baik akan menjadikan para kora konsumen tersebut menjadi selektif dalam memilih produk kosmetik yang akan dikonsumsi. Dikarenakan Penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam, maka merupakan hal yang wajar apabila umat Islam mendapatkan perlindungan dari pemerintah dari mengkonsumsi makanan, obat-obatan, juga kosmetik yang berasal dari bahan atau dalam prosesnya yang belum terjamin kehalalannya. Secara faktual, perlindungan terhadap konsumen telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 sebagaimana yang telah dijelaskan dalam pasal 4 yang menyebutkan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang atau jasa, serta berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa. Yang artinya, produsen berkewajiban menjamin bahwa produk yang diproduksinya adalah halal.⁶

Konsumen muslim di Indonesia dilindungi oleh negara melalui Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan-Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Yang mana, lembaga tersebut bertugas untuk mengawasi produk yang beredar di masyarakat luas, yaitu dengan cara memberikan sertifikat halal bagi produk yang telah dinyatakan layak untuk diedarkan ke masyarakat.

⁵ May Lim Charity, "Jaminan Produk Halal di Indonesia," *Jurnal Produk Halal*, 14, No.1, (Maret, 2017), 99.

⁶ Nur Hadiati Indah, "Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Indonesia," *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 22, No.1, (2014), 12.

Penetapan fatwa terkait dengan kehalalan dari produk baik produk tersebut adalah produk makanan, minuman, obat-obatan, bahkan produk kosmetik dilakukan oleh komisi fatwa setelah melalui proses audit yang dilakukan oleh pihak LPPOM-MUI kemudian melaporkan kepada pihak komisi fatwa. Kemudian oleh pihak LPPOM-MUI, laporan tersebut dibawa ke sidang komisi fatwa dan menetapkan apakah produk tersebut halal atau tidak dengan didasarkan pada hasil penelitian yang disampaikan oleh pihak tersebut. Dan setelah melalui langkah tersebut, apabila memang produk tersebut sudah terjamin kehalalannya maka akan dikeluarkan sertifikasi halal pada produk tersebut.⁷

Ada beberapa unsur yang dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi konsumen untuk mengkonsumsi produk kosmetik tersebut salah satunya dengan memperhatikan apakah terdapat label halal pada kemasan produk kosmetik yang akan dikonsumsi atau tidak. Berdasarkan peraturan pemerintah nomor 69 Tahun 1999, Label Halal merupakan setiap keterangan yang terkait dengan produk dalam bentuk tulisan, gambar, kombinasi atau keduanya, atau dalam bentuk lain yang turut disertakan dalam produk, dimasukkan kedalam, serta ditempelkan pada kemasan produk. Label halal menjadi bahan rujukan berdasarkan Undang Undang Nomor 23 Tahun 1992 yang membahas mengenai kesehatan. Dimana setiap produsen yang mengklaim bahwa produknya sudah terjamin halal, maka mereka harus bertanggung jawab akan kehalalan tersebut yang nantinya akan diedarkan ke masyarakat luas. Jadi, untuk menjamin bahwa

⁷ Sofyan Hasan, *Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif Regulasi dan Implementasi di Indonesia*, (Yogyakarta: Aswaja Presindo, 2014), 187.

produk yang akan dikonsumsi halal atau tidak, maka diperlukan adanya suatu sistem yang menjamin kehalalan produk tersebut.⁸

Menurut MUI, dalam mengonsumsi produk kosmetik, masyarakat masih kurang memperhatikan akan pentingnya label halal. Sebagian para konsumen berasumsi bahwa jaminan halal dari produk yang akan dikonsumsi bukan merupakan suatu hal yang krusial dan berasumsi bahwa apabila pihak produsen beragama Islam, maka produk tersebut sudah tentu dianggap halal. Hal ini tentu sangat memprihatinkan, mengingat penduduk Indonesia sendiri mayoritas beragama Islam, tapi ternyata belum menganggap penting mengenai pentingnya jaminan halal dari produk Kosmetik yang akan mereka konsumsi.⁹

Terdapat banyak cara yang dapat dilakukan oleh para konsumen muslim dalam pemilihan produk kosmetik agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, salah satunya yaitu dengan cara mencari informasi terlebih dahulu pada kemasan produk. Dimana kemasan produk tentunya menjadi salah satu unsur yang menjadi pertimbangan penting bagi para konsumen serta menjadikan hal itu sebagai pertimbangan dasar dalam menentukan produk kosmetik yang nantinya akan mereka konsumsi. Dikarenakan dari kemasan produk kosmetik tersebut, konsumen dapat memperoleh jawaban apakah produk kosmetik yang akan dikonsumsi tersebut sudah aman dikonsumsi dan juga sesuai dengan kebutuhan

⁸ Firqah Annajiyah Mansyuroh, "Pengaruh Persepsi dan Religiulitas Terhadap Pembelian Skin Care Tanpa Label Halal pada Muslim Generasi Z di Banjarmasin", *Jurnal UIN Antasari*, 4, No.1 (juli 2019), 346.

⁹ Tamira Naila Rafifasha, "Persepsi dan Preferensi Konsumen Kosmetik Halal," *Economics Studies Unisba*, 2, No.2, (2022), 508.

dan juga sesuai dengan prinsip syariah Islam, sehingga konsumen dapat memperoleh kepuasan lahir dan bathin.¹⁰

Di kabupaten pamekasan yang memiliki 13 kecamatan tentunya terdapat banyak sekali *store* atau pusat penjualan berbagai macam *brand* kosmetik. Baik produk kosmetik tersebut berasal dari luar negeri ataupun berasal dari dalam negeri. Namun, tidak sedikit dari para konsumen yang memilih berbelanja produk kosmetik melalui *onlineshop*, dikarenakan cukup praktis dibandingkan dengan pergi ke toko atau store Produk Kosmetik.

Sesuai dengan julukan “Gerbang Salam” yang identik dengan pamekasan, sudah seharusnya masyarakat kita menjadikan syariat agama islam sebagai acuan atau dasar dalam setiap pengambilan keputusan. Adapun Gerbang Salam (Gerakan Masyarakat Islami) ini adalah suatu perwujudan dari keresahan para Tokoh Masyarakat serta Alim Ulama yang memperhatikan gejala sosial yang terjadi pada pemuda khususnya pada tahun 2000 an yang dirasa sudah keluar dari ajaran agama islam. Gerbang Salam juga merupakan gerakan bersama khususnya para Tokoh Masyarakat serta Alim Ulama agar masyarakat khususnya pemuda di kota Pamekasan memiliki sikap yang islami berdasarkan syariat agama yang tumbuh subur dalam setiap lapisan masyarakat, baik di kalangan pendidikan, sosial kemasyarakatan birokrasi, perekonomian, bahkan dalam lingkungan rumah tangga.¹¹

¹⁰ Shandy Wijoyo Putro, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya,” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2, No.1,(Juli 2014), 2.

¹¹ Ariff, “*Jejak Sejarah Lahirnya Gerbang Salam*,” Media Madura, diakses dari <https://mediamadura.com/2018/02/16/jejak-sejarah-lahirnya-gerbang-salam/>, pada tanggal 23 Juni 2022 pukul 13.34.

Di kota Pamekasan, salah satunya di wilayah pedesaan seperti di Desa Bulangan Haji yang terletak di Kecamatan Pegantenan Kabupaten Pamekasan, dimana Sumber daya Masyarakat di Desa Bulangan Haji yang masih minim akan pengetahuan tentang produk kosmetik yang sudah terjamin kehalalannya dan yang masih belum terjamin kehalalannya menyebabkan Masyarakat khususnya di Desa Bulangan Haji Masih mengkonsumsi produk kosmetik yang belum memiliki label halal, serta masyarakat di Desa tersebut dari segi sosial ekonominya termasuk kedalam kelas menengah. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Akhmad Zaini selaku Kepala Desa Bulangan Haji:

“Mayoritas penduduk Desa Bulangan Haji ini berprofesi sebagai petani, yang kita ketahui bersama-sama hasil panenan mereka ini musiman. Kalau hasil panen bagus dan hasil jualnya melebihi modal awal mereka bertani, ya mereka untung. Kalau dibawah modal, ya mereka rugi. Profesi lainnya yaitu kuli bangunan, yang pekerja biasanya disini di bayar perhari 75 ribu rupiah dan mandornya 100 ribu, yang kebanyakan belum mampu untuk mengangkat perekonomian keluarga di Desa Bulangan Haji”¹²

Selain itu, masyarakat di Desa tersebut sangat religius dalam urusan agama, akan tetapi belum selektif dalam penggunaan produk kosmetik secara perspektif Islam khususnya pada bahan yang terkandung didalamnya. Hal inilah yang melatarbelakangi peneliti memilih lokasi penelitian di Desa Bulangan Haji, Kecamatan Pegantenan, Kabupaten Pamekasan. Juga dikarenakan sampai saat ini belum pernah dilakukan penelitian kepada masyarakat di Desa tersebut terkait dengan bagaimana persepsi masyarakat di Desa tersebut terhadap label halal yang tercantum pada kemasan kosmetik.

¹² Bapak Akhmad Zaini, *wawancara langsung* (21 Oktober 2023)

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengkaji lebih lanjut terkait dengan persepsi masyarakat terhadap pencantuman label halal pada kemasan produk kosmetik dengan judul penelitian “Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Label Halal Pada Produk Kosmetik (Studi di Desa Bulangan Haji Kecamatan Pegantenan Kabupaten Pamekasan)”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan diatas, maka fokus penelitian dalam penelitian ini adalah: Bagaimana Persepsi konsumen muslim di Desa Bulangan Haji terhadap label halal pada produk kosmetika?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Persepsi konsumen muslim terhadap label halal pada produk kosmetika.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian dan tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas, kegunaan penelitian yang diperoleh oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan penulis terkait dengan permasalahan yang terjadi dalam penelitian ini.

- b. Sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Strata Satu (S1), Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura, Program Studi Ekonomi Syari'ah.

2. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran serta pengetahuan , sehingga mampu memberikan kontribusi yang bernilai positif di lingkungan Institut Agama Islam Negeri Madura.

E. Definisi Istilah

a. Persepsi

Persepsi adalah sebuah proses yang dialami oleh individu dalam menentukan serta menginterpretasikan suatu informasi guna membentuk suatu gambaran yang berarti.¹³

b. Konsumen muslim

Konsumen muslim merupakan seseorang yang melakukan kegiatan konsumsi atau menggunakan suatu barang yang halal dan baik sesuai dengan syariat agama islam.¹⁴

c. Label

Label merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dari suatu produk baik berupa keterangan atau gambar maupun kata-

¹³ Sukatin dan M. Shoffa. Saifullah Al Faruq, (Yogyakarta:Deepublish Publisher, 2020), 169.

¹⁴ Fithri Dzikrayah, "Perilaku Konsumen Muslim Terhadap Konsumsi Food and Beverage pada Masa Pandemi Covid 19", *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7, No.1, (Januari 2020), 26.

kata yang memuat berbagai informasi mengenai produk dan pihak yang memproduksi.¹⁵

d. Halal

Halal merupakan sesuatu yang diperbolehkan atau dianjurkan untuk dikonsumsi atau digunakan dan sesuai dengan ketentuan syariat islam.¹⁶

e. Kosmetik

Kosmetik merupakan bahan yang dimaksudkan untuk membersihkan, memelihara, mewangikan, dan melindungi wajah serta tubuh supaya tetap dalam kondisi baik.¹⁷

F. Kajian Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Saifuddin dan Sitti Aisyah, dengan judul penelitian “Preferensi dan Persepsi Konsumen Generasi Milenial Terhadap Halal Cosmetics (Studi di PP Nurul Jadid Paiton Probolinggo)”¹⁸, penelitian ini dilakukan pada tahun 2021 dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar santri nurul jadid banyak yang sudah memahami mengenai pentingnya mengenai label halal yang tercantum di kemasan kosmetik. Meskipun ada beberapa santri Nurul Jadid yang

¹⁵ Sri Sunartini, *Bisnis Ritel Strategi Marketing Visua Merchandising*, (Nusa Tenggara Barat: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia, 2022), 23.

¹⁶Titis Sari Kusuma dan Adelya Desi Kurniawati, *Makanan Halal Dan Thoyib*, (Malang: Universitas Brawijaya Press,2021), 8.

¹⁷ I Putu Satria Antara, “Trend Pemilihan Sediaan Kosmetik Herbal pada Kulit Wajah”, *Usadha*, 2, No.1, (2022), 43.

¹⁸ Saifuddin dan Sitti Aisyah, “Preferensi Dan Persepsi Konsumen Generasi Milenial Terhadap Halal Cosmetics (Studi di PP Nurul Jadid Paiton Probolinggo)”, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*, 5, No.2 (2021), 11-12.

masih kurang teliti dalam penggunaan kosmetik yang belum berlabel halal.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Umi Mubarokah, dengan judul penelitian “Persepsi Mahasiswa Terhadap Produk Kosmetik Yang Tidak Berlabel Halal Ditinjau Dari Perilaku Konsumen (Studi Pada Mahasiswi Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2018 Insuri Ponorogo)”¹⁹. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa mahasiswi hukum Ekonomi Syariah angkatan 2018 Insuri Ponorogo memiliki pemahaman yang baik mengenai kosmetik yang tidak berlabel halal. Menurut mereka, kosmetik yang belum berlabel halal dapat menimbulkan efek samping. Salah satunya adalah kerusakan pada kulit wajah.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Agus Alimuddin, Lisda Aisyah, dan Risa Alvia, dengan judul penelitian “Persepsi Santriwati dalam Pembelian Kosmetik Berlabel Halal”.²⁰ Penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi persepsi santriwati tentang kehalalan pada pembelian produk kosmetik, yaitu memilih, mengatur, dan menafsirkan. Tiga faktor ini tentunya menjadi

¹⁹ Umi Mubarokah, “Persepsi Mahasiswa Terhadap Produk Kosmetik Yang Tidak Berlabel Halal Ditinjau Dari Perilaku Konsumen (Studi Pada Mahasiswi Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2018 Insuri Ponorogo)”, *Social Science Academic*, 1, No.1 (November 2022), 6-8.

²⁰ Agus Alimuddin, Lisda Aisyah, dan Risa Alvia, “Persepsi Santriwati dalam Pembelian Kosmetik Berlabel Halal”, *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 10, No.1 (Maret 2022), 92-93.

faktor dalam keputusan pembelian produk kosmetik oleh Santriwati Pondok Pesantren Darussalam Martapura.

Tabel 1.1 :
Persamaan dan Perbedaan

No.	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Preferensi dan Persepsi Konsumen Generasi Milenial Terhadap Halal Cosmetics (Studi di PP Nurul Jadid Paiton Probolinggo)	1. Teori penelitian 2. Metode penelitian	1. Lokasi penelitian 2. objek penelitian
2	Persepsi Mahasiswa Terhadap Produk Kosmetik Yang Tidak Berlabel Halal Ditinjau Dari Perilaku Konsumen (Studi Pada Mahasiswi Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2018 Insuri Ponorogo)	1. Teori penelitian 2. Metode Penelitian	1. lokasi penelitian 2. Objek Penelitian
3	Persepsi Santriwati dalam Pembelian Kosmetik Berlabel Halal	1. Teori penelitian 2. Metode penelitian	1. Lokasi penelitian 2. Objek penelitian