

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan gaya hidup dan pola hidup sebagian masyarakat telah berubah hal ini dikarenakan perkembangan ilmu dan teknologi yang semakin pesat, sehingga berakibat pada sektor pendidikan, sektor ekonomi dan budaya juga ikut berpengaruh. Namun demikian, gaya hidup tidak cepat berubah sehingga pada kurun waktu tertentu gaya hidup relatif permanen. Salah satu yang menjadi pendorong diri pribadi yang paling mendasar adalah gaya hidup yang dipengaruhi oleh arus globalisasi. Arus globalisasi dan ilmu pengetahuan mempengaruhi cara pandang seorang konsumen terhadap pemilihan produk atau jasa yang digunakan.

Manusia memiliki banyak kebutuhan untuk menjaga keberlangsungan hidupnya. Kebutuhan manusia dapat diartikan sebagai suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan atas dasar tertentu. Dalam memenuhi kebutuhan utama atau kebutuhan primer manusia membutuhkan sandang, pangan, dan papan untuk hidup, tetapi lain halnya dengan masyarakat ekonomi menengah keatas yang juga mementingkan kebutuhan tersier dalam kegiatan sehari-hari mereka, dimana mereka selalu menjaga penampilan mereka dalam berinteraksi dengan masyarakat.

Keadaan dan kodrat manusia menjadikan setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda. Kebutuhan anak-anak berbeda dengan kebutuhan orang tua dan kebutuhan perempuan berbeda dengan kebutuhan laki-laki. Bagi perempuan penampilan itu telah menjadi hal yang sangat penting, karena

perempuan selalu ingin tampil cantik di depan orang lain. Kebutuhan perempuan untuk tampil cantik seperti yang diinginkan menciptakan potensi pasar yang sangat besar bagi industri kosmetik. Hal ini membawa dampak besar bagi perubahan gaya hidup.¹

Konsep gaya hidup konsumen berbeda dengan kepribadian, karena gaya hidup berkaitan dengan bagaimana seseorang itu hidup, cara mereka menggunakan uang nya dan bagaimana mengalokasikan waktu mereka. Gaya hidup yang modern ini mempengaruhi perilaku seseorang, begitu pula terhadap perilaku pembeliannya. Karena ketertarikan pada barang atau jasa tersebut, membuat konsumen membeli secara spontan atau tidak direncanakan untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam islam perlu adanya suatu perencana dalam hidup agar memperoleh kehidupan yang baik, teratur didunia dan akhirat. Sebagaimana Allah berfirman dalam QS Al-Hasyr ayat 18:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا تَنْهَرُونَ نَفْسٌ مَا قَدَّمْتُ لِيَعْدُ وَإِنَّمَا يَنْهَا اللَّهُ عَنِ الْمُحْسِنِينَ اللَّهُ خَيْرٌ لِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan” (QS Al-Hasyr ayat 18)².

Kebutuhan adalah suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan dasar tertentu.³ Dalam konsep islam tidak semua hasrat dijadikan sebagai suatu kebutuhan, tetapi hanya hasrat yang mengandung mashalahat. Kemaslahatan

¹ Ayuni, Pudjo Suharso, and Sukidin, ‘Perubahan Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Kota Situbondo (Studi Kasus: Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Angkatan 2014 Dalam Menggunakan Kosmetik Branded)’, JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial, 13.1 (2019), hlm. 58.

² Q.S Al-Hasyr ayat 18 diakses melalui <https://quran.nu.or.id/al-hasyr/18>

³ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran edisi tiga belas jilid 1, (Gelora Aksara Pratama, 2008), hlm. 12.

dalam aktivitas ekonomi pada pembelian suatu produk akan mendatangkan manfaat dan berkah, bukan hanya kepuasaan sesaat. Islam tidak melarang untuk berbelanja tetapi Islam mengajarkan untuk bersifat sederhana. Islam juga tidak menganjurkan untuk berlebih-lebihan dan terkesan mewah-mewah karena dapat mendatangkan kerusakan dan kebinasaan.

Setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, terlebih untuk tampil menarik dengan menggunakan varian kosmetik. Disadari atau tidak, dalam sehari-hari kehidupan wanita tidak terlepas dari kosmetik, produk perawatan tubuh ini digunakan bagi sebagian besar wanita mulai dari bangun tidur sampai menjelang tidur. Kosmetik merupakan salah satu produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan keinginan konsumen, agar lebih cantik dan menarik.⁴

Inovasi produk kosmetik dilakukan oleh produsen untuk memperoleh kepercayaan konsumen terhadap produk seiring banyak beredarnya kosmetik palsu dipasaran. Dalam memenuhi kebutuhannya, seseorang akan memilih produk yang dapat memberikan kepuasaan tertinggi. Banyak cara dilakukan dalam upaya pemilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan. Salah satunya dengan mencari informasi yang terdapat pada atribut produk. Atribut produk menjadi unsur-unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian.⁵

Atribut yang dimaksud sebagai media informasi konsumen untuk memperoleh kepercayaan terhadap produk secara lahir dan batin adalah label

⁴ Firda Octaviana, "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah", *Jurnal Management Fakultas Ekonomi* (Jember: Universitas Muhammadiyah)

⁵ F. Ginting, Manajemen Pemasaran, (Bandung: YRAMA WIDYA, 2011), hlm. 95.

halal.⁶ Dikarenakan penduduk Indonesia mayoritas menganut agama Islam dengan populasi kaum muslimin, maka dari itu kepastian tentang kehalalan produk merupakan hal yang penting untuk diperhatikan. Hal ini karena umat muslim dilarang mengkonsumsi produk-produk yang mengandung bahan-bahan yang tidak halal.

Konsep halal dalam kehidupan masyarakat Indonesia telah banyak dikenal dan diterapkan khususnya umat Islam. Halal diperuntukkan bagi segala sesuatu yang baik dan bersih dimakan atau dikonsumsi oleh manusia sesuai menurut syariat Islam. Lawan halal adalah haram yang berarti “tidak dibenarkan atau dilarang” menurut syariat Islam. Allah telah menegaskan dalam QS An-Nahl ayat 114:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمُ اللَّهُ حَلَالٌ طَيِّبٌ وَأَشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيمَانًا تَعْبُدُونَ

Artinya : “Makanlah sebagian apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai (rezeki) yang halal lagi baik dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya menyembah kepada-Nya” (QS An-Nahl ayat 114)⁷.

Dalam ayat di atas Allah telah memerintahkan kepada manusia untuk hanya memakan (mengkonsumsi) makanan halal. Jika diterapkan dalam konteks sekarang, ayat tersebut berlaku tidak terbatas hanya pada makanan, tetapi juga pada produk-produk lain yang bisa dikonsumsi manusia, termasuk kosmetik.

Produk kosmetik menjadi salah satu produk yang sangat penting terutama bagi perempuan, baik remaja, dewasa dan juga bahkan yang sudah tua. Pentingnya produk kosmetik bagi perempuan tersebut dijadikan sebagai suatu pangsa pasar yang menjanjikan, sehingga bermunculan berbagai merk kosmetik

⁶ Ibid., hlm. 66.

⁷ Q.S An-Nahl ayat 114 diakses melalui <https://quran.nu.or.id/an-nahl/114>

di Indonesia. Selain sebagai market keberadaan kosmetik juga sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian perempuan yang ada di Indonesia, sehingga dengan haya hidup tersebut banyak diantara perempuan yang dusah tidak lagi memperhatikan apakah kosmetik yang dipakainya berlabel halal atau tidak.

Di indonesia sudah mencatatkan beberapa merek kosmetik lokal yang saat ini sedang diminati konsumen dan bisa diperoleh dengan mudah dipasaran yaitu, Sariayu, Wardah, Emina dan lain-lain. Kosmetik yang dipasarkan menggunakan bahan-bahan yang ringan dan aman bagi kulit. Berbagai macam kosmetik merek lokal ini telah disesuaikan dengan kebutuhan kulit kaum remaja. Bertambahnya peminat kosmetik merek lokal dikalangan anak muda saat ini memberikan dampak yang positif terhadap industri kosmetik dalam negeri.

Seorang muslim harus lebih selektif dalam memilih produk kosmetik yang diperlukan. Selain untuk menjaga keamanan penggunaan kosmetik saat dipakai, mengetahui kehalalan produk tersebut juga penting untuk menjadi bahan pertimbangan saat ingin menggunakannya. Konsumen kosmetik Indonesia yang mayoritas beragama Islam patut waspada dengan berbagai produk kecantikan dan perawatan kulit yang tak memiliki label halal. Label halal menjadi penanda bahwa produk kosmetik sudah memiliki sertifikat halal, yang berarti boleh digunakan oleh seorang Muslim sesuai fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI).⁸

⁸ Puput Tripeni Juniman, Mengenal Ketentuan Kosmetik Berlabel Halal Dari LPPOM MUI, <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180329232035-277-287005/mengenal-ketentuan-kosmetik-berlabel-halal-dari-lppom-mui> (Diakses pada tanggal 9 November 2023, pukul 10.00 WIB).

Tidak salah dengan apa yang mereka katakan, karena dalam agama kita tidak di larang menggunakan kosmetik, namaun ada aturan juga yang haris di perkatilan yakni penggunaan kosmetik yang berlebel halal. Sebab sebagai umat islam kita sudah diajarkan oleh Al-Quran mengenai mengkonsumsi sesuatu yang halal dan baik (*halalan tayyiba*).

Berdasarkan hal tersebut maka untuk memenuhi rasa penasaran peneliti, pada penelitian awal yang dilakukan kepada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi yang pernah membeli produk kosmetik, 12 dari 20 mahasiswi ketika membeli produk kosmetik tidak menerapkan label halal, dengan perolehan sebagai berikut.

Tabel 1. 1 Pra Survei Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik pada Mahasiswa FAI Universitas Siliwangi

No	Pernyataan	(SS)	(S)	(C)	(TS)	(STS)	Skor Tercapai	Persentase (%)
1.	Kecocokan Mahasiswa FAI memutuskan untuk membeli produk kosmetik karena cocok dengan kondisi kulit mereka		16		4		72	72%

	Minat terhadap produk		12	8		52	52%
2.	Mahasiswa memiliki minat yang tinggi pada produk kosmetik yang berlabel halal						
3.	Keputusan menggunakan produk	12		8		64	64%
	Mahasiswa FAI memutuskan untuk menggunakan produk kosmetik tersebut yang berlabel halal						
	TOTAL					188	62.66%

Keterangan:

(SS) = Sangat Setuju Skor 5

(S) = Setuju Skor 4

(C) = Cukup Skor 3

(TS) = Tidak Setuju Skor 2

(STS) = Sangat Tidak Setuju Skor 1

Skor Tercapai = Jumlah Informan x Skor Pernyataan

Skor Maksimal = Jumlah informan (20) x Skor Tertinggi (5) = 100

Persentase == $\frac{\text{Skor Tercapai}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$

Berdasarkan prasurvei pada tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa terjadi pada sebagian mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi pada saat ke kampus yang tidak hanya berpakaian rapi saja tetapi juga memakai riasan wajah. Sebagian besar mahasiswi memutuskan membeli kosmetik itu didasarkan atas kecocokan dengan kulit. sementara itu keputusan menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal ada pada urutan kedua sedangkan minat untuk menggunakan kosmetik berlabel halal menempati urutan ketiga. Dengan demikian maka jelas bahwa keputusan mahasiswi dalam menggunakan produk kosmetik tidak didasarkan atas produk dengan label halal melainkan atas kecocokan.

Tentunya sebagai mahasiswa fakultas Agama Islam yang telah banyak memperoleh pengetahuan mengenai hal yang halal dan haram dalam berbagai mata kuliah yang ditempuh. Seharusnya lebih memperhatikan kehalalan suatu produk sebelum mengkonsumsi, dalam hal ini produk kosmetik. Karena meskipun kosmetik tersebut tidak dikonsumsi secara langsung, tetapi akan masuk kedalam tubuh, sehingga akan bertentangan dengan syariah islam jika konsumen menggunakan produk yang non halal (haram).⁹ Mahasiswi adalah komunitas kritis yang bila ditinjau dari sisi informasi yang mereka peroleh dan kemampuan mereka untuk mencerna informasi adalah komunitas yang bisa memilih milah produk produk yang mereka konsumsi berdasarkan infomasi yang mereka peroleh. Karena kehalalan akan menjadi penting dalam kajian pemasaran di Indonesia, namun, pada kebanyakan orang beranggapan bahwa halal hanya bisa dikaitkan dengan produk makanan atau minuman saja.

⁹ Hasil Observasi Sementara pada 5 November 2023

Menginjak era modern pada saat ini, ternyata banyak istilah yang mengaitkan dengan kata halal, seperti pariwisata, kosmetik, fashion dan lain sebagainya, sehingga lebih dikenal sebagai gaya hidup halal atau halal lifestyle.¹⁰

Penelitian ini dengan penelitian sebelumnya mempunyai persamaan dan perbedaannya dimana persamaan yaitu objek dari penelitian ini yaitu kaum perempuan sedangkan perbedaannya pada penelitian ini tidak berfokus dengan satu brand kosmetik melainkan semua brand kosmetik lokal maupun internasional dengan syarat bersertifikat halal.

Untuk itu penulis akan melakukan penelitian dengan menjadikan mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam sebagai subjek, karena mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah keseluruhannya beragama islam, dengan perkembangan industri kosmetik saat ini sudah sangat maju seiring berjalannya waktu dengan tuntutan perkembangan gaya hidup. penggunaan kosmetik di Indonesia tergolong berkembang pesat. Peneliti ingin mengetui bagaimana implementasi gaya hidup halal dalam pembelian produk kosmetik.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi. Judul dari penelitian ini adalah “**Analisis Implementasi Gaya Hidup Halal dalam Keputusan Pembelian Produk Kosmetik pada Mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi**”.

¹⁰ Novrita Dewi dan Darwanto, *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Dan Digital Selling Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, hlm. 3.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana implementasi gaya hidup halal dalam keputusan pembelian produk kosmetik pada mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi gaya hidup halal dalam keputusan pembelian produk kosmetik pada mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan Penelitian ini adalah :

a. Kegunaan bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai referensi kepada peneliti selanjutnya, atau pembaca khususnya mahasiswi Fakultas Agama Islam. bahan masukan bagi lembaga peneliti, perguruan tinggi maupun peneliti-peneliti selanjutnya.

b. Kegunaan bagi praktis

Penelitian ini diharapkan diharapkan dapat menjadi masukan untuk meningkatkan kualitas produk agar konsumen melakukan pembelian ulang dan menjadi sumber informasi dan pengetahuan bagi para pelaku bisnis kosmetik.

c. Kegunaan bagi Umum

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan kepada masyarakat dan pembaca untuk bisa mengetahui tentang Implementasi Gaya Hidup Halal dalam Keputusan Pembelian Produk Kosmetik pada Mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.