

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha yang semakin cepat dan tajam akibat dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Hal itu mengharuskan perusahaan-perusahaan, baik itu yang bergerak dibidang industri, perdagangan maupun jasa untuk terus mengoptimalkan kegiatan usahanya sebagai upaya memenangkan persaingan didalam pasar. Oleh sebab itu, maka perusahaan harus berupaya menciptakan permintaan terhadap produknya melalui kegiatan pemasaran.

Salah satu industri yang berhasil menguasai pasar dan sedang tumbuh pesat saat ini ialah industri kosmetik. Mayoritas industri kosmetik membidik target konsumen utama adalah kaum wanita dan persaingan antar pasar industri perawatan kosmetik semakin kompetitif. Pembelian suatu produk kosmetik bukan lagi untuk memenuhi keinginan saja, melainkan karena kosmetik adalah sebuah kebutuhan. Adanya kosmetik yang beraneka bentuk dengan ragam warna dan keunikan kemasan serta keunggulan dalam memberikan fungsi bagi konsumen, menuntut industri kosmetik untuk semakin terpacu mengembangkan teknologi yang tidak saja mencakup peruntukannya dari kosmetik itu sendiri namun juga kepraktisan didalam penggunaannya.

Wardah berawal dari sebuah inspirasi. Inspirasi untuk menjadi bagian penting dari hidup wanita Indonesia. Wardah membawa visi yang sederhana: memenuhi kebutuhan akan kosmetik yang halal. Seiring berjalannya waktu, Wardah mengerti kecantikan wanita Indonesia ada pada kepribadiannya. Ia bersinar karena alami, dan elegan karena membumi. Didukung oleh tim yang sangat solid serta konsep produk yang modern, ideologi kecantikan Wardah sangat diterima oleh wanita Indonesia.

Halal memegang peranan yang sangat penting, salah satunya sebagai parameter utama dalam proses pemilihan produk. Untuk mempermudah mengetahui kosmetik yang digunakan halal, maka dapat dilihat dari label halal yang tercantum pada kemasan kosmetik tersebut.

Halal (Arab: حلال alāl, ‘diperbolehkan’) adalah segala objek atau kegiatan yang diizinkan untuk digunakan atau dilaksanakan, dalam agama Islam. Di Indonesia, sertifikasi kehalalan produk-produk pangan dan minuman ditangani oleh Majelis Ulama Indonesia secara spesifikasinya Lembaga Produk Pangan, Makanan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia. Sumber: (<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Halal>. Diakses pada hari Rabu pukul 15:03 WIB, 8 Februari 2017).

Berbagai merek kosmetik semakin marak di pasaran baik lokal maupun non – lokal, seperti: Wardah, Revlon, Maybelline, Oriflame, MustikaRatu, Makeover, Viva, Emina, dan lain sebagainya. Dengan memberikan keunggulan masing-masing, sehingga para konsumen harus jeli untuk dapat memilih produk kosmetik yang sesuai dan cocok dengan jenis kulit konsumen.

Tabel 1.1
Kategori Kosmetik Top Brand Index
2015 – 2016

Merek							
<i>Eyelinier</i>		Persentase		Bedak Tabur		Persentase	
2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Revlon	Maybelline	19.4%	14.5%	Wardah	Viva	13.9%	15.5%
Maybelline	Oriflamme	16.1%	13.4%	Viva	Wardah	12.3%	15.5%
Oriflamme	Revlon	15.8%	12.1%	Sariayu	Marcks	10.4%	12.1%
Sariayu	Wardah	8.3%	10.2%	Marcks	Sariayu	7.9%	8.3%
Latulipe	Sariayu	7.8%	9.5%	Latulipe	Pixy	7.1%	6.8%
	Latulipe		7.2%				

Sumber: www.topbrand-award.com. Diakses pada hari Sabtu pukul 21.05 WIB, 11 Maret 2017

Pada Tabel 1.1 di atas yang menunjukkan peringkat kosmetik *eyeliner* dan bedak tabur terbaik yang dilakukan survey oleh Top Brand berdasarkan kandungan terbaik dan produk yang paling di favoritkan oleh konsumen pada tahun 2015 hingga 2016. Pada *eyeliner* dapat dilihat pada tahun 2015 peringkat pertama di isi oleh *brand* Revlon dengan persentase 19.4%, ke dua di isi oleh Maybelline dengan persentase 16.1%, ke tiga di isi oleh Oriflamme dengan persentase 15.8 %, ke empat di isi oleh Sariayu dengan persentase 8.3%, dan ke lima di isi oleh Latulipe dengan persentase 7.8%. Dimana pada tahun 2015 produk *eyeliner* Wardah belum masuk kedalam 5 besar *eyeliner* terbaik di Indonesia menurut survey Top Brand. Tahun 2016 peringkat pertama di isi oleh Maybelline yang disusul oleh Oriflamme, Revlon dan peringkat ke empat di isi oleh Wardah dimana pada produk *eyeliner* tahun 2016 Wardah baru dapat menempati peringkat ke 4 dengan persentase 10.2%. Pada produk bedak tabur tahun 2015 dapat dilihat Wardah menempati peringkat pertama dengan persentase 13.9% dan pada tahun 2016 Wardah turun menjadi peringkat ke dua dengan persentase 15.5% yang disusul oleh kosmetik Viva. Dari tabel di atas dapat di jelaskan bahwa produk-produk Wardah masih memiliki kekurangan dimana beberapa produk Wardah belum bisa menjadi peringkat pertama dan mempertahankan peringkatnya meskipun persentasi produk kosmetik Wardah meningkat akan tetapi produk Wardah pada survey di atas menurun.

Untuk mengetahui seberapa besar tingkat penjualan Wardah, penulis melakukan wawancara pada Outlet Wardah dan Toko Kosmetik Kecantikan di Bandar Lampung.

Tabel 1.2
Data Penjualan Produk Wardah Bulan Januari Tahun 2017
di Bandar Lampung

TEMPAT	JUMLAH PRODUK
Mall Chandra Tanjung Karang	90
Mall Lampung	75
Mall Boemi Kedaton	100
Toko Kosmetik Anas Way Halim	90
Toko Kosmetik Puteri Simpura Plaza	100
Giant	80
Hypermart	95
Toko Kosmetik Mutiara Loking	100
Mall Chandra Teluk Betung	90
Toko Kosmetik Bunda Way Kandis	70
Total	890

Sumber: Outlet Wardah dan Toko Kosmetik Kecantikan Bandar Lampung, 02 Maret 2017

Tabel 1.2 menunjukkan jumlah rata – rata penjualan produk Wardah selama bulan Januari di Bandar Lampung. Jika dilihat dari tabel 1.2 jumlah produk Wardah mengalami Fluktuasi. Terkadang melebihi dari 90 produk bahkan juga mengalami di bawah dari 90 produk Wardah yang terjual. Sebagai perbandingan, penulis juga melakukan wawancara pada outlet Revlon di Mall Chandra Bandar Lampung. Hasil yang di dapat bahwa penjualan produk Revlon dengan harga yang lebih mahal dapat menghasilkan penjualan yang lebih tinggi dari produk Wardah. Jadi dapat disimpulkan, kosmetik Wardah sudah cukup baik, akan tetapi kosmetik Wardah belum bisa untuk menyaingi produk Revlon yang memiliki penjualan yang unggul di bandingkan dengan produk Wardah.

Merkuri merupakan zat berbahaya yang kerap digunakan produsen kosmetik nakal sebagai campuran bahan kosmetik demi mendapatkan banyak keuntungan tanpa memperdulikan dampak buruk yang di akibatkannya. Merkuri memang dapat merubah kulit menjadi putih dan halus secara instan, namun hal itu juga akan berakibat buruk jika dipakai dalam jangka panjang. Biasanya merkuri digunakan dalam bahan industri yang tidak digunakan secara langsung oleh manusia dan di larang dalam kosmetik. Namun meskipun demikian, kenyataannya banyak sekali kosmetik yang menggunakan merkuri. Hal itu sudah jelas di larang oleh badan kesehatan seperti BPOM dan WHO. Pelarangan penggunaan merkuri dalam kosmetik bukanlah tanpa alasan. Merkuri di larang memang dapat menyebabkan banyak kerusakan pada jaringan dan organ tubuh manusia. Beberapa dampak buruk merkuri bagi kesehatan, antara lain: kulit menjadi iritasi seperti kemerahan dan gatal-gatal, menyebabkan muncul flek hitam, menyebabkan lapisan kulit menjadi tipis, dan lain sebagainya. Ciri-ciri kosmetik yang mengandung merkuri, yaitu: krim teras lengket, bau logam merkuri tercium, pori-pori mengecil dan kulit terasa halus karena kulit tergerus oleh merkuri. (www.perawatankulitwajah212.com. Diakses pada hari Sabtu pukul 19:45 WIB, 25 Maret 2017).

Kehalalan suatu produk pun menjadi pilihan konsumen untuk memilih produk yang akan dibelinya. Konsumen merasa lebih yakin membeli, jika suatu produk tersebut memiliki kehalalan yang jelas pada kemasan produk dan mengandung bahan yang aman digunakan khususnya untuk konsumen muslim. Melihat fenomena yang berkembang akhir-akhir ini mengenai keputusan pembelian produk Wardah mengarah kepada label halal, pada akhirnya konsumen menyatakan bahwa kehalalan suatu produk kosmetik perlu di pertimbangkan dalam keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian dilakukan untuk memenuhi kebutuhan. Sebelum memutuskan untuk membeli kosmetik, hal yang biasanya dilakukan

konsumen tentunya adalah mencari kejelasan informasi baik itu tentang merek, status kehalalan kosmetik, harga dan kualitas.

Berdasarkan Kotler dan Keller (2009 : p.188) Keputusan pembelian, dalam tahap evaluasi konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai.

Dari permasalahan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka permasalahannya adalah Apakah Label Halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Bandar Lampung ?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk Wardah.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Objek penelitian ini adalah label halal dan keputusan pembelian konsumen.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Penelitian dilaksanakan di wilayah kota Bandar Lampung yaitu pada outlet Wardah Mall Chandra Bandar Lampung.

1.3.4. Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan adalah waktu berdasarkan kebutuhan penelitian yang direncanakan dari bulan Januari 2017 s.d April 2017.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian adalah pengaruh labelisasi halal dan keputusan pembelian konsumen.

1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah penelitian tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian Wardah di Bandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Penulis

Sebagai syarat untuk meraih gelar sarjana ekonomi jurusan manajemen IBI Darmajaya.

1.5.2 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat digunakan untuk pengembangan dan kemajuan perusahaan dalam meningkatkan keputusan pembelian bagi konsumen untuk membeli kosmetik Wardah.

1.5.3 Bagi Institusi Darmajaya

Dapat menambah referensi perpustakaan IBI Darmajaya Bandar Lampung serta memberikan referensi bagi seluruh mahasiswa dan kalangan akademisi yang ingin mempelajari masalah yang berhubungan dengan pemasaran khususnya perilaku konsumen dalam hubungannya dengan keputusan pembelian.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini diuraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini dijelaskan tentang teori-teori yang mendukung penelitian, kajian dari penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, skala pengukuran, uji persyaratan instrumen, uji persyaratan analisis data, metode analisis data serta pengujian hipotesis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini dijelaskan mengenai hasil penelitian serta yang dilakukan oleh peneliti dengan berpedoman pada teori-teori dan metode yang dikemukakan pada bab III.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini diuraikan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil pembahasan pada bab IV.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**