

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan modern menawarkan kemudahan dan kepraktisan untuk menunjang penampilan, salah satunya adalah pemakaian produk perawatan atau kosmetik. Kosmetik saat ini telah menjadi kebutuhan utama bagi sebagian kaum wanita untuk mendukung popularitasnya karena bagi wanita kecantikan adalah aset yang harus dijaga agar tetap menarik dipandang. Kosmetik merupakan produk yang unik karena selain memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan, seringkali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial di mata masyarakat. Seiring perkembangan zaman kosmetik telah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian kaum wanita.

Setelah mencatat pertumbuhan tujuh persen sepanjang 2019, Kementerian Perindustrian menargetkan pertumbuhan industri kosmetik di atas sembilan persen tahun ini. Pertumbuhan tersebut bertumpu pada perluasan ragam jenis kosmetik serta personal care. "Produk halal mempunyai peran meningkatkan pasar dalam negeri dan ekspor," (kemenperin.go.id)

Pertumbuhan industri kecantikan didorong antara lain oleh kontribusi tiga kategori besar, yaitu tata rias sekitar 10%; perawatan rambut sekitar 37%; dan perawatan kulit sekitar 32%. Dari seluruh jalur distribusi di pasaran, 87% masih didorong oleh jalur ritel berskala massa seperti minimarket, supermarket, hypermarket, toko khusus perawatan pribadi, dan ritel modern (kemenperin.go.id)

Pada sepuluh tahun terakhir ini, terjadi peningkatan perkembangan gaya hidup yang berorientasi modern dan islami di Indonesia. Perkembangan gaya hidup berorientasi modern dan mengacu pada nilai-nilai Islam tersebut dapat dilihat dari beberapa fenomena seperti masyarakat semakin kritis dalam menilai kehalalan produk yang akan dikonsumsi, berkembangnya lembaga keuangan berbasis syariah, pertumbuhan budaya bernuansa Islam, berkembangnya pemakaian busana hijab, munculnya hotel syariah, peningkatan frekuensi kunjungan ibadah haji dan umrah, pertumbuhan industri kosmetik halal dan meningkatnya kewirausahaan muslim (Yuswohady, 2015:10). Konsumen lebih selektif dan teliti dalam melakukan pembelian produk yang akan digunakannya. Berbagai produk halal yang beredar yang banyak digunakan konsumen, salah satunya adalah kosmetik.

Berbagai produk halal yang beredar yang banyak digunakan konsumen, salah satunya adalah kosmetik. Kosmetik halal merupakan produk yang digunakan untuk membersihkan, menambah daya tarik, melindungi, memperbaiki bagian luar tubuh dan tidak termasuk dalam golongan obat yang tidak mengandung bahan yang diharamkan. Kehalalan kosmetik di Indonesia, diuji oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia atau yang disebut LPPOM MUI. Kosmetik yang telah lulus uji kehalalannya akan mendapat sertifikat kehalalan dan diizinkan mencantumkan label halal di produknya. Kosmetik berlabel halal memberi keuntungan bagi berbagai pihak. Bagi produsen yang memproduksi dan konsumen yang mengkonsumsi produk tersebut. Label halal melindungi produsen dari tuntutan

adanya bahan dan proses yang tidak halal pada produk tersebut, melindungi konsumen dari keraguan atas produk tersebut dan memberi nilai tambah rasa aman dan kepastian kehalalan produk tersebut (www.pom.go.id).

Dalam Al-qur'an telah dijelaskan bahwa Allah SWT. telah melarang perilaku boros dan berlebihan. Allah SWT. telah berfirman:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

“Hai anak adam, pakailah-pakaianmu yang indah disetiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (Q.S Al-A'raf (7): 31)

Dari ayat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam membelanjakan harta dilarang boros, berlebihan, serta tidak boleh kikir. Boros dan berlebihan dapat mengarah pada Keputusan Pembelian sehingga Islam mengajarkan kepada hamba-Nya dalam membelanjakan harta seharusnya berada pada kondisi normal, dengan kata lain tidak berperilaku boros, tidak berlebihan dan tidak pula kikir.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai:

“Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Emina Serta Tinjauannya Menurut Sudut Pandang Islam”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan sebelumnya, dapat dikatakan bahwa Gaya Hidup, Label Halal dan Harga, dapat memberikan dampak

positif maupun negatif terhadap Keputusan Pembelian, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Emina?
2. Bagaimana Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Emina?
3. Bagaimana Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Emina?
4. Bagaimana Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina?
5. Bagaimana pandangan Islam mengenai Gaya Hidup, Label Halal, Harga dan Keputusan Pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Emina.
2. Untuk mengetahui pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Emina.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Emina.
4. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina.

5. Untuk mengetahui tinjauan Islam terhadap Gaya Hidup, Label Halal, Harga dan Keputusan Pembelian dari sudut pandang islam pada Produk Kosmetik Emina.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini agar dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi sumber ilmu bagi perpustakaan Universitas YARSI serta memberikan referensi bagi seluruh mahasiswa dan kalangan akademisi yang akan mempelajari masalah yang berhubungan dengan manajemen pemasaran. Serta sebagai suatu hasil karya yang dapat dijadikan sebagai bahan wacana dan pustaka bagi mahasiswa atau kalangan akademisi yang memiliki ketertarikan meneliti dibidang yang sama.

2. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan bagi para pembaca mengenai Gaya Hidup, Label Halal, Harga dan Keputusan Pembelian. Mengingat pentingnya peran pembaca dalam membentuk keputusan pembelian.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan salah satu bukti bahwa penulis telah dapat menerapkan ilmu-ilmu berupa teori yang telah penulis dapatkan selama menempuh pendidikan kuliah ke dalam praktik sekaligus sebagai ajang menggali tambahan pengetahuan di lapangan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.