

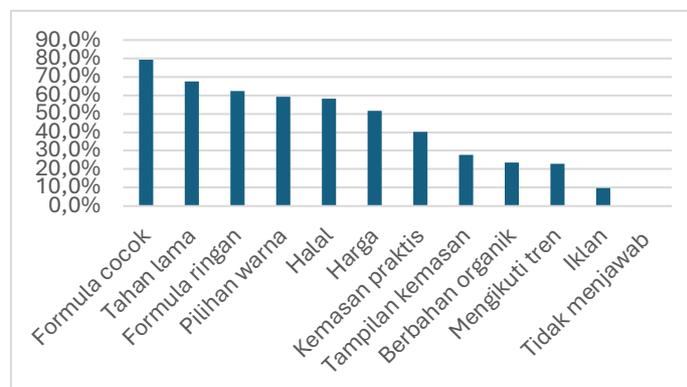
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Konsep mengkonsumsi produk halal di Indonesia kini telah merambah ke sektor kosmetik. Peningkatan permintaan terhadap kosmetik dapat dilihat dari produk luar maupun lokal yang beragam kini beredar di Indonesia (Pratiwi et al., 2020a). Tingginya konsumsi masyarakat terhadap kosmetik turut mendorong perkembangan pola konsumsi dan industri kosmetik itu sendiri. Seperti halnya konsumsi kosmetik halal, keputusan konsumen ketika menentukan produk juga dipengaruhi oleh berbagai faktor. Konsumen muslim kini semakin kritis dan peduli ketika mencari serta mengevaluasi informasi mengenai produk yang akan digunakan (Madjid, 2022).

Keputusan pembelian diartikan sebagai proses ketika konsumen menentukan pilihan di antara beberapa alternatif yang ada dengan mempertimbangkan berbagai faktor sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Proses ini melibatkan evaluasi yang mendetail terhadap opsi yang tersedia guna memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen (Selvia et al., 2022a). Kini, masyarakat yang sadar akan pentingnya penggunaan produk kosmetik halal sudah makin meningkat. Hal tersebut dipengaruhi oleh kesadaran konsumen akan bahaya penggunaan bahan yang tidak sesuai dengan ketentuan Islam, mereka akan mempertimbangkan berbagai faktor penting sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk.



Sumber : Sigma Research Indonesia (2020)

Safina Qonita, 2025

PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK HALAL DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MODERATOR

UPN "Veteran" Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Gambar 1 Pertimbangan Perempuan Membeli Produk Kosmetik

Berdasarkan Gambar 1, dijelaskan berbagai faktor yang dipertimbangkan konsumen perempuan ketika membeli suatu produk kosmetik. Faktor utama yang dipertimbangkan yaitu kecocokan formula dengan kulit wajah mencapai 79,4%. Selanjutnya, faktor daya tahan produk berada di posisi kedua dengan 67,4%, disusul dengan formula yang ringan sebesar 62,2%. Selain itu, pilihan warna, kehalalan, serta harga juga menjadi pertimbangan, masing-masing dengan persentase di atas 50% (Kholidah & Arifiyanto, 2021). Dari data tersebut memberikan gambaran bahwa kehalalan produk sebagai aspek utama yang dipertimbangkan konsumen ketika hendak membeli produk kosmetik.

Label halal memiliki fungsi untuk menandakan bahwa produk kosmetik telah memenuhi kriteria halal dan diakui secara resmi. Tanggung jawab penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia berada pada BPJPH, sebuah lembaga di bawah Kementerian Agama yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Berdasarkan Pasal 6 dalam undang-undang tersebut, BPJPH mempunyai kewenangan untuk menerbitkan dan mencabut sertifikat halal serta label Halal pada produk (Japar et al., 2024). Adanya label halal ini memberikan jaminan keamanan dan kenyamanan bagi konsumen, menghilangkan keraguan terkait kehalalan produk, dan menambah nilai lebih dengan memberikan jaminan bahwa produk tersebut aman digunakan (Suryowati & Nurhasanah, 2020). Alasan utama konsumen memilih kosmetik berlabel halal adalah faktor keamanan dan kualitas bahan yang digunakan dalam produk tersebut.

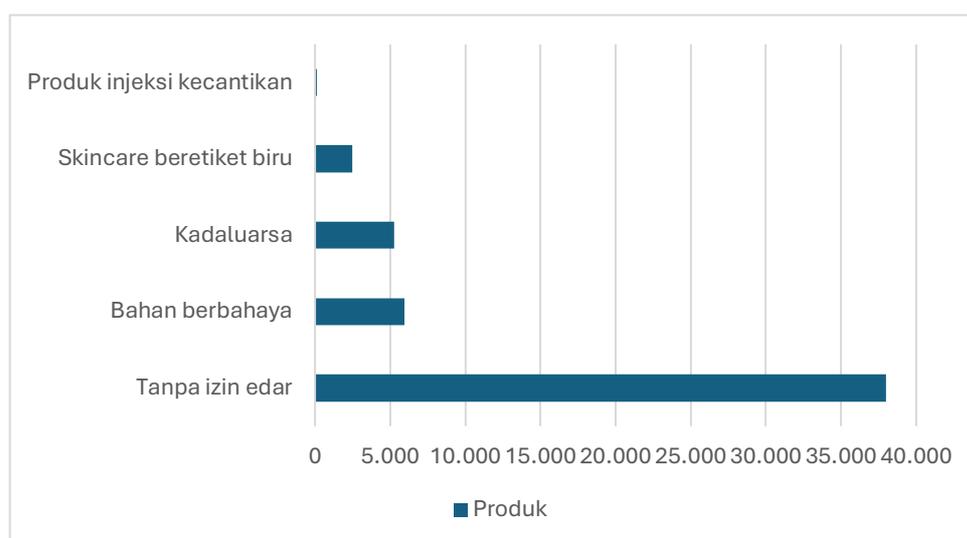
Label halal dijadikan sebagai salah satu alasan utama konsumen saat memilih produk kosmetik halal, karena jaminan rasa aman dan nyaman yang diberikan, terutama bagi konsumen muslim. Label tersebut sangat penting dalam memastikan keamanan produk dalam kurun jangka pendek hingga jangka panjang (Lia et al., 2022). Dengan pengadaan label halal, konsumen menjadi lebih mudah ketika mengevaluasi produk yang dibelinya, karena label ini menunjukkan bahwa produk menawarkan manfaat yang lebih besar dibandingkan risikonya. Produk dengan label halal dianggap lebih aman dan

dipercaya tidak akan menyebabkan masalah kulit di masa depan, sehingga label halal dijadikan sebagai salah satu faktor penting ketika pengambilan keputusan pembelian (Puspitasari, 2019). Faktor keamanan dan kualitas bahan ini sangat mempengaruhi keputusan konsumen ketika akan memilih produk kosmetik halal.

Produk kosmetik yang kini beredar di pasar belum secara menyeluruh mempunyai atau mencantumkan label halal di kemasannya. Banyak ditemukan produk kosmetik yang belum bersertifikat halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), yang mana menjadi salah satu kendala dalam pertumbuhan industri kosmetik halal. Rendahnya pengetahuan masyarakat tentang konsep halal juga menjadi hambatan, sehingga kesadaran untuk menentukan, membeli, dan menggunakan produk berkategori halal masih tergolong rendah. Persepsi masyarakat terhadap kehalalan produk kosmetik masih terbatas, dan banyak produk yang belum bersertifikat BPOM atau berlabel halal beredar di pasar. Fenomena ini memperlihatkan minat masyarakat dalam membeli produk kosmetik cukup tinggi, akan tetapi sering kali tanpa melalui proses seleksi yang sesuai dengan kebutuhan, dan lebih dipengaruhi oleh kemampuan finansial serta efek jangka pendek dari penggunaan produk (Sara et al., 2022).

Keputusan ketika membeli produk kosmetik halal tidak hanya dipengaruhi oleh label halal yang terdapat dikemasan, tetapi juga oleh faktor lain seperti kualitas produk. Kualitas produk berkaitan dengan konsistensi produk dalam hal memenuhi standar performa yang diharapkan, bebas dari cacat, dan dapat diandalkan (Novianti, 2020a). Kualitas produk dijadikan sebagai acuan penting bagi konsumen ketika memutuskan pembelian. Mereka cenderung memilih produk yang dapat mencapai pemenuhan kebutuhan dan ekspektasi mereka. Konsumen biasanya akan menggali informasi terkait kualitas produk sebelum membeli untuk memastikan bahwa produk tersebut dapat memenuhi harapan mereka. Produk yang lebih berkualitas baik cenderung mendorong kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian produk tersebut (Selvia et al., 2022a).

Kualitas produk juga sangat memengaruhi kepercayaan dan kepuasan konsumen. Saat konsumen mendapatkan kepuasan dari kualitas yang ditawarkan oleh suatu produk, akan muncul kecenderungan untuk membeli secara berulang dan menyarankannya kepada orang lain. Hal ini berlaku kebalikannya, ketika kualitas produk tidak sama seperti yang diharapkan, konsumen cenderung berpindah ke merek lainnya yang menawarkan kualitas lebih baik, yang dapat mengakibatkan hilangnya kepercayaan konsumen terhadap perusahaan (Anggraini & Suryoko, 2018a). Ancaman terhadap kualitas produk muncul ketika ada pelaku usaha yang mencari keuntungan dengan cara curang, seperti menambahkan bahan berbahaya yang dilarang dalam kosmetik. Hal ini terbukti adanya beberapa kasus terkait bahan yang tidak layak digunakan pada produk kosmetik.



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id> (2024)

Gambar 2 Jumlah Produk Kecantikan yang Tidak Memenuhi Ketentuan

Berdasarkan gambar 2, data dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) menunjukkan bahwa sebanyak 51.791 produk kecantikan disita karena tidak memenuhi syarat, dengan 73,45% di antaranya tidak mengantongi izin edar dan mengandung bahan berbahaya seperti hidrokinon dan steroid. Produk-produk ini sering diproduksi tanpa pengawasan yang memadai, sehingga kualitasnya berada di bawah standar yang ditetapkan dan

dapat membahayakan konsumen (Eryansyah & Tanawijaya, 2023). Penemuan produk kosmetik ilegal dan tidak memenuhi standar dapat mengurangi kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Selain itu, temuan tersebut merusak reputasi industri kosmetik secara keseluruhan (Wulandari & Iskandar, 2018). Kurangnya pengawasan terhadap kualitas produk dapat berdampak negatif bagi konsumen, sehingga perusahaan memiliki keharusan untuk mencantumkan informasi sejelas dan seakurat mungkin terkait dengan produknya serta menjaga kualitas untuk mempertahankan dapat pelanggan.

Kualitas produk memiliki dampak langsung terhadap kinerja produk di pasar. Produk yang sesuai atau melebihi ekspektasi konsumen cenderung membuat tingkat kepuasannya meningkat. Oleh karena itu, sebagai perusahaan perlunya untuk menjaga kualitas produk agar dapat tetap memenuhi kebutuhan konsumennya. Hal ini disebabkan oleh besarnya kontribusi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen saat menggunakan produk (Yulistria et al., 2023). Produk dengan kualitas yang baik memiliki keterkaitan terhadap kepuasan konsumen sebagai faktor kunci mempertahankan kesetiaan konsumen pada produk yang sama.

Dalam konteks kosmetik halal, kualitas produk menjadi sangat penting karena konsumen tidak hanya mencari produk yang halal tetapi juga berkualitas tinggi. Konsumen yang peduli dengan produk halal dan berkualitas akan memilih kosmetik yang menggunakan bahan-bahan alami. Penggunaan bahan alami menjadikan produk lebih aman dan memberikan hasil yang lebih baik bagi kulit (Wahyudin & Busro, 2021). Hal ini berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen yang merasakan bahwa produk yang mereka pilih sesuai dengan kebutuhannya. Dengan begitu, konsumen yang menyadari bahwa pentingnya produk yang halal dan berkualitas akan memilih produk yang aman dan sesuai untuk menjaga kesehatan kulit.

Kepuasan konsumen merupakan faktor penting yang dapat memoderasi keputusan pembelian produk kosmetik halal. Ketika telah dilakukannya pembelian, konsumen kemudian mengevaluasi tingkat kepuasan atau

ketidakpuasan mereka terhadap produk yang digunakan (Damaryanti et al., 2022a). Ketika yang dirasakan konsumen adalah perasaan tidak puas, maka mereka cenderung memberhentikan pembelian terhadap produk tersebut dan beralih ke merek lain. Sebaliknya, ketika konsumen merasakan rasa puas ketika menggunakan produk maka akan menimbulkan rasa ingin melakukan pembelian untuk produk serupa dari merek tersebut dilain kesempatan.

Faktor label halal dan kualitas produk merupakan dua faktor utama yang dapat memberikan pengaruh dalam meningkatkan kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Namun, kesadaran konsumen saat memilih dan menggunakan produk halal juga sangat penting, tidak hanya mengandalkan label halal semata. Kepuasan konsumen menjadi ukuran yang dapat memperkuat hubungan antara label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Konsumen yang merasa puas cenderung lebih setia dan mengutamakan produk yang mencantumkan label halal serta berkualitas tinggi. Sebaliknya, ketika konsumen tidak puas terhadap suatu produk, mereka akan lebih mudah beralih ke produk lain (Rizky & Slamet, 2022). Dengan demikian, kepuasan konsumen memainkan peran penting sebagai moderator yang memengaruhi dampak label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik halal.

Berbagai penelitian telah mengkaji terkait berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik halal. Salah satunya adalah faktor label halal yang didapati hasil positif dan signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada salah satu brand kosmetik halal (Wahyurini & Trianasari, 2020). Label halal yang terdapat di kemasan menjadi ciri khas tersendiri bagi produk tersebut dibandingkan dengan kosmetik lainnya. Sejalan dengan penelitian dari Khofifah & Supriyanto (2022) yang menyebutkan bahwa label halal diketahui mempengaruhi pilihan pembelian konsumen terhadap kosmetik yang bersertifikat halal. Ini menunjukkan bahwa kebanyakan orang sudah memperhatikan label halal pada kemasan sebelum membeli sesuatu. Faktor lainnya yaitu kualitas produk yang mana dikatakan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara signifikan (Selvia & Tumbel, 2022). Pada

penelitian Anggraini & Suryoko (2018) dikatakan kualitas produk berhasil mempengaruhi kepuasan konsumen secara positif dan langsung. Dari berbagai hasil penelitian tersebut menandakan label halal dan kualitas produk sebagai faktor penentu keputusan pembelian yang berdampak pada tingkat kepuasan konsumen.

Penelitian yang meneliti hubungan antara faktor label halal dan kualitas produk dengan keputusan pembelian memang sudah banyak diteliti. Namun, penelitian yang membahas kepuasan konsumen sebagai variabel moderator dalam mempengaruhi faktor label halal dan kualitas produk dengan keputusan pembelian kosmetik halal masih belum banyak ditemukan. Penelitian ini berfokus untuk mengisi kesenjangan dengan menguji apakah kepuasan konsumen dapat menjadi faktor yang akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara label halal dan kualitas produk dengan keputusan pembelian kosmetik halal di Jabodetabek. Jabodetabek dipilih sebagai wilayah penelitian karena merupakan pusat industri kosmetik dengan konsentrasi perusahaan yang tinggi. Banyak brand kosmetik lokal yang muncul dari Jabodetabek, berkat kesadaran masyarakat akan pentingnya produk berkualitas dan tren penggunaan produk lokal. Selain itu, aktivitas komersial di wilayah Jabodetabek juga tergolong aktif, terlihat dari peningkatan penjualan produk signifikan (Limanseto, 2024). Dengan populasi yang beragam dan daya beli yang tinggi, Jabodetabek memberikan peluang untuk memahami pola pembelian kosmetik halal.

Kepuasan konsumen dijadikan sebagai variabel moderator yang dapat berpengaruh memperkuat atau memperlemah hubungan antara label halal dan kualitas produk dengan keputusan konsumen yang melakukan pembelian kosmetik halal. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa jauh kepuasan konsumen dapat mempengaruhi variable-variabel tersebut dalam pengambilan keputusan pembelian. Kepuasan konsumen menjadi faktor utama yang dipertimbangkan karena konsumen mencari produk yang sesuai dengan harapan dan nilai-nilai pribadi mereka, termasuk kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Fenomena yang sering terjadi adalah rendahnya kesadaran terhadap pentingnya label halal pada produk

kosmetik, yang kerap memunculkan keraguan dikalangan konsumen muslim dalam membuat keputusan pembelian. Selain itu, kualitas produk sering kali tidak sesuai dengan standar atau mengandung bahan berbahaya, yang pada akhirnya merusak kepercayaan konsumen terhadap produk kosmetik. Kedua masalah ini sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, yang berperan dalam menghubungkan label halal dan kualitas produk dengan keputusan pembelian. Konsumen yang puas cenderung lebih mungkin melakukan pembelian ulang (Sudaryana et al., 2022).

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menyampaikan lebih banyak informasi mendalam terkait perilaku konsumen muslim dalam membeli kosmetik halal. Melalui pemahaman mendalam terhadap peran dan pengaruh berbagai faktor, diharapkan dapat memberikan masukan yang berharga bagi industri kosmetik halal dalam menyusun rancangan strategi pemasaran secara efektif serta mengembangkan produk yang lebih berkualitas, sehingga dapat memenuhi ekspektasi konsumen muslim. Maka dari itu judul dari penelitian ini yaitu "Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal dengan Kepuasan Konsumen sebagai Moderator".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang dan juga fenomena yang telah penulis paparkan, maka rumusan masalah yang disusun pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik halal?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik halal?
3. Bagaimana kepuasan konsumen memperkuat atau memperlemah hubungan antara label halal dengan keputusan pembelian?
4. Bagaimana kepuasan konsumen memperkuat atau memperlemah hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji terkait masalah yang terjadi, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik halal.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik halal.
3. Untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen memperkuat atau memperlemah hubungan antara label halal dengan keputusan pembelian.
4. Untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen memperkuat atau memperlemah hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan penelitian ini memberikan hasil yang dapat memperkaya ilmu pengetahuan (teoritis) dan sekaligus memberikan manfaat nyata dalam penerapannya (praktis). Sehingga berikut merupakan jabaran dari harapan peneliti:

1. Bagi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan literatur akademik yang erat kaitannya dengan pengaruh label halal dan kualitas produk dengan keputusan pembelian kosmetik halal, serta peranan kepuasan konsumen dalam menjadi variabel moderating. Harapannya temuan ini dapat menambahkan referensi mengenai perilaku konsumen muslim khususnya dalam konteks pemilihan produk kosmetik halal melalui faktor yang mempengaruhinya. Temuan ini memberikan landasan bagi pengembangan selanjutnya yang akan mengeksplorasi lebih dalam hubungan antara aspek kepuasan konsumen dengan keputusan pembelian produk-produk halal di berbagai industri.

2. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman untuk menjawab mengapa label halal dan kualitas produk sangat berpengaruh ketika seseorang ingin membeli kosmetik. Temuan pada penelitian ini bisa dijadikan sebagai panduan oleh perusahaan kosmetik halal untuk meningkatkan kualitas produk mereka dan lebih menekankan kehalalan produknya sebagai daya tarik utama. Dengan memahami kepuasan konsumen akan membantu perusahaan membuat strategi pemasaran yang lebih efektif.