

**PREFERENSI PENGGUNAAN KOSMETIK BERLABEL
HALAL OLEH KONSUMEN SALON PRICYLLIA DI
KECAMATAN TANGGUL KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

Faizatul Muflihah
NIM. E201172040

IAIN JEMBER

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2021**

**PREFERENSI PENGGUNAAN KOSMETIK BERLABEL
HALAL OLEH KONSUMEN SALON PRICYLLIA DI
KECAMATAN TANGGUL KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Faizatul Muflihah
NIM: E20172040

Disetujui Pembimbing



Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I
NIP. 19820922 200901 2 005

**PREFERENSI PENGGUNAAN KOSMETIK BERLABEL
HALAL OLEH KONSUMEN SALON PRICYLLIA DI
KECAMATA TANGGUL KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi

Hari : Selasa
Tanggal : 22 juni 2021

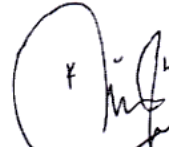
Tim Penguji

Ketua



Toton Fanshurna, S.Th.I., M.E.I
NIP. 198112242011011008

Sekretaris



Siti Khodijah, M.pd.
NIP. 198609192019032016

Anggota:

1. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E, M.Si
2. Nikmatul Masruroh S.H.I., M.E.I



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifa'i, S.E, M.Si
NIP. 196808072000031001

MOTTO

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ
وَإِنجِيلٍ يَأْمُرُهُم بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ
عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ ۗ فَالَّذِينَ
ءَامَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنزِلَ مَعَهُ ۗ أُولَٰئِكَ هُم
الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “(yaitu orang-orang yang mengikuti Rasul, Nabi yang ummi (tidak bisa baca tulis) yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma’ruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya. Memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang diturunkan kepadanya (Al-Qur’an), mereka itulah orang-orang yang beruntung”. (Q.S Al A’raf: 157).*

IAIN JEMBER

* Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan terjemahan* (Bandung: CV Diponegoro, 2010), 150.

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang dan bagi Rasul Nabi Muhammad SAW. Semoga skripsi ini dapat Ridho di sisi-Nya dan sebagai tanda terimakasih, saya persembahkan karya sederhana ini kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Abdul Mukit dan Ibu Siti Sholehatus yang tidak henti-hentinya mendoakan, mendukung, dan motivasi ketika mulai putus asa dan selalu mendukung dari awal kuliah hingga saat ini.
2. Seluruh Guru Sekolah mulai SD sampai SMA, Guru Mengaji dan Dosen yang telah memberikan Ilmu bermanfaat.
3. Almamater Tercinta IAIN Jember, terimakasih karena telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu selama ini. Semoga alumni-alumninya dapat selalu mengibarkan dan mengharumkan namamu dengan membawa ilmu yang bermanfaat sampai di akhirat kelak, *aamiin ya robbal alamin*.
4. Terimakasih juga untuk sahabat-sahabat penulis yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu.
5. Rekan-rekanku kelas Ekonomi Syariah 1 tercinta yang saling memberikan dukungan dan saling memotivasi dalam menyelesaikan tugas akhir.
6. Seluruh Kelas Ekonomi Syariah Angkatan 2017.

Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua dan semoga skripsi dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan yang akan datang.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah SWT sang penguasa Alam Semesta. Semoga sholawat serta keselamatan tercurahkan selalu kepada Nabi dan Rasul termulia, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya. Sungguh atas nikmat dan anugerah-Nya, sehingga dapat terselesaikan skripsi dengan judul *“Preferensi Penggunaan Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen di Salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember”*.

Terselesaikannya skripsi ini berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., M.M. selaku Rektor IAIN Jember yang telah memberi fasilitas yang memadai selama peneliti kuliah.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.
3. Ibu Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah sekaligus selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
4. Ibu Dr. Khairunnisa Musari, ST, M.MT. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, khususnya yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui sebelumnya.
6. Semua karyawan dan pemilik salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember yang telah berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga membantu proses penyelesaian penelitian.
7. Semua pihak yang telah membantu penulisan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi di masa mendatang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan terutama penulis sendiri.

Jember, 24 Januari 2021
Penulis

Faizatul Muflihah
NIM. E20172040

IAIN JEMBER

ABSTRAK

Faizatul Muflihah, Nikmatul Masruroh, S.H.I.M.E.I 2021: *Preferensi Penggunaan Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Di Salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.*

Preferensi yang berarti *minat* atau *kesukaan*, kata arti atau pengganti. preferensi atau minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukannya yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Peredaran kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan saat ini dilihat semakin mengawatirkan. Akibat maraknya kosmetik palsu ataupun kosmetik berbahaya yang beredar di pasaran tadi memunculkan keresahan para konsumen akan produk kosmetik yang digunakannya, sehingga banyak para konsumen yang beralih menggunakan produk kosmetik berlabel halal yang sudah teruji klinis dan mendapat sertifikat dari BPOM maupun MUI.

Fokus penelitian yang diteliti dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal oleh konsumen salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember? 2) Apa faktor-faktor yang menentukan preferensi kosmetik berlabel halal oleh konsumen salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember?

Tujuan penelitian yang diteliti dalam skripsi ini adalah: 1) Untuk mengetahui preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal oleh konsumen salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember, 2) Untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal oleh konsumen salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, sedangkan jenis penelitiannya deskriptif. Lokasi penelitian ini di salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive*. Teknik pengumpulan data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan atau kesimpulan. Sedangkan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode.

Hasil dari penelitian ini adalah: 1. Dalam memilih produk kosmetik konsumen selalu memperhatikan prinsip pilihan rasional, para konsumen mengaplikasikannya secara maksimal, 2. Faktor budaya, Faktor sosial, Faktor pribadi/gaya hidup.

Kata Kunci: Preferensi, Penggunaan Kosmetik, Berlabel Halal

ABSTRACT

Faizatul Muflihah, Nikmatul Maruroh, S.H.I.,M.E.I 2021: *Preference for The Use of Cosmetics Halal Labeled by Pricyllia Salon Consumers in Tanggul Jember*

Preference means interest, liking, or surrogate. preference or interest is a motivation that encourages people to do what they want, when they are free to choose. Every interest will satisfy a need. The current requirements of cosmetics are increasingly worried. The high level of either fake or malicious cosmetics circulating in the market, consumer are becoming increasingly worried about the use of cosmetics product, which many consumers are turning to using halal label products and getting certificates from both BPOM nad MUI.

The focus of the research are: 1). How would the preference for cosmetic use halal label by consumers of the Pricyllia salons in the Tanggul, Jember ?, 2. What factors determine the halal label of cosmetic preference by the consumers of the Pricyllia salon in the Tanggul, Jember?.

The aim of the study idem are: 1). To find out the preference for cosmetic uses label halal by the consumers of the Pricyllia salon in Tanggul, Jember, 2). To find out the factors that determine the preference for cosmetics uses label halal by the consumers of the Pricyllia salon in the Tanggul, Jember.

This research uses a qualitative approach, while the type of research is descriptive. The location of this research is at Pricyllia salon, Tanggul, Jember. Determination of informations using purposive techniques. Data collection techniques use data collection, data presentation, drawing or conclusion. While the validity of the data using source triangulation techniques and triangulation methods.

The result of this study are: 1). In choosing cosmetic products, the principles of rational choice, consumers apply them to the maximum, 2). Cultural factors, social factors, personal factors/ lifestyle.

Keywords: Preference, Use of Cosmetics, Halal Labeled.

IAIN JEMBER

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMANJUDUL | i |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| MOTTO | iv |
| PERSEMBAHAN..... | v |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. LatarBelakang Masalah | 1 |
| B. Fokus Penelitian | 8 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 8 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 9 |
| E. Definisi Istilah | 10 |
| F. Sistematika Pembahasan | 14 |
| BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN | 15 |
| A. Penelitian Terdahulu..... | 15 |
| B. Kajian Teori..... | 25 |
| 1. Preferensi..... | 25 |
| 2. Kosmetik Berlabel Halal | 33 |

| | |
|---|-----------|
| BAB III METODE PENELITIAN | 45 |
| A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian | 45 |
| B. Lokasi Penelitian | 45 |
| C. Subyek Penelitian | 48 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 49 |
| E. Teknik Analisis Data | 51 |
| F. Keabsahan Data | 52 |
| G. Tahap-tahap Penelitian | 53 |
| BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA | 55 |
| A. Gambaran Obyek Penelitian | 55 |
| B. Penyajian Data dan Analisis | 59 |
| 1. Preferensi Penggunaan Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Di Salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember | 60 |
| 2. Faktor-Faktor yang Menentukan Preferensi Penggunaan Kosmetik Berlabel Halal oleh Konsumen Salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul | 68 |
| C. Pembahasan Temuan | 73 |
| 1. Preferensi Penggunaan Kosmetik Berlabel halal Oleh Konsumen Salon <i>Pricyllia</i> Di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember | 73 |

2. Faktor-Faktor yang Menentukan Preferensi

Penggunaan Kosmetik Berlabel Halal oleh Konsumen

Salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember 77

BAB V PENUTUP..... 80

A. Kesimpulan..... 80

B. Saran 80

DAFTAR PUSTAKA 81

LAMPIRAN- LAMPIRAN

1. Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Pedoman Wawancara
4. Jurnal Penelitian
5. Surat Izin Penelitian
6. Surat Selesai Penelitian
7. Dokumentasi
8. Biodata Penulis

IAIN JEMBER

DAFTAR TABEL

| No. | Uraian | Hal |
|-----|---|-----|
| 1.1 | Data Karyawan Pricyllia Salon | 6 |
| 2.1 | Data Sarana dan Prasarana | 22 |
| 3.1 | Perkembangan Salon Pricyllia dari tahun ke tahun..... | 47 |
| 4.1 | Data Informan | 59 |
| 4.2 | Data Jumlah Karyawan Salon Pricyllia Tahun 2020 | 59 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kosmetik merupakan produk yang unik karena selain memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan. Seringkali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial didalam pandangan masyarakat. Seiring perkembangan zaman, kosmetik seolah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian kaum wanita. Produk kosmetik sesungguhnya memiliki resiko pemakaian yang perlu diperhatikan, karena kandungan kimia tidak selalu memberi efek yang sama untuk setiap konsumen. Penggunaan kosmetik untuk kepentingan berhias hukumnya boleh dengan syarat yaitu bahan yang digunakan adalah halal dan suci ditunjukkan untuk kepentingan yang dibolehkan secara syar'i dan tidak membahayakan. Tumbuh pesatnya konsumen telah mengubah 180 derajat pada persaingan industri kosmetik di semua wilayah. Kesadaran akan *benefit* halal dari konsumen muslim telah menjadikan produsen kosmetik berbondong-bondong menyematkan label halal pada produknya. Semakin meningkatnya kemakmuran mereka sebagai akibat keberhasilan pembangunan selama ini justru mendorong mereka semakin *religious* dan spiritual.¹

Produk kosmetik berlabel halal sudah tentu dapat memberikan jaminan kehalalan produk tersebut. Pembahasan mengenai bahan halal, tidak

¹ Yuswohady dkk, *Marketing To The Middle Class Muslim*, Cetakan Kedua (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), 71.

hanya berhubungan dengan produk makanan, tetapi juga kosmetik. Terdapat ketentuan dalam Islam bahwa jika akan Shalat, maka dipastikan tidak ada najis yang menempel pada tubuh. Oleh karena itu, aturan pemerintah dan fatwa Majelis Ulama Indonesia sangat dibutuhkan untuk mengambil jalan tengah dengan diterbitkan peraturan tentang jaminan produk halal. Dengan adanya peraturan ini akan memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi masyarakat bahwa setiap produk kosmetik yang berlabel halal resmi dijamin halal menurut syariat Islam.² Peredaran kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan saat ini dilihat semakin mengawatirkan. Akibat maraknya kosmetik palsu ataupun kosmetik berbahaya yang beredar di pasaran tadi memunculkan keresahan para konsumen akan produk kosmetik yang digunakannya, sehingga banyak para konsumen yang beralih menggunakan produk kosmetik berlabel halal yang sudah teruji klinis dan mendapat sertifikat dari BPOM maupun MUI.

Perempuan merupakan segmentasi pasar yang potensial dan memiliki banyak kebutuhan. Salah satunya kebutuhan untuk tampil cantik, yaitu dengan menggunakan produk kosmetik. Disadari atau tidak, dalam sehari-hari kehidupan wanita tidak bisa terlepas dari kosmetik. Manfaat ini dikomunikasikan dan dihantarkan oleh atribut produk. Atribut produk menjadi unsur-unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan membeli.³ Atribut yang dimaksud

² Ratih Hesty Utami Puspitasari, "Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Berlabel Halal", *Jurnal: Business Management Analysis Journal (BMAJ)* Vol. 2 No. 1- April (2019), 2.

³ F. Ginting, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: CV YRAMA WIDYA, 2011), 95.

sebagai media informasi konsumen untuk memperoleh kepercayaan terhadap produk secara lahir batin adalah label halal.⁴

Kosmetik yang tidak halal berarti dalam proses pembuatannya menggunakan zat- zat yang diharamkan secara Islam. Bagi umat Islam yang menyadari hal tersebut akan menciptakan perasaan tidak tenang dan keraguan saat menggunakannya, apalagi saat beribadah dan shalat. Keraguan dalam beribadah terutama dalam shalat tidak dibenarkan dalam Islam. Selain keraguan yang timbul akibat kesalahan pemilihan kosmetik masalah- masalah kesehatan juga menjadi ancaman bagi konsumen. Label halal yang terdapat pada kemasan produk akan mempermudah konsumen dalam mengidentifikasi produk. Di Indonesia penggunaan label halal mudah ditemukan pada produk kosmetik salah satunya.

Kosmetik halal di Indonesia pada awalnya ditujukan untuk mengakomodasi kebutuhan konsumen muslim sehingga memberikan rasa tenang dan aman dalam menggunakan kosmetik, namun saat ini permintaan kosmetik halal juga datang dari konsumen non muslim yang melihat produk halal sebagai produk yang aman.⁵ Sebaiknya produsen tidak terjebak di pasar yang terlalu “*nice*” ketika memasarkan produk halal. Selain itu aspek manajemen dan etika bisnis juga perlu diperhatikan oleh produsen ketika mencitrakan diri sebagai produsen kosmetik halal. Hal ini berimbas pada salon di Indonesia, karena pertumbuhan ekonomi khususnya produk kosmetik di Indonesia semakin bertambah setiap tahunnya.

⁴ Ibid, 66.

⁵ Nur Hadiati Endah, “Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Indonesia”, *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, Vol 22, No. 1, (2014), 22.

Efek kosmetik terhadap kulit merupakan sasaran utama dalam menerima berbagai pengaruh dari penggunaan kosmetika. Ada dua efek atau pengaruh kosmetika terhadap kulit, yaitu efek positif dan efek negatif. Tentu saja yang diharapkan adalah efek positifnya, sedangkan efek negatifnya tidak diinginkan karena dapat menyebabkan kelainan-kelainan kulit. Setiap pemakaian produk kosmetika diharapkan dapat berkhasiat sesuai dengan jenis produk yang kita gunakan, akan tetapi seringkali pemakaian produk kosmetika tersebut justru membawa petaka bagi pemakainya. Efek-efek negatif yang sering kali timbul dari pemakaian kosmetika yang salah adalah kelainan kulit berupa kemerahan, gatal, atau noda hitam.⁶

Pemakaian mercury dan krim pemutih meskipun dapat menjadikan kulit tampak putih mulus, lama-kelamaan akan mengendap di dalam kulit. Pemakaian bertahun-tahun akan menyebabkan kulit biru kehitaman dan memicu timbulnya kanker. Kurangnya pengetahuan dan informasi yang bisa didapatkan oleh pengguna kosmetika pemutih dapat menyebabkan seseorang melakukan kesalahan. Pada mulanya adalah keinginan untuk membuat kulit menjadi putih dan cantik, tetapi hasilnya malah sebaliknya.

Hal ini menyebabkan ketatnya persaingan dalam menarik konsumen. Kehadiran banyaknya perusahaan kosmetik yang ada di Indonesia, maka konsumen akan lebih selektif dalam menentukan merek kosmetik yang digunakan sebagai alat kecantikan, sehingga imbasnya pada salon di Indonesia yaitu banyak diminati konsumen dengan adanya kosmetik yang

⁶ Lina Pangaribuan, "Efek Samping Kosmetik dan Penanganannya Bagi Kaum Perempuan", *Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera*, Vol.15 (2) Desember (2017), 4.

dijual disalon tersebut. Hal ini juga berimbas pada salon di Jawa Timur, SPA, salon kecantikan, dan berbagai insitusi kecantikan lain menjadi tempat-tempat yang diminati perempuan untuk mengubah dirinya menjadi cantik, seperti perawatan tubuh atau perawatan yang menfokuskan untuk kecantikan dan keindahan kulit tubuh, sehingga imbasnya salon di Jawa Timur banyak diminati konsumen dengan karena salon juga menawarkan jasa seperti perawatan tubuh juga. Hal ini juga berimbas kepada salon di Jember menjadi ramai dengan adanya kosmetik atau perawatan tubuh di salon maka konsumen lebih memilih salon untuk membeli kosmetik ataupun menggunakan jasa perawatan tubuh seperti spa, lulur, *facial* dan lain-lain. Salon yang ada di Tanggul sekarang sudah banyak diminati konsumen karena tidak hanya menawarkan jasa saja, tetapi juga menawarkan produk kosmetik dan juga perawatan tubuh, sehingga konsumen tertarik dan pelanggan di salon tersebut. Salon Pricyllia juga menjual produk kosmetik yang semua produknya yang dijual berlabel halal. Sebelum menjual produk kosmetik salon Pricyllia konsumennya sedikit dengan adanya produk kosmetik yang berlabel halal dari tahun ke tahun pelanggannya semakin bertambah.⁷

IAIN JEMBER

⁷ Observasi, di Pricyllia salon Tanggul, 7 November 2020.

Tabel 1.1
Perkembangan Salon Pricyllia Dari Tahun Ke Tahun

| No | Tahun | Perkembangan konsumen dari tahun ke tahun |
|----|-------|---|
| 1. | 2017 | Konsumen salon Pricyllia mencapai kurang lebih sekitar 15 orang per harinya |
| 2. | 2018 | Konsumen salon Pricyllia mencapai kurang lebih sekitar 23 orang per harinya |
| 3. | 2019 | Konsumen salon Pricyllia mencapai kurang lebih sekitar 27 orang per harinya |
| 4. | 2020 | Konsumen salon Pricyllia mencapai kurang lebih sekitar 30 orang per harinya |

Sumber: Data ini diperoleh dari hasil wawancara kepada karyawan salon Pricyllia tentang perkembangan konsumen.

Usaha yang didirikan salon Pricyllia ini sangat berbeda dengan salon lain karena di salon Pricyllia melayani jasa seperti: rias pengantin, rias pesta, sewa saju, *henna art*, potong rambut, *rebonding*, *kribul*, pewarnaan, body SPA, lulur, *facial*, *galvanic*, selain itu yang membuat salon Pricyllia semakin diminati konsumen atau pelanggan karena produk-produk kosmetik yang digunakan lebih selektif, salon Pricyllia membuat produk kosmetik sendiri sehingga membuat produk dengan bahan-bahan yang sudah jelas kehalalannya, dan memberikan yang terbaik kepada pelanggan atau konsumen. Di Tanggul terdapat enam salon tetapi salon terbesar di daerah Tanggul yaitu salon Pricyllia karena jumlah konsumennya perhari mencapai kurang lebih sekitar 30 orang. Jasa yang sama dengan salon Pricyllia yaitu salon Heni, salon King dan juga salon Yuriko tetapi di salon Heni, salon King dan salon yuriko tidak menyediakan sewa baju, rias pesta, rias pengantin, *henna art*, dan juga *galvanic*, hanya menerima jasa potong rambut, *facial*, lulur, pewarnaan. Keunggulan salon Pricyllia: jumlah konsumennya setiap

hari mencapai kurang lebihnya 30 perhari, semua produk yang ditawarkan berlabel halal, BPOM, MUI diantaranya BPOM Pricyllia*beauty skincare bb cream*, BPOM Pricyllia *beauty skincare day cream*, BPOM Pricyllia *beauty skincare night cream*, BPOM Pricyllia *beauty skincare whitening body cream*,BPOM Pricyllia *beauty body lotion*, BPOM Pricyllia *beauty skincare skin toner*, BPOM Pricyllia *beauty skincare facial wash* salon Pricyllia hanya melayani konsumen khusus wanita saja, penawaran jasanya terlengkap, dan juga memberikan garansi kepada konsumen ketika jasa yang diberikan kurang puas.⁸ Adapun keunikan dari salon Pricyllia ini adalah menawarkan jasa, berbagai jenis perawatan dan kecantikan wajah dan kulit, pelayanannya sangat baik, ramah dan bertanggung jawab, di salon ini lebih mengutamakan kepuasan pelanggan. Pada tahun 1991, salon Pricyllia hanya menerima jasa potong rambut, tetapi dari tahun ke tahun salon Pricyllia ini tidak hanya menerima jasa potong rambut saja, tetapi juga menyediakan produk kosmetik, didukung oleh lokasi tempat yang strategis karena berdampingan dengan toko, perumahan, serta jalan raya sehingga lebih mudah menjangkau atau menarik minat konsumen.

Dari latar belakang tersebut, peneliti menganalisis terkait preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal yang dilakukan oleh konsumen di salon Pricyllia, karena saat ini fenomena kosmetik berbahan kimia dan yang mengandung mercury merajalela. Salon menawarkan berbagai jenis jasa dan produk kosmetik tanpa memperhatikan label halal. Namun salon Pricyllia

⁸Lis, wawancara, Tanggul, 18 Januari 2021.

memilih menjual produk yang memiliki label halal, BPOM, MUI sehingga perlu dilakukan penelusuran terkait faktor-faktor yang menjadi penentu preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal.

Berdasarkan uraian tersebut di atas peneliti dapat mengangkat fenomena tersebut dengan judul **“PREFERENSI PENGGUNAAN KOSMETIK BERLABEL HALAL OLEH KONSUMEN SALON PRICYLLIA DI KECAMATAN TANGGUL KABUPATEN JEMBER”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka fokus penelitian yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal oleh konsumen salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember?
2. Apa faktor-faktor yang menentukan preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal oleh konsumen salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian merupakan gambaran tentang arah yang dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.⁹ Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal oleh konsumen salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2017), 45.

2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan preferensi pada penggunaan kosmetik berlabel halal oleh konsumen salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis.¹⁰ Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat dijadikan referensi serta rujukan untuk penelitian selanjutnya. Sehingga menambah wawasan mengenai penggunaan kosmetik berlabel halal. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan baru dalam bidang perilaku konsumen mengenai preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal oleh konsumen di salon Pricyllia.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai bagian dari studi untuk melengkapi syarat guna memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah. Penelitian ini merupakan

¹⁰ Ibid., 45.

media untuk merubah wawasan keilmuan bagi peneliti tentang menulis karya ilmiah yang baik, guna sebagai bekal mengadakan penelitian dan penulisan karya ilmiah selanjutnya. Penelitian juga dapat menambah wawasan dalam memilih kosmetik yang berlabel halal yang sudah dianjurkan dalam Islam.

b. Bagi Pemilik Usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai saran bagi pemilik salon Pricyllia di Tanggul Kabupaten Jember yang berguna untuk mengevaluasi kebijakan yang telah diterapkan, khususnya pada pemilihan kosmetik yang berlabel halal.

3. Bagi IAIN Jember

Dapat menambah kepustakaan dalam khazanah keilmuan yang ada di perpustakaan IAIN Jember sebagai bahan rujukan bagi pihak yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut tentang pemilihan kosmetik berlabel halal, khususnya untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti dalam judul penelitian. Tujuan diperlukan sebuah definisi istilah dalam penelitian adalah supaya tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti.¹¹

Istilah-istilah yang perlu diperjelaskan dalam penelitian ini sesuai dengan judul peneliti yaitu:

¹¹Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 45.

1. Preferensi

Preferensi atau selera adalah sebuah konsep yang digunakan pada ilmu sosial, khususnya ekonomi. Sebagian besar masyarakat mengembangkan cara turun temurun untuk mencari, memilih, menangani, menyiapkan dan mengkonsumsi makanan ataupun suatu produk.¹²

Marwan berpendapat bahwa preferensi pelanggan merupakan sikap dan perilaku dari konsumen yang membutuhkan dan ingin mendapatkan barang atau jasa tertentu yang dinilai dapat memberikan bentuk kepuasan terhadap barang yang diperoleh.¹³ Sedangkan menurut Andi Mappiare definisi preferensi adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.¹⁴

2. Kosmetik berlabel halal

Kosmetik adalah obat (bahan) untuk mempercantik wajah, kulit, rambut, dan sebagainya (seperti bedak, pemerah bibir).¹⁵ Label yaitu sepotong kertas (kain, logam, kayu, dan sebagainya) yang ditempelkan pada barang yang berisikan tentang nama barang, nama pemilik, tujuan, alamat, etiket, merek dagang, tiga petunjuk singkat tentang zat-zat yang

¹² Nurul Mukti, "Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Beras SUGER", (Skripsi, Fakultas Pertanian Universitas Lampung Bandar Lampung), 6.

¹³ Marwan Asri, *Marketing*, Cetakan Ketiga (Yogyakarta: UPP-AMPYKPN, 2009), 12.

¹⁴ Andi Mappiare, *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan* (Surabaya: Usaha Offsetprinting, 1994), 62.

¹⁵ Tim Redaksi, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 757.

terkandung dalam obat dan sebagainya petunjuk kelas kata, sumber kata.¹⁶ Halal yaitu diizinkan (tidak dilarang oleh syara', sesuatu yang diperoleh atau diperbuat) dengan sah.¹⁷

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1176 tahun 2010 menjelaskan pengertian kosmetik, kosmetik adalah bahan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan bagian *genital* di bagian luar) atau gigi dan mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik. Produk kosmetik umumnya dibuat dari bahan atau zat aktif dan zat aditif (bahan tambahan).

Bahan suatu produk kosmetik bisa berasal dari tumbuhan, hewan. Sintetik kimiawi, mikroba, hingga jaringan ataupun organ tubuh manusia. Namun tidak semua produsen kosmetik mencantumkan bahan- bahan yang digunakan secara lengkap pada kemasan produk mereka. Sekaligus ditulis dengan lengkap banyak istilah-istilah yang digunakan juga belum dimengerti oleh konsumen.

Kosmetik merupakan sebuah bahan yang digunakan pada area wajah untuk menutupi kekurangan pada kulit, sehingga hasilnya wajah akan terlihat lebih menarik dan para perempuan akan lebih percaya diri. Konsumsi masyarakat dalam menggunakan kosmetik semakin meningkat, namun tidak diimbangi dengan pengetahuan dasar mengenai pemilihan

¹⁶ Ibid.,788.

¹⁷ Ibid., 503.

kosmetik yang tepat dan mengenai kandungan kosmetik yang aman bagi kulit. Sehingga tidak jarang ada kasus yang terjadi akibat penggunaan kosmetik yang tidak tepat maupun kosmetik dengan kandungan yang berbahaya.

Tidak sedikit masyarakat Indonesia ketika mengonsumsi suatu produk tidak lagi terlalu memperhatikan kehalalan suatu produk. Padahal dalam ajaran Islam, tidak diperkenankan bagi seorang muslim untuk mengonsumsi produk-produk tertentu apabila substansi yang dikandungnya atau proses yang menyertainya diharamkan dalam ajaran Islam. Urgensi label halal bagi konsumen muslim dimaksudkan agar dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Hendaknya konsumen muslim berhati-hati dalam memutuskan untuk membeli atau tidak produk-produk jika produk tersebut tidak mencantumkan label halal walaupun sejatinya membeli produk berlabel halal ataupun tidak merupakan hak konsumen itu sendiri.¹⁸

Dari uraian di atas ditarik kesimpulan bahwa maksud dari judul “Preferensi Penggunaan Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember”, yaitu untuk mendeskripsikan preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal oleh konsumen.

¹⁸ Hendri Hermawan Adinugraha, “Wikan Isthika, Mila Sartika, Persepsi Label Halal Bagi Remaja Sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian”, *Jurnal: Perisai*, Vol 1, No 3 October 2017, Universitas Dian Nuswantoro Semarang, 182.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan proposal yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Dalam bentuk deskriptif, bukan seperti daftar isi.¹⁹ Untuk itu di bawah ini akan dikemukakan gambaran secara umum pembahasan proposal ini.

Bab I : Pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, fokus peneliti, tujuan peneliti dan manfaat peneliti, definisi istilah, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II : Kajian kepustakaan, dalam bab ini terdiri dari penelitian terdahulu dan kajian teori.

Bab III : Metode penelitian, bab ini membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian yang dilakukan, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian yang dilakukan.

Bab IV : Berupa penyajian dan analisis data, bab ini berisikan gambar objek penelitian, penyajian data dan pembahasan temuan (analisis data).

Bab V : Penutup yang berisi kesimpulan dan saran. Pada bab ini berfungsi untuk memperoleh gambaran dari hasil penelitian, dan memberi gambaran tentang penelitian yang diteliti dan memberikan saran-saran konstruksi yang terkait dengan penelitian ini.

¹⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 48.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi, dan sebagainya). menghindari terjadinya duplikasi terhadap penelitian ini, maka penulis melakukan pengkajian terhadap karya-karya yang telah ada. Peneliti yang berkaitan dengan penggunaan kosmetik berlabel halal memang bukan yang pertama kali. Sebelumnya sudah ada peneliti yang berkaitan dengan hal tersebut, diantara penelitian yang sudah pernah dilakukan adalah

1. Endang Astutik, 2015 *“Praktik Jual-Beli Kosmetik yang Mengandung Zat Berbahaya Di Kalangan Mahasiswa Muamalah IAIN Jember dalam Perspektif Ekonomi Islam”*, IAIN Jember.²⁰

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan jenis penelitiannya deskriptif. Hasil penelitian pelaksanaan akad transaksi jualbeli kosmetik yang mengandung zat berbahaya di kalangan mahasiswa Muamalah dikatakan tidak sah, karena terlarang sebab *ma'qud alaih* dan termasuk jual-beli yang dilarang dalam Islam. Pandangan mahasiswa Muamalah terhadap jual-beli kosmetik yang mengandung zat berbahaya, yaitu mereka merasa dirugikan, karena

²⁰ Endang Astutik, “Praktik Jual-Beli Kosmetik yang Mengandung Zat Berbahaya Di Kalangan Mahasiswa IAIN Jember dalam Perspektif Islam”, (Skripsi, IAIN Jember, 2015).

kosmetik tersebut jika digunakan secara terus menerus akan menimbulkan kanker kulit karena adanya penipisan kulit. Perbedaannya, penelitian yang dilakukan oleh Endang Astutik menjelaskan tentang praktik jual beli kosmetik yang mengandung zat berbahaya, sedangkan penelitian yang dilakukan dalam hal ini membahas tentang kosmetik berlabel halal. Persamaan dari penelitian ini yakni menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisa deskriptif.

2. Lilik Andriani, 2017 *“Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Bandar Lampung”*, Universitas Lampung.²¹

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif verifikatif pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian variabel paling berkontribusi tertinggi terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah yaitu bahan baku. Perbedaan dari penelitian yang diteliti oleh Lilik Andriani ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif sedangkan penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan penelitian kualitatif. Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas tentang pemilihan pembelian produk kosmetik berlabel halal.

²¹ Lilik Andriani, *“Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Bandar Lampung”*, (Skripsi, Universitas Lampung, 2017).

3. Helsy Zella Rafita, 2017 “*Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik*”, UIN Raden Intan Lampung.²²

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Hasil dari penelitian ini perilaku mayoritas mahasiswi ketika melakukan konsumsi sudah sesuai dengan prinsip konsumsi Islam, hal ini dapat dilihat bahwa mahasiswi dalam memilih barang yang dikonsumsi merupakan barang yang halal. Perbedaan penelitian yang diteliti oleh Helsy Zella Rafita ini menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Persamaan dari penelitian ini membahas pemilihan dalam memilih kosmetik yang berlabel halal.

4. Ian Alfian, 2017 “*Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan*”, Universitas Potensi Utama Medan.²³

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung variabel label halal, *brand* citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di kota Medan. Perbedaan dari penelitian yang diteliti oleh Ian Alfian ini menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif.

Persamaan dari penelitian ini sama-sama membahas pemilihan terhadap

²² Helsy Zella Rafita, “Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik”, (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2017).

²³ Ian Alfian, “Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan”, (Skripsi, Universitas Potensi Utama Medan, 2017).

pembelian produk halal.

5. Alfiatun Nisa, 2018 "*Pengaruh Gaya Hidup dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah*", IAIN Purwokerto.²⁴

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif, pengumpulan data dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini dalam bab ini membahas mengenai gambaran umum tempat penelitian, responden, hasil analisis data penelitian, serta pembahasan hasil penelitian. Perbedaan dari yang diteliti oleh Alfiatun Nisa ini membahas mengenai pengaruh gaya hidup dan labelisasi halal sedangkan di penelitian ini membahas tentang pihak salon menjual dan menggunakan kosmetik yang berlabel halal. Persamaan yaitu sama-sama mengetahui tentang pemilihan produk halal.

6. Iis Ariska Nurhasanah, 2018 "*Pengaruh Preferensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Bersertifikat Halal*", Universitas Islam Indonesia.²⁵

Penelitian ini berbentuk penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa preferensi dan motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap

²⁴ Alfiatun Nisa, "Pengaruh Gaya Hidup (*Life Style*) dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah", (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2018).

²⁵ Iis Ariska Nurhasanah, "Pengaruh Preferensi dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Bersertifikat Halal", (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).

keputusan pembelian produk kosmetik berlabel halal. Perbedaan dari penelitian ini, penelitian Iis Ariska Nurhasanah ini menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Persamaan dengan penelitian ini adalah mendeskripsikan preferensi pembelian kosmetik berlabel halal.

7. Shilachul Alfinul Alim dkk, 2018 “*Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim*”, Universitas Brawijaya.²⁶

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Perbedaan dari penelitian yang diteliti oleh Shilacul Alfinul Alim dan kawan-kawan ini menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Persamaannya dengan penelitian ini bahwa label halal dan kualitas produk menjadi salah satu kriteria dan prioritas utama pembeli untuk pemilihan suatu produk.

8. Bagus Riski dkk, 2019 “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, Harga Jual terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatra Utara*.”²⁷

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, penelitian

²⁶ Shilachul Alfiul dkk, “Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim”, *Jurnal: Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 02 No.1 September (2018), 6.

²⁷ Bagus Riski , “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim”, *Jurnal: KITABAH* , Volume 3. No.2 Juli-Desember (2019), 2.

dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik. Hasil penelitian tujuan dari analisis regresi berganda ini adalah untuk mengetahui dan memprediksi besar pengaruh kualitas produk, label halal, harga jual terhadap keputusan pembelian konsumen pada UD Rezeki Baru. Perbedaan dari penelitian yang diteliti oleh Bagus Riski dan kawan-kawan menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Persamaan dengan penelitian ini adalah label halal sebuah produk menjadi prioritas utama konsumen muslim untuk membeli produk tersebut.

9. Ratih Hesty Utami Puspitasari, 2019 “*Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian pada Kosmetik Berlabel Halal*”, Universitas PGRI Semarang.²⁸

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* yang menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini uji validitas menunjukkan sejauh mana instrumen pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan dapat mengukur apa yang diukur. Berdasarkan hasil uji validitas, diperoleh hasil seluruh pertanyaan dalam variabel dependen dan independen adalah valid karena memiliki koefisien lebih besar dari r tabel. Perbedaan dari penelitian ini, penelitian Ratih Hesty Utami Puspitasari ini menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan

²⁸ Ratih Hesty Utami Puspitasari, “Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Berlabel Halal”,(Skripsi, Universitas PGRI Semarang, 2019).

penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan persamaan dari penelitian ini sama-sama membahas tentang memilih kosmetik yang berlabel halal.

10. Mirawati, 2019 “*Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Keberagaman Terhadap Minat Konsumen Produk Kosmetik Halal dengan Preferensi Sebagai Variabel Intervening*”, Universitas Muhammadiyah Malang.²⁹

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa label halal, citra merek, dan keberagaman berpengaruh signifikan secara langsung terhadap preferensi konsumen sedangkan preferensi konsumen berpengaruh signifikan secara terhadap minat beli. Penelitian yang diteliti oleh Mirawati ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sedangkan persamaan dari penelitian ini sama-sama mengetahui dan mendeskripsikan pemilihan kosmetik berlabel halal.

Persamaan dan perbedaan pada penelitian diuraikan dalam tabel sebagai berikut :

²⁹ Mirawati, “Pengaruh Label Halal, Citra Merk, dan Keberagaman terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Halal dengan Preferensi sebagai Variabel Intervening”, (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, 2019).

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

| NO | NAMA | JUDUL | PERSAMAAN | PERBEDAAN |
|-----------|-------------------------|---|--|--|
| 1. | Endang Astutik 2015 | Praktik Jual Beli Kosmetik Yang Mengandung Zat Berbahaya Dikalangan Mahasiswa Muamalah Iain Jember Dalam Perspektif Ekonomi Islam | Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya deskriptif. | Peneliti yang diteliti oleh Endang Astutik menjelaskan tentang praktik jual-beli kosmetik yang mengandung zat berbahaya, sedangkan penelitian ini menjelaskan tentang kosmetik berlabel halal. |
| 2. | Lilik Andriani 2017 | Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Bandar Lampung | Sama-sama membahas tentang pemilihan pembelian produk kosmetik berlabel halal | Peneliti yang diteliti oleh Lilik Andriani menggunakan jenis penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. |
| 3. | Helsy Zella Rafita 2017 | Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik | Sama-sama membahas keputusan dalam memilih kosmetik yang berlabel halal, dan seorang akan memilih produk yang dapat memberikan kepuasan tertinggi. | Penelitian yang diteliti oleh Helsy Zella Rafita menggunakan penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. |

| NO | NAMA | JUDUL | PERSAMAAN | PERBEDAAN |
|-----------|------------------------------------|---|---|---|
| 4. | Ian Alfian 2017 | Analisis Pengaruh Label Halal, Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan | Sama- sama membahas tentang faktor keputusan pembelian yaitu faktor label halal | Penelitian yang diteliti oleh Ian Alfian menggunakan penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif |
| 5. | Alfiatun Anisa 2018 | Pengaruh Gaya Hidup Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah | Sama-sama membahas tentang pemilihan produk kosmetik berlabel halal | Penelitian yang diteliti oleh Alfiatun Anisa menggunakan jenis penelitian kuantitatif yaitu membahas tentang pengaruh gaya hidup dan labelisasi halal sedangkan penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang membahas tentang kosmetik berlabel halal. |
| 6. | Iis Ariska Nurhasanah 2018 | Pengaruh Preferensi Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Bersertifikat Halal | Sama-sama ingin mendeskripsikan preferensi pembelian kosmetik berlabel halal | Penelitian yang diteliti oleh Iis Ariska Nurhasanah menggunakan penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif |
| 7. | Shilachul Alfinul Alim dkk 2018 | Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap | Bahwa label halal dan kualitas produk menjadi salah | Peneliti yang diteliti oleh Shilachul Alfinul Alim |

| NO | NAMA | JUDUL | PERSAMAAN | PERBEDAAN |
|-----|------------------------------------|--|--|---|
| | | Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim | satu kriteria dan prioritas utama pembeli untuk pemilihan suatu produk | menggunakan jenis penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. |
| 8. | Bagus Riski dkk 2019 | Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim | Sama-sama membahas label halal sebuah produk menjadi prioritas utama konsumen muslim untuk membeli produk tersebut | Penelitian yang diteliti oleh Bagus Riski ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. |
| 9. | Ratih Hesty Utami Puspitasari 2019 | Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Berlabel Halal | Sama-sama membahas tentang pemilihan kosmetik berlabel halal | Ratih Hesty Utami Puspitasari menggunakan jenis penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. |
| 10. | Mirawati 2019 | Pengaruh Label Halal, Citra Merk, Dan Keberagaman Terhadap Minat Konsumen Produk Kosmetik Halal Dengan Preferensi Sebagai Variabel Intervening | Sama-sama ingin mendeskripsikan pemilihan kosmetik berlabel halal. | Penelitian yang diteliti oleh Mirawati menggunakan jenis penelitian kuantitatif, penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. |

Sumber: diolah dari penelitian terdahulu

Dari beberapa penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas sebagai acuan penelitian,hal menarik dari penelitian yang dilakukan peneliti yakni

mendesripsikan secara rinci mengenai preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal. perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang lain yaitu membahas kosmetik yang mengandung zat berbahaya, sedangkan penelitian ini membahas tentang kosmetik berlabel halal.

B. KajianTeori

Pada bagian kajian teori ini berisi tentang pembahasan teori yang akan dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian, baik teori-teori yang terdapat dalam buku, karya ilmiah, jurnal dan lain sebagainya yang teruji ke ilmiahannya dan ada kaitannya dengan judul peneliti. Teori yang digunakan peneliti ini yaitu:

1. Preferensi

a. Pengertian Preferensi

Preference mempunyai makna pilihan atau memilih. Istilah preferensi digunakan untuk mengganti kata *preference* dengan arti yang sama atau minat terhadap sesuatu. Preferensi merupakan suatu sifat atau keinginan untuk memilih. Preferensi secara umum diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa yang digunakan. Preferensi merupakan pilihan-pilihan (*choices*) yang dibuat oleh para konsumen atas produk-produk yang dikonsumsi. Kekuatan preferensi konsumen akan menentukan produk-produk apa yang mereka beli dari pendapatan disposabel mereka yang terbatas, dan juga permintaan untuk produk-produk. Teori preferensi dapat digunakan untuk menganalisis tingkat

kepuasan bagi konsumen, misalnya bila seseorang ingin mengkonsumsi atau menggunakan sebuah produk atau jasa dengan sumber daya terbatas maka ia harus memilih alternatif sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh mencapai optimal.

Preferensi memiliki arti pilihan atau kecenderungan individu dalam memilih produk dan jasa, yang berarti kebebasan individu dalam memilih. Islam menganggap kebebasan adalah sebagai fondasi dari nilai-nilai kemanusiaan dan kemuliaan manusia. Kebebasanlah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya. Al-Qur'an menjelaskan pengetahuan dan kekuasaan Allah atas apa-apa yang telah ditetapkan-Nya untuk manusia. Di samping itu Al-Qur'an juga memberikan penekanan besar kepada kebebasan memilih yang diberikan kepada manusia. Kebaikan yang paling utama ialah kebebasan individu untuk memilih suatu alternatif yang tepat walaupun peluang untuk memilih suatu alternatif lain yang salah juga besar. Hanya melalui penggunaan kebebasan dengan benar manusia terdorong untuk melakukan sikap-sikap terpuji.³⁰

Menurut Kotler preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada.³¹ Preferensi merupakan kesukaan atau kesukaan hati kepada sesuatu.³² Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang

³⁰ Nur Rianto Al arif, *Teori Mikroekonomi* (Jakarta: Kencana, 2014), 93.

³¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, cet ke-10 (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2000),154.

³² Poerwadaminta,W.J., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), 769.

terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi. Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab mendefinisikan preferensi itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang. Aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang atau puas.

b. Prinsip-Prinsip Preferensi Konsumen

Dalam kajian ekonomi, ada 6 prinsip pilihan rasional yaitu:³³

1) Kelengkapan

Berdasarkan prinsip ini, setiap individu bebas menentukan keadaannya dari segi suka maupun tidak. Hal ini berimplikasi pada kemampuan konsumen untuk dapat membandingkan semua produk yang tersedia. Jika terdapat dua produk, konsumen dapat dengan bebas menentukan apakah lebih menyukai “produk A dibanding produk B, lebih menyukai produk B dibandingkan dengan produk A, tidak memilih kedua produk tersebut atau bahkan memilih untuk menggunakan kedua produk tersebut. Sifat ini bermakna seseorang selalu “ku tahu yang ku mau”. Dalam bahasa Inggris ini bermakna seseorang memiliki “*complete trust or confidence in something*” dalam istilah yang lebih populer disebut “*faith*”. Dalam bahasa fikihnya “*yakin, keyakinan, iman, amantu*”.

³³ Adiwarmanto A.Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, cetakan ke 7 (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 52.

2) Transivitas (*Transivity*)

Prinsip transivitas menjelaskan tentang konsistensi konsumen dalam menentukan pilihan produk yang akan dibelinya dari berbagai pilihan yang ada. Jika seorang individu mengatakan bahwa “produk A lebih disukai daripada produk B” dan “produk B lebih disukai dari pada produk C”, maka ia pasti akan mengatakan bahwa “produk A lebih disukai daripada produk C”. Prinsip ini menggambarkan adanya konsistensi individu dalam menentukan produk yang akandipilihnya Sifat ini bermakna seseorang selalu “Teguh Pendirian, Tidak Mencla-Mencle”. Dalam bahasa fikihnya “*istiqomah*”. Jika bagi seseorang “A lebih disukai daripada B” dan “B lebih disukai daripada C”, maka baginya “A harus lebih disukai daripada C”. Asumsi ini menyatakan bahwa pilihan individu bersifat konsisten secara internal.

3) Kontinuitas(*Continuity*)

Prinsip kontinuitas menggambarkan bahwa individu akan konsisten dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. Jika seorang individu mengatakan “produk A lebih disukai daripada produk B”, maka setiap keadaan yang mendekati produk A pasti juga akan lebih disukai daripada produk B. Jadi ada suatu kekonsistenan seorang konsumen dalam memilih suatu produk yang akan dikonsumsi.

Meningkat kepuasan konsumen. Jika individu mengonsumsi lebih banyak barang atau produk tersebut. Sehingga konsumen cenderung akan selalu menambah konsumsinya demi kepuasan yang akan didapat. Sifat ini bermakna “*Maa la yudraku kulluhu, la yutroku kulluhu*” (Jika tidak dapat melakukan yang baik sepenuhnya, jangan meninggalkan yang baik seluruhnya)

Artinya, dalam berkonsumsi ada kesinambungan yang tidak terputus, misalnya jika A menyukai merk Honda, baik Honda mengeluarkan mobil maupun sepeda motor pasti lebih disukai daripada yang lain.

Uraian-uraian tersebut di atas merupakan konsep dan teori yang digunakan sebagai landasan untuk memahami mengenai preferensi pelanggan terhadap pelayanan yang sangat menentukan pengambilan keputusan tersebut secara rasional atau emosional dalam memutuskannya.

4) Produk dan jasa harus halal dan baik

Jaminan halal dari suatu produk atau jasa adalah suatu hal yang sangat penting keberadaannya karena menggunakan produk yang halal adalah perintah agama yang sifatnya mutlak karena bagi kaum muslimin. Islam tidak hanya menitikberatkan pada aspek materi semata, dan juga tidak sekedar menitikberatkan pada aspek pembinaan tubuh semata akan tetapi Islam juga memperhatikan sesuatu yang berpengaruh terhadap akhlak, jiwa

kepribadian dan perilakunya. Kehalalan suatu produk menjadi pertimbangan utama konsumen muslim untuk mengkonsumsinya.

c. Preferensi Konsumen Muslim.

Sebagaimana sudah disinggung di atas, preferensi merupakan pilihan yang dihadapi konsumen dalam kehidupan sehari-hari, tentu saja dengan anggaran yang terbatas. Seorang konsumen muslim hendaknya menggunakan anggaran yang ada dengan tepat guna memilih barang-barang yang tidak diharamkan oleh al Qur'an maupun al Hadits. Preferensi konsumen muslim didasarkan pada prinsip, tersebut meliputi:

- 1) Barang/jasa yang halal dan *thayyib*
- 2) *Kemashlahatan* harus menjadi acuan dalam pemilihan barang, artinya mendahulukan yang nilai mashlahahnya lebih tinggi.
- 3) Mengutamakan konsumsi barang halal, sebab semakin banyak barang halal yang dikonsumsi maka kemashlahatannya juga semakin bertambah.
- 4) Tidak melakukan pemborosan dan pemaksaan anggaran. Misalnya tidak mampu mengonsumsi suatu barang/jasa kemudian memaksakan diri untuk membeli dengan cara hutang dan sebagainya.
- 5) Tidak melakukan tindakan penumpukan harta yang berlebihan, seperti koleksi barang-barang yang tidak produktif.
- 6) Tidak berlebih-lebihan dan melakukan kesia-siaan

- 7) Berprinsip sederhana dalam konsumsi
- 8) Dalam setiap anggaran belanja yang kita miliki, harus ada bagian untuk bershadaqah/berinfak.

d. Faktor-Faktor yang mempengaruhi preferensi:

Menurut Nugroho J. Setiadi, preferensi terhadap barang dan jasa dipengaruhi oleh 4 faktor, yaitu:³⁴

1) Faktor-faktor budaya

a) Kebudayaan, kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial penting lainnya.

b) Subbudaya, setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis. Anggota dari suatu subbudaya biasanya menunjukkan keanggotaan mereka dengan gaya hidup atau simbol-simbol tertentu.

³⁴ Nugroho, J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Cetakan Ke 5 (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013),10.

c) Kelas sosial, kelas-kelas sosial adalah kelompok yang bertahan lama dalam suatu masyarakat yang anggotanya mempunyai nilai, minat, dan perilaku serupa. Biasanya kebanyakan masyarakat memiliki golongan sosial, tetapi tidak semua masyarakat memiliki jenis-jenis kategori golongan yang sama. Masyarakat seperti ini, semua orang biasanya mengerjakan aktivitas yang sama dan tidak ada pembagian dalam pekerjaan.

1) Faktor sosial

- a) Kelompok referensi, kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa diantaranya *kelompok primer*, dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti: keluarga, teman, tetangga dan teman sejawat. *Kelompok sekunder* yang cenderung lebih resmi yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan.
- b) Keluarga, kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah *keluarga orientasi* yang merupakan orang tua seseorang. Seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta dari orang tua. *Keluarga prokreasi*, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat yang telah diteliti secara intensif.

3) Faktor pribadi

- a) Umur dan tahapan dalam siklus hidup, konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.
- b) Gaya hidup, gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatannya minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang.

2. Kosmetik Berlabel Halal

a. Pengertian Kosmetik Berlabel Halal

Kosmetik berlabel halal merupakan jenis kosmetik yang dinilai aman bagi kulit karena bahan yang ada di dalam kosmetik tidak mengandung unsur yang berbahaya seperti babi, gelatin, merkuri, dan alkohol, kosmetik berlabel halal lebih bisa diterima oleh kulit wajah karena terbebas dari kandungan bahan-bahan yang haram. Kosmetik berlabel halal sebagai sebuah kewajiban dari seorang muslim, karena menggunakan kosmetik dengan kandungan bahan-bahan yang halal menjadi salah satu syariat yang sudah pasti hukumnya. Produk kosmetik yang berlabel halal sudah tentu dapat memberikan jaminan kehalalan

produk tersebut.³⁵

Kosmetik halal merupakan kosmetik yang terbuat dari bahan-bahan yang tidak mengandung unsur haram. Bahan-bahan yang sering dicurigai mengandung unsur haram dalam produk kosmetik adalah elastin, ekstrak plasenta, hingga kolagen. Bahan-bahan tersebut berasal dari bahan atau hewan yang dikategorikan haram dalam Islam. Halal dalam pandangan Islam memiliki arti dibenarkan atau diperbolehkan. Halal dalam makanan berarti makanan tersebut tidak mengandung unsur yang diharamkan seperti yang tertera di dalam Al-Qur'an, begitu juga dengan kosmetik berlabel halal merupakan kosmetik yang terbuat dari bahan-bahan yang tidak mengandung unsur haram.

Dari uraian tersebut di atas peneliti menyimpulkan bahwa pengertian kosmetik berlabel halal merupakan kosmetik yang telah mendapat pengakuan dan izin secara legal dari LPPOM dan MUI karena telah terjamin keamanan dan kemanfaatannya sehingga layak untuk diedarkan dan dipakai atau dikonsumsi oleh masyarakat umum.

Produk kosmetik bukanlah sesuatu yang baru. Kosmetik telah dikenal sejak zaman dahulu dan merupakan unsur kebudayaan masyarakat sepanjang masa perkembangan manusia. Kosmetik tidak hanya kebutuhan sekunder, tetapi sudah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang terutama kaum wanita. Produsen kosmetik baik luar dan dalam negeri semakin menunjukkan dorongan atau keunikan dalam

³⁵ Ratih hesty Utami Puspitasari, "Analisis Pengaruh keputusan Pembelian Pada Kosmetik Berlabel Halal", *Jurnal:Business Management Analysis Journal (BMAJ)* , Vol. 2 No.1-April (2019), 1.

melakukan promosi melalui berbagai media iklan ataupun media sosial. Produk kosmetik semakin ditayangkan dengan tingkat kreativitas tertentu yang mampu menarik perhatian calon konsumen, tetapi masalah kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa kosmetik tanpa label halal sangat mendominasi pasaran.³⁶

b. Kriteria Kosmetik Berlabel Halal

Kosmetik berlabel halal memiliki beberapa kriteria sebagai berikut :

1) Kemasan ada logo halal MUI

Peredaran kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan saat ini dilihat semakin mengawatirkan berbahaya yang beredar dipasaran memunculkan keresahan para konsumen akan produk kosmetik yang digunakannya. Semakin banyak para konsumen yang beralih menggunakan produk kosmetik berlabel halal yang sudah teruji secara klinis dan mendapat sertifikat halal dari BPOM maupun MUI. Label halal yang ada pada kemasan menunjukkan bahwa produk tidak ada yang mengandung bahan terlarang dan haram hingga terjamin keamanannya sesuai dengan syariat Islam.³⁷

Sertifikasi halal oleh MUI memainkan peran yang sangat penting karena didefinisikan sebagai pemeriksaan proses produk tertentu dan memenuhi persyaratan higienis, sanitasi dan keselamatan. Segala sesuatu yang berbau halal memang selalu

³⁶ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasi pada Strategi Pemasaran* (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2013) ,2.

³⁷ Devi Ilsanti, “ Pengaruh Atrubut Produk Dan Labelisasi Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian *Facial Wash*”, *Jurnal: Ilmiah Riset Manajemen*, Vol. 8 (16), (2009), 2.

menjadi perhatian bagi masyarakat di Indonesia, tidak hanya dalam hal makanan namun juga kini telah merambah ke berbagai produk seperti kosmetik. Hal ini tidak lain, terkait dengan mayoritas penduduk Indonesia yang memeluk agama Islam yang memang sudah diwajibkan untuk menggunakan produk-produk yang sudah terjamin kehalalannya. Di Indonesia sendiri kehalalan suatu produk diatur oleh LPPOM dan MUI.

2) Sertifikat halal

Peredaran kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan saat ini dilihat semakin mengkhawatirkan. Akibat maraknya kosmetik palsu ataupun kosmetik berbahaya yang beredar di pasaran memunculkan keresahan para konsumen akan produk kosmetik yang digunakannya, sehingga banyak para konsumen beralih menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal yang sudah teruji secara klinis dan mendapat sertifikat dari BPOM maupun MUI.

Adapun tujuan dari sertifikat halal itu sendiri adalah untuk memberikan kepastian status kehalalan suatu produk, sehingga dapat menentramkan batin konsumen muslim. Namun ketidaktahuan seringkali membuat minimnya perusahaan memiliki kesadaran untuk mendaftarkan diri guna memperoleh sertifikat halal jaminan dari produsen. Logo ataupun lambang label halal yang tertera pada suatu produk atau kemasan bertujuan agar konsumen muslim mengenali produk-produk halal.

3) Proses pembuatan atau produksi sesuai Syari'ah

Kegiatan produksi dalam perspektif Islam adalah terkait dengan manusia dan eksistensinya dalam aktivitas ekonomi, produksi merupakan kegiatan menciptakan kekayaan dengan pemanfaatan sumber alam oleh manusia. Berproduksi lazim diartikan menciptakan nilai barang atau menambah nilai terhadap sesuatu produk, barang dan jasa yang diproduksi itu hanya diperbolehkan dan menguntungkan yaitu (halal dan baik) menurut Islam. Produksi tidak berarti hanya menciptakan secara fisik sesuatu yang tidak ada, melainkan yang dapat dilakukan oleh manusia adalah membuat barang-barang menjadi berguna yang dihasilkan dari beberapa aktivitas produksi, karena tidak ada seseorang yang dapat menciptakan benda yang benar-benar baru. Membuat suatu barang menjadi berguna berarti memproduksi suatu barang yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta memiliki daya jual yang tinggi.³⁸

4) Memiliki ijin edar

Menurut Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.42.2995 tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetik yang dimaksud dengan izin edar adalah bentuk persetujuan kosmetik yang diberikan oleh Kepala Badan untuk dapat diedarkan di wilayah Indonesia.

³⁸ Muhammad Turmudi, "Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal: ISLAMADINA*, Vol.2 No. 1, Maret (2017), 7.

Tersedianya kosmetik kemungkinan ada yang tidak melalui prosedur produksi, dan biasanya yang dicurigai adalah hasil industri rumah tangga yang memproduksi kosmetik tidak memiliki ijin dari Balai Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM), sehingga sampai ke masyarakat akan sangat berbahaya bagi kesehatan. Efek bagi kesehatan apabila pemakaian bahan tersebut adalah terjadi iritasi kulit, serta terpapar dalam jumlah besar dan pemakaian dalam jangka waktu yang panjang akan menyebabkan kanker kulit.³⁹

5) Komposisi bahan baku halal

Komposisi adalah kandungan zat-zat serta jumlahnya yang harus terdapat di dalam suatu produk MUI. Tujuan mengetahui komposisi kandungan bahan kosmetik dan mencermati formulasi bahan tidak lain adalah agar terhindar dari reaksi negatif bahan-bahan kosmetik yang berbahaya bagi tubuh. Dasar kandungan kosmetik terdiri dari bermacam-macam bahan dasar, bahan aktif dan bahan pelengkap. Bahan-bahan tersebut mempunyai aneka fungsi yaitu sebagai pelarut, pencampur, pengawet, pelekat, pengencang, penyerap dan lain-lain. Pada umumnya 95% dari kandungan kosmetika adalah bahan dasar 5% bahan aktif atau kadang-kadang tidak mengandung bahan aktif. Hal ini mengandung arti bahwa kosmetik sifat dan efeknya tidak

³⁹ Effendi Nurmayana, "Analisis Kandungan Logam Berat Merkuri (Hg) dan Timbal (Pb) Pada Kosmetik Lipstik yang Beredar di Kota Makassar Dengan Metode Spektrofometri Serapan Atom", *Jurnal: Farmasi* 6 (1), 82-90, (2014), 84.

ditentukan oleh bahan aktif tetapi terutama oleh bahan dasar kosmetika tersebut.⁴⁰ Bahan baku halal dalam dunia kosmetik yaitu:

a) Minyak kelapa

Salah satu bahan kulit (dan makanan) paling serbaguna yang ada, manfaat kulit minyak kelapa meliputi:

- 1) Memperkuat jaringan epidermis yang mendasarinya.
- 2) Menghilangkan sel-sel kulit mati.
- 3) Melindungi kita dari sengatan matahari.
- 4) Mengandung sifat-sifat anti bakteri, anti virus, anti bakteri dan anti oksidan.

b) Alpukat

Manfaat alpukat termasuk mengandung vitamin A, D dan E yang mampu menembus kulit. Ini membantu menenangkan kulit yang terbakar sinar matahari, dapat meningkatkan produksi kolagen dan merawat bintik-bintik penuaan.

c) Minyak lidah buaya

Lidah buaya merupakan tanaman yang kaya akan manfaat. Tanaman ini telah dinobatkan sebagai tanaman herbal dan bahkan diklaim bisa menyembuhkan berbagai macam penyakit termasuk infeksi kulit, alergi, luka bakar, keringat berlebih dan lain-lain.

⁴⁰ Fajar Agustin, “ Penerapan Metode AHP Pada Pemilihan Kosmetik Tepat Untuk Siswi SMA”, *Jurnal: SWABUMI*, Vol.6 No.2 September (2018), 167.

d) *Essential oil lemon*

Lemon merupakan komponen utama dalam banyak produk yang mengandung *essential oil*, karena wanginya yang menyegarkan, lemon banyak dipakai dalam komposisi produk pembersih dan sabun di berbagai belahan dunia.

e) Minyak jojoba

Biasanya minyak jojoba dimanfaatkan sebagai produk perawatan rambut, luka bakar, jerawat, dan lain sebagainya. Minyak jojoba memang tidak berbahaya, namun karena tidak dapat dicerna oleh tubuh jadi akan sia-sia jika dikonsumsi. Gunakan untuk perawatan luar tubuh seperti rambut dan kulit.

Ada nama dan alamat produsen yang jelas serta dapat dihubungi. Desain kemasan selain untuk memberikan daya tarik dari sisi visual tentunya desain kemasan harus menjadi media komunikasi antar produsen dengan calon konsumen, sehingga dalam desain kemasan harus tercantum informasi-informasi yang harus diketahui oleh calon konsumen, sehingga calon konsumen merasa tidak asing dengan produk yang dikemas. Perlu diketahui juga bahwa semakin lengkap informasi yang tercantum dalam kemasan semakin pula memberikan persepsi yang lebih baik kepada produk yang harus dicantumkan dalam desain kemasan sebagai berikut:⁴¹

⁴¹ S Mukhtar, M Nurif, "Peranan *Packaging* Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen", *Jurnal Sosial Humaniora (JSH)* Vol 8 (2), (2015), 6.

- 1) Nama produk/ nama makanan
- 2) Komposisi
- 3) Isi/netto
- 4) Nama dan alamat pabrik atau importir
- 5) Nomor BPOM atau PIR
- 6) Info halal
- 7) Kode produksi
- 8) Tanggal kadaluarsa
- 9) Petunjuk cara penyimpanan
- 10) Petunjuk cara penggunaan
- 11) Nilai gizi

c. Dasar Hukum Kosmetik Berlabel Halal

1) Al- Qur'an

Termasuk juga dalam Firman Allah yang memperbolehkan untuk menggunakan kosmetik yang tidak berlebih-lebihan. Allah menegaskan dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 157:

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا
عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ
الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ
عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ ۗ فَالَّذِينَ آمَنُوا

بِهِ وَعَزَّوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنزِلَ مَعَهُ ۗ أُولَٰئِكَ هُمُ

الْمُفْلِحُونَ ﴿١٥٧﴾

Artinya: (yaitu) orang-orang yang mengikuti rasul, Nabi yang Umami yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'ruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka[574]. Maka orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (Al Quran), mereka Itulah orang-orang yang beruntung.

Produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam.⁴²

- a) Tidak mengandung babi atau produk-produk yang berasal dari babi serta tidak menggunakan alkohol sebagai *ingredient* yang sengaja ditambahkan.
- b) Daging yang digunakan dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara Syari'at Islam.
- c) Semua bentuk minuman yang tidak beralkohol.

Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, transportasi tidak digunakan untuk babi, jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya, tempat tersebut harus terlebih dahulu dibersihkan dengan tata cara menurut Syari'at Islam.

⁴² LPPOM MUI, "Tentang Sertifikasi Halal", <http://halalmuijatim.org/sertifikasi/tentang-sertifikat-halal/>. (Diakses tanggal 4 Oktober 2020 waktu 16.32 WIB)

2) Hadist tentang kosmetik berlabel halal.

Hadist riwayat Abu Daud, Al-Bazzar, dan Thabrani

مَا أَحَلَّ اللَّهُ فَهُوَ حَالِلٌ وَمَا حَرَّمَ فَهُوَ حَرَامٌ وَمَا سَكَتَ عَنْهُ فَهُوَ عَفْوٌ،
فَاقْبَلُوا مِنَ اللَّهِ عَافِيَتَهُ فَإِنَّ اللَّهَ لَمْ يَكُنْ لِيَنْسَى شَيْئاً

Artinya: “Apa saja yang Allah halalkan dalam kitabNya, maka dia adalah halal, dan apa saja yang Ia haramkan, maka dia itu adalah haram, sedang apa yang ia diamkannya, maka dia itu dibolehkan (ma’fu). Oleh karena itu terimalah dari Allah kemaafannya itu, sebab sesungguhnya Allah tidak bakal lupa sedikitpun”.⁴³

3) UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 pasal 20 bahan yang berasal dari mikroba dan bahan yang dihasilkan melalui proses kimiawi, proses biologi, atau proses rekayasa genetik sebagaimana dimaksud dalam pasal 17 ayat (2) huruf c dan huruf d diharamkan jika proses pertumbuhan dan atau terkontaminasi dengan bahan yang diharamkan tentang Jaminan Produk Halal menyebutkan bahwa label halal adalah tanda kehalalan suatu produk. Label halal pada produk kosmetik dapat melindungi produsen dari tuntutan adanya bahan dan proses yang tidak halal pada produk tersebut, melindungi konsumen dari keraguan atas produk tersebut dan memberi nilai tambah rasa aman dan kepastian kehalalan pada produk tersebut. Dalam upaya pemenuhan kebutuhannya, seorang akan memilih produk yang dapat memberikan kepuasan tertinggi.⁴⁴

⁴³Arif Al Wasin, “Label Halal Dan Hukum Asal Bahan Pangan”, *Jurnal Studi Al-Qur’an Dan Hukum*, Vol II No 2, November 2016, 335.

⁴⁴Soerjono Soekanto, *Penelitian Hukum Normatif* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), 24.

Undang-undang No 33 Tahun 2014 menjelaskan tentang kosmetik harus halal dan bebas dari najis, dan Jaminan Produk Halal (JPH). Jangan sampai terjadi bagi muslimah yang ingin tampil cantik tetapi produk yang digunakan terpapar najis. Menggunakan produk kosmetik yang tidak jelas status kehalalan atau kesuciannya, dan berakibat ibadah yang tidak sah.

d. Proses Pengajuan Label Halal Pada Kosmetik

Pelaku usaha sebelum mengajukan sertifikasi halal harus mempersiapkan Sistem Jaminan Halal yang merujuk kepada Buku Panduan Penyusunan Sistem Jaminan Halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI mengangkat seorang atau Tim Auditor halal internal yang bertanggung jawab dalam menjamin pelaksanaan produk halal.

Produsen mengajukan permohonan sertifikat halal ke sekretariat LPPOM MUI dengan mengisi formulir, mendaftarkan seluruh produk yang diproduksi termasuk lokasi produksi. Setiap pemohon yang mengajukan permohonan sertifikat halal bagi produknya, harus mengisi borang tersebut yang berisi informasi tentang data perusahaan, jenis dan nama produk serta bahan-bahan yang digunakan. Borang yang sudah diisi beserta dokumen pendukungnya dikembalikan ke sekretariat. LPPOM MUI memeriksa kelengkapannya dan bila belum memadai perusahaan harus melengkapi sesuai dengan ketentuan.⁴⁵

⁴⁵Syafrida, "Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Memberi Perlindungan Dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim", *Jurnal Hukum* Vol. 7 No. 2 (2014), 7.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁴⁶

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif, tujuan dari penelitian deskriptif adalah menghasilkan gambaran yang akurat. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.⁴⁷ Peneliti mengetahui data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari pelaku yang dapat diamati langsung, tujuannya adalah untuk mendeskripsikan seperangkat peristiwa atau kondisi yang terjadi pada saat sekarang.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan di mana penelitian tersebut hendak dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi,

⁴⁶ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016), 6.

⁴⁷ *Ibid*, 11.

peristiwa, teks, dan sebagainya) dan unit analisis.⁴⁸ Penelitian ini dilakukan di salon Pricyllia, yang terletak di Jalan dr.Subandi 47 Kecamatan Tanggul-Kabupaten Jember Kode Pos 68155. Usaha yang didirikan di salon Pricyllia ini sangat berbeda dengan salon lain karena di salon Pricyllia melayani jasa seperti: rias pengantin, rias pesta, sewa saju, *henna art*, potong rambut, rebonding, kribul, pewarnaan, body SPA, lulur, *facial, galvanic*, selain itu yang membuat salon Pricyllia semakin diminati konsumen atau pelanggan karena produk-produk kosmetik yang digunakan lebih selektif, karena salon Pricyllia menyediakan produk kosmetik sendiri sehingga bahan yang digunakan tentunya sudah jelas kehalalannya. Tanggul terdapat enam salon tetapi salon terbesar di daerah Tanggul yaitu salon Pricyllia karena jumlah konsumennya perhari mencapai kurang lebih sekitar 30 orang. Jasa yang sama dengan salon Pricyllia yaitu salon Heni, tetapi di salon Heni tidak menyediakan sewa baju, rias pesta, rias pengantin, *henna art*, dan juga *galvanic*, hanya menerima jasa potong rambut, *facial*, lulur, pewarnaan. Keunggulan salon Pricyllia: jumlah konsumennya setiap hari mencapai kurang lebihnya 30 perhari, semua produk yang ditawarkan berlabel halal, salon Pricyllia hanya melayani konsumen khusus wanita saja, penawaran jasanya terlengkap, dan juga memberikan garansi kepada konsumen ketika jasa yang diberikan kurang puas. Adapun keunikan dari salon Pricyllia ini adalah menawarkan jasa, berbagai jenis perawatan dan kecantikan wajah dan kulit, pelayanannya sangat ramah dan bertanggung jawab, di salon ini lebih

⁴⁸ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 46.

mengutamakan kepuasan pelanggan. Perkembangan bisnis dari tahun ke tahun di salon Pricyllia mengalami peningkatan yang cukup signifikan, karena perkembangan dari awal berdirinya salon sampai saat ini sudah 100%.⁴⁹

Pada awal berdirinya, salon Pricyllia hanya menerima jasa potong rambut, tetapi dari tahun ke tahun salon Pricyllia ini tidak hanya menerima jasa potong rambut saja. Produk-produk yang digunakan tentunya lebih selektif dan bermutu, karena produk yang dijual di salon Pricyllia diantaranya BPOM Pricyllia *beauty skincare bb cream*, BPOM Pricyllia *beauty skincare day cream*, BPOM Pricyllia *beauty skincare nighting cream*, BPOM Pricyllia *beauty body lotion*, BPOM Pricyllia *beauty skincare whitening body cream*, BPOM Pricyllia *beauty skincare skin toner*, BPOM Pricyllia *beauty facial wash*, dan juga didukung oleh lokasi tempat yang strategis sehingga lebih mudah menjangkau atau menarik minat konsumen.

Tabel 3.1
Perkembangan konsumen salon Pricyllia dari tahun ke tahun

| No | Tahun | Perkembangan konsumen dari tahun ke tahun |
|----|-------|--|
| 1. | 2017 | Konsumen salon Pricyllia mencapai kurang lebih sekitar 15 orang per hari |
| 2. | 2018 | Konsumen salon Pricyllia mencapai kurang lebih sekitar 23 orang per hari |
| 3. | 2019 | Konsumen salon Pricyllia mencapai kurang lebih sekitar 27 orang per hari |
| 4. | 2020 | Konsumen salon Pricyllia mencapai kurang lebih sekitar 30 orang per hari |

Sumber: data ini diperoleh dari wawancara kepada pemilik sekaligus karyawan di salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember tentang perkembangan salon.

⁴⁹Titin, *wawancara*, Tanggul, 23 September 2020

C. Subyek Penelitian

Mendukung data yang peneliti perlukan, maka dalam penelitian ini pencarian dan pengumpulan data diperoleh dari informan dengan menggunakan teknik *purposive*, yaitu teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu.⁵⁰ Maksudnya adalah peneliti hanya memilih informan dengan kriteria tertentu dari orang yang paling tahu terhadap fenomena disertai alasan mengambil informan tersebut.

Adapun informan yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Titin selaku pemilik salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.
2. Lis selaku karyawan salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.
3. Shanti selaku karyawan salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.
4. Fatma selaku konsumen salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.
5. Mudhalifah selaku konsumen salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.
6. Faiq selaku konsumen salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2008), 219.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pada bagian ini diuraikan teknik pengumpulan data yang akan digunakan. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Pada bagian ini diuraikan teknik pengumpulan data yang akan digunakan, observasi, wawancara, dan dokumentasi.⁵¹ Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Ada beberapa metode dalam proses pengumpulan data yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi

Dalam pengertian yang sederhana, observasi meliputi kegiatan pencatatan pola perilaku orang, objek dan kejadian-kejadian dalam suatu cara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena-fenomena yang diminati. Metode observasi (pengamatan) dapat diklarifikasikan ke dalam dua aspek, yaitu pengamatan partisipatif (berperan serta) dan non partisipatif (tidak berperan serta). Pada pengamatan non partisipatif posisi peneliti hanya melakukan pengamatan, sedangkan pengamatan partisipatif peneliti berperan sebagai pengamat sekaligus menjadi anggota dari kelompok yang diamatinya.⁵²

⁵¹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 47.

⁵² Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 176.

Adapun data yang diperoleh dengan menggunakan teknik ini yaitu:

- a. Produk yang berlabel halal.
- b. Jumlah kunjungan setiap hari.
- c. Jenis jasa yang diberikan atau dilakukan.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁵³ Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang terpercaya, khususnya dari pihak pemilik salon (*owner*) sebagai sumber data primer yang bertemu langsung dengan peneliti.

Selain itu, wawancara juga didukung oleh sumber data sekunder seperti karyawan dan beberapa testimoni para konsumen. Data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara ini adalah:

- a. Mengenai preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal.
- b. Mengenai faktor-faktor yang menentukan preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal.

3. Dokumentasi

Selain melalui wawancara dan juga observasi, informasi juga bisa diperoleh lewat fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, jurnal kegiatan dan sebagainya. Salah satu caranya adalah dengan

⁵³ Ibid.,186.

menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi. Data berupa dokumentasi seperti ini bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di waktu silam.

Metode dokumentasi merupakan upaya pencarian dan pengumpulan data dari sumber tertulis seperti: buku, majalah, dokumen, peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.⁵⁴ Data yang diperoleh melalui metode dokumentasi ini adalah foto, brosur, list produk dan harga.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah lengkap. Aktifitas dalam analisis data yaitu: reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi.⁵⁵ Adapun langkah-langkah peneliti dalam menganalisis data menurut Miles dan Huberman adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pada analisis model pertama dilakukan pengumpulan data hasil wawancara, hasil observasi, dan berbagai dokumen. Berdasarkan kategori yang sesuai dengan masalah penelitian dan kemudian dikembangkan melalui pencarian data yang selanjutnya. Pengumpulan data adalah aktivitas mencari data yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian sosial.

⁵⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006),158.

⁵⁵ Ibid., 246.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlumengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa. Meringkas data kontak langsung dengan orang, kejadian dan situasi dilokasi penelitian.

3. Penyajian Data

Penyajian data yaitu suatu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan atau riset yang dapat dilakukan. Penyajian data dimaksudkan untuk menemukan pola-pola yang bermakna serta memberikan tindakan. Penyajian data diarahkan agar data hasil reduksi tersusun dalam pola hubungan, sehingga makin mudah untuk dipahami dan merencanakan penelitian selanjutnya.

4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan bagian dari suatu kegiatan konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Kesimpulan ditarik semenjak peneliti menyusun pencatatan, pola-pola dan juga pernyataan-pernyataan.

F. Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data sangat perlu dilakukan agar data yang dihasilkan dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi adalah teknik data pengumpulan data yang bersifat

menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Adapun teknik triangulasi yang digunakan yaitu teknik triangulasi dengan sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.⁵⁶ Hal ini dapat dicapai dengan membandingkan hasil wawancara dengan satu narasumber kepada narasumber lainnya. Selain itu juga menggunakan triangulasi metode atau teknik, yaitu menguji kredibilitas data dengan metode yang berbeda-beda, yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

G. Tahapan-tahapan Penelitian

Tahap-tahap penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu berkaitan dengan proses pelaksanaan penelitian. Tahap-tahap penelitian yang peneliti lakukan terdiri dari tahap pra lapangan, tahap pelaksanaan penelitian, dan tahap penyelesaian. Berikut penjelasannya:

1. Tahap pra-lapangan

- a. Menyusun rencana penelitian
- b. Memilih objek penelitian
- c. Melakukan peninjauan observasi terdahulu terkait objek penelitian yang telah ditentukan.
- d. Mengajukan judul kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Peneliti mengajukan judul setelah itu peneliti membuat latar belakang yang telah dilengkapi dengan fokus penelitian meninjau kajian pustaka.

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, 274.

Peneliti mencari referensi penelitian terdahulu serta kajian teori yang terkait dengan judul penelitian.

- a. Konsultasi proposal kepada dosen pembimbing.
- b. Mengurus perizinan penelitian.
- c. Mempersiapkan penelitian lapangan.

2. Tahap pelaksanaan penelitian

Setelah mendapat izin penelitian, peneliti memasuki objek penelitian. Sesudah memasuki objek penelitian mengumpulkan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penggunaan kosmetik berlabel halal.

3. Tahap penyelesaian

Tahap penyelesaian merupakan tahapan yang paling akhir. Penulisan laporan atau hasil penelitian. Setelah data-data yang dibutuhkan terkumpul setelah melalui beberapa tahapan

IAIN JEMBER

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Salon Pricyllia Tanggul Kabupaten Jember.

Awal berdirinya salon Pricyllia pada tahun 1991, pemilik salon Pricyllia yaitu mama Tin, karyawan di salon Pricyllia ada 3 orang diantaranya ibu Lis, Hanna, Shanti, perkembangan produknya setiap tahun meningkat pada tahun 2005 sampai tahun 2021 perkembangan produk yang disediakan di salon Pricyllia, salon Pricyllia menyediakan produk kecantikan yang aman dan halal, dari awal memproduksi produk kosmetik salon Pricyllia memang sudah menggunakan bahan-bahan yang halal. Konsumennya setiap tahunnya mengalami peningkatan setiap harinya salon Pricyllia melayani konsumen kurang lebih 30 orang.⁵⁷

Salon Pricyllia adalah salah satu salon yang melayani jasa terlengkap dan juga menawarkan produk-produk yang berlabel halal di Kecamatan Tanggul yang melayani jasa seperti: rias pengantin, rias pesta, sewa baju, *henna art*, potong rambut, *rebonding*, kribul, pewarnaan, *body SPA*, lulur, *facial*, *galvanic*. Dari tahun ke tahun jumlah konsumen semakin meningkat, karena pelayanannya sangat baik, ramah dan bertanggung jawab dan juga memberikan garansi kepada konsumen

⁵⁷Titin, *wawancara*, Tanggul, 18 Januari 2021

yang kurang puas dengan jasa yang diberikan sehingga konsumen tertarik dengan jasa yang ada di salon Pricyllia.⁵⁸

Usaha jasa salon kecantikan adalah salah satu bisnis yang semakin berkembang saat ini dan dapat dijadikan bisnis jangka panjang, dikarenakan kebutuhan untuk perawatan fisik seorang wanita. Salon merupakan ladang bisnis yang menguntungkan, mereka menganggap semakin ke depan bisnis salon ini semakin maju, karena salon sudah menjadi kebutuhan pokok sebagai tempat perawatan dan kecantikan tubuh.⁵⁹

2. Batas Wilayah Salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

Lokasi wilayah salon Pricyllia berbatasan dengan perumahan dan jalan raya, sebagaimana berikut:

- a. Sebelah selatan: Toko baju Hilwa dan Café Osten
- b. Sebelah utara: Bengkel Ikhsan Jaya Motor
- c. Sebelah timur: Jalan raya dan Alun-alun Tanggul
- d. Sebelah barat: Jalan raya

3. Visi Misi Pricyllia Salon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember

- a. Visi dari salon Pricyllia
 - 1) Memberikan pelayanan kecantikan, tata rias wajah dan rambut dengan mengedepankan kepuasan pelanggan.

⁵⁸Titin, *wawancara*, Tanggul, 18 Januari 2021

⁵⁹Titin, *wawancara*, Tanggul, 18 Januari 2021

2) Kerja mencari barokah

b. Misi dari salon Pricyllia

1) Meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan secara terus-menerus.

2) Menggunakan produk-produk berkualitas dan aman dalam memberikan pelayanan atau perawatan.

3) Menjadikan kepuasan pelanggan sebagai tolak ukur keberhasilan salon

4. Nama Pemilik dan Karyawan Salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember

a. Titin selaku pemilik salon Pricyllia.

b. Lis selaku karyawan salon Pricyllia.

c. Hanna selaku karyawan salon Pricyllia.

d. Shanti selaku karyawan salon Pricyllia.

5. Nama-Nama Produk dan Sertifikasi Halal

a. Pricyllia *beauty skincare bb cream*, BPOM MUI, NA
18162005055

b. Pricyllia *beauty skincare day cream*, BPOM MUI, NA
18160104066

c. Pricyllia *skincare beauty nighting cream*, BPOM MUI, NA
18162017088

- d. *Pricyllia beauty body lotion*, BPOM MUI, NA 18163017066
- e. *Pricyllia beauty skincare whitening body cream*, BPOM MUI, NA 1816300178
- f. *Pricyllia beauty skincare skin toner*, BPOM MUI, NA 18161203108
- g. *Pricyllia beauty facial wash*, BPOM MUI, NA 18161300106

6. Fasilitas salon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember

Sebagai salah satu tempat “perkumpulan” massa yang memiliki peranan penting dalam memenuhi mendasar wanita akan kecantikan, maka sebuah salon tidak dapat dilepaskan dari sarana dan prasarana yang ada didalamnya. Sarana dan prasarana yang ada di salon Pricyllia yang terpapar dibawah ini:

- a. Tempat berjualan: salon
- b. Tempat beribadah: sebuah kamar
- c. Parkir: Ada
- d. TPS: 1 buah tempat sampah setiap harinya petugas sampah yang mengambil sampahnya
- e. Daya listrik: 2.250 watt
- f. MCK: 1 buah kamar mandi sumber airnya berasal dari sumur atau pompa

Tabel 4.1
Data Informan

| No | Nama | Topuksi | Umur |
|----|------------|--------------------------|------|
| 1. | Titin | Pemilik Pricyllia salon | 57 |
| 2. | Iis | Karyawan Pricyllia salon | 56 |
| 3. | Santi | Karyawan Pricyllia salon | 27 |
| 4. | Hanna | Karyawan Pricyllia salon | 25 |
| 5. | Fatma | Konsumen Pricyllia salon | 18 |
| 6. | Mudhalifah | Konsumen Pricyllia salon | 33 |
| 7. | Faiq | Konsumen Pricyllia salon | 21 |

Tabel 4.2
Data Jumlah karyawan salon Pricyllia Tahun 2020

| No | Nama | Umur | Lama bekerja |
|----|-------|----------|--------------|
| 1. | Lis | 56 tahun | 10 tahun |
| 2. | Santi | 27 tahun | 5 tahun |
| 3. | Hanna | 25 tahun | 3 tahun |

B. Penyajian Data dan Analisis

Preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal di salon Pricyllia konsumen tidak lepas dalam memilih produk kosmetik yang sudah ada label halalnya. Tujuan ini tidak lain karena menggunakan kosmetik yang sudah jelas kehalalannya pasti sudah aman dan tidak berbahaya pada kulit wajah yang sudah jelas kehalalannya sehingga dipercayai oleh konsumen. Hal tersebut disampaikan oleh ibu Titin selaku pemilik salon Pricyllia Kabupaten Jember pada tanggal 18 Januari 2021 beliau menyatakan:

“Kami sudah berupaya semaksimal mungkin untuk membuat atau menyediakan produk kosmetik yang berkualitas sehingga produk kami di percayai oleh banyak pelanggan. Produk kami sudah memiliki izin edar dari BPOM, jadi aman dipakai di wajah dalam waktu jangka panjang.”⁶⁰

Ditambahkan oleh ibu Lis selaku karyawan salon Pricyllia saat wawancara menyatakan:

⁶⁰Titin, *wawancara*, Tanggul, 18 Januari 2021

“Terkait dalam pemilihan penggunaan kosmetik Kecamatan Semboro Kabupaten Jember konsumen lebih memilih produk kosmetik yang sudah berlabel halal, sehingga salon Pricyllia harus menyediakan produk yang diminati oleh konsumen atau pelanggan supaya mereka percaya dan tetap menjadi pelanggan salon Pricyllia.”⁶¹

Hal ini diperkuat oleh Hanna selaku karyawan salon Pricyllia saat wawancara menyatakan:

“Supaya konsumen percaya dengan produk yang disediakan oleh salon, kita harus menyediakan produk kosmetik yang sudah ada labelnya, karena konsumen kebanyakan lebih memilih produk yang aman untuk digunakan dan juga sah ketika dibuat shalat”.⁶²

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa konsumen lebih memilih produk kosmetik yang aman digunakan pada wajah, sehingga salon Pricyllia menyediakan produk yang berkualitas dan aman digunakan setiap hari karena produk di salon Pricyllia sudah mempunyai label halal.

1. Preferensi Penggunaan Kosmetik Berlabel Halal oleh Konsumen Salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember

Penggunaan produk kosmetik oleh konsumen tidak lepas dari kesadaran konsumen muslim harus lebih berhati-hati terhadap keamanan dan kehalalan pada kosmetik yang kita gunakan, produk kosmetik yang sering dibeli oleh konsumen salon Pricyllia yaitu cenderung lebih kepada kosmetik diantaranya: bb cream, day cream, nighting cream, facial wash dan skin toner . Berikut ini penjelasannya:

⁶¹Lis, wawancara, Tanggul, 18 Januari 2021

⁶²Hanna, wawancara, Tanggul, 18 Januari 2021

a. Preferensi Kosmetik Berlabel Halal oleh Salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

1) Kelengkapan

Jika terdapat 2 produk, konsumen dapat dengan bebas menentukan apakah lebih menyukai produk A dibanding produk B, lebih menyukai produk B dibandingkan produk A, tidak memilih kedua produk tersebut atau bahkan memilih untuk menggunakan kedua produk tersebut. Hal ini disampaikan oleh Faiq selaku pemilik salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

Ya saya menggunakan produk Pricyllia, saya hanya menggunakan produk skincare nya saja, untuk lipstik saya pakai produk lain yaitu wardah, sekitar 2 tahunan saya menggunakan produk Pricyllia, karena produk dari Pricyllia cocok di wajah saya, apalagi wajah saya awalnya kering setelah saya menggunakan produk Pricyllia wajah saya kembali normal.⁶³

Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh ibu Mudhalifah selaku konsumen di salon Pricyllia.

Kalau saya pernah dulu coba-coba menggunakan produk Garnier, tetapi gak cocok sama wajah saya, ya sekarang saya pindah menggunakan produk Pricyllia. Ya saya menggunakan produk Pricyllia hanya untuk bedak saja, untuk yang lainnya semisal lipstik dan handbody saya pakai produk wardah, sekitar 1 tahunan saya menggunakan produk Pricyllia, karena cocok jerawat di wajah lama kelamaan hilang.⁶⁴

Hal tersebut diperkuat oleh Fatma selaku konsumen salon Pricyllia saat wawancara mengatakan:

⁶³Faiq, *wawancara*, Tanggul, 2 Februari 2021.

⁶⁴Mudhalifah, *wawancara*, Tanggul, 2 Februari 2021.

Ya saya menggunakan produk Pricyllia, tapi saya menggunakannya hanya pada bedak saja, kalau handbody saya makek produk lain yaitu vaselin, saya menggunakan produk Pricyllia sekitaran 1,5 tahun, karena kulit saya berminyak sebelum menggunakan produk ini, selama pindah ke produk Pricyllia berminyak diwajah saya berkurang.⁶⁵

Hal ini diperkuat oleh Ibu Titin selaku pemilik salon

Pricyllia saat wawancara mengatakan:

“Iya, konsumen-konsumen salon Pricyllia memang semuanya lebih memilih untuk menggunakan skincare atau bedak Pricyllia, mereka semua bilang ke saya, iya mereka cocok pada beda Pricyllia karena masalah wajah mereka bisa teratasi”.⁶⁶

Dari hasil wawancara oleh para konsumen sudah menerapkan kelengkapan karena konsumen memilih produk Pricyllia yaitu pada *skincare* atau bedaknya, untuk lipstik dan handbody mereka menggunakan produk lain, karena bedak di Pricyllia cocok pada keluhan wajah mereka masing-masing. Dari hasil wawancara dari pemilik salon yaitu Ibu Titin yaitu konsumen memang lebih cenderung menggunakan bedak Pricyllia, selain bedak mereka tidak menggunakan produk Pricyllia, karena konsumen cocok sama produk Pricyllia.

2) Transitivitas

“Jika produk A lebih disukai daripada produk B” dan “produk B lebih disukai dari pada produk C”, maka ia pasti akan mengatakan bahwa “produk A lebih disukai daripada produk C”.

⁶⁵Fatma, *wawancara*, Tanggul, 2 Februari 2021.

⁶⁶Titin, *wawancara*, Tanggul 13 Maret 2021.

Prinsip ini menggambarkan adanya konsistensi individu dalam menentukan produk yang akan dipilihnya. Hal ini diperjelas oleh Fatma selaku konsumen di salon Pricyllia saat wawancara mengatakan:

“Ya, saya tetap memilih menggunakan produk Pricyllia, karena meskipun ada produk lain yang kualitasnya sama tetapi kan belum tentu cocok juga diwajah saya, ya saya tetap lebih memilih produk Pricyllia dibanding produk lain.”⁶⁷

Hal ini senada dengan Faiq selaku konsumen di salon Pricyllia saat wawancara menyatakan:

Untuk masalah kosmetik saya tetap memilih menggunakan produk Pricyllia meskipun ada produk lain yang sama-sama kriterinya, iya saya sudah mantep sama produk Pricyllia soalnya wajah saya yang awalnya kering sekarang sudah kembali normal, maka dari itu saya tetap memilih produk Pricyllia. Kalau saya pribadi ketika memilih produk terutama produk .⁶⁸

Hal ini juga diperkuat oleh ibu Mudhalifah saat wawancara beliau menyatakan:

Saya tetap memilih menggunakan produk Pricyllia meskipun ada produk dengan merek lain, dan sama-sama memiliki kualitas dan kriteria, iya saya tetap lebih memilih menggunakan produk Pricyllia karena belum tentu sama-sama kualitasnya tetapi cocok dengan wajah kita, karena kecocokan produk pada wajah kita itu menurut saya lebih penting.⁶⁹

Dari hasil wawancara kepada konsumen salon Pricyllia dapat disimpulkan bahwa konsumen tetap memilih menggunakan produk Pricyllia meskipun ada produk dengan merek lain, yang

⁶⁷Fatma, *wawancara*, Tanggul, 2 Februari 2021.

⁶⁸Faiq, *wawancara*, Tanggul, 2 Februari 2021.

⁶⁹Mudhalifah, *wawancara*, Tanggul, 2 Februari 2021.

mempunyai kualitas dan kriteria yang sama, mereka tetap akan memilih produk Pricyllia.

3) *Continuitas*

“Produk A lebih disukai daripada produk B”, maka setiap keadaan yang mendekati produk A pasti juga akan lebih disukai daripada produk B, jadi ada suatu kekonsistenan seorang konsumen dalam memilih suatu produk yang akan dikonsumsi. Hal ini disampaikan oleh ibu Mudhalifah selaku konsumen di salon Pricyllia, pada saat wawancara menyatakan:

Ya saya tetap untuk memilih dalam menggunakan produk Pricyllia, meskipun harganya lebih murah dari produk Pricyllia saya tetap selalu memilih produk Pricyllia terutama pada produk bedak, karena kecocokan pada wajah saya itu lebih penting daripada harga.⁷⁰

Hal ini diperkuat oleh Fatma selaku konsumen di salon Pricyllia, saat wawancara mengatakan:

“Iya meskipun ada produk lain yang lebih bagus atau lebih mahal saya selalu untuk memilih menggunakan produk dari Pricyllia, karena produk Pricyllia cocok banget di wajah saya.”⁷¹

Hal ini diperkuat oleh Faiq selaku konsumen salon Pricyllia, saat wawancara menyatakan:

“Saya lebih memilih menggunakan produk Pricyllia, ya meskipun ada produk lain kualitasnya lebih bagus, ataupun lebih murah, karena saya sudah yakin untuk selalu menggunakan produk Pricyllia.”⁷²

⁷⁰Mudhalifah, *wawancara*, Tanggul, 2 Februari 2021.

⁷¹Fatma, *wawancara*, Tanggul 2 Februari 2021.

⁷²Faiq, *wawancara*, Tanggul, 2 Februari 2021.

Dari hasil wawancara oleh konsumen dapat disimpulkan bahwa para konsumen sudah menerapkan *continuitas* dalam memilih produk kosmetik, konsumen lebih memilih produk Pricyllia dibanding produk lain, meskipun ada produk merek lain yang lebih bagus, dan lebih murah, tetapi konsumen selalu memilih produk Pricyllia.

4) Produk dan jasa harus halal dan baik

Jaminan halal dari suatu produk atau jasa adalah suatu hal yang sangat penting keberadaannya, karena menggunakan produk yang halal adalah perintah agama yang sifatnya mutlak karena bagi kaum muslimin. Islam tidak hanya menitikberatkan pada aspek pembinaan tubuh semata akan tetapi Islam juga memperhatikan sesuatu yang berpengaruh terhadap akhlak, jiwa kepribadian dan perilakunya. Kehalalan suatu produk menjadi pertimbangan utama konsumen muslim untuk mengkonsumsinya. Hal ini disampaikan oleh Faiq selaku konsumen salon Pricyllia saat wawancara menyatakan:

Ya, saya selalu menggunakan suatu produk yang halal, insaallah saya tidak pernah menggunakan produk yang dilarang oleh agama. Ya meskipun produk Pricyllia harganya lebih mahal dibanding produk lain, saya tetap menggunakan produk Pricyllia, karena produk yang saya pakai yang penting halal dan membawa keberkahan.⁷³

Hal ini senada dengan Fatma selaku konsumen salon Pricyllia saat wawancara mengatakan:

⁷³Faiq, *wawancara*, Tanggul, 20 Februari 2021.

“Saya selalu membeli produk yang halal, ya meskipun ada produk lain yang lebih murah saya tetap menggunakan produk Pricyllia, karena saya tidak pernah menggunakan produk yang tidak halal”.⁷⁴

Hal ini diperkuat oleh ibu Mudhalifah selaku konsumen di salon Pricyllia saat wawancara beliau mengatakan:

Untuk produk kosmetik saya selalu memilih produk yang berlabel halal, ya saya selalu menggunakan produk halal, memang saya tidak pernah menggunakan produk yang dilarang oleh agama atau yang belum jelas halalannya, meskipun harganya lebih mahal saya tetap memilih menggunakan produk yang halal yaitu Produk Pricyllia.⁷⁵

Dari hasil wawancara terkait dengan lebih banyak lebih baik di atas dapat disimpulkan bahwa konsumen Pricyllia lebih memilih menggunakan produk yang halal, dan mereka berprinsip teguh untuk selalu menggunakan produk yang halal dan tidak akan menggunakan produk yang tidak ada label halalannya dan yang dilarang oleh agama.

5) Tidak boros atau tidak berlebihan

Allah SWT memberikan rezeki kepada hambanya agar selalu digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat dalam pandangan syariat. Sebaliknya, Allah melarang hamba-Nya menggunakan harta untuk sesuatu yang tidak bermanfaat. Begitu juga dengan menggunakan kosmetik, wanita diperbolehkan menggunakan kosmetik selama tidak berlebihan dalam menggunakannya. Hal

⁷⁴Fatma, *wawancara*, Tanggul, 20 Februari 2021.

⁷⁵Mudhalifah, *wawancara*, Tanggul, 20 Februari 2021.

tersebut diperjelas oleh ibu Mudhalifah konsumen Pricyllia saat wawancara menyatakan:

Untuk hal ini saya tidak pernah berlebih-lebihan dalam menggunakan produk kosmetik, apalagi sampai menghambur-hamburkan uang. Ya saya selalu menyisihkan uang untuk berinfaq dan shodaqoh, karena saya dalam membeli produk kosmetik seperlunya saja sehingga masih ada sisa uang untuk dishadaqahkan.⁷⁶

Hal ini selaras juga yang disampaikan oleh Fatma konsumen Pricyllia saat wawancara menyatakan:

Sudah bisa bercukupan itu sudah Alhamdulillah bagi saya, tidak pernah saya berlebih-lebihan dalam menggunakan produk kosmetik, serta saya tidak pernah menghambur-hamburkan uang untuk membeli suatu produk. Bahkan saya selalu menyisihkan uang untuk bersedekah dan bershodaqoh.⁷⁷

Hal ini diperkuat oleh Faiq konsumen Pricyllia saat wawancara menyatakan:

Ya saya selalu menghemat dalam membeli produk, saya tidak pernah berlebih-lebihan dalam menggunakan produk kosmetik dan tidak pernah menghambur-hamburkan uang untuk belanja produk kosmetik. Ya saya setiap mau beli produk saya selalu menyisihkan uang untuk bersedekah.⁷⁸

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa para konsumen tidak pernah menghambur-hamburkan uangnya dan tidak pernah berlebih-lebihan dalam membeli produk. Mereka selalu menyisihkan uangnya untuk bersedekah dan shadaqah, mengutamakan konsumsi barang halal, sebab semakin banyak barang halal yang dikonsumsi maka kemaslahatannya juga

⁷⁶Mudhalifah, *wawancara*, Tanggul, 23 Maret 2021.

⁷⁷Fatma, *wawancara*, Tanggul, 23 Maret 2021.

⁷⁸Faiq, *wawancara*, Tanggul, 23 Maret 2021.

semakin bertambah, tidak berlebih-lebihan dan melakukan kesesuaian, serta konsumen mempunyai prinsip sederhana dalam konsumsi.

2. Faktor-Faktor yang Menentukan Preferensi Penggunaan Kosmetik Berlabel Halal oleh Konsumen Salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul

Faktor-faktor yang menentukan pemilihan dalam menggunakan kosmetik berlabel dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi atau gaya hidup.

a. Faktor Sosial

Kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogeni dan bertahan lama dalam suatu masyarakat yang anggotanya mempunyai nilai, minat, dan perilaku serupa. Biasanya kebanyakan masyarakat memiliki golongan sosial, tetapi tidak semua masyarakat memiliki jenis-jenis katagori golongan yang sama. Suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan dalam masyarakat. Seperti keluarga, kelompok kecil serta peranan status sosial konsumen. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil dalam lingkungannya. Kelas sosial adalah perilaku dalam minat membeli terhadap produk yang dipengaruhi oleh kelompok atau faktor sosial.

Lebih lanjut Fatma (konsumen Pricyllia salon), saat wawancara menyatakan:

Sebenarnya di keluarga hanya saya yang menggunakan produk Pricyllia, ya saya mendapatkan informasi dari teman tentang produk Pricyllia. Iya karena produk yang dipakek sama keluarga saya itu tidak ada yang cocok sama kulit wajah saya,

makanya saya mengikuti saran teman untuk menggunakan produk Pricyllia.⁷⁹

Hal ini selaras juga yang disampaikan oleh Ibu Mudhalifah (konsumen Pricyllia salon), saat wawancara menyatakan:

Tidak, semua anggota keluarga tidak ada yang menggunakan produk Pricyllia hanya saya yang menggunakannya. Sebenarnya saya mendapatkan informasi dari tetangga kalau ada produk Prricyllia. Ya awalnya saya tertarik sama produk Pricyllia akhirnya sama coba-coba dan Alhamdulillah cocok sama wajah saya.⁸⁰

Hal ini juga senada dengan Faiq (konsumen Pricyllia salon), saat wawancara menyatakan:

“Untuk masalah ini dikeluarga saya hanya saya sendiri yang makek bedak dari Pricyllia, ibu saya makek bedak ponds. Iya brosur yang dikasih sama teman, jadinya saya tertarik menggunakan beda Pricyllia. Iya karena cocok diwajah saya makanya saya menggunakannya sampai saat ini”.⁸¹

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor sosial, para konsumen tetap menggunakan produk Pricyllia, meskipun keluarganya menggunakan produk lain, mereka mendapat informasi tentang produk Pricyllia dari tetangga, teman dan juga brosur, mereka mempunyai minat beli terhadap pembelian produk Pricyllia dipengaruhi oleh kelompok atau faktor sosial.

b. Faktor budaya

Kebudayaan merupakan suatu hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat. Budaya merupakan

⁷⁹ Fatma, *wawancara*, Tanggul, 12 Desember 2020.

⁸⁰ Mudhalifah, *wawancara*, Tanggul, 12 Desember 2020.

⁸¹ Faiq, *wawancara*, Tanggul, 12 Desember 2020.

kebiasaan masyarakat dalam menyerap kebiasaan yang sesuai dengan perkembangan zaman. Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari.

Lebih lanjut Ibu Mudhalifah (konsumen Pricyllia salon) saat wawancara beliau mengatakan:

Ya saya mempunyai keinginan mencoba memakai produk Pricyllia, dan saya semakin percaya sama kualitas terhadap produk Pricyllia. Iya awalnya saya menggunakan bedaknya saja karena saya puas dan nyaman sama produknya saya sekarang tidak hanya menggunakan bedak tapi juga produk lainnya seperti sabun muka dan toner.⁸²

Hal ini senada juga yang disampaikan oleh Fatma (konsumen Pricyllia salon), saat wawancara menyatakan:

Saya memilih menggunakan produk Pricyllia itu karena kepingin aja, iya produk Pricyllia nyaman dan cocok di wajah saya. Iya saya sangat percaya dan merasa kepuasan tersendiri sama produknya, sehingga saya menambah pembelian saya untuk produk yang awalnya sabun muka sama bedak, sekarang saya juga membeli cream pagi, malam.⁸³

Kemudian ditambahkan oleh Faiq (konsumen Pricyllia salon), saat wawancara menyatakan:

Iya soalnya saya kepingin aja mencoba menggunakan produk Pricyllia. Sebab wajah saya setelah menggunakan produk Pricyllia ada perubahan itu makanya saya teruskan sampai sekarang makek nya. Iya saya puas sekali sama produknya serta percaya. Iya saya awalnya makek produknya tidak sepaket dan sekarang produk yang saya pakek sudah semuanya dari Pricyllia.⁸⁴

⁸²Mudhalifah, *wawancara*, Tanggul, 12 Desember 2020.

⁸³Fatma, *wawancara*, Tanggul, 12 Desember 2020.

⁸⁴Faiq, *wawancara*, Tanggul, 12 Desember 2020.

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa faktor budaya, para konsumen mempunyai keinginan untuk menggunakan produk Pricyllia, mereka mempunyai kepuasan sama produk Pricyllia sehingga konsumen meningkatkan jumlah dalam pembeliannya.

- c) Faktor pribadi atau gaya hidup menunjukkan seseorang menjalankan hidup, membelanjakan uang, dan memanfaatkan waktunya. Pengelompokkan segmentasi pasar berdasarkan gaya hidup konsumen diukur dengan beberapa indikator yaitu bagaimana mereka menghabiskan waktu, bagaimana minat konsumen, bagaimana konsep diri dan bagaimana karakter dasar manusia. Gaya hidup merupakan faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli suatu produk. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatannya minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang.

Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan Faiq (konsumen Pricyllia salon), saat wawancara menyatakan:

Sebenarnya ya saya menggunakan produk Pricyllia ini untuk kebutuhan hidup, wanita pastinya butuh berhias. Ya untuk harga produk Pricyllia sangat terjangkau dibanding produk lain. Belum, saya masih belum bekerja, untuk pembelian produk nya saya selalu dikasih sama keluarga, menurut keluarga saya kecocokan produk untuk wajah saya itu nomer 1.⁸⁵

⁸⁵Faiq, *wawancara*, Tanggul, 12 Desember 2020.

Hal ini juga selaras dengan Ibu Mudhalifah (konsumen Pricyllia salon), saat wawancara beliau menyatakan:

“Tidak, saya menggunakan produk Pricyllia itu bukan untuk gaya hidup tetapi memang sudah cocok diwajah saya. Iya cocok banget diwajah saya apalagi harganya murah dan tidak menguras dompet juga, iya karena harga murah juga cocok diwajah saya”.⁸⁶

Hal ini diperkuat oleh Fatma (konsumen Pricyllia salon), saat wawancara menyatakan:

“Sebenarnya sih saya menggunakan produk pricyllia bukan hanya untuk gaya hidup, tapi faktor umur juga. Tidak harga menurut saya di Pricyllia lebih terjangkau jadi pas untuk penghasilan orang tua saya”.⁸⁷

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa dalam faktor pribadi atau gaya hidup, para konsumen membeli atau menggunakan kosmetik yang berlabel halal atas kemauan diri sendiri.

Dari beberapa hasil wawancara di atas konsumen menggunakan produk Pricyllia bukan untuk gaya hidup, mereka ada yang mengatakan harga produk Pricyllia seimbang dengan penghasilan yang dihasilkan. Konsumen menggunakan produk Pricyllia juga ada yang mendapat dukungan dari keluarga mereka, dan faktor-faktor pembelian konsumen terhadap Pricyllia karena kepuasan, harga dan manfaat.

⁸⁶Mudhalifah, *wawancara*, Tanggul, 12 Desember 2020.

⁸⁷Fatma, *wawancara*, Tanggul, 12 Desember 2020.

C. Pembahasan Temuan

1. Preferensi Penggunaan Kosmetik Berlabel halal Oleh Konsumen Salon *Pricyllia* Di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan peneliti tentang preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal oleh konsumen salon *Pricyllia* di Kecamatan Tanggul kabupaten Jember dalam memilih produk kosmetik konsumen selalu memperhatikan prinsip pilihan rasional.

Sebagaimana dijelaskan oleh Adiwarman A Karim, dalam bukunya yang berjudul “Ekonomi Mikro Islam” bahwa prinsip pilihan rasional ada 5 yakni, 1. Kelengkapan, 2. Transivitas, 3. Continuitas, 4. Produk dan jasa harus halal dan baik, 5. Tidak boros dan berlebihan.⁸⁸ Tujuan yang *pertama* adalah kelengkapan. Adiwarman A. Karim dalam bukunya menjelaskan bahwa dalam tahap ini seorang konsumen bebas untuk menentukan keadaannya dari segi suka maupun tidak suka. *Kedua*, menemukan konsumen dalam menentukan pilihan produk yang akan dibelinya dari berbagai pilihan yang ada. *Ketiga*, menemukan bahwa konsumen akan konsisten dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. *Keempat*, menemukan bahwa menggunakan produk yang halal adalah perintah agama yang sifatnya mutlak bagi

⁸⁸Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, 52.

kaum muslimin. *Kelima*, menemukan bahwa konsumen tidak boleh boros, dan berlebih-lebihan.⁸⁹

Dalam kaitannya dengan tujuan yang pertama, para konsumen sudah menerapkan tujuan tersebut dalam memilih menggunakan produk kosmetik. Para konsumen memilih produk Pricyllia yaitu pada *skincare* atau bedak, karena bedak di Pricyllia cocok untuk wajah para konsumen dan keluhan di wajah mereka teratasi. Contohnya konsumen memilih produk kosmetik saja di Pricyllia untuk yang lain seperti lipstik, handbody dan pafum para konsumen memilih menggunakan produk lain.

Pada tujuan yang kedua para konsumen menerapkannya yaitu konsumen tetap untuk memilih menggunakan produk Pricyllia meskipun ada produk lain dengan merek lain yang mempunyai kualitas dan kriteria yang sama, harga lebih murah tetapi konsumen tetap memilih menggunakan produk Pricyllia.

Tujuan ketiga para konsumen sudah menerapkannya konsumen lebih memilih produk Pricyllia dibanding produk lain meskipun ada produk lain yang lebih bagus, murah tetapi konsumen lebih memilih produk Pricyllia. Pada tujuan keempat yakni para konsumen selalu memilih produk halal dan mereka berprinsip teguh untuk selalu menggunakan produk halal. Tujuan ke lima yaitu para konsumen tidak

⁸⁹ Ibid., 52.

pernah menghambur-hamburkan uangnya dalam membeli suatu produk, mereka selalu menyisihkan uangnya untuk bersedekah.

Adapun hasil yang diperoleh peneliti yang didapatkan di lapangan tentang pemilihan suatu produk kosmetik sudah terlaksana namun belum sepenuhnya maksimal. Preferensi memiliki arti yaitu pilihan atau kecenderungan individu dalam memilih produk atau jasa yang berarti kebebasan individu dalam memilih. Islam juga menganggap kebebasan adalah sebagai fondasi dari nilai-nilai kemanusiaan dan kemuliaan manusia.

Tujuan preferensi konsumen muslim adalah untuk mencapai kemaslahatan di dunia dan di akhirat.⁹⁰ Maka dari itu Islam mengatur bahwa dalam memproduksi barang/jasa seseorang konsumen harus menerapkan nilai-nilai dalam preferensi konsumen muslim, diantaranya:

1. Barang/jasa yang halal dan *thayib*,
2. *Kemaslahatan* harus menjadi acuan dalam pemilihan barang,
3. Mengutamakan konsumsi barang halal, sebab semakin banyak barang halal yang dikonsumsi maka kemaslahatannya semakin bertambah,
4. Tidak melakukan pemborosan dan pemaksaan anggaran,
5. Tidak melakukan tindakan penumpukan harta yang berlebihan,
6. Tidak berlebih-lebihan dan melakukan kesia-siaan,
7. Berprinsip sederhana dalam konsumsi,
8. Dalam setiap anggaran belanja yang kita miliki harus ada untuk shodaqah dan berinfak.

⁹⁰ Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Marketing Management* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 235.

Nilai yang pertama adalah barang/jasa yang halal dan *thayib*, dalam kaitannya dengan nilai tersebut, para konsumen sudah mengaplikasikannya dalam kehidupannya. Nilai ini diaplikasikannya melalui pemilihan dalam pembelian suatu produk kosmetik yang halal, sebab semakin banyak barang halal yang dikonsumsi maka kemaslahatannya juga semakin bertambah, tidak berlebih-lebihan dan melakukan kesia-siaan, serta konsumen mempunyai prinsip sederhana dalam konsumsi.

Nilai yang selanjutnya yaitu tidak boros dan berlebihan dalam kaitannya dengan nilai tersebut konsumen tidak pernah menghambur-hamburkan uangnya dan tidak pernah berlebihan dalam membeli produk.

Adapun hasil penelitian yang didapat di lapangan tentang mengaplikasikannya konsumen sepenuhnya telah menerapkan prinsip preferensi konsumen. Selain itu peneliti juga menemukan bahwa dalam membeli sebuah produk kosmetik berlabel halal bahwa label halal dan kualitas produk menjadi salah satu kriteria dan prioritas utama dalam pembelian untuk pemilihan suatu produk. Selain itu peneliti juga menemukan sebuah persamaan yakni pada penelitian terdahulu yang diteliti oleh Alfiatun Anisa yaitu sama-sama membahas tentang pemilihan produk kosmetik berlabel halal.

2. Faktor-Faktor yang Menentukan Preferensi Penggunaan Kosmetik Berlabel Halal oleh Konsumen Salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan peneliti tentang preferensi penggunaan produk kosmetik berlabel halal oleh konsumen salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember dalam pemilihan ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembeliannya yaitu yang mempengaruhi preferensi ada 3 yaitu, 1. faktor sosial, 2. faktor budaya, 3. faktor pribadi/gaya hidup.

Faktor pertama, sosial, Nugroho, J dalam bukunya yang berjudul “perilaku konsumen” menjelaskan bahwa dalam faktor sosial kelompok atau referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Ada juga keluarga, kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah *keluarga orientasi* yang merupakan orang tua seseorang. *Keluarga prokreasi*, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat yang telah diteliti secara intensif.⁹¹

Dalam mengaplikasikan faktor yang pertama para konsumen tetap menggunakan produk Pricyllia meskipun keluarganya

⁹¹Nugroho, J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, 10.

menggunakan produk lain, mereka tetap menggunakan produk Pricyllia, mereka mempunyai minat beli terhadap pembelian produk Pricyllia dipengaruhi oleh keluarga atau faktor sosial.

Faktor kedua, budaya, menjelaskan bahwa dalam faktor budaya merupakan faktor penentu yang paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Subbudaya, setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Kelas sosial adalah kelompok yang bertahan lama dalam suatu masyarakat yang anggotanya mempunyai nilai, minat, dan perilaku serupa. Dalam menerapkannya faktor kedua yaitu para konsumen mempunyai keinginan untuk menggunakan produk Pricyllia, mereka mempunyai kepuasan terhadap produk Pricyllia, sehingga konsumen meningkatkan jumlah dalam pembelian.

Faktor ketiga yaitu pribadi/gaya hidup yaitu merupakan pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan. Umur dan tahapan dalam siklus hidup, konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Gaya hidup seseorang didunia yang diekspresikan oleh kegiatannya minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi

dengan lingkungan. Bentuk pengaplikasiannya yaitu para konsumen membeli atau menggunakan produk Pricyllia bukan karena gaya hidup, konsumen menggunakannya karena dukungan dari keluarga.

Adapun hasil penelitian yang didapatkan di lapangan, peneliti menemukan temuan yaitu para konsumen dalam memilih sebuah pembelian produk kosmetik sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi, di antaranya faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi, dan penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Ian Alfian yaitu sama-sama membahas tentang faktor keputusan pembelian yaitu faktor label halal.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang dijelaskan di atas, maka untuk memberi pemahaman yang lebih singkat, tepat, dan terarah, peneliti memaparkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal oleh konsumen salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember

Dalam preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal konsumen tidak lepas dalam memilih suatu produk kosmetik selalu memperhatikan prinsip rasional dan mengaplikasikannya secara maksimal.

2. Faktor-faktor yang menentukan preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal oleh konsumen salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember

Dalam pemilihan suatu produk terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi. Akan tetapi ada beberapa faktor yang belum mampu dilaksanakan secara maksimal.

B. Saran

Bagi pemilik salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember, perlu meningkatkan rencana tindak lanjut yang lebih intens dan sejauh mana perkembangan di salon Pricyllia dan perlu untuk merinci setiap data yang ada di Pricyllia tersebut agar peneliti selanjutnya lebih mudah untuk mendapatkan data yang ada di salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim, Adiwarmarman. 2015. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Alfian, Ian. 2017. “*Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dikota Medan*”. Universitas Potensi Utama Medan.
- Alfiul Shilachul. 2018. *Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim*. Universitas Brawijaya.
- Andriani, Lilik. 2017. *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Bandar Lampung*. Universitas Lampung.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta)
- Asri Marwan. 2009. *Marketing Cetakan Ketiga*. Yogyakarta: UPPAMPYKPN.
- Astutik Endang. 2015. *Praktik Jual-Beli Kosmetik yang Mengandung ZatBerbahaya di Kalangan Mahasiswa Muamalah IAIN Jember dalam Perspektif Islam*. IAIN Jember.
- Departemen Agama RI. 2005. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: J-Art.
- Departemen Agama RI. *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal*
- Endah, Nur Hadiati. *Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal oleh Konsumen*, 2014. Jakarta: Peneliti Pusat Penelitian Ekonomi. LIPI
- Ginting F. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV YRAMA WIDYA.
- Intansari, Debby. 2017. *Pemilihan Kosmetik Berlabel Halal*, Fisipol Universitas Airlangga.
- J Moleong Lexy. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Remaja Rosdakarya.
- Kevin Lane Keller, Philip Kolter. 2008. *Manajemen pemasaran .Edisitigabelas jilid 1*. PT: Gelora Aksara Pratama.
- LPPOM MUI. *tentangsertifikasi halal*.
- Nicholson Walter. 1995. *Micoeconomic Theory 6th ed*. The Dryden Press.

Nisa Alfiatun. 2018. *Pengaruh Gaya Hidup (Life Style) dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah*. IAIN Purwokerto.

Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.

Suryani tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di era Internet* Yogyakarta: Graha Ilmu

Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 45.

Yuswohady. 2015. *“Marketing To The Middle Class Muslim”*. Cetakan kedua. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faizatul Muflihah

NIM : E20172040

Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah/Ekonomi Islam

Alamat : Dusun Puculan Desa Sidomulyo RT 003 RW 003 Kecamatan Semboro
Kabupaten Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Preferensi penggunaan Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen salon Pricyllia Di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember”** adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember 20 Maret 2021



Faizatul Muflihah

NIM. E20172040

Matrik Penelitian

| JUDUL | VARIABEL | SUB VARIABEL | INDIKATOR | SUMBER DATA | METODE PENELITIAN | FOKUS PENELITIAN |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal oleh Pricyllia salon Tanggul Kabupaten Jember | A. preferensi B. kosmetik berlabel halal | 1. Preferensi 2. Kosmetik berlabel halal | a. Kelengkapan b. Transivitas c. Kontinuitas d. Lebih banyak lebih baik e. Produk dan jasa harus halal dan baik a. Kemasan ada logo MUI b. Sertifikat halal c. Proses pembuatan atau produksi sesuai syariah d. memiliki ijin edar e. komposisi bahan baku f. ada nama dan alamat produsen yang jelas serta dapat dihubungi | 1. Informan: a. Pemilik pricyllia salon Kecamatan Tanggul kabupaten jember b. Karyawan pricyllia salon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember c. Konsumen pricyllia salon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember 2. Dokumentasi 3. Kepustakaan | 1. Pendekatan penelitian: a. Kualitatif 2. Jenis penelitian: Deskriptif 3. Teknik penentuan subyek penelitian: Teknik purposive 4. Teknik pengumpulan data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 5. Teknik analisis data: Deskriptif 6. Keabsahan data: Triangulasi sumber | A. Bagaimana preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal oleh Pricyllia salon Tanggul Jember? B. Apa faktor-faktor yang menentukan preferensi pada penggunaan kosmetik berlabel halal oleh Pricyllia salon Tanggul Jember? |

PEDOMAN WAWANCARA

1. Fokus: Bagaimana preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal oleh konsumen salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember?

- a. Kosmetik apa yang selama ini digunakan?
- b. Jenis apa saja yang digunakan?
- c. Apakah semua produk yang digunakan mereknya sama?
- d. Apa kriteria ibu dalam memilih kosmetik Pricyllia?
- e. Apakah jika ada pilihan produk dengan merek lain dengan kualitas dan kriteria yang sama ibu tetap memilih produk Peicyllia
- f. Apakah jika ada produk lain yang lebih bagus, lebih murah tetap akan memilih produk Pricyllia, dan apakah selalu memilih produk Pricyllia didalam menggunakan sutau produk

2. Fokus: Apa faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi penggunaan kosmetik berlabel halal oleh konsumen salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember?

- a. Apakah selama menggunakan produk Pricyllia merasakan banyak manfaat?
- b. Dari mana ibu mengetahui tentang produk Pricyllia, alasan menggunakan produk Pricyllia?
- c. Apakah menggunakan produk Pricyllia hanya untuk gaya hidup, apakah harga juga tidak menjadi masalah saat menggunakan produk Pricyllia?

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Preferensi Penggunaan Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Salon Pricyllia Di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember

Lokasi Penelitian:

Salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember

| No | Hari/Tanggal | Jenis Kegiatan | TTD |
|----|--------------------|---|---|
| 1 | Rabu, 10-03-2021 | Menyerahkan surat izin penelitian ke salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember |  |
| 2 | Sabtu, 13-03-2021 | Wawancara dengan Titin (Pemilik Salon Pricyllia) Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember |  |
| 3 | Sabtu, 13-03-2021 | Wawancara dengan Lis (Karyawan Salon Pricyllia) Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember |  |
| 4 | Sabtu, 13-03-2021 | Wawancara dengan Hanna (Karyawan Salon Pricyllia) Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember |  |
| 5 | Sabtu, 13-03-2021 | Wawancara dengan Santi (Karyawan Salon Pricyllia) Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember |  |
| 6 | Senin, 15-03-2021 | Konfirmasi mengenai surat izin penelitian skripsi di salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember |  |
| 7 | Kamis, 18-03-2021 | Wawancara dengan Faiq (Konsumen Salon Pricyllia) Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember |  |
| 8 | Kamis, 18-03-2021 | Wawancara dengan Mudhalifah (Konsumen Salon Pricyllia) Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember |  |
| 9 | Kamis, 18-03-2021 | Wawancara dengan Fatma selaku (Konsumen Salon pricyllia) kecamatan Tanggul kabupaten Jember |  |
| 10 | Jum'at, 19-03-2021 | Mengambil surat selesai penelitian |  |

Tanggul, 23 Maret 2021

Mengetahui.

Pemilik salon Pricyllia



Titin

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Titin
Jabatan : Pemilik salon Pricyllia

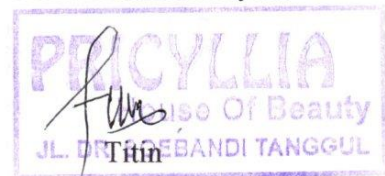
Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa:

Nama : Faizatul Muflihah
NIM : E20172040
Fakultas/ Jurusan Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam/ Ekonomi Syariah
Institusi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Telah selesai melakukan penelitian di salon Pricyllia Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Preferensi Penggunaan Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Tanggul, 25 Maret 2021
Pemilik Salon Pricyllia



DOKUMENTASI



Sumber: Wawancara dengan ibu Titin selaku pemilik salon pricyllia di Kecamatan Tanggul



Sumber: Wawancara dengan ibu Lis selaku karyawan salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul

IAIN JEMBER



Sumber: Wawancara dengan Faiq selaku konsumen salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul



Sumber: Wawancara dengan Fatma selaku konsumen salon Pricyllia di Kecamatan Tanggul

IAIN JEMBER

BIODATA PENULIS



Nama : Faizatul Muflihah
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 23 April 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Dusun Pucu'an Desa Sidomulyo RT/RW 003/003,
Kecamatan Semboro Kabupaten Jember
Agama : Islam
No Hp : 085330164857
Alamat E-mail : faizmuflihah6@gmail.com

Riwayat Pendidikan

MI/SD : SD Negeri Sidomulyo 01 (2005-2011)
SMP/MTS : SMP Negeri 01 Tanggul (2011-2014)
SMA/SMK : MA Ashri Jember (2014-2017)
Perguruan Tinggi : IAIN Jember (2017-2021)

IAIN JEMBER