

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Laju Industri halal dan industri lain di Indonesia sempat tersendat sebagai dampak dari pandemi Covid-19 berkepanjangan yang saat ini belum juga menunjukkan tanda-tanda membaik. Namun kondisi ini mendorong dan memotivasi Negara dalam mempertahankan dan memperkuat perekonomian islam Indonesia agar menjadi lebih baik. Dibuktikan dengan data yang dipublikasikan oleh “*The State of The Global Islamic Economy Report 2020-2021*” yang menunjukkan prospek pertumbuhan industri halal kian membaik dengan Indonesia menduduki peringkat ke-4 di *global islamic indicator* yang sebelumnya menduduki peringkat ke-5.¹ Perindustrian halal Indonesia salah satunya adalah industri komestik. Industri kosmetik di Indonesia dijadikan sektor andalan yang memiliki peran besar dalam penggerak perekonomian Indonesia sebagaimana tertuang dalam Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) tahun 2015-2035.²

Pasar kosmetik di Indonesia cukup besar sehingga sangat berpotensi dan menjanjikan bagi produsen jika ingin mengembangkan bisnis kosmetik ini di dalam negeri. Potensi ini muncul dikarenakan demografi populasi muslim di Indonesia sebagai generasi yang menjadi penggerak utama akan permintaan produk halal, terlebih kalangan wanita baik usia muda (generasi millenial) maupun dewasa, juga tren masyarakat dalam menggunakan kosmetik

¹ *The Global Islamic Economy Indicator, The State of The Global Islamic Economy Report 2020-2021*, DinarStandard 2020, 15.

² Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia, Keputusan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 261 Tahun 2018 tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Industri Pengolahan Golongan Pokok Industri Bahan Kimia dan Barang dari Bahan Kimia Bidang Industri Kosmetik, 1.

untuk mempercantik diri maupun sebagai perawatan.³ Wanita identik dengan kecantikan dan kecantikan melekat dalam diri wanita. Mayoritas wanita sangat mementingkan kecantikan fisik, tidak heran jika wanita melakukan perawatan untuk mendapatkan wajah yang cantik nan alami. Perawatan dilakukan dengan berbagai cara mulai dari hal alami yaitu mengonsumsi buah dan sayur untuk mempertahankan kebugaran tubuh, memakai produk kecantikan (*Skin care*) atau bahkan hal yang cukup ekstrim seperti suntik silikon dan operasi plastik demi mendapatkan wajah dan tubuh yang diinginkan.⁴ Seiring perkembangan zaman, *skin care* seolah menjadi kebutuhan primer yang melekat pada sebagian kaum wanita dan menjadi tolak ukur tingkat sosial di kalangan wanita itu sendiri.⁵ Banyak wanita merasa kurang nyaman dan kurang puas dengan kecantikan wajah juga tubuh yang mereka miliki. Sehingga wanita cenderung mencari penyelesaian dengan cara merawat diri menggunakan produk kecantikan agar tampil cantik sempurna. Hal ini membuat perusahaan kosmetik berlomba-lomba dalam mengeluarkan produk kecantikan atau *skincare* sehingga mampu menjadi solusi bagi kaum wanita.

Persaingan bisnis yang semakin ketat membuat perusahaan pemasok kosmetik terus berupaya memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan tetap menjaga kualitas produk. Perusahaan kosmetika berlomba-lomba memasarkan produk yang dihasilkan, perusahaan satu dengan yang lain saling berkompetisi untuk menggugulkan kualitas produknya agar produk yang dihasilkan mampu bersaing dengan produk yang dihasilkan perusahaan lain. perusahaan terus melakukan analisis pangsa pasar agar dapat mengembangkan kreativitas serta dapat

³ Komite Nasional Keuangan Syariah, Strategi Nasional Pengembangan Industri Halal Indonesia, 7.

⁴ Deandra Faren Saskia, Efek *Brand Ambassador* dan Label Halal Terhadap *Brand Image* Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli *Nameera Aquatic Botanical*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021), 7.

⁵ Vivi Rahamwati, Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Warda di Kota Semarang (Skripsi, Universitas Dian Nuswantoro)

menciptakan inovasi baru sehingga dapat lebih baik.⁶ Namun pastinya keputusan pembelian produk tetap berada pada tangan konsumen. Konsumen akan memilih kualitas produk yang telah dikenal baik olehnya berdasarkan informasi yang diperoleh maupun dari pengalaman pemakaian produk. Bagi konsumen muslim, keputusan pembelian produk tidak hanya memperhatikan mengenai kualitas produk melainkan juga kehalalan suatu produk menjadi sebuah pertimbangan. Terlebih bagi masyarakat Indonesia yang merupakan negara dengan mayoritas muslim, sebanyak 229 juta muslim berada di Indonesia.⁷ Sehingga tidak heran jika permintaan akan kosmetik halal sangat tinggi. Meningkatnya populasi dan permintaan umat Islam di era modernisasi semakin memperkuat gaya hidup halal dikarenakan memilih produk halal adalah suatu kewajiban bagi umat islam. Salah satu dalil yang mewajibkan orang islam untuk memilih produk halal tercantum dalam Q.S Al Baqarah ayat 168:

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

”Hai sekalian manusia! Makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”⁸

Agama Islam mengajarkan umat Islam agar memperhatikan apa saja yang akan dikonsumsi, salah satunya adalah memperhatikan kehalalan suatu produk. Tentu hal ini dapat menjadi pertimbangan dalam menjalankan strategi perusahaan-perusahaan kosmetik dalam menghasilkan produk agar mampu mencakup semua kalangan masyarakat Indonesia. Produk halal di Negara Indonesia ditandai dengan adanya label halal pada kemasan produk, adanya label halal tersebut menandakan bahwa produk terbuat dari bahan-bahan yang halal

⁶ May Sella Anggraini, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Ms Glow Cabang Di Klaten, (Skripsi, Universitas Widya Dharma Klaten, 2021), 1.

⁷ Bank Indonesia Bank Sentral Republik Indonesia, Ekosistem Industri Halal, 199.

⁸ Q.S Al-Baqarah, (1) ayat 168

dan telah lulus uji baik dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui pengkajian Lembaga Pengkajian Pangan Obat dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) dan juga Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Penandaan label halal memudahkan dan mengurangi kekhawatiran konsumen muslim dalam memilih produk mana yang dapat dikonsumsi, baik produk makanan, minuman, bahkan kosmetik (*skin care*) sekalipun.⁹

Berbicara mengenai produk kosmetik, banyak sekali produk kosmetik atau skincare bermunculan di lingkungan masyarakat seperti MS Glow, Wardah, Emina, Sariayu, Garnier, Pond's, Makover, Oriflame, Maybelline, Pixy dan masih banyak lagi lainnya.¹⁰ Berikut adalah daftar top brand kosmetik dan skincare tingkat nasional dalam kurun waktu 2 tahun terakhir sejak tahun 2019-2020 dapat dilihat pada tabel 1.1:

Tabel 1.1
Data Top Brand Kosmetik & Skincare Nasional 2019-2020

NO	MEREK	TAHUN		KETERANGAN
		2019	2020	
1	Wardah	26%	28%	Top
2	MS. Glow	16%	16%	Top
3	Personal Beauty	14%	14%	Top
4	Beleysia Skincare	11%	10%	-
5	DRW Skincare	9%	9%	-
6	Paradiskin Glow	8%	8%	-
7	Alfabelenskin	7%	7%	-
8	Whitening Glossy Skin	3%	3%	-
9	Scarlet	3%	3%	-
10	Theraskin	3%	2%	-

Sumber: www.topbrandkosmetikskincare-award.com Tahun 2020, diolah penulis 2021
Berdasarkan tabel 1.1, Menurut top brand untuk kategori produk kosmetik yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia adalah wardah dan MS Glow menduduki peringkat satu

⁹ Wahyu Budi Utami, Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survei pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An-nisa Yogyakarta), (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013), 6.

¹⁰ Deandra Faren Saskia, Efek *Brand Ambassador* dan Label Halal Terhadap *Brand Image* Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli *Nameera Aquatic Botanical* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021), 1-7.

dan kedua dalam dua tahun berturut-turut. Wardah merupakan brand kosmetik halal asli Indonesia yang lebih dulu ada bertahun-tahun di kalangan masyarakat sejak tahun 1995.¹¹ Kosmetik ini menarik hati masyarakat karena mengusung brand image kosmetik halal dan kelengkapan produk perawatan kulit sejak awal. Wardah memiliki formula kosmetik inovatif, aman, halal, dan praktik sesuai kebutuhan dan selera wanita. Wardah tetap konsisten dalam menjaga kualitas produknya, selain itu Wardah meningkatkan dan melebarkan pasarnya dengan memperbanyak titik penjualan sehingga mampu menarik banyak konsumen.¹²

Produk yang kedua yang menjadi incaran masyarakat setelah Wardah adalah MS Glow. Uniknya MS Glow adalah produk yang belum cukup lama muncul di kalangan masyarakat Indonesia yang dicetus oleh Maharani Kemala dan Shandy Purnamasari pada tahun 2013 namun kepopulerannya berada di posisi kedua top brand kosmetik. Nama MS *Glow* kini diperhitungkan dalam bisnis industri kosmetik terlebih setelah berhasil meraih *Indonesian Best Brand Award* (IBBA) tahun 2020. *Brand* dengan moto *magic for skin* ini sudah bersertifikat Halal dan BPOM.¹³ Adanya label halal dan sertifikat BPOM menjadi suatu keunggulan bagi produk ini untuk dijadikan sasaran bagi umat muslim dalam memilih skincare yang aman dan dipercaya dapat mengatasi permasalahan kulit. Ms *Glow* telah memiliki puluhan agen dan ratusan reseller yang tersebar di Indonesia. Kepopuleran MS Glow ini tentu karena adanya informasi mengenai produk tersebut yang mudah diserap masyarakat, baik dari mulut ke mulut atau bahkan melalui media sosial yang merupakan salah satu media informasi yang mudah

¹¹ Yohanes Gunawan Wibowo (dkk), Impact of Price, Product Quality, and Promotion on Consumer Satisfaction in Cosmetics and skincare, *Journal of Economics, Finance dan Management Studies*, Volume 4, 2021. 978-979.

¹² Yaumil, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Carrefour Panakkukang Makassar), (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makasar, 2019), 2.

¹³ Putri Rahayuningtias, Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Kosmetik Ms Glow (Studi Pada Konsumen Ms Glow Aesthetic Clinic Malang), (Skripsi, Maulana Malik Ibrahim Malang 2021), 66.

diakses oleh masyarakat, termasuk masyarakat di daerah peneliti yaitu kecamatan Kwanyar. Kepopuleran Ms Glow menarik minat masyarakat kwanyar untuk ikut menggunakan produk tersebut, masyarakat kwanyar yang dikenal sebagai masyarakat “nyar-anyaran” yaitu masyarakat yang cenderung heboh mengikuti suatu hal baru namun tidak dalam waktu jangka waktu yang lama, contohnya ada makanan yang baru di daerah kwanyar, masyarakat kwanyar akan berbondong-bondong untuk membeli di hari itu juga seperti takut tidak kebagian, namun setelah beberapa hari berikutnya pembeli seakan surut seketika. Begitu pula dengan produk kosmetik, tren yang ada saat ini akan cenderung diikuti dan dicoba karena hanya melihat beberapa orang yang cocok dan menghasilkan kulit putih nan cantik dalam kurun waktu yang singkat. Sejalan dengan fakta yang ada bahwa wanita identik dengan kecantikan dan akan melakukan hal apapun agar terlihat cantik. Sejauh ini, pengguna Ms Glow di Kecamatan Kwanyar bukan surut melainkan bertambah, bahkan terdapat beberapa orang yang menjadi reseller Ms Glow. Tentu hal ini menjadi sebuah pertanyaan bagi peneliti mengapa masyarakat kwanyar tetap bertahan dengan produk Ms Glow ini. Berdasarkan uraian dan penjelasan yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti menetapkan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW DENGAN LABEL HALAL SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* (STUDI KASUS KONSUMEN DI KECAMATAN KWANYAR)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas maka dapat dirumuskan:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare ms glow?
2. Apakah label halal memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian skincare ms glow?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - a. Untuk mengetahui apakah kualitas produk terhadap keputusan pembelian skincare ms glow
 - b. Untuk mengetahui apakah label halal memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian skincare ms glow
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak:
 - a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan penulis tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, serta terus mencari tahu informasi-informasi yang belum diketahui penulis baik secara teori-teori maupun tata cara penulisan dan bahasa. Selain itu penelitian ini diharapkan menjadi daftar kepustakaan untuk program studi Ekonomi Syariah dan menjadi referensi bagi penelitian-penelitian yang akan dilakukan dengan objek maupun masalah yang sama.

- b. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan perusahaan dapat mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian skincare ms glow dengan label halal sebagai variabel moderating. Informasi ini sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk serta menetapkan label halal bagi produknya.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi semua pihak dan dapat menambah wawasan serta pengetahuan , khususnya tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian skincare ms glow dengan label halal sebagai variabel moderating

3. Bagi penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian skincare ms glow dengan label halal sebagai variabel moderating. Selain itu penelitian ini juga berguna sebagai syarat akademisi untuk menyelesaikan Strata 1 Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura.

1.4 Sistematika Pembahasan

Sistem pembahasan yang ditentukan penelitian dalam penelitian ini yakni tersusun sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab landasan teori ini akan membahas tentang kajian pustaka dan teori-teori yang terkait dengan penelitian kualitas produk, label halal, dan keputusan pembelian serta berisi hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian ini membahas metode yang akan digunakan dalam penelitian seperti : jenis penelitian, objek penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas secara umum gambaran objek penelitian, jawaban dari rumusan masalah, dan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan yang telah dibahas, dan berisi saran untuk penelitian selanjutnya.