

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia telah ditanamkan di dalam dirinya suatu sifat saling membutuhkan antara satu dengan yang lainnya. Tidak ada seorangpun yang bisa menguasai seluruh apa yang diinginkan. Sedangkan untuk memenuhi kebutuhan yang lain manusia sangat memerlukan orang lain. Itulah sebabnya manusia sering dikenal makhluk sosial. Karena kebutuhan tersebut kemudian Allah menghalalkan kepada mereka untuk melakukan jual beli dan semua jenis perhubungan. Sehingga hidup manusia menjadi harmonis dan produktif. Bagi penganut Agama Islam, penekanan penggunaan produk halal sebenarnya telah melekat dalam ajaran Agama, Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Baqarah : 173¹

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ ۚ لَعَنَ اللَّهُ فَمَنْ
أَضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿١٧٣﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. tetapi Barangsiapa dalam Keadaan terpaksa (memakannya) sedang Dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah

¹ Muhammad Qasim Kamil, *Halal dan Haram Dalam Islam*, Depok : Mutiara Allamah Utama, 2014, h. 270.

Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” (QS. Al-Baqarah : 173)²

Kebutuhan adalah senilai dengan keinginan. Keinginan ditentukan oleh konsep kepuasan. Dalam perspektif Islam kebutuhan ditentukan oleh konsep *maslahah*. Pembahasan konsep kebutuhan dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari kajian perilaku konsumen dari kerangka *maqasid syari'ah* (tujuan syari'ah). Tujuan syariah harus dapat menentukan tujuan perilaku konsumen dalam Islam. Tujuan syaria'ah Islam adalah tercapainya kesejahteraan umat manusia (*maslahat-al 'ibad*). Oleh karena itu semua barang dan jasa yang dimiliki *maslahah* akan dikatakan menjadi kebutuhan manusia.³

Memasuki era Perdagangan Bebas Dunia, Indonesia, seperti halnya Negara-negara berkembang lain di dunia, dibanjiri segala jenis produk dari manca negara. Beberapa penelitian telah membuktikan bahwa ternyata konsumen sering dihadapkan pada penjualan atau peredaran produk makanan olahan yang mengandung bahan haram atau dapat mengganggu kesehatan konsumen. Melihat kasus-kasus besar yang berkaitan dengan kehalalan produk pangan telah terjadi di Indonesia dan telah merugikan banyak pihak, serta menimbulkan keresahan masyarakat.

² Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemah*, Bandung : CV. J-ART, 2005, h. 26.

³ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2002, h. 19.

Kasus pertama pada tahun 1980 sebuah penelitian dilakukan seorang ahli teknologi pangan dari Universitas Brawijaya Malang, Ir. Tri Susanto, M. App, yang menemukan adanya kandungan lemak babi dalam beberapa jenis atau produk makanan. Dari hasil penelitian tersebut terungkap sekitar 34 item produk makanan yang terbukti secara ilmiah memiliki kandungan lemak babi. Dalam perkembangan isu daftar produk yang mengandung lemak babi itu meluas menjadi ratusan item produk makanan, bahkan telah melebar kepada produk-produk yang sebenarnya tidak mengandung lemak haram tersebut, seperti produk pasta gigi, sabun mandi, sabun cuci dan lain sebagainya.⁴

Setelah heboh dengan kasus lemak babi pada tahun 1980 kasus kedua adalah haramnya MSG Ajinomoto yang sebelumnya telah dinyatakan halal, ini terjadi pada tahun 2000. Belajar dari kasus yang terjadi pada tahun 1980 dan tahun 2000 tersebut, Majelis Ulama Indonesia (MUI) berusaha berperan untuk menenteramkan umat Islam dalam masalah kehalalan produk dengan cara mendirikan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika (LPPOM MUI).⁵

Fenomena tersebut, maka MUI mengeluarkan Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia, dalam rapat Komisi bersama LP.POM

⁴ Thabieb Al-Asyhar, *Bahaya Makanan Haram Bagi Kesehatan Jasmani dan Kesucian Rohani*, Jakarta : PT Al-Mawardi Prima, 2003, h. 10.

⁵ Anton Apriyantono dan Nurbowo, *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal*, Jakarta: Khairul Bayaan, 2003, h. 24.

MUI, pada hari Rabu, tanggal 13 Muharram 1431 H/30 Desember 2009 M. Setelah menimbang dan menetapkan :

- a. bahwa makanan, minuman, obat-obatan, kosmetika, dan lain-lain yang akan dikonsumsi atau dipergunakan oleh umat Islam wajib diperhatikan dan diyakini kehalalan dan kesuciannya;
- b. bahwa produk makanan, minuman, obat-obatan, kosmetika dan lain-lain yang merupakan hasil olahan sering diragukan kehalalan atau kesuciannya;
- c. bahwa oleh karena itu, produk-produk olahan sebagaimana terlampir yang terhadapnya telah dilakukan pemeriksaan, penelitian, pembahasan, dan penilaian dalam rapat Komisi Fatwa bersama LP.POM MUI, Komisi Fatwa memandang perlu untuk menetapkan kehalalan dan kesuciannya untuk dijadikan pedoman oleh umat. Sebagaimana firman Allah dalam QS Al-Baqarah : 168:⁶

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu” (QS. Al-Baqarah : 168).⁷

⁶ Fatwa DSN MUI, *Keputusan Fatwa Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia Tentang Penetapan Produk Halal*, pada hari Rabu, tanggal 13 Muharram 1431 H/30 Desember 2009 M.

⁷ Agama RI, *Al-qur'an...*, h. 25.

Jaminan kehalalan suatu produk dapat diwujudkan diantaranya dalam bentuk sertifikat halal yang menyertai suatu produk, dengan sertifikat tersebut produsen dapat mencantumkan logo halal pada kemasannya. Masalahnya bagaimana menjamin bahwa sertifikat halal tersebut telah memenuhi kaidah syariah yang ditetapkan dalam penetapan kehalalan suatu produk pangan, dalam hal ini akan berkaitan dengan kompetensi lembaga yang mengeluarkan sertifikat halal. Penetapan kehalalan suatu produk dilakukan oleh suatu lembaga sertifikasi halal dimana lembaga sertifikasi halal ini memiliki komisi fatwa sendiri yang memenuhi persyaratan dan keanggotaan yang ditetapkan oleh MUI.⁸

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan landasan penting dan tujuan utama keberadaan organisasi bisnis di era modern. Organisasi bisnis perlu untuk mempelajari perilaku pelanggan dengan baik melalui komunikasi pelanggan yang profesional.⁹ Keberhasilan dalam mengimplementasikan strategi pemasaran akan tercermin pada kemampuan perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan pelanggan¹⁰.

Kunci untuk memahami perilaku konsumen dalam islam tidak terletak dengan hanya mengetahui hal-hal yang terlarang tetapi juga dengan menyadari konsep dinamik tentang sikap

⁸ Apriyantono dan Nurbowo, *Panduan...* h. 25.

⁹ Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi (mengembangkan bisnis berorientasi pelanggan)*, Bandung : Alfabeta, 2014, h. 65.

¹⁰ Tatik suryani, *Perilaku Konsumen di Era Internet (implikasi pada strategi pemasaran)*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013, h. 2.

moderat dalam konsumsi yang dituntun oleh perilaku yang mengutamakan kepentingan orang lain, yaitu seorang konsumen muslim. Larangan-larangan dalam Islam mengenai produk-produk makanan, minuman, obat-obatan, kosmetika dan lain-lain harus dipandang sebagai usaha untuk memperbaiki perilaku konsumen.¹¹

Produk kosmetik bukanlah sesuatu yang baru. Kosmetik telah dikenal sejak zaman dahulu dan merupakan unsur kebudayaan masyarakat sepanjang masa perkembangan manusia. Kosmetik tidak hanya merupakan kebutuhan sekunder, tetapi sudah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang terutama kaum wanita. Produsen kosmetik baik dalam dan luar negeri semakin menunjukkan agresivitasnya dalam melakukan promosi melalui berbagai media iklan. Produk kosmetik semakin sering ditayangkan dengan tingkat kreativitas tertentu yang mampu menarik perhatian calon konsumen, tetapi masalah kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa produk kosmetik tanpa label halal sangat mendominasi pasaran.¹²

Kosmetik adalah produk yang berinteraksi langsung dengan tubuh melalui kulit atau yang dikonsumsi langsung dalam bentuk obat. Produk bisa saja mengandung zat-zat bersifat najis dalam paradigma Agama Islam, salah satunya adalah bahan-bahan mentah yang terbuat dari binatang haram. Terdapat 1550 produk

¹¹ Muhammad Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta : PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997, h. 51.

¹² Rostamailis, *Penggunaan Kosmetik, Dasar Kecantikan dan Berbusana Yang Serasi*, Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2005, h. 3.

kecantikan sekarang, baru 21 yang disertifikasi halal. Dalam artian sekitar 1,79 % yang sudah disertifikasi sebagai kosmetik berlabel halal.

Melihat permasalahan yang ada sekarang swalayan Aneka Jaya Ngaliyan Semarang dari survey penelitian menjual produk kosmetik, ditemukan 23 produk kosmetik hanya 9 produk kosmetik yang berlabel halal. Mungkin dikarenakan masih dalam proses pengurusan sertifikasi halal resmi dari MUI dan masih dalam tahap pemeriksaan oleh tim auditor LPPOM MUI atau masih dalam perpanjangan sertifikasi halal.

Konsumen Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan Semarang mayoritas penduduknya Muslim dan dari kalangan mahasiswa UIN Walisongo, meskipun sebagian kecil ada yang beragama non muslim, namun kebanyakan konsumen yang muslim kurang memperhatikan dalam mengkonsumsi produk yang berlabelkan halal atau tidaknya karena masyarakat kurang memahami akan hukum-hukum yang ada dalam syariat Islam. Maka dari itu penelitian akan meneliti apakah konsumen dikalangan masyarakat Ngaliyan Semarang mempertimbangkan antara produk kosmetik yang berlabelkan halal dan tanpa label halal dengan menjauhinya dan lebih memilih membeli produk kosmetik lain yang sudah jelas tercantum label halal oleh fatwa MUI.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai dampak produk tanpa label halal dalam membuat keputusan pembelian. Berkenaan dengan hal

tersebut penulis memberikan judul pada penelitian ini tentang
“DAMPAK PRODUK TANPA LABEL HALAL DALAM MEMBUAT KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK (Studi pada Konsumen Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan Semarang)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas mengenai Bagaimana dampak produk tanpa label halal dalam membuat keputusan pembelian produk kosmetik, maka yang menjadi fokus pertanyaan pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana dampak produk kosmetik tanpa label halal pada keputusan pembelian produk kosmetik?
2. Faktor-faktor apa yang menjadi pertimbangan pada keputusan pembelian produk kosmetik?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui dampak produk kosmetik tanpa label halal pada keputusan pembelian produk kosmetik.
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi pertimbangan pada keputusan pembelian produk kosmetik.

2. Manfaat penelitian

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

- a. Secara ilmiah penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pemikiran dan informasi bagi semua pihak terutama masyarakat muslim dan juga sebagai evaluasi terhadap pelaksanaan produk label halal MUI di Kota Semarang sekaligus sebagai acuan dan masukan dalam membuat kebijakan yang akan datang.
- b. Secara praktis penelitian ini dapat dijadikan wawasan pengetahuan bagi penulis pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta dapat dijadikan sebagai acuan bagi para pelaku bisnis dalam penerapan hukum islam dan mengembangkan kualitas produk khususnya menyangkut makanan, minuman dan produk-produk kosmetik.
- c. Sebagai bahan informasi untuk penelitian lebih lanjut .

D. Tinjauan Pustaka

Dalam studi literatur ini, penulis mencantumkan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh pihak lain sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang dibuat oleh penulis.

1. Jurnal yang ditulis oleh Basrah Saidani dan Samsul Arifin 2012 (Jurnal) Universitas Islam Negeri Jakarta dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat Beli pada Ranch**

Market¹³. Hasil analisis deskriptif menunjukkan a) dimensi kinerja adalah yang paling dominan dalam variabel kualitas produk, b) dimensi Responsiveness adalah dimensi yang paling dominan dalam variabel kualitas Pelayanan, c) atribut yang berhubungan dengan layanan adalah dimensi yang paling dominan dalam variabel kepuasan pelanggan d) transaksional adalah dimensi yang paling dominan dalam variabel niat pembelian kembali. Hasil pengujian hipotesis adalah 1) kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan minat pembelian kembali, 2) kualitas produk dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan, 3) kualitas produk dan kualitas layanan mempengaruhi niat pembelian kembali.

2. Skripsi yang ditulis Erna Karuniati (2006), dengan judul **“Analisis UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Relevansinya dengan Jaminan Kehalalan Produk bagi Konsumen Muslim”**.¹⁴ Hasil analisis setelah dilakukan penelitian dalam UUPK ini sudah terdapat transformasi hukum Islam. Karena ketentuan-ketentuan di dalamnya sudah sesuai, dalam arti tidak bertentangan dengan Al-Quran maupun as-Sunnah. Walaupun mengenai kehalalan

¹³ Basrah Saidani dan Samsul Arifin “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat Beli pada Ranch Market” Universitas Islam Negeri Jakarta, Jurnal, 2012.

¹⁴ Erna Karuniati , “Analisis UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Relevansinya dengan Jaminan Kehalalan Produk bagi Konsumen Muslim”, Skripsi, 2006.

dalam UUPK ini masih sebatas dalam label saja, namun dalam prakteknya telah terbentuk ketentuan-ketentuan peraturan perundangan yang lain yang mulai membahas dan menguatkan UUPK pasal 8 point h, tentang kehalalan produk dalam label.

3. Hasyim Asy'ari (2011), UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “**Kriteria Sertifikasi Makanan Halal Dalam Perspektif Ibnu Hazm dan MUI**”.¹⁵ Pada penulisan skripsi ini lebih mendiskripsikan tentang metode istinbath hukum yang digunakan oleh Ibnu Hazm dan MUI dalam menetapkan hukum, khususnya berkenaan dengan sertifikasi halal dalam makanan.

Informasi dari berbagai penelitian tersebut, satupun tidak membahas mengenai “Dampak Produk Tanpa Label Halal Dalam Membuat Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi pada Konsumen Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan Semarang)”

Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu, jika hasil penelitian terdahulu lebih banyak menginformasikan tentang “Kualitas “Produk dan Kualitas Layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat Beli pada Ranch Market”, penelitian yang lain “Kriteria Sertifikasi Makanan Halal Dalam Perspektif Ibnu Hazm dan MUI”, maka penelitian ini akan mengkaji mengenai pertimbangan konsumen dalam membeli produk kosmetik tanpa label halal dan yang berlabelkan halal dengan menganalisis

¹⁵ Hasyim Asy'ari, “Kriteria Sertifikasi Makanan Halal Dalam Perspektif Ibnu Hazm dan MUI”, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Skripsi, 2011.

berdampak atau tidak produk tanpa label Halal dalam membuat keputusan pembelian produk Kosmetik pada konsumen Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan Semarang.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*) karena data yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung di Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan Semarang. Penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang dilakukan di lapangan atau masyarakat, yang berarti bahwa datanya diambil dari lapangan atau masyarakat berupa wawancara atau kuesioner (*angket*).¹⁶

Dalam penelitian ini penulis melakukan studi langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang konkrit tentang “Dampak Produk Tanpa Label Halal Dalam Membuat Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Konsumen Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan Semarang)”. Objek yang dijadikan penulis sebagai penelitian adalah Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan Semarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

2. Situasi Sosial (*social situation*)

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang

¹⁶ Wahyu Purtehantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Yogyakarta : Graha Ilmu , 2010, h. 79.

ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi ditransferkan ke tempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang dipelajari. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai nara sumber atau partisipan dan informan dalam penelitian. Sampel dalam penelitian kualitatif, juga bukan disebut sampel statistik tetapi sampel teoritis. Karena tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menghasilkan teori.¹⁷

Informan yang digunakan dalam penelitian ini sebagian dari konsumen Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan Semarang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 orang informan, dengan melakukan wawancara atau pembagian angket kepada konsumen Aneka Jaya. Sesuai dengan teori Gay dan Diehl berpendapat bahwa penelitian yang bersifat deskriptif analisis maka sampel yang digunakan minimal 10% dari populasi atau minimal 40 Informan sudah mampu membantu penulis untuk bisa menjelaskan terkait dengan produk kosmetik tanpa label halal dalam membuat keputusan konsumen.

Situasi sosial terdiri atas tiga elemen yaitu: tempat (*place*) penelitian dilakukan di Swalayan Aneka Jaya, pelaku (*actors*) yang dijadikan objek penelitian ini adalah konsumen dari Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan dan aktivitas (*activity*)

¹⁷ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung : CV Alfa beta, 2012, h. 50.

dalam pembelian produk kosmetik yang berinteraksi secara sinergis. Situasi sosial dapat dinyatakan sebagai obyek penelitian yang ingin diketahui “apa yang terjadi” di dalamnya.¹⁸

3. Sumber dan Jenis data

Sumber data di dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh karenanya, sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Sumber data terdiri dari sumber data primer dan sekunder.¹⁹

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dari konsumen Swalayan Aneka Jaya. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan konsumen Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan Semarang. Untuk memperoleh data yang lainnya penulis melakukan wawancara dengan bapak Ndaru selaku manajer di Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan Semarang.

Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Pengumpulan data primer merupakan bagian integral dari proses penelitian bisnis dan seringkali diperlukan untuk tujuan pengambilan

¹⁸ *Ibid*, h. 49.

¹⁹ Purtehantara, *Metode...*, h. 79 .

keputusan. Data primer dapat berupa opini subjek, hasil observasi terhadap suatu perilaku atau kejadian, dan hasil pengujian (Indriartono dan Supomo, 2009). Data primer dianggap lebih akurat, karena data ini disajikan secara terperinci.²⁰

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik yang terdiri atas: struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian.²¹ Data sekunder di penelitian ini diperoleh dari jurnal umum penelitian terdahulu, majalah dan literatur, jurnal atau data-data yang berhubungan dengan tujuan penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data di dalam penelitian kualitatif untuk bisnis yang sering dipergunakan adalah wawancara dan observasi.²²

²⁰ Purtehantara, *Metode...*, h. 79.

²¹ *Ibid.*

²² Samiaji Sarosa, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, Jakarta Barat : PT INDEKS, 2012, h. 44.

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu proses interaksi dan komunikasi antara peneliti dengan responden dimana pewawancara diharapkan menyampaikan pertanyaan kepada responden secara lisan, merangsang responden untuk menjawabnya, menggali jawaban lebih jauh bila dikehendaki dan mencatatnya.²³

Jenis wawancara yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur ini biasanya dilakukan oleh peneliti dengan cara terlebih dahulu mempersiapkan bahan pertanyaan yang diajukan dalam wawancara nanti. Wawancara terstruktur digunakan peneliti untuk mewawancarai konsumen Swalayan Aneka Jaya yang berkaitan dengan produk tanpa label halal pada keputusan pembelian produk kosmetik. Sedangkan wawancara tidak terstruktur bersifat informal. Wawancara tidak terstruktur peneliti gunakan untuk mewawancarai bapak Ndaru selaku Manajer Perusahaan untuk mendapatkan data-data mengenai profil perusahaan. Wawancara tidak terstruktur lebih sesuai dalam penelitian kualitatif karena dapat memberikan peluang kepada peneliti untuk mengembangkan pertanyaan-pertanyaan penelitian.²⁴

²³ Zulganef, *metode penelitian sosial dan bisnis*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013, h. 162.

²⁴ Sarosa, *Dasar-Dasar...*, h. 45.

b. Observasi

Teknik ini adalah pengamatan dari peneliti terhadap obyek penelitiannya. Peneliti melakukan pengamatan langsung di Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan Semarang mengenai produk kosmetik tanpa label halal yang telah dipasarkan. Metode observasi dapat menghasilkan data yang lebih rinci mengenai perilaku (*subjek*), benda atau kejadian (*objek*) dari pada metode wawancara. Instrument yang digunakan adalah dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan maupun alat perekam.²⁵

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan.²⁶ Dokumen dapat berupa buku, artikel, media massa, catatan harian, manifesto, undang-undang, notulen, blog, halaman web, foto, dan lainnya. Dokumen berguna jika peneliti yang ingin mendapatkan informasi mengenai suatu peristiwa tetapi mengalami kesulitan untuk mewawancarai langsung para pelaku.²⁷

²⁵ Purtehantara, *Metode...*, h. 87.

²⁶ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Salemba Humanika, 2010, h. 143.

²⁷ Sarosa, *Dasar-Dasar...*, h. 61.

Metode dokumentasi ini untuk memperoleh data-data yang ada di Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan Semarang yaitu mengenai gambaran umum Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan Semarang, buku-buku, surat kabar, notulen, blog, foto dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian ini.

5. Metode Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Setelah data-data dari hasil wawancara dan dokumentasi terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah mengklasifikasikannya sesuai dengan permasalahan yang diteliti untuk kemudian data tersebut di susun dan dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif analisis.²⁸

Metode deskriptif analisis yaitu menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai objek penelitian sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Metode deskriptif analisis ini akan peneliti gunakan untuk melakukan analisis mengenai produk tanpa label halal dalam membuat keputusan pembelian produk kosmetik di Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan Semarang. Setelah itu data dirangkum, memilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting. Kemudian data disajikan sehingga memudahkan untuk merencanakan kerja

²⁸ Sugiyono, *memahami...*, h. 89.

selanjutnya. Langkah selanjutnya data dianalisis dan ditarik kesimpulan

peneliti meyakini bahwa pendekatan kualitatif dapat memberikan gambaran yang lebih kongkrit mengenai fenomena yang terjadi. Hal ini mengungkapkan pertimbangan konsumen dalam pemilihan produk kosmetik. Peneliti percaya pendekatan ini akan lebih dapat menggambarkan tentang pengertian dan latar belakang dilakukannya tindakan tertentu yang dilakukan individu atau entiti sosial berdasarkan pada fakta yang diperoleh secara langsung dari pelaku utama tanpa pembiasan oleh peneliti sendiri.

F. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

Sistematika yang dimaksud disini adalah penempatan unsur-unsur permasalahannya dan urutannya di dalam skripsi sehingga membentuk satu kesatuan karangan ilmiah yang tersusun rapi dan logis.

Sistematika ini digunakan sebagai gambaran yang akan menjadi pembahasan dan penelitian sehingga dapat memudahkan bagi pembaca. Maka dapat disusun sistematika sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Dalam bagian ini terdiri dari halaman judul skripsi, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman deklarasi, halaman pedoman transliterasi, halaman abstrak, halaman kata pengantar, dan halaman isi.

2. Bagian Isi

Bagian ini terdiri dari beberapa bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian skripsi, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II KAJIAN TEORITIK TENTANG LABEL HALAL DAN KEPUTUSAN DALAM PEMBELIAN SEBUAH PRODUK

Dalam bab ini diuraikan konsep yang berkaitan dengan penelitian diantaranya tentang pengertian Produk, pengertian label, pengertian halal, pengertian keputusan konsumen, faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, proses pengambilan keputusan, proses keputusan pembelian dan jenis keputusan konsumen.

BAB III PROFIL KONSUMEN PRODUK KOSMETIK SWALAYAN ANEKA JAYA NGALIYAN SEMARANG

Dalam bab ini penulisan akan membahas tentang gambaran umum Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan, produk kosmetik yang dijual di Aneka Jaya Ngaliyan Semarang, gambaran umum informan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK TANPA LABEL HALAL DI ANEKA JAYA NGALIYAN SEMARANG

Dalam bab ini penulis akan memaparkan hasil wawancara penelitian kemudian menganalisis tentang dampak produk tanpa label halal dalam membuat keputusan pembelian produk kosmetik di Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan Semarang.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang menguraikan tentang kesimpulan hasil pembahasan pada bab sebelumnya serta memberikan beberapa saran untuk mengatasi permasalahan yang ada.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat hidup, pendidikan penulisan, dan lampiran -lampiran.