BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan yang terjadi disetiap kota besar mengakibatkan jumlah populasi juga meningkat. Pada akhirnya kota yang terus melakukan pembangunan akan kehabisan lahan dan pembangunan mulai berluberan ke pinggiran kota. Seperti yang terjadi pada kota Surabaya yang kini pembangunannya mulai merambat menuju tetangganya yaitu kabupaten Sidoarjo. Dengan adanya pembangunan yang terjadi membuat populasi penduduk Sidoarjo menjadi meningkat. Pembangunan juga terjadi pada pusat perbelanjaan yang ada di Sidoarjo, yang awalnya hanya ada 2 mal kini telah ada 4 mal. Hal ini menunjukkan bahwa minat konsumsi penduduk Sidoarjo terbilang tinggi. Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah pengunjung di salah satu mal di Sidoarjo pada hari biasa 3-4 ribu pengunjung sedangkan memasuki pekan liburan pengunjung bisa mencapai 11 ribu orang.[1]

Salah satu pusat perbelanjaan di Sidoarjo yaitu Matahari *Department Store* yang merupakan *Departmen Store* terbesar di Indonesia yang telah hadir di Lippo Plaza. Jumlah populasi penduduk Sidoarjo yang tinggi akan berdampak pada konsumen Matahari *Department Store* yang berasal dari Sidoarjo. Hal ini juga berlaku pada *brand-brand* yang bekerjasama dengan Matahari *Department Store*. *Brand* lokal terbesar di Matahari *Department Store* salah satunya adalah Wardah Kosmetik.

---

[1] Humas Sun City Mall Erna Rodita dalam Jawa Pos, "Pengunjung Mal melonjak Tiga Kali Lipat", www.pressreader.com , 27 desember 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kebesaran nama Wardah juga tidak terlepas dari sejejeran nama besar artis yang digunakan sebagai *Brand Ambassador*nya seperti Inneke Koesherawati dan Dewi Sandra. Mereka menjadi kelompok referensi yang paling berpengaruh dalam pemasaran produk Wardah. Nama besar mereka yang mampu membawa Wardah menjadi produk kosmetik lokal yang paling dicari. Inneke Koesherawati merupakan Artis senior yang dalam perjalanannya mengalami banyak perubahan, yang dulunya tidak berhijab kini menjadi wanita muslimah dengan hijab yang anggun. Kepribadiannya yang anggun inilah yang digunakan Wardah untuk memperkenalkan wajah dari kosmetik Wardah tersebut. Begitu juga dengan Dewi Sandra yang dalam perjalanannya tidak jauh berbeda dengan Inneke. Penampakan seorang Dewi Sandra yang cantik juga anggun mampu memberikan wajah segar bagi kosmetik Wardah dalam promosinya.

Selain kelompok referensi, kelompok lain yang memiliki keterlibatan tinggi dalam perilaku konsumen adalah keluarga. Namun dalam prakteknya sangat sedikit dari promosi Wardah yang melakukan pendekatan pada kelompok keluarga. Keluarga memiliki interaksi hubungan sangat tinggi, sehingga para anggotanya memiliki kesamaan yang mencolok dalam kepercayaan dan perilaku.[2] Analisis perilaku konsumen belumlah sempurna jika belum melakukan studi keluarga karena keluarga berkaitan dengan istilah rumah tangga. Dua kata tersebut saling terkait dan memiliki implikasi penting bagi studi perilaku konsumen dan pemasaran.[3]

---

[2]Ibid.
[3]UjangSumarwan, Perilaku*Konsumenteoridanpenerapannyadalampemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 13.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keluarga menjadi perhatian bagi para pemasar karena keluarga memiliki pendapatan rata-rata yang lebih tinggi dibandingkan dengan rumah tangga karena jumlah anggota yang bekerja di dalam keluarga lebih banyak. Rumah tangga yang berpenghasilan ganda seperti istri yang bekerja akan memiliki pengaruh keputusan konsumsi yang lebih besar. Karena menurut Wayne D. Hoyer, Deborah J. Macinnis, Rik Pieters, 2013 "*In two-income families, working wives gain influence over household acquisition and consumption decisions for vacations, cars, and other offerings*".[4]

Wardah kosmetik merupakan pelopor kosmetik halal pertama di Indonesia. Produk Wardah muncul karena didasari atas kesadaran akan produk-produk kosmetik yang mengandung bahan-bahan yang tidak sesuai dengan syariat islam. Maka pemilik, memilih nama Wardah sebagai merek kosmetik terbarunya.[5] Wardah merupakan produk lokal yang diproduksi oleh PT. Paragon Technology Innovation (PTI) yang berdiri sejak 1985 dan telah mendapatkan sertifikat GMP (*Good Manufacturing Practice*) dengan kapasitas produksi yang besar dan formulasi yang unggul. Perusahaan ini telah tumbuh lebih dari 80% per tahun, dengan 30 daerah operasional dan lebih dari 4.500 karyawan di seluruh Indonesia.[6]

---

[4]Wayne D. Hoyer, Deborah J. Macinnic, and RikPieters, *consumer behavior, sixth edition,* (Sout-Western: Cengage Learning, 2013), 360.
[5]Tri AjengWahyuningsih, "SiklusHidup PT Paragon Technology And Innovation (Wardah Cosmetics)", *triajengwahyuningsih.wordpress.com*diaksespada 15 november 2015.
[6]PT. Paragon Technology Innovation, 21 oktober 2015, *pti-cosmetics.com*diaksespada 11 november 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan motto Wardah ”Cantik memang harus dimulai dari dalam, dan dilanjutkan dengan perawatan luar menggunakan kosmetik yang tepat” yang berarti selain kecantikan hati dari setiap wanita, perawatan dari luar juga perlu tetapi dengan memilih kosmetik yang baik dan aman. Wardah mengutamakan bahan-bahan yang sesuai dengan syariat islam, hal ini sesuai dengan Hadist riwayat Bukhari dan Muslim

عَنْ أَبِي عَبْدِ اللهِ النُّعْمَانِ بْنِ بَشِيْرٍ رَضِيَ اللهُ عَنْهُمَا، قَالَ: سَمِعْتُ رَسُوْلَ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُوْلُ: «إِنَّ الْحَلاَلَ بَيِّنٌ، وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ، وَبَيْنَهُمَا مُشْتَبِهَاتٌ لاَ يَعْلَمُهُنَّ كَثِيْرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنِ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ، اِسْتَبْرَأَ لِدِيْنِهِ وَعِرْضِهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ، كَالرَّاعِي يَرْعَى حَوْلَ الْحِمَى يُوْشِكُ أَنْ يَرْتَعَ فِيْهِ، أَلاَ وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ حِمَى، أَلاَ وَإِنَّ حِمَى اللهِ مَحَارِمُهُ، أَلاَ وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً، إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ، وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ، أَلاَ وَهِيَ الْقَلْبُ». رواه البخاري ومسلم.

Artinya:

> Telah menceritakan kepada kami ‘Amru bin Rafi’ telah menceritakan kepada kami Abdullah bin Mubarak dari Zakaria bin Abu Za’idah dari Asy Sya’bi dia berkata; saya mendengar An Nu’man bin Basyir berkata di atas mimbar dan mengisyaratkan dengan jari-jarinya di kedua telinganya, ”Saya mendengar Rasulullah SAW bersabda, ‘(sesuatu) yang halal telah jelas dan yang haram itu telah jelas, dan di antara keduanya ada perkara Syubhat (samar-samar) yang kebanyakan orang tidak mengetahuinya. Barang siapa dapat menjaga diri dari perkara syubhat itu berarti ia telah menjaga agama dan kehormatannya, dan barang siapa yang terjatuh ke dalam perkara syubhat berarti ia telah terjatuh dalam keharaman. Seperti penggembala yang menggembalakan hewan ternaknya di sekitar daerah terlarang, dikhawatirkan hewannya akan masuk ke wilayah yang terlarang itu. Ketahuilah, bahwa setiap raja memiliki larangan dan larangan Allah adalah sesuatu yang di haramkanNya. Ketahuilah, dalam tubuh terdapat segumpal darah, jika dia baik maka baiklah seluruh tubuh. Namun jika ia rusak, maka akan rusak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> pulalah seluruh tubuh. Ketahuilah bahwa segumpal darah tersebut adalah hati. (HR. Bukhari dan Muslim).[7]

Sesuatu yang halal itu jelas dan haram itu jelas. Tentu yang halal itu baik dan yang haram itu tidak baik. Oleh karena itu, Wardah menggunakan bahan-bahan halal sesuai dengan syariat islam untuk menciptakan produkyang baik dan aman. Sertifikat halal dari LP POM MUI memberikan jaminan halal untuk produk Wardah Kosmetik. Adanya label halal pada kemasan produk Wardah akan membantu bagi kedua pihak yaitu produsen akan terhindar dari tuntuttan konsumen dikemudian hari mengenai bahan-bahan produk dan konsumen mendapatkan jaminan produk yang terbuat dari bahan-bahan yang baik dan aman.

Label halal saat ini dianggap sangat penting, terlebih karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Label halal menjadi pertimbangan bagi para konsumen dalam memilih sebuah produk kosmetik. Selain itu, banyak sekali berita mengenai produsen nakal yang menciptakan produk-produk palsu sehingga membuat para konsumen itu kawatir dengan produk yang akan mereka pilih. Seperti pada artikel berikut ini :

> Hasil pengawasan BPOM dalam tiga tahun terakhir mencatat ada peningkatan signifikan dari peredaran obat, kosmetik, panganan ilegal. Kalau 2011 baru 57 item, 2012 ada 60 item, namun 2013 ada 830 item. Jadi memang sangat mengkhawatirkan,"ungkap Reri Indriyani, Kepala Pusat Informasi obat, dan Makanan, BPOM disela-sela acara pengumuman pemenang kompetisi pembuatan iklan layanan masyarakat tentang bahaya obat dan kosmetika palsu di Jakarta, Selasa (20/5)".[8]

---

[7]SunanIbnuMajah, "*Software* KitabHadist Online Terjemah Indonesia", *app.lidwa.com*, di akses 27 november 2015.
[8]M. sarwani, "PeredaranObat, KosmetikPalsuMelonjak 1000%".*industri.bisnis.com*diterbitkanpadaSelasa, 20 mei 2014,diaksespada 17 november 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karena kejadian-kejadian seperti inilah, baiknya para produsen kosmetik lebih memperhatikan komposisi sebuah produk untuk memastikan kehalalannya.

Selain itu, menurut hasil wawancara dan survey dari Dina Zurria yang dilakukan pada bahwa kelompok referensi dari kelompok formal seperti kelompok ibu-ibu yang bekerja dengan jumlah 10 orang, mereka memerlukan kosmetik sebagai pelengkap dalam melakukan aktivitasnya dan 7 diantaranya mengatakan mereka lebih memilih kosmetik selain Wardah karena Wardah dinilai termasuk produk kosmetik murah.[9] Berdasarkan latar belakang inilah, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kelompok Referensi, Keluarga, dan Kehalalan Produk terhadap Keputusan Konsumen Memilih Produk Wardah Kosmetik di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel kelompok referensi mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih wardah di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo?
2. Apakah variabel keluarga mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih wardah di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo?
3. Apakah variabel Kehalalan Produk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih wardah di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo?

---

[9]Dina Zurria, "HubunganPengetahuanKonsumenTerhadapProdukKosmetikWardahDenganKeputusanMembeliProduk (StudiPadaIbu-Ibu RT 01/02 RW 02 KomplekPerumahan Bukit Koto Desa Kuok Bangkingan Barat)", (skripsi—Universitas Islam Negeri Sultan SyarifKasim Riau, 2012), 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Apakah ada pengaruh bersama-sama kelompok referensi, keluarga, dan Kehalalan Produk terhadap keputusan konsumen memilih produk Wardah Kosmetik di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, peneliti bermaksud untuk mengkaji dan mempelajari secara ilmiah dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel kelompok referensi terhadap keputusan konsumen dalam memilih wardah di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo.
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel keluarga terhadap keputusan konsumen dalam memilih wardah di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo.
3. Untuk menganalisis pengaruh variabel Kehalalan Produk terhadap keputusan konsumen dalam memilih wardah di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh bersama-sama antara kelompok referensi, keluarga, dan Kehalalan Produk terhadap keputusan konsumen memilih produk Wardah Kosmetik di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Dengan adanya penelitian tentang masalah di atas, maka penulis berharap bisa memberikan banyak manfaat serta memberikan kontribusi bagi beberapa pihak, baik untuk penulis sendiri, perusahaan maupun untuk umum. Manfaat hasil penelitian ini yaitu:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Secara Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan serta acuan bagi semua pihak yang ingin mendalami ilmu ekonomi syariah. Serta dapat dijadikan sebagai tolak ukur ataupun data untuk penelitian serupa kedepannya. Memberikan sumbangan pemikiran dan dapat menambah sumber informasi tentang kelompok referensi, keluarga, Kehalalan Produk dan keputusan konsumen.

2. Secara Praktis

   Penelitian ini dapat dijadikan sebagai media evaluasi dan acuan khususnya bagi pihak Wardah dalam memperhatikan perilaku konsumen terutama mengenai kelompok referensi, keluarga dan Kehalalan Produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk Wardah Kosmetik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id