

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri kosmetik belakangan ini memang menjadi magnet yang dilirik pengusaha karena potensinya cukup besar. Ketatnya persaingan bisnis industri kosmetik menuntut perusahaan untuk lebih mengetahui hak-hak konsumen, yaitu meningkatkan produk-produk kosmetik yang bermutu dan aman. Salah satu hak konsumen itu adalah adanya informasi label halal pada sebuah produk kosmetik.

Manusia memiliki banyak sekali kebutuhan. Kebutuhan adalah sebuah kondisi dimana kita merasa kekurangan atas suatu barang tertentu, dan ada sebuah dorongan untuk memenuhinya. Hal ini biasanya dikaitkan dengan barang-barang kebutuhan pokok, misalnya kebutuhan akan makan, minum, dan pakaian.¹

Kebutuhan wanita sedikit berbeda dibandingkan dengan laki-laki. Bagi wanita khususnya penampilan sangat penting, karena wanita selalu ingin tampil cantik di depan orang lain. Kebutuhan wanita untuk tampil cantik seperti yang diinginkannya menciptakan potensi pasar yang sangat besar. Dalam kehidupan sehari-hari tanpa disadari mulai bangun tidur sampai akan tidur kembali pada malam hari sebagian besar wanita memakai kosmetik. Tak ada satupun bagian tubuh wanita yang luput dari

¹ M. Taufik Amir, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005, hlm. 7

perhatian produsen alat kecantikan dan perawatan tubuh. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang memproduksi kosmetik berusaha memenuhi kebutuhan akan kosmetik dengan berbagai macam inovasi produk. Masing-masing perusahaan berusaha menjadi pemimpin dalam pasar kosmetik yang berarti produknya diterima dengan baik di pasar. Perusahaan yang produknya diterima dengan baik pasti akan mendapat keuntungan baik pula.

Dalam upaya pemenuhan kebutuhannya, seseorang akan memilih produk yang dapat memberikan kepuasan tertinggi. Secara khusus, faktor-faktor yang menciptakan kepuasan tertinggi bagi setiap orang akan berbeda, tetapi secara umum faktor seperti produk itu sendiri, harga dari produk dan cara untuk mendapatkan produk seringkali menjadi pertimbangan. Seorang konsumen yang rasional akan memilih produk dengan mutu baik, harga terjangkau atau lebih murah dan produk yang mudah didapat. Mutu produk yang diinginkan oleh konsumen menyangkut manfaatnya bagi pemenuhan kebutuhan dan keamanannya bagi diri konsumen, sehingga konsumen merasa tenang lahir dan batin dalam menggunakan produk tersebut.

Untuk memenuhi keinginan konsumen agar tenang lahir dan batin dalam mengonsumsi produk, perusahaan harus memberitahukan manfaat produk dan cara penggunaannya. Khusus untuk produk pangan, obat-obatan dan kosmetik, perusahaan harus mencantumkan keterangan-keterangan yang berhubungan dengan produk. Keterangan-keterangan

tersebut dapat berupa komposisi bahan campuran produk, masa berlaku produk, cara penggunaan produk dan keterangan bahwa produk telah diperiksa oleh Badan Pengawasan Pangan, Obat dan Kosmetik (BPPOM). Konsumen muslim khususnya membutuhkan keterangan bahwa produk tersebut halal untuk dikonsumsi. Keterangan halal pada produk berbentuk label halal yang disertifikasi oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LP POM MUI) yang bekerjasama dengan Departemen Kesehatan (Depkes) dan Departemen Agama (Depag).²

Tuntutan konsumen akan produk halal belakangan memang semakin besar. Diakui konsumen muslim saat ini makin kritis. Mereka tidak sekedar menuntut produk yang higienis dan terjamin kandungan gizinya, tetapi juga kehalalannya. Label halalpun menjadi kunci yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan membeli atau tidak suatu produk.³

Adanya label halal pada sebuah produk akan membantu kedua belah pihak, baik produsen yang memproduksi maupun konsumen yang mengkonsumsi. Kedua, adanya label halal melindungi pengusaha dari tuntutan konsumen dikemudian hari. Ketiga, melindungi konsumen dari keraguan dalam menggunakan produk. Keempat, dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Kelima, adanya label halal juga dapat memperkuat

² <http://repository.ipb.ac.id>, diakses tanggal 14 Oktober 2012

³ <http://www.republika.co.id>, diakses tanggal 3 Oktober 2012

dan meningkatkan *image* produk yang secara langsung maupun tidak mempengaruhi persepsi konsumen.

PT. Paragon Technology And Innovation (PTI) adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi kosmetika. Wardah adalah produk kosmetik dari PTI. Wardah adalah Merek kosmetik yang pertama kali mendapatkan sertifikasi halal dari LP POM MUI. Wardah adalah produk kosmetika halal sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Produk kosmetik Wardah ini mengantongi sertifikat halal dari MUI yang memberikan jaminan kebaikan produk. Dan bahan baku yang digunakan untuk produk kosmetik Wardah sangat aman dan halal tentunya sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

Mengingat kosmetik Wardah tergolong berkembang, maka dengan adanya persaingan yang ketat, mengharuskan pihak perusahaan kosmetik Wardah untuk selalu berorientasi pada konsep pemasaran dan strategi pemasaran yang tepat agar dapat merebut pasar atau konsumen sebanyak mungkin. Untuk itu diperlukan usaha salah satunya dengan melakukan kegiatan periklanan.

Periklanan merupakan alat persuasif atau alat untuk membujuk juga untuk mendapatkan pesan atau *image*. Periklanan adalah sebuah pesan yang disampaikan pada waktu tertentu dan disampaikan melalui beberapa media komunikasi massa. Periklanan adalah komunikasi persuasif, periklanan tidak netral, periklanan tidak bias, periklanan mengatakan. Dalam banyak hal, periklanan merupakan bentuk propaganda

yang paling jujur dan terus terang.⁴

Dengan demikian periklanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dapat digunakan untuk memberikan informasi, membujuk atau mempengaruhi, menciptakan kesan atau *image*, memuaskan keinginan, dan sebagai alat komunikasi.

Dengan adanya kegiatan periklanan diharapkan masyarakat mengenal produk-produk pada kosmetik Wardah dan kemudian berminat menjadi konsumen Wardah kosmetik yang pada akhirnya diharapkan terjadi peningkatan konsumen pada keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Promosi seperti kegiatan periklanan merupakan informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.⁵ Kegiatan periklanan dilakukan sebaik mungkin yaitu dengan direncanakan, diarahkan, dikendalikan dan dianggarkan sesuai dengan keadaan keuangan pada kosmetik Wardah. Kosmetik Wardah memperkenalkan produk-produknya kepada konsumen salah satunya dengan cara melakukan kegiatan periklanan.

Konsep dari iklan kosmetik Wardah sendiri lebih memiliki perbedaan yang sangat kontras dengan iklan produk kosmetik lainnya. Iklan yang disampaikan kosmetik Wardah mengusung nuansa Islami modern yang dipadu dengan nuansa harmonis sehingga terlihat semakin elegan. Tentu saja hal ini akan memberikan efek yang signifikan baik bagi

⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium 2*, Jakarta: Prenhallindo, 2002, hlm. 658

⁵ Radio sunu, *Manajemen Pemasaran, Suatu Pendekatan Analisis*, (Yogyakarta: BPFE, 1986), hlm.135.

mereka yang sudah menggunakan maupun yang belum pernah menggunakannya. Kosmetik Wardah akan menjadi *brand* kosmetik Islami yang mendapatkan tempat eksklusif di hati para konsumen sehingga tingkat penjualannya juga semakin meningkat.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Label Halal dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalahnya adalah:

- a. Apakah ada pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah?
- b. Apakah ada pengaruh periklanan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah?
- c. Apakah ada pengaruh antara label halal dan periklanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah?

1.3 Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Dari pokok masalah yang dirumuskan maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.
- b. Untuk mengetahui pengaruh periklanan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.
- c. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi label halal dan periklanan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat atau kegunaan bagi semua. Manfaat yang dapat diperoleh antara lain:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis dalam hal label halal dan periklanan suatu produk.

2. Bagi IAIN Walisongo

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur serta referensi yang dapat dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa yang akan meneliti permasalahan serupa.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan dan

referensi yang dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan label halal dan periklanan.

1.4 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini akan dibagi dalam lima bab dan diuraikan dalam beberapa sub bab, yaitu :

Bab I, menguraikan latar belakang penelitian pengaruh label halal dan periklanan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Diuraikan pula perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II, menguraikan tinjauan pustaka yang meliputi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis serta hipotesis.

Bab III, menguraikan metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini meliputi: jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran serta teknik analisis data.

Bab IV, menguraikan analisis data dan pembahasan yang meliputi penyajian data, analisis data dan pembahasan.

Bab V, merupakan penutup yang berisi kesimpulan yang dapat ditarik dari pembahasan dan saran-saran yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.