

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri halal di Indonesia sekarang menjadi tren di dunia saat ini, prospek global yang menjanjikan, dengan peningkatan hingga 6,2% antara tahun 2018 dan 2024. Indonesia memiliki potensi besar untuk pertumbuhan berbagai sektor industri halal, seperti makanan, pariwisata, pakaian muslim, dan barang-barang kosmetik halal, yang berkembang pesat di pasar Indonesia. Industri halal dalam produk kosmetik juga merupakan sektor andalan yang ditetapkan oleh kementerian perindustrian dalam rencana induk pembangunan industri nasional¹.



State of Global Islamic Economy Report 2023

Gambar 1. Peringkat Kosmetik di Dunia 2023

Menurut *State of Global Islamic Economy Report* pada tahun 2023, nilai konsumsi kosmetik halal Indonesia mencapai USD 5,4 miliar, menempati urutan kelima di dunia². Fakta ini menunjukkan potensi pasar yang sangat besar dari bisnis

¹ Muhammad Anwar Fathoni, "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, No. 3 (October 23, 2020): h.428.

² Salaam Gateway, "The State of the Global Islamic Economy 2023/24 Report," *Salaam Gateway* -

kosmetik halal Indonesia, yang didukung oleh populasi Muslim yang luas di negara itu dan tren gaya hidup halal yang berkembang di kalangan generasi muda.

Meningkatnya konsumsi kosmetik halal tidak hanya menunjukkan pergeseran preferensi konsumen, tetapi juga menciptakan peluang yang signifikan bagi pengusaha untuk menciptakan produk yang tidak hanya berkualitas tinggi, tetapi juga menganut nilai-nilai Islam yang dipegang oleh mayoritas masyarakat Indonesia maka dari itu selanjutnya, pemerintah terus mendorong percepatan sertifikasi halal melalui Badan Jaminan Produk Halal (BPJPH), dalam rangka mendongkrak daya saing industri halal secara global. Namun, salah satu tantangan yang dihadapi oleh Indonesia adalah keragaman agama, karena pelanggan produk halal tidak hanya muslim tetapi juga termasuk non-muslim, sehingga mereka memerlukan pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep dan manfaat produk halal.

Mendukung data diatas jumlah penduduk non-muslim yang ada di indonesia tercatat sebesar 36.427.033 jiwa dan di Kabupaten Sidoarjo,³ menurut Badan Statistik Kabupaten Sidoarjo tercatat tahun 2024 sebanyak 200.405 jiwa yang terdiri dari agama Kristen, Katolik, Hindu, Buddha, dan lainnya serta jumlah penduduk di Kecamatan Taman Sidoarjo yang memeluk agama non-muslim tercatat sebanyak 9.238 jiwa pada tahun 2024, dalam data tersebut menjadi salah

Global Islamic Economy Gateway, accessed November 25, 2024, <https://salaamgateway.com/specialcoverage/SGIE23>.

³ “Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan Dan Agama Yang Dianut - Tabel Statistik - Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo,” accessed November 25, 2024, <https://sidoarjokab.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTMzIzI=/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-agama-yang-dianut.html>.

satu dasar pandangan kelompok non-muslim terhadap berbagai fenomena industri halal atau produk yang berlabel halal.⁴

Tabel 1. Jumlah Penduduk Non-Muslim Tahun 2020-2024

Kategori	Tahun	Jumlah Penduduk
Indonesia	2024	36.427.033
Kabupaten Sidoarjo	2020-2023	367.263
Kecamatan Taman	2024	9.238

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo 2024

Theory of Planned Behaviour (TPB) merupakan sebagai teori yang menyatakan bahwa ada hubungan antara sikap dan kepercayaan seseorang, yang mana dapat artinya bahwa perilaku individu tidak muncul secara spontan, melainkan merupakan hasil dari niat yang terbentuk melalui sebuah proses evaluasi kognitif terhadap suatu tindakan. Adanya sebuah teori ini juga dilihat dari keberadaan faktor-faktor yang mengendalikan perilaku persepsi melibatkan pertimbangan kontrol perilaku yang mencerminkan keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk melakukan tindakan perilaku tersebut, sikap menggambarkan sejauh mana seseorang memiliki penilaian positif atau negatif terhadap suatu perilaku saat pengambilan keputusan, dan norma subjektif juga mempengaruhi perilaku konsumen saat mengambil sebuah keputusan dengan tindakan rasional yang diperluas dengan menambahkan kontrol perilaku yang diamati ⁵.

⁴ BPS Kabupaten Sidoarjo, *Kecamatan dalam Angka Taman District In Figures*, vol. 33, 2024, 35150.24026 (©BPS Kabupaten Sidoarjo/BPS-Statistics Sidoarjo Regency, 2024), file:///C:/Users/Maya/Downloads/kecamatan-taman-dalam-angka-2024.pdf.

⁵ Amaliatus Sholihah and Firman Setiawan, "Pendekatan *Theory Of Planned Behavior* Dalam

Theory of planned behavior yang dikemukakan oleh Ajzen menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku adalah pandangan dasar mengenai rasa setuju suatu individu terhadap apa yang menjadi stimulus tanggapannya, baik positif maupun negatif,⁶ pentingnya *Theory of Planned Behaviour* (TPB) dalam penelitian saat ini adalah terfokus untuk non-muslim dalam membeli kosmetik halal yang tidak hanya berpatokan pada aturan keagamaan saja tetapi juga melihat dari segi pemahaman mulai dari kontrol perilaku, sikap, norma subjektif, kesehatan, keamanan, dan kualitas, yang mungkin menarik perhatian konsumen non-muslim terutama di Kecamatan Taman sebagai wilayah yang beragam secara demografis, dengan populasi non-muslim yang signifikan.

Mengkaji persepsi konsumen non-muslim terhadap kosmetik bersertifikat halal di Kabupaten Kecamatan Taman Sidoarjo dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang penerimaan dan hambatan industri kosmetik halal dalam menarik konsumen non-muslim. Catur Utami, kosmetik dianggap halal jika mengikuti kriteria syariah, bersertifikat MUI, dan tidak mengandung komponen terlarang seperti lemak babi atau alkohol, yang dapat mempengaruhi kesehatan kulit. Kehalalan produk kosmetik tidak hanya signifikan bagi konsumen muslim, tetapi juga mempengaruhi kepercayaan konsumen non-muslim terhadap produk yang aman dan sehat⁷.

Melakukan Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Umkm Sektor Halal Food Di Kabupaten Bangkalan.,” *Jurnal Maneksi* 11, No. 2 (December 1, 2022): h.427-439.

⁶ “Nonie Afrianty-TPB; Mendeteksi Intensi Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah,” (Juni 22, 2021): h.1-100.

⁷ Elvi Fetrina and Meinarini Catur Utami, “Analisis Niat Beli Wanita terhadap Kosmetik Halal Berdasarkan Theory of Planned Behaviour (TPB),” *Applied Information System and Management (AISM)* 5, No. 2 (September 17, 2022): h.105-110.

Berdasarkan pembaruan penelitian saat ini kosmetik halal mempengaruhi persepsi non-muslim dalam pembelian produk halal yang dimana dapat diketahui bahwa non-muslim masih mengonsumsi lemak babi yang terdapat dalam campuran bahan kosmetik, maka dari itu penelitian saat ini fokus pada persepsi non-muslim dalam pembelian kosmetik halal yang bisa dilihat dengan penggunaan *theory of planned behaviour* yang terfokus pada kontrol perilaku, sikap dan norma subjektif pada konsumen non-muslim yang menggunakan kosmetik halal. Selanjutnya, hasil dari penelitian ini supaya non-muslim mengetahui serta mengonsumsi produk halal. Penelitian ini juga dapat mendukung peningkatan opini non-muslim tentang keunggulan produk yang sudah bersertifikasi halal, sehingga nantinya dapat memperluas cakupan sektor kosmetik halal khususnya di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo.

Berdasarkan latar belakang diatas, kesenjangan dalam penelitian ini adalah persepsi non-muslim terhadap kosmetik halal yang menghubungkan *theory of planned behaviour* pada pembelian kosmetik halal khususnya di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo sangat minim sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait pemahaman serta tanggapan non-muslim mengenai kosmetik yang sudah bersertifikasi halal dengan menerapkan *Theory of Planned Behaviour* di Kecamatan Taman, sehingga pada penelitian ini peneliti akan mengangkat judul “Persepsi Non-Muslim Pada Pembelian Kosmetik Bersertifikasi Halal Berdasarkan *Theory Of Planned Behaviour* (TPB) Di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat diidentifikasi masalah-masalah yang ada di dalam latar belakang sebagai berikut:

1. Pada umumnya konsumen non-muslim tidak mengetahui tentang kehalalan produk.
2. Konsumen non-muslim tidak terlalu tertarik dengan produk yang sudah ada logo halal atau bersertifikasi halal.
3. Sertifikat halal pada produk kosmetik menurut persepsi konsumen non-muslim tidak terlalu dianggap penting bagi mereka karena masih bisa mengonsumsi bahan-bahan yang bercampur babi.
4. Persepsi konsumen non-muslim dalam membeli kosmetik selama ini hanya berdasarkan rasa kepercayaan.
5. Pada umumnya konsumen non-muslim tidak mengetahui tentang *Theory of Planned Behavior* secara tidak langsung juga mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih atau membeli suatu produk.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian dengan judul “Persepsi Non-Muslim Pada Pembelian Kosmetik Bersertifikasi Halal Berdasarkan *Theory Of Planned Behaviour* (TPB) Di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo” Batasan masalahnya hanya terfokus pada bagaimana persepsi non-muslim pada pembelian kosmetik bersertifikasi halal dan juga bagaimana penerapan tentang pemahaman *Theory of Planned Behaviour* dalam pembelian kosmetik bersertifikasi halal. Peneliti memfokuskan objek pelaku

non-muslim di Kecamatan Taman, Desa Sepanjang, agar ruang lingkup pembahasan pada penelitian ini tidak meluas kemana-mana.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan bahwa yang menjadi pokok permasalahan akan dibahas dalam penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi non-muslim dalam penerapan *Theory Of Planned Behaviour* (TPB) pada pembelian produk kosmetik bersertifikasi halal di Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang di dapat dalam penelitian ini memiliki tujuan dan kegunaan sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

a. Tujuan Umum

Mengeksplorasi sejauh mana sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan berperan dalam keputusan pembelian kosmetik halal oleh konsumen non-muslim di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo, dengan menggunakan kerangka *Theory of Planned Behaviour* (TPB).

b. Tujuan Khusus

- 1) Untuk memahami persepsi non-muslim pada pembelian kosmetik bersertifikasi halal di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo.
- 2) Untuk memahami penerapan *Theory of Planned Behaviour* pada non-muslim dalam pembelian kosmetik bersertifikasi halal di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan bagi pembaca, dan Menambah literatur akademik tentang persepsi non-muslim dengan pendekatan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) dalam kosmetik bersertifikasi halal.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dan memberikan sumbangsih bagi akademisi sebagai suatu literasi kampus pada perpustakaan UTM dan dapat digunakan oleh mahasiswa khususnya bagi mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.

1.6 Kajian Pustaka

Untuk sebuah capaian yang lebih maksimal, maka peneliti akan memaparkan beberapa hasil penelitian yang terdahulu yang berkaitan dengan kosmetik halal dalam upaya untuk menghindari kesamaan judul dan pembahasan yang diteliti. Adapun tabel penelitian-penelitian yang berkaitan langsung dengan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul, Tahun Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan Penelitian
1.	Fitriana Elvi, Meinarini Catur Utami, Analisis Niat Beli Wanita	Untuk memastikan sejauh mana perempuan Indonesia ingin	Kuantitatif dengan metodologi analisis data SEM-PLS dan	Menunjukkan bahwa secara keseluruha, semua variabel yang	Perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian saat ini terletak pada variabel

	Terhadap Kosmetik Halal Berdasarkan <i>Theory Of Planned Behaviour</i> (TPB), (2022)	membeli kosmetik halal. <i>Pendekatan Theory of Planned Behavior</i> (TPB) dikembangkan dengan memasukkan faktor-faktor tambahan yang akan diuji untuk mengetahui signifikansi niat beli terhadap kosmetik halal.	Microsoft Excel 2010 untuk menganalisis informasi demografis yang diberikan oleh responden.	digunakan dalam penelitian ini berpengaruh signifikan antara variabel <i>Perceived Behavioral Control</i> (PBC), <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Intention</i> , <i>Social Influence</i> , <i>Knowledge</i> , <i>Religiosity</i> terhadap <i>Attitude</i> , serta <i>Brand Value</i> terhadap <i>Perceived Value</i> . Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) memiliki hubungan dan pengaruh signifikan satu sama lain.	yang digunakan yaitu variabel non-muslim. Penelitian saat ini terfokus pada persepsi non-muslim dalam membeli kosmetik bersertifikat halal menggunakan metode kualitatif, dengan data yang dikumpulkan melalui wawancara dan dokumentasi lapangan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis SEM-PLS dengan SmartPLS versi 3.0, persamaan penelitian ini menggunakan pendekatan <i>theory of planned behavior</i> (TPB).
2.	Sahidillah Nurdi, Pika Nilam Cahya Setia, Penggunaan Label Halal Dan Harga	Untuk mengetahui pengaruh label halal dan harga dalam meningkatkan keputusan	Kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan	Menunjukkan bahwa penggunaan label halal pada kemasan serta harga secara	Perbedaan dalam penelitian saat ini terletak pada metode penelitian yang dimana penelitian saat ini menggunakan metode kualitatif

	Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik, (2021).	pembelian produk kosmetik wardah.	bantuan alat SPSS.	bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan arah positif	yang fokus pada sertifikasi halal tentang persepsi non-muslim pada pembelian kosmetik halal. Sedangkan persamaan dengan penelitian saat ini terletak pada keputusan pembelian produk halal kosmetik.
3.	Rina Samsiyah Agustina, dkk, Analisis Peluang, Tantangan, dan Strategi Industri Halal di Indonesia, (2024).	Penelitian ini membahas tantangan strategi pengembangan industri halal di Indonesia, dengan menekankan pada pengembangan potensi industri halal baik dari segi eksternal maupun internal.	Metodologi deskriptif kualitatif dan penelitian ini bersifat kepustakaan, dengan memanfaatkan data sekunder yang diperoleh dari artikel ilmiah dan dokumen-dokumen relevan lainnya.	Menunjukkan bahwa perkembangan industri halal di Indonesia sangat lah besar serta diperkuat dengan pemerintah bahwa adanya kebijakan dan regulasi yang menguntungkan	Persamaan penelitian saat ini terletak di metode yang digunakan yakni metode kualitatif tetapi penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini memiliki perbedaan yang terletak pada objek penelitian persepsi non-muslim, serta dalam pengambilan data penelitian saat ini menggunakan wawancara secara langsung, dan dokumentasi Sedangkan penelitian sebelumnya hanya berfokus pada peluang dan tantangan yang dihadapi Indonesia dalam pengembangan strategi industri halal di Indonesia yang diambil hanya melalui sumber seperti jurnal,buku, skripsi,dkk.

4.	Nonie Afrianty, <i>Theory of Planned Behaviour</i> Mendeteksi Intensi Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah, (2021)	Untuk membuktikan secara empiris pengaruh TPB norma subjektif, kontrol perilaku terhadap intensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah	Metode penelitian kuantitatif, dan penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.	Hasilnya yaitu TPB sikap terhadap perilaku berpengaruh signifikan terhadap intensi, kontrol perilaku persepsian berpengaruh signifikan terhadap intensi, norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap intensi pedagang pasar panorama dalam menggunakan produk bank syariah.	Perbedaan penelitian sebelumnya dan penelitian saat ini terletak pada metode, serta pendekatan. Penelitian sebelumnya membahas pedagang pasar yang menggunakan produk perbankan syariah dengan metode kuantitatif dan pendekatan asosiatif untuk menguji hubungan variabel TPB. Sebaliknya, penelitian saat ini berfokus pada persepsi non-muslim di Kecamatan Taman, Sidoarjo, terkait pembelian kosmetik halal, menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan TPB. Keduanya memiliki kesamaan dalam menggunakan pendekatan <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB).
5.	Amaliatus Sholihah, Firman Setiawan, Amaliatus Sholihah and Firman Setiawan, "Pendekatan <i>Theory Of Planned</i>	Untuk mengetahui pendapat pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal. Karena itu, memahami apa yang mereka pikirkan, mereka lakukan, serta pengaruh	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa adanya tiga aspek yang terdapat pada Theory of Planned Behavior yakni sikap, norma subjektif, dan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni terletak pada lokasi penelitian, subjek yang diteliti, tujuan yang diteliti, sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni sama-sama

	<i>Behavior</i> Dalam Melakukan Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Umkm Sektor Halal Food Di Kabupaten Bangkalan (2022)	sosial yang dirasakan, menjadi suatu hal yang sangat penting untuk mengidentifikasi minat akan suatu hal tertentu.		persepsi kontrol perilaku, diketahui mampu untuk mempengaruhi para pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal. Selama seseorang itu selalu menampilkan perilaku tersebut sebagai suatu hal yang positif, kemudian adanya motivasi sehingga timbulah harapan untuk memenuhi permintaan tersebut, serta fasilitas yang mendukung seseorang dalam melakukan suatu hal, maka dengan ini para pelaku UMKM dapat melaksanakan sertifikasi halal dengan mudah.	menggunakan pendekatan Theory of Planned Behaviour untuk menentukan suatu persepsi yang diambil dari sebuah keputusan dengan mempertimbangkan norma subjektif, sikap, kontrol perilaku seseorang agar mendapat hasil yang sempurna mengenai suatu persepsi dan pemahaman konsumsi produk halal
--	--	---	--	---	---