# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Dunia sedang berubah, menjadikan komunikasi antar manusia tanpa batas. Kemajuan ilmu teknologi, komunikasi, transportasi dan turisme, telah menjadikan dunia sebagai '*desa besar'*.[1] Gema abad 21 yang sering diidentikkan dengan abad "globalisasi" sudah merambah sampai ke tingkat pedesaan. Sehingga konferensi, seminar, termasuk pengajian sudah ramai-ramai membicarakannya, meskipun sosoknya masih berupa bayang-bayang dan definisinya juga tidak atau belum pernah ada kesepakatan. Ciri utama abad 21 ini adalah kompetisi bebas, sehingga bisa berakibat menang atau kalah. Dalam bidang ekonomi terlebih lagi, dengan adanya pasar bebas dan perdagangan bebas yang menjadi "ideologis" nya, maka persaingan akan sangat keras.[2]

Di era globalisasi ini pergesekan dan saling mempengaruhi antara nilai-nilai budaya tidak bisa dihindarkan. Pertemuan dan gesekan nilai-nilai budaya dan agama di seluruh dunia yang memanfaatkan jasa komunikasi, transformasi, dan informasi hasil modernisasi teknologi. Konsep 'modernisasi' di Indonesia tampaknya ada kemauan keras bahwa modernisasi di Indonesia tidak identik

---

[1] Srijanti, et. all., *Etika Membangun Masyarakat Islam Modern*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), hal. 241

[2] A. Qodir Azizah, *Membangun Fondasi Ekonomi Umat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 77

dengan westernisasi. Artinya perubahan menuju modern diterima asalkan tidak selalu identik dengan modernisasi yang terjadi di barat yang telah menghasilkan sekularisasi.[3]

Perkembangan teknologi kini berperan penting terhadap adanya perdagangan terutama dalam perdagangan *online.* Teknologi telah mengajak perdagangan semakin berkembang secara berdampingan. Jangkauan penjualan suatu barang ataupun pelayanan suatu jasa semakin berkembang melalui teknologi. Begitu juga perdagangan bisa ditembus melalui teknologi sehingga tidak ada batasan mangsa pasar. Wilayah pasar jika dulunya hanya lingkup kecil sekarang sudah bisa dijangkau secara luas hanya dalam hitungan detik.[4]

Selanjutnya pemberlakuan MEA pada tahun 2015 menyebabkan lalulintas perdagangan di kawasan Asia Tenggara menjadi sangat kompleks. Sebagai wujud dari negara-negara ASEAN untuk membentuk suatu kawasan bebas perdagangan dalam rangka meningkatkan daya saing ekonomi yang ditargetkan pada tahun 2020.[5] Kebangkitan di dunia industrialisasi pada akhirnya melahirkan banyak sistem ekonomi di dunia ini (Kapitalis, Sosialis dan lainnya).[6] Misalnya negara-negara Kapitalis, konglomerat bidang ekonomi umumnya menunjukkan sifat-sifat yang negatif, antara lain mencari keuntungan secara maksimal, mengeksploitasi tenaga kerja, bertingkah laku

---

[3] *Ibid.*, hal.4-20

[4] Fajrina Eka Wulan, "*Peer to Peer Lending* dalam POJK,PBI dan Fatwa DSN-MUI", *Ahk*am, Vol. 6 No. 2, November, 2014, hal. 243

[5]Humprey Wangke, "Peluang Indonesia dalam Masyarakat Ekonomi Asean 2015", *Amwaluna,* Vol. VI No. 10/IIP3DI/Mei/2014, hal. 22

[6] Slamet Mujiono, "Perlindungan Konsumen : Regulasi Bisnis", *Jurnal Ekonomi Bisnis Islam,*Vol.1, No. 1, 2016, hal. 69

sangat ganas dan menunjukkan kecenderungan melakukan monopoli dan menciptakan ketergantungan.[7]

Perkembangan pada barang dan jasa juga menunjukkan kemajuan pesat dengan berbagai ragam produk dan jasa yang ditawarkan, mulai dari produk dalam negeri maupun luar negeri kini mudah dijumpai di berbagai tempat. Dengan permberlakuan MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) pada 2015, maka pasar dalam negeri akan dibanjiri produk barang dan jasa yang berasal dari luar Indonesia, terutama dari negara-negara yang tergabung dalam Asean Economic Commonity (AEC).

Keberadaan barang dan jasa serta konsumen merupakan suatu hal yang saling bersentuhan dalam berbagai transaksi. Perkembangan industri dan gerak modal yang cepat sehingga menyebabkan produksi barang dan jasa semakin kompleks. Begitu juga informasi dibalik proses industri sebagai salah satu faktor persaingan.[8] Untuk itu pentingnya mengetahui informasi tentang sebuah produk agar diketahui oleh semua konsumen. Apalagi Indonesia merupakan negara yang luas dengan penduduk berjuta-juta jiwa serta dengan latar belakang yang berbeda-beda.

Meskipun secara geografis negara Indonesia berada di pinggiran, namun secara objektif tidak dapat lagi dikatakan kurang berperan dalam dunia Islam. Dengan jumlah penduduk melebihi 200 juta, 88 persennya (sekitar 175 juta)

---

[7] M. Natsir Zubaidi, *Memaknai Islam Indonesia*, (Jakarta : Media Dakwah, 2012), hal. 137.

[8] Bustamar, "Sengketa Konsumen dan Teknis Penyelesaiannya pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK*)", JURIS*, Vol. 14, Nomor 1, Juni 2015, hal. 35

adalah Muslim, Indonesia dianggap sebagai negara Muslim terbesar.[9] Banyak ilmuwan Muslim maupun non-Muslim menyatakan bahwa Islam adalah agama yang paling cepat berkembang. Sebab Islam memiliki daya tarik sebagai agama universal dalam era globalisasi ini. Kesadaran mengantisipasi era globalisasi ini bukanlah hal baru bagi umat Islam, karena sudah ada sejak masa Rasulullah Muhammad SAW. Disadari atau tidak umat Islam telah memasuki arena pertarungan global, baik dalam konteks teologi, filsafat, ekonomi, politik maupun budaya.[10]

Dalam Islam perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah Swt. Inilah yang tidak kita dapati dalam ilmu perilaku konsumsi konvensional.[11] Globalisasi ekonomi juga perlu melindungi hak-hak konsumen. Kebutuhan terhadap kehalalan suatu produk, merupakan hal yang niscaya bagi umat Islam, halal merupakan hak dasar setiap muslim dan implikasinya sebagai umat Islam. Ketersediaan kebutuhan yang cukup dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai agama, budaya dan keyakinan adalah hak warga negara yang dijamin oleh Undang-Undang Dasar 1945. Sebagaimana telah dicantumkan dalam alinea 4 Pembukaan UUD 1945. Ketidakjelasan informasi dan kehalalan atas suatu produk menjadi persoalan penting untuk melindungi masyarakat Indonesia sebagai konsumen.

Berbagai produk, baik barang maupun jasa adalah objek transaksi bisnis atau perdagangan, dan berkaitan dengan ketentuan Undang-Undang No. 7

---

[9]Zubaedi, *Islam dan Benturan Antar Peradaban*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media 2012), hal. 168

[10] Srijanti, *Etika Membangun Masyarakat...*, hal 242-243

[11] Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam ...*, hal. 2

Tahun 2014 tentang Perdagangan, yang pada pasal 3 huruf j, disebutkan bahwa, "Pengaturan kegiatan perdagangan bertujuan meningkatkan perlindungan konsumen." Berdasarkan pembahasan tersebut secara eksplisit, sejumlah peraturan perundang-undangan mengatur jaminan kehalalan produk tidak hanya dari pemenuhan kehalalan menurut syariat Islam, melainkan juga pemenuhan kesehatan, keamanan, kenyamanan dan objek yang diperdagangkan (transaksi) menurut aspek dan kepentingan perlindungan konsumen.[12]

Kegiatan ekspor impor semakin tidak bisa dibendung selain utuk meningkatkan inflasi bagi pemerintah adapun akibat persaingan pasar menjadikan produk luar negeri membanjiri pasar Indonesia. Berbagai kebutuhan manusia semakin mudah ditemukan tanpa harus datang langsung ke negara asalnya. Pemenuhan kebutuhan ini dari berbagai aspek barang dan jasa. Potensi pasar Muslim global atas kebutuhan produk halal dan lahirnya UU JPH menjadi tantangan bagi pelaku usaha dalam negeri untuk menjadi *supplier* produk halal penduduk Muslim pada khususnya dan masyarakat global pada umumnya. Sehingga tidak menutup kemungkinan lahir merek produk halal dari berbagai segmen buatan Indonesia yang diakui secara global.[13]

Barang dan jasa halal yang dikonsumsi konsumen berdampak pada pembersihan hati. Sebab makanan yang dikonsumsi akan berkembang menjadi daging yang sangat berpengaruh dan mewarnai sikap, tingkah laku dan

---

[12] Witanti Astuti Triyanto, "Sertifikasi Jaminan Produk Halal Menurut Undang-Undang No 33 Tahun 2014", *Lex Administratum*, Vol. 5, No. 1, hal. 37

[13] Ali Rama, “Potensi Pasar Produk Halal Dunia” dalam *Koran Fajar Makasar*, 07-11-2014, hal. 2

pemikiran seseorang. Selain itu, kehalalan barang dan jasa menentukan kesuksesan seseorang dalam menjalin relasi komunikasi secara vertikal dengan Tuhannya. Artinya, bagi konsumen muslim memproduksi barang dan jasa halal membuka peluang bagi terjalinnya komunikasi yang harmonis dengan Tuhan, sehingga harapan - harapan yang diinginkan dengan mudah dapat dikabulkan. Sebaliknya, mengkonsumsi barang dan jasa yang tidak memiliki jaminan kepastian hukum halal akan menjadi batu sandungan bagi seseorang untuk menjalin relasi dan komunikasi yang baik dengan Tuhan.[14]

Ketika berbicara mengenai kehalalan suatu produk tidak bisa terlepas dari konsep *thoyyib*. Jika halal mengacu pada hukum boleh atau tidaknya suatu produk dikonsumsi, *thoyyib* lebih menekankan pada aspek kualitas produk seperti kandungan gizi, kebersihan dan keamanan produk, kesehatan, keterjangkauan harga, serta manfaat lainnya. Konsep *thoyyib* pada produk halal memproduksi produk yang benar-benar berkualitas dan bermanfaat. Aspek *thoyyib* ini pula dapat dikatakan sebagai keunggulan daya saing.[15]

Saat ini Indonesia telah memiliki Undang-Undang No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Artinya, setelah UU ini efektif berlaku maka semua produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal (Pasal 4). Jenis produk yang dimaksud adalah terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi,

---

[14] Muhammad dan Ibnu Elmi As Pelu, *Label Halal*, (Malang: Madani, 2009), hal. 26

[15] Nur Hadiati Endah, *Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Indonesia LIPI*, (Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi, 2014), hal. 12

produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan atau dimanfaatkan oleh masyarakat.

Perlindungan konsumen khususnya bagi umat mulsim di Indonesia untuk mengkonsumsi produk-produk yang masuk dari luar negeri selayaknya bisa ditanggapi dengan pemberlakuan aturan ini. Selain itu dalam UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pasal 25 (poin a) menyebutkan " Pelaku Usaha yang telah memperoleh Sertifikat Halal wajib: mencantumkan Label Halal terhadap Produk yang telah mendapat Sertifikat Halal". Berdasarkan pasal 4 dan 25, dimaksudkan pelaku usaha wajib mencantumkan label halal pada setiap produknya yang dipasarkan di wilayah Indonesia.[16]

Label halal biasa tercantum pada kemasan produk makanan atau minuman, pencantuman label halal ini tidak bisa sembarangan digunakan pada kemasan suatu produk. Sebelum mencantumkan label halal, produsen sebelumnya telah mendaftarkan produknya melalui berbagai proses, sehingga produk tersebut telah legal. Label halal yang tertera pada suatu kemasan produk, yaitu sebagai bentuk informasi atau keterangan bahwa produk tersebut telah lulus uji kehalalan oleh lembaga yang berwenang yaitu LPPOM MUI, untuk melakukan uji kehalalan bahwa produk yang berlabel halal aman untuk dikonsumsi umat muslim. Selanjutnya LPPOM MUI mengesahkan sehingga produk tersebut legal dalam perizinan. Produk yang sudah mendapat sertifikat halal dari LPPOM MUI dianjurkan untuk mencantumkan label halal pada setiap kemasannya. Proses mendapatkan sertifikasi halal juga dijelaskan dalam

[16]Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 pada pasal 29. Produk yang didaftarkan melalui tahap-tahap pengujian oleh Badan Penyelenggara Jaminan Prouk Halal akan dilakukan analisis untuk mengetahui kandungan bahan yang terdapat pada produk tidak mengandung hal-hal yang diharamkan oleh syariat Islam.

Selanjutnya kehalalan suatu produk dilakukan oleh MUI sebagaimana pada Pasal 33, apabila sudah ada penetapan dalam sidang maka BPJPH wajib untuk mempublikasikan paling lama 7 (tujuh) hari setelah keputusan kehalalan dikeluarkan. Dengan adanya label halal ini maka masyarakat bisa lebih mudah mengenali produk yang sudah tersertifikasi halal maupun belum. Pemilihan produk yang sesuai syariat juga perlu diperhatikan oleh masyarakat muslim. Agar apa yang mereka gunakan juga kelak akan membawa mereka menuju jalan dan ridha Allah SWT.

Kebiasaan hidup sesuai dengan syariat sebaiknya juga diterapkan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat Indonesia yang mayoritas nya muslim. Dalam hal pemenuhan kebutuhan oleh manusia terutama dari segi makanan dan minuman, bisa dengan mudah diketahui karena adanya label halal yang tertera pada kemasan. Selain kebutuhan akan bahan konsumsi, semakin berkembangnya zaman, model dan trend, kini menjadikan kosmetik juga menjadi kebutuhan yang penting setelah kebutuhan primer. Bagi perempuan berpenampilan cantik dan menarik merupakan hal yang harus diperhatikan. Sehingga tidak jarang perempuan rela mengeluarkan uang yang lumayan banyak untuk merawat diri agar tetap tampil cantik. Tampil cantik merupakan idaman semua wanita, namun dalam merawat diri untuk tetap tampil cantik

juga harus memperhatikan hal-hal yang dapat mempengaruhi proses ibadah kita sebagai umat muslim. Untuk itu dalam memilih produk yang akan digunakan sebaiknya masyarakat juga memperhatikan. Agar apa yang digunakan sehari-hari baik dari makanan, minuman, dan kebutuhan kosmetik tetap aman digunakan dalam beribadah menuju ridha Allah SWT.

Berangkat dari pemandangan yang sering peneliti temui di kampus IAIN Tulungagung, para mahasiswi telihat segar dengan mengekspresikan dirinya dalam mengaplikasikan kosmetik. Sebagai seorang perempuan hal demikian wajar terjadi, sebagai makhluk yang memiliki aura khas memikat serta memiliki tabiat yang khas pula. Tabiat itu adalah kesukaannya bersolek. Tabiat ini begitu melekat sehingga menjadi "*trade mark"* wanita. Wanita sering diidentikkan dengan kebiasannya bersolek.[17]

Kegiatan bersolek merupakan pemenuhan bentuk seorang wanita terhadap keinginan untuk dilihat dan diperhatikan oleh orang lain dan sesuai dengan dasarnya yang menyukai keindahan lebih besar dibandingkan dengan laki-laki. Bersolek bagi sebagian wanita bukan sebatas lagi cara mempermak diri dengan alat kosmetik namun sudah merupakan cara menunjukkan dirinya sebagai wanita yang mengerti bagaimana cara menghargai dirinya sendiri.[18] Sehingga dengan ini, kebutuhan akan produk kosmetik sebagai media untuk mengekspresikan diri seseorang semakin meningkat. Namun anjuran untuk menjaga penampilan seorang wanita nampaknya tak hanya secara lahiriyah

---

[17] Siti Arifah, *Halal Haramnya Bersolek,* (t.t.p. : Lintas Media, 2007), hal. 14

[18]*Ibid*..., hal. 14

tetapi juga mempertimbangkan batiniyahnya. Sebagaimana yang akan peneliti bahas dalam penelitian ini tentang " Persepsi Mahasiswi IAIN Tulungagung tentang Label Halal Pada Kosmetik"

## B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, penulis membatasi masalah pada pandangan yang dikemukakan oleh mahasiswi IAIN Tulungagung tentang label halal yang terdapat pada produk kosmetik. Dalam hal ini produk yang telah beredar dapat dipastikan kehalalannya untuk dinikmati masyarakat luas sebagaimana yang diatur dalam UU JPH. Dalam UU JPH yang telah diberlakukan ini, maka segala bentuk produk yang beredar di wilayah Indonesia harus melalui sertifikasi halal untuk memberikan rasa aman dan nyaman pada konsumen terutama konsumen muslim. Sedangkan rumusan masalah, penulis merumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi mahasiswi IAIN Tulungagung tentang label halal pada kosmetik?
2. Bagaimana implikasi persepsi mahasiswi IAIN Tulungagung tentang label halal terhadap pemilihan produk kosmetik?

## C. Tujuan Penelitian

Sedangkan tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswi IAIN Tulungagung tentang label halal pada kosmetik
2. Untuk mengetahui implikasi persepsi mahasiswi IAIN Tulungagung tentang label halal terhadap pemilihan produk kosmetik

## D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
   a. Menambah khazanah keilmuan khusunya dalam mengenal produk kosmetik yang telah, serta minat konsumen dalam memilih produk kosmetik
   b. Menambah khazanah keilmuwan khusunya bagi Mahasiswi IAIN Tulungagung untuk mengetahui persepsi tentang halal pada kosmetik dan alasannya memilih produk kosmetik
   c. Sebagai bahan acuan untuk peneliti berikutnya
2. Kegunaan Praktis
   a. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan syarat meraih gelar strata satu (S1)
   b. Bagi lembaga, penelitian ini berguna untuk dijadikan bahan literatur
   c. Bagi masyarakat, penelitian ini berguna untuk membuka wawasan masyarakat terkait label halal pada produk kosmetik dan perlindungan konsumen dalam mendapat kepastian hukum

## E. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan memahami judul proposal ini, maka perlu dijelaskan beberapa istilah sebagai berikut:

1. Konseptual

   a. Persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu, serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indranya [19] maksudnya peneliti akan mencari data terkait label halal pada kosmetik yang ditangkap oleh subyek

   b. Mahasiswi IAIN Tulungagung dalam penelitian ini sebagai subyek penelitian, juga sebagai konsumen pengguna produk kosmetik. Mahasiswi sebagai subyek berasal dari empat fakultas yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Ushuluhuddin Adab dan Dakwah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan yang ada di IAIN Tulungagung. Subyek telah menggunakan produk kosmetik selama minimal 1 tahun, sehingga dalam kurun waktu tersebut, keterlibatan konsumen kosmetik telah melakukan berbagai transaksi dengan beberapa pertimbangan.

   c. Label halal adalah label yang diberikan pada produk-produk yang telah memenuhi kriteria halal menurut agama Islam. Label halal yang ada pada kemasan produk yang beredar di Indonesia adalah sebuah

[19] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa,* Edisi IV, Cet.1, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2008), hal. 422

logo yang tersusun dari huruf-huruf Arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran.[20]

d. Kosmetik adalah sediaan atau paduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ kelamin luar), gigi dan rongga mulut, untuk membersihkan, menambah daya tarik, mengubah penampakan, melindungi supaya dalam keadaan baik, memperbaiki bau badan, tetapi tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan penyakit.[21]

2. Operasional

Penelitian dengan judul "Persepsi Mahasiswi IAIN Tulungagung Tentang Label Halal Pada Produk Kosmetik" ini adalah penelitian tentang persepsi mahasiswi IAIN Tulungagung tentang label halal dan implikasinya terhadap pemilihan produk kosmetik.

---

[20] Jessi Kemala Alstuti, "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Prodi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum UIN Jakarta)", *Skripsi.* (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2011), hal. 35

[21] Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia *tentang Bahan, Zat Warna Substratum, Zat Pengawet dan Tabir Surya Pada Kosmetika,* hal. 2

## F. Sistematika Pembahasan

Agar penelitian ini terarah dan sistemtais maka perlu disusun sistematika pembahasan.

Bab I pendahuluan, terdiri dari: (a) latar belakang masalah, (b) rumusan masalah, (c) tujuan penelitian, (d) kegunaan penelitian, (e) penegasan istilah, dan (f) sistematika pembahasan.

Bab II kajian pustaka, terdiri dari: (a) konsep halal yaitu halal yang diartikan dengan boleh (menurut syariat Islam), serta *thayyib* yang berarti baik. (b) label halal sebagai petunjuk informasi yang menunjukkan produk tersebut berstatus sebagai produk halal (c) konsep kosmetik merupakan bahan sediaan yang digunakan pada bagian luar untuk mengubah penampilan, melindungi atau memperbaiki agar tetap dalam keadaan baik (d) perilaku konsumen merupakan proses terlibat seseorang dalam suatu keinginan/pembelian dengan dipengaruhi berbagai faktor (e) hasil penelitian terdahulu.

Bab III metode penelitian, terdiri dari: (a) jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan data, (h) tahap-tahap penelitian.

Bab IV paparan hasil penelitian, terdiri dari: (a) profil mahasiswi IAIN Tulungagung, (b) persepsi mahasiswi IAIN Tulungagung tentang label halal pada kosmetik.

Bab V merupakan bab pembahasan mengenai implikasi persepsi mahasiswi IAIN Tulungagung tentang label halal terhadap pemilihan produk kosmetik. Dari data yang dikumpulkan kemudian akan dipaparkan hasilnya.

Bab VI merupakan bab penutup, terdiri dari: (a) kesimpulan, (b) saran.