

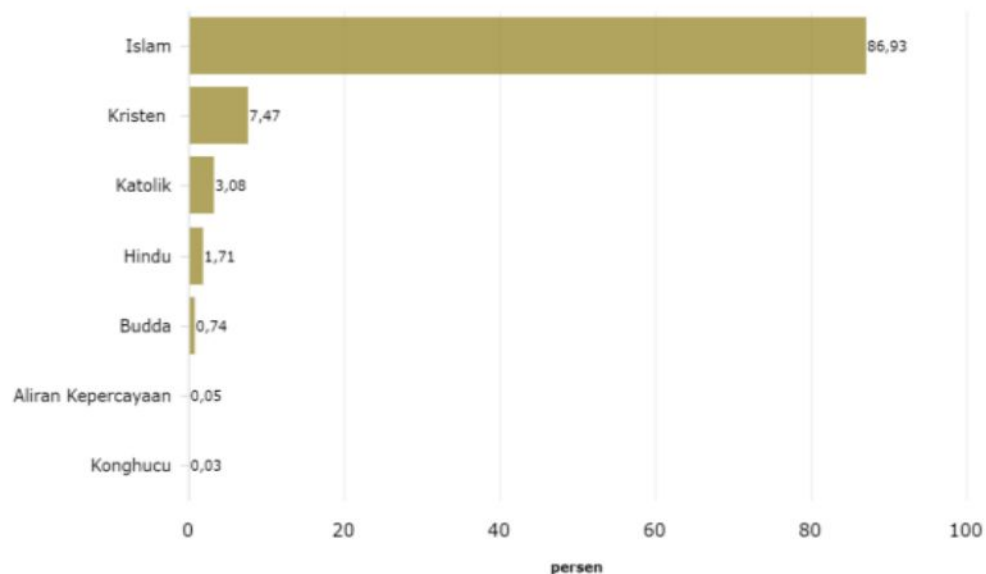
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia menjadi negara dengan mayoritas penduduknya memeluk agama Islam. Menurut pendataan dari Dirjen Dukcapil Kemendagri, banyaknya penduduk Indonesia per 31 Desember 2021 yakni sebesar 273,87 juta jiwa. Tercatat 238,09 juta jiwa yakni sebesar 86,93% masyarakat Indonesia yang beragama Islam pada akhir tahun 2021.¹

Berikut grafik jumlah penduduk Indonesia berdasarkan agama dalam data Dukcapil Kemendagri akhir tahun 2021:



Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama
Sumber : Dukcapil Kemendagri 2021

¹ “Sebanyak 86,93% Penduduk Indonesia Beragama Islam Pada 31 Desember 2021 | Databoks,” accessed January 14, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/12/sebanyak-8693-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-31-desember-2021>.

Karena menjadi negara dengan mayoritas penduduk muslim, suatu kehalalan dalam produk yang digunakan tentu perlu untuk diperhatikan terkhusus untuk makanan, kosmetika serta obat-obatan. Produk halal merupakan produk yang tidak ada kandungan unsur yang haram, termasuk bahan yang digunakan serta pengolahannya menggunakan proses produksi sesuai ketentuan-ketentuan Islami. Dalam kriteria label halal, nama produk juga tidak diperbolehkan memakai nama-nama yang menuju kepada suatu hal yang haram, bau dan rasanya menuju suatu yang diharamkan, serta segi pembentukan produk tidak boleh berbentuk pada sesuatu yang diharamkan.²

Dalam pemilihan suatu produk, label halal merupakan sebuah cara untuk produsen dalam membebaskan rasa ragu yang ada dipikiran konsumen. Label halal pun dapat mempermudah konsumen terkhusus seorang muslim dalam menilai serta menentukan mutu suatu produk.³ Penggunaan label halal terhadap produk harus benar-benar mendapatkan izin sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang. Sehingga label halal akan membuat konsumen merasa aman karena jaminan dari lembaga berwenang.⁴

Majelis Ulama Indonesia (MUI) menelaah serta membuat fatwa terkait kehalalan pada produk kosmetik atau skincare yang berlandaskan pada ayat Q.S. Al-Baqarah [2]: 168 yang berbunyi⁵:

² “Kriteria Produk Bersertifikat Halal | LPPOM MUI,” March 27, 2019, accessed January 17, 2023, <https://halalmui.org/kriteria-produk-bersertifikat-halal/>.

³ Nur Aisyah and Firman Setiawan, “Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Fashion Muslim Di Toko Zoya Pamekasan),” *Kaffa : Jurnal Fakultas Keislaman* 2, no. 2 (2021): 184.

⁴ Farid Wajdi and Diana Susanti, *Kebijakan Hukum Produk Halal di Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2021), 165.

⁵ “Surah Al-Baqarah - سُورَةُ الْبَقَرَةِ | Qur'an Kemenag,” accessed January 17, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/surah/2/168>.

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

لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

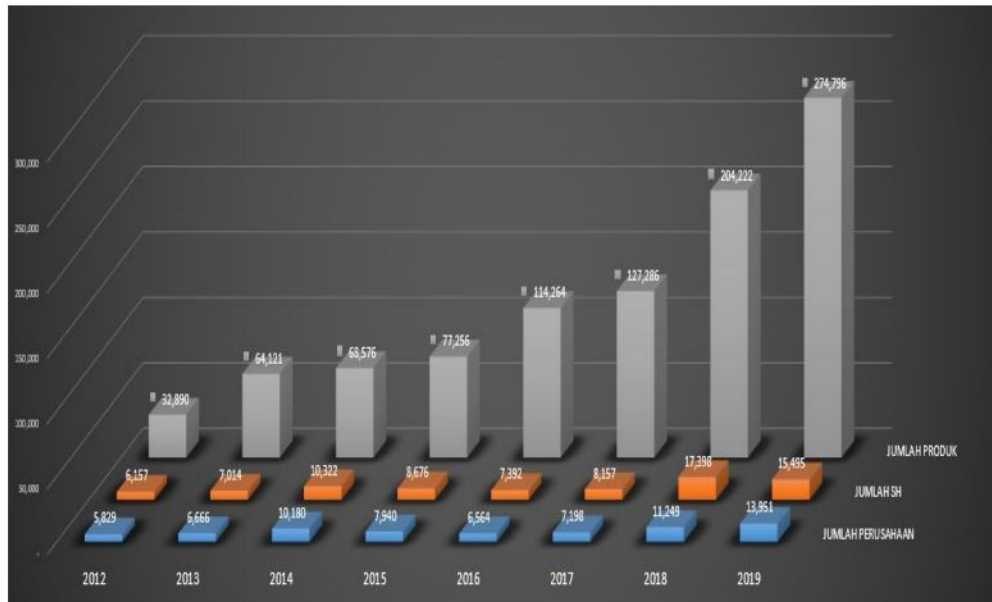
Artinya : "Wahai manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu." (Q.S. Al-Baqarah [2]: 168)

Berdasarkan ayat diatas, Allah memerintahkan manusia agar mengonsumsi rizki dari Allah yang dihalalkan di bumi, yaitu yang tidak haram baik zatnya dalam keadaan bersih dan bukan najis, serta cara mendapatkannya. Tidak hanya halal namun harus baik, yang artinya sehat, aman, bermanfaat serta tidak memudharatkan. Allah juga melarang untuk mengikuti langkah setan dalam menetapkan hukum halal dan haram serta kemaksiatan. Setan merupakan lawan bagi manusia, dia mengharamkan apa yang dihalalkan Allah serta menghalalkan apa saja yang diharamkan Allah.

Dalam UU No 33 Tahun 2014 mengenai Jaminan Produk Halal, mewajibkan seluruh produk yang diedarkan di Indonesia harus mempunyai sertifikasi halal. Sertifikat halal diwajibkan bukan sekedar pada produk lokal Indonesia, tetapi juga seluruh produk yang masuk, diedarkan serta diperjualbelikan di Tanah Air. Kewajiban sertifikasi halal juga berlaku pada UMKM dan semua perusahaan tanpa terkecuali perusahaan yang besar. Tahapan ini berlaku dari tahun 2019 dan akan berakhir pada tahun 2024 untuk kriteria produk makanan dan minuman wajib bersertifikat halal.⁶

⁶ "Hingga 2022, 10.643 UMK Dapat Sertifikasi Halal LPPOM MUI Halaman All - Kompas.Com," accessed January 17, 2023, <https://money.kompas.com/read/2022/06/09/120110426/hingga-2022-10643-umk-dapat-sertifikasi-halal-lppom-mui?page=all>.

Dibawah ini adalah pendataan sertifikasi halal yang dikeluarkan LPPOM MUI dari tahun 2012-2019 :



Gambar 1.2 Data Sertifikasi Halal LPPOM MUI Tahun 2012-2019
Sumber : halalmui.org

Salah satu produk yang sangat penting untuk memiliki label halal yaitu kosmetik. Menurut Tranggono (dalam Briliani 2016), berdasarkan manfaatnya untuk kulit, kosmetik dikelompokkan kedalam dua bagian yakni kosmetik perias wajah (*make up*) serta kosmetik perawatan kulit (*skin care*). Di Indonesia, kosmetik merupakan produk kecantikan halal yang dikembangkan karena telah menjadi kebutuhan utama untuk perempuan. Hal tersebut membuka peluang bagi perusahaan kosmetik halal untuk menciptakan inovasi. Dengan demikian perusahaan kosmetik halal bisa memenuhi keinginan konsumen.⁷

⁷ Rizka Asri Brilliani, Diah Safitri, and Sudarno, "Analisis Kecenderungan Pemilihan Kosmetik Wanita Di Kalangan Mahasiswi Jurusan Statistika Universitas Diponegoro Menggunakan Biplot Komponen Utama," *Jurnal Gaussian* 5, no. 3 (2016): 546.

Kegunaan kosmetik yang terus dikembangkan untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen yaitu *skincare* (perawatan kulit). Meskipun tidak dimakan, produk-produk *skincare* juga termasuk aspek konsumsi yang mempunyai unsur haram, halal, serta najis. Apabila najis melekat pada kulit/pakaian maka akan berpengaruh terhadap keabsahan ibadah yang dikerjakan oleh orang muslim karena didalam syarat sholat harus mensucikan badan, pakaian, serta tempat dari najis. Untuk itu perlu hati-hati dan teliti ketika menggunakan suatu produk, jangan sampai produk *skincare* yang digunakan terdapat kandungan unsur najis dan haram.⁸

Pada kenyataan di pasar, masih terdapat produk *skincare* yang belum mempunyai sertifikasi halal. Ketika seseorang memutuskan ingin membeli sebuah produk, tentu mempunyai bermacam alasan, bahkan ada yang tanpa alasan. Hal tersebut dapat terjadi karena produk *skincare* yang sangat beraneka macam, baik yang telah tercatat di BPOM maupun yang belum terdaftar BPOM. Kondisi yang ada pada saat itu dapat mempengaruhi persepsi seseorang. Persepsi setiap orang akan berbeda-beda, meskipun kondisi yang dialami sama.⁹

Menurut Asrori (dalam Fahmi 2020) persepsi yakni proses seseorang didalam penginterpretasian, pengorganisasian, serta pemberian arti untuk rangsangan yang bersumber dari alam sekitar, serta berasal dari proses belajar dan pengalaman. Terkadang persepsi seseorang terhadap label halal pada

⁸ "Mengapa Kosmetik Harus Halal? | LPPOM MUI," October 13, 2020, accessed January 18, 2023, <https://halalmui.org/mengapa-kosmetik-harus-halal/>.

⁹ Ade Lia, Ibdalsyah, and Hilman Hakiem, "Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 2 (2022): 264.

produk tidak begitu penting. Seseorang menganggap bahwa kehalalan hanya dilihat dari bahannya saja, yaitu bahan yang tidak mengandung unsur yang diharamkan. Pada kenyataannya, cara mendapatkan label halal pada produk tidak hanya dilihat dari bahan baku saja namun terdapat beberapa kriteria yang ditetapkan oleh pihak berwenang.¹⁰

Dalam penelitian ini, objek yang dipilih yaitu skincare Theraskin yang telah bersertifikat halal MUI. Theraskin diproduksi oleh PT. L'ESSENTIAL, yakni perusahaan yang menggeluti dunia perkosmetikan serta obat-obatan yang diresmikan oleh kepala BPOM pada tanggal 14 Oktober 2011. Theraskin sendiri merupakan produk skincare utama yang dijual di toko Dyskincare. Meskipun merupakan produk utama dan sudah bersertifikat halal, namun masih adanya permintaan konsumen terhadap produk skincare lain yang belum bersertifikat halal. Hal tersebut menandakan bahwa pemahaman serta pengertian konsumen muslim sekarang dapat dikatakan rendah mengenai label halal dikarenakan konsumen muslim lebih berminat kepada produk *skincare* yang memberikan hasil secara instan.¹¹

Dengan demikian, urgensi dilakukannya penelitian ini karena masih ditemukan pemikiran-pemikiran konsumen muslim yang tidak menghiraukan label halal pada produk skincare, serta kurangnya kepedulian kepada sertifikasi halal untuk produk skincare. Sementara itu sebagai konsumen muslim diperlukan informasi dan pengetahuan tentang segala sesuatu yang

¹⁰ Dzul Fahmi, *Persepsi: Bagaimana Sejatinnya Persepsi Membentuk Konstruksi Berpikir Kita* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), 11.

¹¹ "Theraskin - L-Essential Official Website," last modified January 17, 2021, accessed January 18, 2023, <https://l-essential.com/brands/theraskin/>.

dikonsumsinya. Dalam menggunakan skincare halal, konsumen muslim lebih menuju ke kemasan produk guna melihat komposisi bahan yang terkandung serta hasil yang instan tanpa melihat adanya logo halal. Karena itu, ‘*halal awareness*’ untuk produk *skincare* masih minim dikarenakan makna halal bukan hal utama, tetapi kandungan bahan dari produk skincare lah yang dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk *skincare*.

Dari uraian mengenai latar belakang yang sudah dijelaskan, untuk itu penulis tertarik dan ingin melaksanakan penelitian dengan judul “**Analisis Persepsi Konsumen Muslim Tentang Label Halal Pada Skincare Theraskin (Studi Pada Konsumen Muslim Toko Dyskincare Sidoarjo)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimana Persepsi Konsumen Muslim Tentang Label Halal Pada Skincare Theraskin ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui persepsi konsumen muslim tentang label halal pada skincare Theraskin di toko Dyskincare Sidoarjo.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi penulis mengenai persepsi-persepsi konsumen muslim mengenai label halal khususnya pada produk skincare Theraskin juga mengenai pentingnya sertifikasi halal bagi suatu produk.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan baru kepada masyarakat khususnya konsumen muslim Dyskincare dan diharapkan masyarakat dapat memilih produk-produk yang sudah dihalalkan secara legal formal oleh LPPOM MUI.

c. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu akademisi sebagai literatur kampus yang dapat dipertanggungjawabkan khususnya bagi mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura terkait pentingnya label halal bagi produk skincare.

E. Kajian Pustaka

Beberapa penelitian terdahulu yang sejenis dengan topik penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Riyah Muswita Riamala Sari, Skripsi UIN Sultan Thaha saifuddin Jambi (2020) dengan judul “Analisis Persepsi Kehalalan Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetika (Studi Pada Mahasiswi FEBI UIN STS JAMBI)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan guna memahami Hubungan Antara Persepsi Kehalalan Terhadap keputusan Pembeli Produk Kosmetika. Dalam penelitian ini menerangkan bahwasanya lebih banyak mahasiswi yang mengungkapkan pentingnya keberadaan label halal pada kemasan produk kosmetika dan hanya terdapat sedikit yang lebih mengutamakan kecocokan pada wajah.

Persamaannya yaitu sama-sama meneliti persepsi masyarakat terhadap label halal pada produk kosmetik/skincare. Sedangkan Perbedaannya yaitu terletak pada objek, dan tempat penelitian.

2. Nadia Wulan Daru dan Moch Khoirul Anwar, Jurnal Ekonomi Islam (2019) dengan judul “Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Produk MS GLOW yang Bersertifikat Halal di Surabaya”. Penelitian ini memakai metode deskriptif kualitatif dengan tujuan guna memahami persepsi konsumen muslim terhadap produk yang bersertifikat halal Ms Glow di Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya terdapat konsumen muslim yang peduli yakni konsumen yang ingin untuk diberikannya sertifikat halal, serta konsumen muslim yang kurang peduli

yakni konsumen yang tidak menjadikan permasalahan adanya sertifikat halal pada semua produk Ms Glow.

Persamaannya yaitu sama-sama meneliti persepsi masyarakat terhadap label halal pada produk kosmetik/skincare. Sedangkan Perbedaannya yaitu terletak pada objek, dan tempat penelitian.

3. Muryati Sumartin, Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru (2020) dengan judul “Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Amanah Cosmetik Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah”. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi label halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di toko Amanah Cosmetik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel persepsi label halal (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Persamaannya yaitu sama-sama meneliti persepsi masyarakat terhadap label halal pada produk kosmetik/skincare. Sedangkan Perbedaannya yaitu terletak pada objek, metode dan tempat penelitian.

4. Boyna Amri, Skripsi UIN Ar-Raniry Banda Aceh (2019) dengan judul “Persepsi Mahasiswi Tentang Pengaruh Labelitas Halal Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Kosmetik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswi Fakultas syariah dan Hukum UIN Ar-

Raniry Banda Aceh mengenai labelitas halal pada kemasan produk kosmetik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya labelitas halal pada suatu kemasan itu penting karena bisa memberi kemudahan dan perlindungan hukum terhadap konsumen. Mengenai pengaruh label halal pada produk kosmetik, terdapat pengaruh tetapi tidak dianggap identik.

Persamaannya yaitu sama-sama meneliti persepsi masyarakat terhadap label halal pada produk kosmetik/skincare. Sedangkan Perbedaannya yaitu terletak pada objek, metode dan tempat penelitian.

5. Khairunnisa, Skripsi IAIN Parepare (2022) dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan (korelasi) labelisasi halal dan pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare. Hasil penelitian ini didapa berdasarkan uji hipotesis bahwa labelisasi halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik mahasiswa FEBI IAIN Parepare. Jadi, dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan pembelian produk kosmetik mahasiswa FEBI IAIN Parepare sangat memperhatikan adanya labelisasi halal.

Persamaannya yaitu sama-sama meneliti persepsi masyarakat terhadap label halal pada produk kosmetik/skincare. Sedangkan Perbedaannya yaitu terletak pada objek, metode dan tempat penelitian.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang ada dalam penelitian ini yakni dapat disusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi uraian teori-teori yang berkaitan dengan penelitian. Teori-teori tersebut yaitu teori persepsi, konsumen muslim, dan label halal skincare.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian ini berisi jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, uji keabsahan data, dan kerangka pemikiran.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas secara umum objek penelitian, deskripsi hasil penelitian, serta analisis hasil penelitian dengan teori yang berkaitan agar sesuai dengan rumusan masalah yang dibuat.

BAB V : PENUTUP

Pada bab penutup ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang menjawab rumusan masalah yang dibuat serta saran-saran dari peneliti.