

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Kosmetik tidak lagi dipandang sebagai produk pelengkap untuk mempercantik penampilan semata, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Perubahan pola hidup, meningkatnya kesadaran akan perawatan diri, serta pengaruh media sosial turut mendorong tingginya permintaan terhadap produk kosmetik di berbagai kalangan, baik perempuan maupun laki-laki. Fenomena ini tidak hanya terjadi di wilayah perkotaan, tetapi juga meluas ke daerah-daerah, termasuk wilayah Pulau Bengkalis.

Peningkatan konsumsi kosmetik di daerah mencerminkan perubahan perilaku masyarakat dalam memandang pentingnya penampilan dan perawatan diri. Produk kosmetik kini digunakan tidak hanya untuk keperluan estetika, tetapi juga sebagai bagian dari identitas diri dan kepercayaan diri. Kondisi tersebut menyebabkan semakin banyaknya produk kosmetik yang beredar di pasaran dengan berbagai variasi merek, kualitas, dan harga.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Wulandari & Handayani (2021) yang dilakukan di lingkungan Politeknik Negeri Bengkalis, di mana ditemukan bahwa sekitar 95 persen responden wanita Muslim merasa perlu memastikan kehalalan produk kosmetik yang mereka gunakan. Data tersebut menunjukkan bahwa kesadaran akan label halal telah menjadi indikator utama yang memengaruhi perilaku masyarakat di wilayah Bengkalis dalam mengambil keputusan pembelian. Keberagaman pilihan ini menuntut konsumen untuk lebih selektif dalam menentukan produk yang akan digunakan.

Sebagai wilayah dengan mayoritas penduduk beragama Islam, masyarakat Pulau Bengkalis memiliki karakteristik religius yang kuat dalam kehidupan sehari-

hari, termasuk dalam mengonsumsi produk. Ajaran Islam mengatur secara jelas mengenai kehalalan suatu produk yang digunakan maupun dikonsumsi, sehingga aspek kehalalan menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Dalam konteks produk kosmetik, isu kehalalan menjadi semakin relevan karena beberapa bahan kosmetik berpotensi berasal dari sumber yang tidak halal atau proses produksi yang tidak sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

Label halal hadir sebagai bentuk jaminan resmi bahwa suatu produk telah memenuhi standar kehalalan dan telah melalui proses sertifikasi oleh lembaga yang berwenang. Prasadio dan Hidayat (2023) menyatakan bahwa label halal tidak hanya berfungsi sebagai simbol kepatuhan terhadap syariat Islam, tetapi juga sebagai alat komunikasi pemasaran yang mampu meningkatkan rasa aman, kepercayaan, dan keyakinan konsumen Muslim terhadap suatu produk. Dengan adanya label halal, konsumen memperoleh kepastian bahwa produk yang digunakan telah memenuhi standar keagamaan dan etika produksi.

Selain itu, Matondang dkk. (2023) menjelaskan bahwa label halal sering kali dipersepsikan sebagai indikator kualitas, kebersihan, dan kejujuran produsen. Persepsi tersebut menyebabkan label halal tidak hanya memiliki nilai religius, tetapi juga nilai fungsional dan psikologis bagi konsumen. Produk yang memiliki label halal cenderung dianggap lebih aman dan terpercaya dibandingkan produk yang tidak mencantumkan label tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa label halal dapat memengaruhi citra merek serta persepsi kualitas produk di mata konsumen.

Isu kehalalan dalam industri kosmetik menjadi sangat krusial karena adanya potensi penggunaan bahan baku yang berasal dari sumber tidak halal atau proses produksi yang tidak sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Di Indonesia, kewajiban sertifikasi halal dipertegas melalui Undang-Undang No. 33 Tahun 2014, yang mewajibkan seluruh produk kosmetik bersertifikat halal paling lambat pada Oktober 2026. Namun, dalam praktiknya, konsumen masih dihadapkan pada peredaran produk kosmetik yang tidak memiliki izin edar resmi (ilegal) dan mengandung bahan berbahaya, yang secara otomatis menggugurkan aspek kehalalannya karena tidak memenuhi prinsip *Halalan Thayyiban* (halal dan baik).

Meskipun jaminan kehalalan sangat penting bagi masyarakat yang religius seperti di Pulau Bengkalis, keterbatasan daya beli sering kali mendorong konsumen untuk memprioritaskan harga yang lebih murah, sekalipun produk tersebut belum tentu memiliki label halal. Pertentangan antara pertimbangan religius dan ekonomi inilah yang menjadi dasar kuat dilakukannya penelitian ini.

Oleh karena itu, label halal menjadi hal yang sangat penting bagi konsumen Muslim dalam memilih produk kosmetik. Label halal tidak hanya memberikan jaminan bahwa produk tersebut aman digunakan sesuai dengan syariat Islam, tetapi juga meningkatkan rasa percaya konsumen terhadap produk yang digunakan. Dengan adanya sertifikasi halal, konsumen merasa lebih tenang karena produk telah melalui proses pemeriksaan bahan dan proses produksi yang sesuai dengan ketentuan halal.

Selain itu, kondisi di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat Pulau Bengkalis memiliki banyak pilihan produk kosmetik yang beredar di pasaran. Berdasarkan hasil observasi peneliti pada beberapa toko kosmetik, minimarket, apotek, dan marketplace yang diakses oleh masyarakat Pulau Bengkalis, ditemukan berbagai merek kosmetik yang telah memiliki izin edar BPOM, baik yang telah bersertifikat halal maupun yang belum seluruh produknya memiliki sertifikat halal. Produk kosmetik yang banyak dijumpai di antaranya Wardah, Emina, Make Over, Kahf, Marina, Implora, Hanasui, Glad2Glow, Maybelline, dan Pixy. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat di Pulau Bengkalis memiliki beragam alternatif produk kosmetik dengan status kehalalan yang berbeda-beda sehingga konsumen dituntut lebih selektif dalam menentukan produk yang akan digunakan.

Tabel 1.1 Produk Kosmetik yang Banyak Beredar di Pulau Bengkalis Berdasarkan Status Halal

No	Merek Kosmetik	Banyak Beredar di Bengkalis	Status Halal	Status BPOM
1.	Wardah	Ya	Bersertifikat Halal	Terdaftar
2.	Emina	Ya	Bersertifikat Halal	Terdaftar
3.	Make Over	Ya	Bersertifikat Halal	Terdaftar
4.	Kafh	Ya	Bersertifikat Halal	Terdaftar
5.	Marina	Ya	Bersertifikat Halal	Terdaftar
6.	Implora	Ya	Bersertifikat Halal	Terdaftar

No	Merek Kosmetik	Banyak Beredar di Bengkulu	Status Halal	Status BPOM
7.	Hanasui	Ya	Bersertifikat Halal	Terdaftar
8.	Glad2Glow	Ya	Bersertifikat Halal	Terdaftar
9.	Maybelline	Ya	Bersertifikat Halal	Terdaftar
10.	Pixy	Ya	Bersertifikat Halal	Terdaftar

Sumber: Hasil observasi peneliti pada toko kosmetik di Pulau Bengkulu serta data BPOM RI dan BPJPH (2026).

Di samping banyaknya produk kosmetik yang telah memiliki izin edar dan sertifikat halal, masih ditemukan pula kosmetik yang dipasarkan tanpa izin edar resmi maupun tanpa jaminan kehalalan. Produk-produk tersebut umumnya dipasarkan melalui media sosial maupun toko daring dengan harga yang relatif murah sehingga tetap menarik minat sebagian konsumen. Beberapa produk bahkan pernah menjadi temuan BPOM karena mengandung bahan berbahaya atau bahan obat yang dilarang dalam kosmetik.

Tabel 1.2 Contoh Produk Kosmetik yang Tidak Memiliki Jaminan Kehalalan atau Bermasalah Menurut BPOM

No	Produk Kosmetik	Status Halal	Status BPOM	Keterangan
1.	Tabita (produk ilegal)	Tidak terjamin	Tidak memiliki izin edar	Pernah menjadi temuan BPOM
2.	Temulawak Kiloan	Tidak terjamin	Tidak memiliki izin edar	Produk ilegal
3.	Krim Racikan Tanpa Label	Tidak terjamin	Tidak memiliki izin edar	Tidak mencantumkan identitas produsen
4.	Krim Glow Tanpa Merek	Tidak terjamin	Tidak memiliki izin edar	Banyak dipasarkan melalui media sosial
5.	Daviena Skincare (produk tertentu)	Gugur	Tidak memiliki izin edar	Mengandung bahan obat keras
6.	DRW Skincare (varian tertentu)	Gugur	Izin dicabut	Ditarik dari peredaran BPOM

Sumber: Data BPOM RI (2025–2026)

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Pulau Bengkulu dihadapkan pada banyak pilihan produk kosmetik dengan status halal, legalitas, dan harga yang beragam. Di satu sisi, tersedia produk kosmetik yang telah memiliki sertifikat halal dan izin edar BPOM sehingga memberikan rasa aman bagi konsumen. Namun di sisi lain, masih terdapat produk yang belum memiliki jaminan kehalalan ataupun tidak memiliki izin edar resmi yang tetap dipasarkan dengan harga relatif lebih murah. Kondisi ini menyebabkan konsumen harus lebih cermat dalam menentukan pilihan kosmetik yang akan digunakan. Keputusan pembelian

tidak hanya dipengaruhi oleh aspek religius berupa keberadaan label halal, tetapi juga oleh pertimbangan ekonomi, terutama harga produk yang harus disesuaikan dengan kemampuan daya beli masing-masing konsumen.

Dalam praktiknya, harga kosmetik yang beredar di Pulau Bengkalis juga sangat beragam, mulai dari produk dengan harga puluhan ribu rupiah hingga ratusan ribu rupiah. Perbedaan harga tersebut dipengaruhi oleh merek, kualitas produk, kandungan bahan, serta status sertifikasi halal yang dimiliki. Kondisi ini memberikan banyak alternatif bagi konsumen dalam memilih kosmetik sesuai kebutuhan dan kemampuan finansialnya. Sebagian konsumen bersedia membeli produk dengan harga yang lebih tinggi karena mengutamakan keamanan dan jaminan kehalalan, sedangkan sebagian lainnya lebih memprioritaskan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, harga menjadi salah satu faktor yang diduga memengaruhi keputusan pembelian kosmetik pada masyarakat Pulau Bengkalis.

Harga merupakan salah satu faktor yang memiliki peran penting dalam keputusan pembelian konsumen. Surya dan Kurniawan (2021) menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk dan sering kali dijadikan sebagai indikator kesesuaian antara manfaat dan pengorbanan yang dikeluarkan. Dalam konteks produk kosmetik, harga menjadi pertimbangan utama terutama bagi konsumen dengan tingkat pendapatan menengah ke bawah.

Konsumen yang sensitif terhadap harga cenderung lebih memilih produk dengan harga yang terjangkau meskipun produk tersebut belum tentu memiliki label halal. Kondisi ini menunjukkan adanya pertentangan antara pertimbangan religius dan pertimbangan ekonomi dalam perilaku konsumen. Di satu sisi, konsumen menyadari pentingnya kehalalan produk, namun di sisi lain keterbatasan daya beli mendorong konsumen untuk memprioritaskan harga yang lebih murah.

Keputusan pembelian merupakan hasil dari proses pengambilan keputusan yang kompleks dan melibatkan berbagai tahapan. Kotler dan Keller dalam Syafrianita dkk. (2022) menjelaskan bahwa keputusan pembelian mencakup proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Dalam konteks kosmetik halal,

konsumen dihadapkan pada pilihan untuk menyeimbangkan antara kebutuhan akan produk yang sesuai dengan nilai religius dan pertimbangan praktis seperti harga dan manfaat produk.

Irawan dan Saputra (2023) menyatakan bahwa keputusan pembelian kosmetik dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain persepsi kualitas, kepercayaan terhadap produk, harga, serta nilai yang dirasakan oleh konsumen. Oleh karena itu, keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi dari berbagai faktor yang saling berkaitan.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan adanya pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik. Penelitian yang dilakukan oleh Hayet (2020) dan Nurudin (2023) menemukan bahwa label halal memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, terutama pada konsumen Muslim. Namun, penelitian lain yang dilakukan oleh Uliya dkk. (2023) menunjukkan bahwa harga masih menjadi faktor dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya celah penelitian (research gap) yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya dalam konteks masyarakat daerah.

Berdasarkan uraian fenomena dan temuan penelitian terdahulu tersebut, masih terdapat perbedaan hasil penelitian terkait pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik. Kondisi ini menunjukkan perlunya kajian lebih lanjut, khususnya dalam konteks masyarakat Pulau Bengkalis yang mayoritas beragama Islam namun memiliki karakteristik sosial dan ekonomi yang beragam.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis sejauh mana label halal dan harga memengaruhi keputusan pembelian kosmetik pada masyarakat Pulau Bengkalis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara akademik dalam pengembangan ilmu pemasaran dan perilaku konsumen, serta memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha dan pihak terkait dalam merumuskan strategi pemasaran dan edukasi mengenai pentingnya produk berlabel halal.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Analisis Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus pada Masyarakat Pulau Bengkalis)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat ditarik perumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana pengaruh label halal dan harga terhadap Keputusan Pembelian kosmetik pada masyarakat Pulau Bengkalis?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh label halal dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian kosmetik pada masyarakat Pulau Bengkalis
2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik pada masyarakat Pulau Bengkalis.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kosmetik pada masyarakat Pulau Bengkalis.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi penulis

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk memperluas wawasan dan pemahaman terkait perilaku konsumen, khususnya dalam konteks pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik. Selain itu, penulis juga memperoleh pengalaman langsung dalam melakukan penelitian ilmiah di lapangan, yang dapat menjadi bekal dalam pengembangan kompetensi akademik dan profesional ke depan.

1.4.2 Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman yang lebih mendalam bagi pembaca mengenai pentingnya aspek label halal dan

harga dalam keputusan pembelian kosmetik, khususnya di wilayah yang mayoritas penduduknya beragama Islam seperti di Pulau Bengkalis. Temuan ini dapat menjadi referensi bagi pembaca dalam memahami dinamika preferensi konsumen Muslim dalam memilih produk kecantikan.

1.4.3 Bagi Pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berguna bagi pelaku usaha kosmetik dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, dengan memperhatikan sensitivitas konsumen terhadap label halal dan harga. Selain itu, lembaga sertifikasi halal serta pemerintah daerah juga dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan edukasi dan promosi produk halal di masyarakat, serta mendukung pemberdayaan konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan nilai-nilai keagamaannya.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya kajian perilaku konsumen. Fokus penelitian adalah menganalisis pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik. Ruang lingkup penelitian mencakup:

1. Variabel Independen (X_1): Label Halal.
2. Variabel Independen (X_2): Harga.
3. Variabel Dependen (Y): Keputusan Pembelian.
4. Responden penelitian: Masyarakat di Pulau Bengkalis yang merupakan pengguna atau konsumen produk kosmetik.
5. Wilayah penelitian: Pulau Bengkalis, Provinsi Riau.
6. Periode penggunaan: Responden yang melakukan pembelian atau penggunaan produk kosmetik dalam kurun waktu 6 bulan terakhir.

1.5.2 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan tidak melebar, maka penelitian ini dibatasi pada beberapa hal berikut:

1. Penelitian hanya meneliti dua variabel bebas yaitu Label Halal dan Harga, serta satu variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian, tanpa memasukkan variabel lain seperti citra merek (*brand image*), kualitas produk, atau promosi.
2. Objek penelitian terbatas pada produk kosmetik secara umum (global), tidak spesifik pada satu merek tertentu (seperti Wardah, Emina, atau merek lainnya).
3. Wilayah penelitian dibatasi pada lingkup geografis Pulau Bengkalis, sehingga hasil penelitian ini mencerminkan karakteristik masyarakat setempat dan tidak digeneralisasikan untuk seluruh wilayah Indonesia.
4. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, sehingga hasil penelitian sangat bergantung pada kejujuran dan persepsi subjektif responden.
5. Penelitian ini hanya menganalisis hubungan sebab-akibat antar variabel menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Untuk mengetahui hasil tugas akhir ini dapat tersusun rapi dan sistematis maka diperlukan sistematika pada laporan ini. Berikut ini adalah sistematika penulisan tugas akhir:

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini mencakup tentang uraian latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas penelitian terdahulu dan teori teori yang berkaitan dengan subjek penelitian tugas akhir. Penekan khusus diberikan pada pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik.

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas secara khusus berkaitan dengan tata cara penulis yang termasuk lokasi dan objek penelitian jenis dan sumber data, metode pengumpulan data-data jenis penelitian.

BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil dan pembahsan penelitian. Hasil penelitian ini berisikan untuk mengetahui Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik.

BAB 5: PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab trakhir, yang mana akan disimpulkan dari hasil penelatian yang dilakukan, kemudian memberikan saran-saran yang bermanfaat.