

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Populasi konsumen Muslim di Indonesia telah mencapai sekitar 90% dari jumlah total penduduk Indonesia. Sebagai negara dengan populasi kaum Muslim terbesar, Indonesia menjadi salah satu segmen pasar yang mempunyai potensi yang sangat besar, karena strategi yang dibuat untuk mengkonsumsi produk yang mendapat pertimbangan utama dalam proses pembelian konsumen. Berdasarkan ketentuan Syariat yang menjadi tolak ukur konsumen Muslim adalah produk makanan dan minuman, akan tetapi para pengguna Kosmetik yang lebih detail yang secara pasti belum diketahui apakah produk Kosmetik sudah ada sertifikasi atau berlabel halal yang dipandang sebagai salah satu faktor yang dianggap paling penting dalam pemilihan atau dalam keputusan pembelian produk Kosmetik (BPS, 2010).

Disamping itu, menurut data yang dikemukakan oleh Direktur Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOMMUI) bahwa produk Kosmetik yang paling banyak beredar di Indonesia saat ini terdapat unsur *kolagen*, ekstrak plasenta, *cairan amnion*, serta *sodium heparin* yang kualifikasinya belum diketahui atau berasal dari bahan haram. Bahan-bahan tersebut sangat bertentangan dengan Syariat Islam dan 95% dari produk Kosmetik tersebut tidak mempunyai sertifikasi halal menurut syariat Islam. Berdasarkan data yang beredar terdapat 112.545 produsen Kosmetik yang sudah terdaftar hingga Mei 2011,

dengan demikian, isu bahan halal dalam produk Kosmetik menghadapi tantangan serius ini sangatlah penting terutama di Indonesia saat ini mayoritasnya muslim (Perkosmi, 2011).

Terlepas dari itu, seseorang dapat terpengaruh ketika memiliki kecenderungan minat atau *passion* yang sama termasuk dalam memutuskan untuk membeli suatu produk demi menunjang kebutuhan kehidupannya baik penampilan maupun sosial. Menurut miron dan mowen (2000). Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana dia membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Gaya hidup juga mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan.

PT. Pusaka Tradisi Ibu (PTI) mengembangkan Kosmetik Wardah yang merupakan salah satu produk yang sudah berlabel halal diIndonesia. Pengembangan produk yang dilakukan oleh (PTI) telah berhasil merebut perhatian dari kalangan wanita Muslim, yang ditunjukkan dengan peningkatan penjualan Kosmetik Wardah di Sumatera Barat dari tahun 2002 hingga tahun 2011. Menurut Distributor Kosmetik Wardah (2012) jika dilihat dari nilai jual yang dimiliki oleh Kosmetik Wardah sudah mencapai sekitar 11,85%, yang mana masih tertinggal jika dibandingkan produk Kosmetik dengan penjualan terbaik yang didominasi perusahaan-perusahaan multinasional, seperti *Unilever* pangsa pasar mencapai 60%, *Procter &Gamble* (P&G) pangsa pasar mencapai 20%, dan L'oreal dengan pangsa pasar 8%). Bisa dibayangkan produk dari perusahaan multinasional ini belum memiliki sertifikasi halal (www.detik.com).

Kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen dan 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 mengkonsumsi produk, perusahaan harus memberitahukan manfaat produk secara spesifik, untuk memastikan produk yang dikonsumsi itu tidak berbahaya, aman dan tata cara penggunaannya. Khusus untuk produk pangan, obat-obatan dan kosmetik, perusahaan/produsen harus mencantumkan keterangan-keterangan yang berhubungan dengan produk. Keterangan tersebut dapat berupa komposisi bahan, campuran produk, masa berlaku produk, cara pengguna produk dan keterangan bahwa produk telah diperiksa oleh badan pengawasan pangan, obat-obatan dan Kosmetik agar konsumen merasa tenang dan aman dalam menggunakannya (BPPOM).

Di Indonesia konsep halal dalam kehidupan masyarakat telah banyak dikenal dan diterapkan kalangan umat Islam. Halal diperuntukan bagi segala sesuatu yang baik dan bersih yang tidak di campur oleh bahan yang mengandung unsur haram yang dikonsumsi oleh manusia menurut syari'at Islam. Kosmetik juga salah satu produk yang diperhatikan mengenai halal atau tidaknya bahan baku pembuatannya. Konsumen wanita harus lebih teliti lagi dalam memilih kosmetik selain alasan kesehatan, karna alasan ketakwaan juga menjadi kebutuhan konsumen wanita Islam. Keterangan halal pada produk di Indonesia berbentuk label halal yang suda disertifikasi oleh lembaga pengkajian pangan, obat-obatan dan kosmetik Majelis Ulama

Indonesia (LPPOMMUI) yang sudah resmi bekerja sama dengan departemen kesehatan (DEPKES) dan departemen agama (DEPAG).

Penelitian mengenai pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah sudah pernah dilakukan oleh penelitian terdahulu. penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fatharani dkk (2017). Dengan judul: pengaruh gaya hidup, harga dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian telepon blackberry. Adapun alasan peneliti mengambil judul tersebut karena pada jaman modern saat ini kebutuhan akan produk Kosmetik halal menjadi hal yang terpenting bagi konsumen, ketika membeli dan menggunakan suatu produk tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini sangat menarik untuk dilakukan guna mendapatkan informasi yang penting mengenai hal-hal tersebut.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah ?
2. Apakah kelompok referensi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah ?

C. Tujuan Penelitian.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah?
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah ?

D. Manfaat Penelitian.

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Sebagai masukan atau sumber referensi yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian selanjutnya atau sebagai acuan dalam penelitian lainnya yang berkenaan dengan masalah pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah.

2. Manfaat Praktis

Sebagai sumber informasi yang dapat memberikan panduan atau rekomendasi pada pengembangan ilmu dibidang manajemen pemasaran, terutama organisasi/bisnis yang didalamnya perlu melakukan peningkatan penjualan Kosmetik Wardah agar dapat bertahan di tengah persaingan yang sangat kompetitif saat ini khususnya pada perusahaan Kosmetik.

E. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dan merujuk pada penelitian yang diacu, peneliti membatasi penelitian dengan hanya menggunakan variabel

independen yaitu: gaya hidup dan kelompok referensi. Pembatasan ini dilakukan agar dapat memperjelas arah penelitian.