

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Moderenisasi telah membawa banyak perubahan dalam kehidupan manusia, salah satunya mengenai kebutuhan manusia. Kebutuhan manusia dapat diartikan sebagai perasaan akan pemuasan hasrat manusia yang disadari atau tidak atas dasar tertentu, salah satunya dalam hal berpenampilan. Memiliki penampilan yang cantik saat berada di publik akan memberikan rasa percaya diri bagi seseorang. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya perawatan penampilan dan kesehatan kulit menciptakan peluang besar dalam industri kosmetik, mengingat skincare juga merupakan bagian dari sektor ini. Di Indonesia, jumlah perusahaan kosmetik tumbuh sebesar 21,9% dari 913 pada tahun 2022 menjadi 1.010 perusahaan pada pertengahan tahun 2023.¹

Industri kosmetik kini berlomba-lomba dalam membuat inovasi untuk produknya guna memenuhi kebutuhan konsumen. Semakin banyaknya perusahaan *skincare* yang beredar di Indonesia membuat persaingan bisnis yang ketat pada Industri kosmetik. Salah satunya ialah dengan memberikan informasi mengenai kehalalan produk dengan memberi label halal pada produk *skincare* yang akan dipasarkan. Pemberian label halal pada produk menjadi suatu hal yang sangat penting sebagai jaminan kehalalan produk yang

¹ “Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia,” accessed June 30, 2024, <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy>.

beredar khususnya di Indonesia. Literasi halal adalah elemen fundamental dalam penyelenggaraan sertifikasi produk halal, yang memungkinkan konsumen untuk lebih cermat dalam mengonsumsi suatu produk. Menurut Muhammad Aqil Irham, literasi halal merupakan kunci penting bagi kemajuan ekosistem halal karena keduanya saling terkait dengan erat. Dengan tingkat literasi halal yang tinggi, ekosistem halal dapat dibangun dengan lebih kuat dan efektif.²

Table 1.1 Data jumlah penduduk Indonesia berdasarkan agama

Agama	<u>Jumlah/Total</u>	<u>Persentase</u>
Islam	241.699.189	87,02%
Kristen	20.647.769	7,73%
<u>Katolik</u>	8.501.472	3,06%
Hindu	4.692.548	1,69%
<u>Budha</u>	2.016.564	0,73%
<u>Kepercayaan Lain</u>	117.412	0,04%
<u>Konghucu</u>	74.899	0,03%
Total	277.749.853	100%

Sumber: Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri)

Data yang ada menunjukkan bahwa agama yang dianut oleh mayoritas masyarakat Indonesia merupakan agama islam. Sama halnya dengan penduduk muslim di Jakarta Utara yang berjumlah 1.439.170 jiwa atau 77,3%

² “BPJPH Raih Penghargaan Pemanfaatan Data Indeks Literasi Halal | Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal,” accessed July 2, 2024, <https://bpjph.halal.go.id/detail/bpjph-raih-penghargaan-pemanfaatan-data-indeks-literasi-halal>.

dari keseluruhan jumlah jiwa penduduk di Jakarta Utara.³ Dengan jumlah penduduk islam dengan jumlah yang besar, maka perlu adanya kesadaran bagi setiap masyarakat untuk mengenali serta mengonsumsi produk-produk yang halal. Literasi halal memungkinkan seseorang untuk memastikan bahwa produk yang mereka beli atau konsumsi memenuhi standar kesehatan dan aman secara *financial*.⁴ Dalam hukum islam, perkara ahalal dan haram adalah persoalan yang sangat penting. Konsep halal sendiri sudah dikenal dan banyak diterapkan dalam setiap kehidupan masyarakat Indonesia, khususnya umat muslim. Istilah "halal" merujuk kepada segala sesuatu yang merupakan pilihan yang baik dan higienis untuk dikonsumsi manusia, sesuai dengan ketentuan dan prinsip-prinsip dalam syariat Islam.. Dalam pandangan seorang Muslim, memastikan kehalalan produk yang dikonsumsi sangatlah penting, seperti yang diajarkan dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 168.⁵

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

“wahai manusia! Makanlah yang halal lagi baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu” (QS. Al-Baqarah:168).

Berdasarkan ayat tersebut, umat muslim diharuskan untuk mengonsumsi segala sesuatu yang halal. Kata “makanlah” tidak hanya bermakna makan pada umumnya, tetapi juga dalam artian menggunakan

³ “BPS Provinsi DKI Jakarta,” accessed December 1, 2023, <https://jakarta.bps.go.id/indicator/12/844/1/jumlah-penduduk-menurut-agama-dan-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta.html>.

⁴ Sylvia Ira Dwi Novitasari and Khusnul Fikriyah, “Pengaruh Literasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal Mahasiswa Ekonomi Islam Se Jawa Timur,” *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 7, no. 01 (March 30, 2023): 175, accessed July 6, 2024, <https://www.jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/ad/article/view/3963>.

⁵ “Surat Al-Baqarah Ayat 168: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online,” accessed July 5, 2024, <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/168>.

segala sesuatu yang halal salah satunya ialah dalam menggunakan *skincare* mengingat *skincare* merupakan produk perawatan kulit yang kandungannya menyerap ke dalam kulit kita. *Skincare* yang tidak halal berarti dalam proses pembuatan produk tersebut terdapat bahan-bahan yang diharamkan dalam Islam.

Label halal yang ada pada kemasan suatu produk *skincare* tersebut akan memudahkan konsumen dalam pemilihan *skincare* yang aman untuk digunakan. Dengan adanya label halal ini, maka kedua belah pihak baik produsen maupun konsumen akan mendapatkan keuntungan. produsen akan terhindar dari tuntutan konsumen dalam memproduksi produk dan konsumen dapat mengonsumsi produk tersebut dengan hati tenang tanpa ada keraguan. Namun, semakin banyaknya produk *skincare* yang beredar di Indonesia, terdapat juga produk *skincare* yang belum memiliki label halal. Termasuk juga di Jakarta Utara, terdapat banyak kasus beredarnya kosmetik ilegal salah satunya dengan digerebek-nya pabrik kosmetik ilegal yang memproduksi *skincare* di daerah PIK Jakarta Utara oleh BPOM. Produk *skincare* yang diproduksi oleh pabrik ilegal ini kemudian dibeli dan dipasarkan oleh dokter dan klinik kecantikan yang kemudian mereka beri label sendiri.⁶ Produk *skincare* ilegal ini tentunya akan sangat berbahaya jika dikonsumsi oleh masyarakat. Efek samping yang akan timbul dari penggunaan produk ilegal akan berdampak jangka panjang pada penggunaanya.

⁶ Averus Kautsar, "Pabrik Kosmetik Ilegal PIK Digerebek BPOM, Pelanggannya Klinik dan Dokter," *detikHealth*, accessed December 3, 2023, <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-6622920/pabrik-kosmetik-ilegal-pik-digerebek-bpom-pelanggannya-klinik-dan-dokter>.

Somethinc merupakan salah satu brand lokal dari Indonesia yang memproduksi skincare, make up, hingga *tools* kecantikan yang didirikan pada tahun 2019 oleh Irene Ursula. Nama “Somethinc” sendiri berawal dari komitmen para tim dan founder dalam mengatasi setiap masalah untuk memberikan sesuatu untuk konsumen atau dapat diibaratkan “*So, we will always Somethinc from you.*”⁷ Somethinc memiliki lebih dari 100 produk kecantikan dan perawatan kulit yang semuanya sudah lulus uji BPOM dan juga sudah berlabel halal.⁸

Sejak pertama kali diluncurkan pada tahun 2019, Somethinc telah berkembang pesat dan menjadi pilihan utama masyarakat dalam perawatan kulit wajah. Pada kuartal II tahun 2022, Somethinc mencatatkan prestasi sebagai brand perawatan kulit dengan penjualan tertinggi di E-commerce, mencapai Rp53,2 miliar.⁹



Gambar 1.1 Penjualan Skincare di Indonesia

⁷ “Bincang Karier dengan Irene Ursula, Sosok di Balik Brand Kecantikan Somethinc,” *kumparan*, accessed December 3, 2023, <https://kumparan.com/kumparanwoman/bincang-karier-dengan-irene-ursula-sosok-di-balik-brand-kecantikan-somethinc-1xgWY9kmA6Z>.

⁸ “FAQ - SOMETHINC | Official Website SOMETHINC,” accessed December 3, 2023, <https://somethinc.com/id/faq/index>.

⁹ “10 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce - Kompas,” November 1, 2022, accessed July 5, 2024, <https://kompas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>.

Sumber: Kompas.co.id “Top 5 Brand Perawatan Wajah di E-Commerce Indonesia dengan Penjualan di atas Rp10 Miliar”

Konsumen melakukan pembelian suatu produk melalui banyak pertimbangan, salah satunya adalah mempertimbangkan kualitas produk. Kualitas produk adalah faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen berdasarkan pengalaman aktual mereka dengan produk atau layanan, yang diukur terhadap harapan dan kebutuhan mereka. Kualitas produk mencerminkan keseluruhan karakteristik yang muncul dari kegiatan pemasaran.¹⁰

Kualitas produk adalah aspek yang dipertimbangkan kepada pasar agar dapat diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi oleh konsumen, dengan harapan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.¹¹ Kualitas produk akan sangat berhubungan dengan harga produk tersebut. Semakin tinggi kualitas suatu produk, maka konsumen bersedia untuk membayar harga premium terhadap produk tersebut.¹²

Selain kualitas, harga merupakan elemen penting dari sebuah produk yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dengan seksama. Perusahaan harus memikirkan dan merencanakan harga produk mereka dengan cermat dan mendalam. Penentuan harga produk adalah suatu hal mendasar yang amat

¹⁰ Tamara Citra and Suryono Budi Santoso, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang),” *Diponegoro Journal of Management* 5, no. 2 (2016): 68.

¹¹ Gary Armstrong, *Marketing: An Introduction* (Pearson education, 2009), 253.

¹² Joko Susanto, Indita Dewi Aryani, and Beta Asteria, “ANALISIS FAKTOR KESEDIAAN UNTUK MEMBAYAR HARGA PREMIUM PADA NESTLE PURE LIFE DI KOTA YOGYAKARTA” (n.d.): 500, accessed July 4, 2024, <http://eprint.stieww.ac.id/1870/>.

penting, harga produk merupakan salah satu faktor yang juga sangat penting karena akan mempengaruhi ekspektasi konsumen, semakin mahal atau tinggi harga dari produk tersebut, maka semakin tinggi juga *value* yang diharapkan konsumen.¹³ Apabila harga yang dipasarkan terlalu mahal, maka akan merugikan konsumen jika tidak sesuai dengan produk, dan apabila harga yang dipasarkan terlalu murah, maka akan merugikan perusahaan. Karena sejatinya konsumen akan mengharapkan uang yang dikeluarkan sesuai dengan apa yang akan didapat dengan kualitas yang baik saat membeli suatu produk.

Saat membeli produk *skincare* Somethinc ini, konsumen akan mencari informasi produk tersebut, entah melalui *website* ataupun melalui sosial media. Konsumen akan mencari tahu apakah kualitas produk Somethinc ini terbaik menurut mereka dan apakah harga yang dipasarkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang diberikan perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana literasi halal, label halal, kualitas produk, dan harga produk mempengaruhi keputusan pembelian *skincare* Somethinc. Penelitian ini melakukan survey di Jakarta Utara sebagai tempat penelitian dengan generasi Z sebagai populasi untuk pengambilan sampel. Generasi Z saat ini sudah lebih melek akan kesehatan kulit mereka, kemudahan informasi yang didapat saat ini membuat generasi Z sadar akan pentingnya menggunakan *skincare* untuk kesehatan kulit wajah mereka kedepannya.

¹³ Yuzakky Amrulloh and Dahruji, "Pengaruh Harga, Label Halal, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Bakso Aci Taubat Food," *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* 7, no. 2 (2023): 683.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul: **Pengaruh Literasi Halal, Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc Dimediasi oleh *Willingness to Pay Premium Price*.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang yang telah disajikan, masalah yang teridentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Literasi halal konsumen yang masih terbatas.
2. Keberadaan produk skincare tanpa label halal.
3. Kualitas produk yang tidak konsisten.
4. Harga produk yang tidak sesuai dengan kualitas.
5. Ketidakpastian informasi pada produk skincare.

C. Batasan Masalah

Untuk memastikan penelitian ini tetap fokus dan tidak menyimpang dari topik yang sudah ditentukan, penulis membatasi masalah pada pengaruh literasi halal, label halal, kualitas produk, dan harga produk terhadap keputusan pembelian Skincare Somethinc.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta identifikasi masalah yang telah diuraikan, pokok permasalahan yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian Skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara?
2. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian Skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara?
4. Apakah harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara?
5. Apakah *willingness to pay premium price* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara?
6. Apakah literasi halal berpengaruh terhadap *willingness to pay premium price* Skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara?
7. Apakah label halal berpengaruh terhadap *willingness to pay premium price* Skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara?
8. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap *willingness to pay premium price* Skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara?
9. Apakah harga produk berpengaruh terhadap *willingness to pay premium price* Skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara?
10. Apakah literasi halal, label halal, kualitas produk, dan harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara dimediasi oleh *willingness to pay premium price*?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi:

1. Pengaruh literasi halal terhadap keputusan pembelian Skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara.
2. Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara.
3. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara.
4. Pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian Skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara.
5. Pengaruh *willingness to pay premium price* terhadap keputusan pembelian produk Skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara.
6. Pengaruh literasi halal terhadap *willingness to pay premium price* Skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara.
7. Pengaruh label halal terhadap *willingness to pay premium price* Skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara.
8. Pengaruh kualitas produk terhadap *willingness to pay premium price* Skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara.
9. Pengaruh harga produk terhadap *willingness to pay premium price* Skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara.

10. Pengaruh literasi halal, label halal, kualitas produk, dan harga produk terhadap keputusan pembelian skincare Somethinc pada Gen Z di Jakarta Utara dimediasi oleh *willingness to pay premium price*.

F. Manfaat Penelitian

Dari peneitian ini, diharapkan dapat diperoleh berbagai kegunaan dan manfaat, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi pengaruh literasi halal, label halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian Skincare Somethinc pada konsumen muslim Gen Z di Jakarta Utara.

2. Manfaat Praktis

2.1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti dalam memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai topik yang sedang diteliti dan sekaligus meningkatkan pengalaman mereka dalam melakukan penelitian.

2.2. Bagi Universitas Trunojoyo Madura

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dan signifikan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam Ekonomi Islam serta menjadi referensi dan sumber bacaan yang berguna bagi mahasiswa.

2.3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai rujukan dan sumber informasi yang berguna bagi peneliti berikutnya dalam usaha untuk mengembangkan dan menyempurnakan teori-teori yang sudah ada.