

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman sekarang kosmetik sudah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian besar wanita, hal ini terjadi karena sebagai bentuk penunjang penampilan yang mengharuskan untuk selalu berpenampilan dalam keadaan yang maksimal, entah sebagai tuntutan dari pekerjaan, kegiatan, maupun tuntutan dari diri sendiri untuk meningkatkan kepercayaan diri.

Laporan Global Islamic Economy, merepresentasikan Indonesia menjadi pasar industri halal terbesar di dunia dengan rasio pertumbuhan rata – rata meningkat hingga lima sampai enam persen pertahunnya. Indonesia menduduki peringkat 10 sampai 15 negara tertinggi dalam perkebangan ekonomi syariah. Peningkatan pasar industri hala di indonesia di dorong oleh beberapa sektor industri antara lain industri perbankan, industri makanan dan minuman, industri Fashion Muslim, industri kesehatan dan industri kosmetik (Global Islamic Economy Report,2018).

Inovasi dalam industri kosmetik saat ini adalah industri kosmetik halal yang di dorong oleh meningkatnya permintaan pasar yang tinggi. Permintaan pasar ini di karenakan masyarakat sudah mulai beralih dan menyadari pentingnya menggunakan produk kecantikan halal. Produk kecantikan halal dijadikan salah satu pilihan bagi pecinta kosmetik karena selain mempercantik kulit juga terbuat dari bahan yang aman untuk kulit, dan sesuai dengan syariat hukum islam (liputan6.com, 2019).

Industri kosmetik dituntut untuk mampu memenuhi tuntutan konsumen dengan terus berinovasi sehingga mampu memberikan pilihan produk yang banyak dan sesuai kebutuhan. Demam yang tinggi serta banyaknya karakteristik konsumen berbanding lurus dengan permintaan pasar sehingga produsen menggali berbagai cara untuk dapat memasarkan produk kosmetik agar tepat sasaran guna meraup hasil yang maksimal, padahal ini strategi segmentasi pasar dapat digunakan para pemasar untuk dapat memasarkan produknya agar lebih spesifik yang bertujuan untuk memudahkan dalam memahami selera konsumen sehingga produk yang dihasilkan nantinya dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Nasional memproyeksikan jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2020 yaitu sekitar 271 juta jiwa (bps.go.id). Mayoritas agama yang di anut di Indonesia adalah agama Islam yaitu sekitar 207.176.162 (87,18%) dari jumlah penduduk di Indonesia (Sensus penduduk,2010).

Mengingat sebagian besar jumlah penduduk di Indonesia beragama Islam, permintaan akan produk yang halal semakin banyak dan terus meningkat. Kondisi tersebut menjadi perhatian khusus oleh perusahaan – perusahaan untuk memproduksi halal product. Fenomena persaingan bisnis di era modern ini menuntut perusahaan menjawab berbagai tantangan pasar dengan cara memanfaatkan tantangan tersebut sebagai peluang bisnis yang akan bertahan dimasa yang akan datang serta mengikuti tren yang sedang diminati untuk sekarang dan masa depan. Salah satu tren global saat ini adalah bisnis syariah yaitu suatu produk atau jasa yang membrandingkan dirinya dengan sebutan halal (Nasrullah,2018).

Salah satu faktor yang menentukan berhasil dan tidaknya persaingan bisnis adalah harga. Harga yang terjangkau atau sesuai dengan kualitas dan kuantitas barang

yang ditawarkan akan menjadi pertimbangan penting bagi konsumen. Selain itu yaitu pilihan atau varian produk, semakin banyak pilihan yang tersedia, maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli sesuai dengan kebutuhan masing – masing. Kotler (2008:325) menyatakan bahwa harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dalam penetapan harga perusahaan harus memilih harga yang cocok untuk pangsa pasar yang dituju, karena bila terjadi kesalahan penetapan harga akan berakibat pada keberhasilan dari pemasaran produk tersebut.

Gambar 1.1 Faktor pertimbangan pembelian kosmetik



Produk kosmetik halal semakin populer seiring dengan banyaknya konsumen yang sudah mulai memperhatikan kehalalan sebuah produk. Sigma Reseach Indonesia melakukan survei kepada 1200 perempuan Indonesia dengan rentan usia 15 – 55 tahun. Dari survei tersebut menunjukkan bahwa terdapat beberapa factor yang menjadi pertimbangan Wanita dalam membeli kosmetik. Hasil survei dapat digambarkan seperti pada gambar di atas yang menunjukkan sebesar 58.3% aspek kehalalan produk menjadi pertimbangan pada saat membeli kosmetik. Namun formula yang cocok pada kulit menjadi pertimbangan tertinggi yakni sebesar 79.4%, artinya

konsumen masih belum terlalu memperhatikan label halal khususnya pada produk kosmetik.

Salah satu kosmetik halal yang sedang banyak digunakan oleh kaum hawa adalah merek Safi yang merupakan produk halal asal Malaysia. Safi sudah memiliki sertifikat halal dari Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Target pasar Safi di Indonesia adalah Wanita muslim yang mengikuti syariat hukum islam. Produk Safi dibuat dengan syariat Islam, setidaknya dalam perdagangan Islam sah sesuai dengan syarat dan rukunnya. Untuk mendapatkan sertifikat halal berarti suatu produk sudah melewati banyak tes dan uji coba mulai dari proses hingga kandungannya semua sesuai dengan syarat islam dengan cara yang baik, tidak merusak, tidak menyakiti serta aman untuk digunakan dan yang pasti dibuat dari bahan – bahan yang alami dan halal.

Safi mulai diluncurkan pada bulan maret 2018. Antusiasme masyarakat cukup baik sejak diluncurkannya produk safi. Penjualan safi sampai bulan juni 2018 telah mencapai index 481, atau lima kali lipat sejak diluncurkan pada kuartal I 2018. Prospek penjualan Safi masih akan terus meningkat dan menjadi produk pilihan wanita indonesia (lifestyle.bisnis.com).

Keamanan bahan pada kosmetik adalah hal penting bagi konsumen, karena hal itu memiliki dampak bagi tubuh penggunanya bila menggunakan bahan atau zat yang bukan seharusnya diperuntukkan sebagai zat kosmetik. Oleh karena itu, produksi kosmetik telah diatur oleh badan POM untuk memastikan produk- produk yang beredar di pasaran sesuai dengan syarat mutu yang ditetapkan.

Pengambilan keputusan pembelian konsumen menggambarkan kemampuan konsumen dalam mewujudkan dalam bentuk sikap untuk memilih atau membeli

barang berdasarkan pilihan alternatif yang ada, menurut K. and K. (2010), keputusan pembelian adalah sebagian dari proses pengambilan keputusan pembeli yang jauh lebih besar dimulai dengan mengenali kebutuhan hingga perilaku pasca pembelian. Pemilihan variabel tersebut karena dugaan peneliti bahwa faktor tersebut memiliki pengaruh pada keputusan pembelian.

Halal pada perkembangan zaman telah menjadi suatu gaya hidup masyarakat saat ini. Hal ini Peneliti untuk melihat bagaimana pengaruh dan tingkat keagamaan umat muslim dalam membeli produk serta faktor manakah yang paling besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, maka dari itu peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian judul ini karena di kota padang mayoritas muslim dengan adanya label halal maka konsumen Oleh karena itu peneliti mengadakan penelitian yang berjudul “ **Analisis Pengaruh Harga , Label Halal, dan Keamanan Bahan, pada produk Safi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (studi kasus konsumen safi dikota padang).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah yang dapat dikemukakan adalah :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen safi di Kota Padang ?
2. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen safi di Kota Padang?
3. Apakah keamanan bahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen safi di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang terdapat dilatar belakang masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada kosumen Safi di Kota Padang.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh keamanan bahan terhadap keputusan pembelian pada kosumen Safi di Kota Padang.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada kosumen Safi di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, Penelitian ini bermanfaat sebagai masukan dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan penjualan dan sebagai masukan untuk menganalisa pengaruh label halal, kemanan bahan dan harga terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan pemasaran pada umumnya dan perilaku konsumen khususnya. Selain itu semoga penelitian ini berguna untuk penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan pengaruh label harga, kemanan bahan dan harga terhadap keputusan pembelian.