

**PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN PRODUK KOSMETIK
(Studi Pada Mahasiswi Prodi Muamalat
Jurusan Syariah Institut Agama Islam
Negeri (IAIN) Zawiyah
Cot Kala Langsa)**

Skripsi

Diajukan Oleh:

SEPRIANI AYU LESTARI HARAHAP

**Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa
Jurusan/Prodi: Syariah/Muamalah
Nomor Pokok: 511000787**



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
ZAWIYAH COT KALA LANGSA
TAHUN 2014/2015**

PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK KOSMETIK (STUDI PADA MAHASISWI PRODI MUAMALAT JURUSAN SYARIAH Institut Agama Islam Negeri (IAIN) ZAWIYAH COT KALA LANGSA) telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Jurusan Syariah STAIN Zawiyah Cot Kala Langsa, **pada tanggal 01**

Skripsi telah diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam Ilmu Syariah pada Jurusan Syariah Program Studi Muamalah.

Langsa,

Panitia Sidang Munaqasyah
Skripsi Jurusan Syariah
IAIN ZCK Langsa

Ketua,

Sekretaris,

NIP.

NIP.

Anggota-anggota:

1. _____
NIP

2. _____
NIP

3. _____
NIP

4. _____
NIP



**PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN PRODUK KOSMETIK
(Studi Pada Mahasiswi Prodi Muamalat
Jurusan Syariah Institut Agama Islam
Negeri (IAIN) Zawiyah
Cot Kala Langsa)**

Skripsi

Diajukan Oleh:

SEPRIANI AYU LESTARI HARAHAP

**Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa
Jurusan/Prodi: Syariah/Muamalah
Nomor Pokok: 511000787**



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
ZAWIYAH COT KALA LANGSA
TAHUN 2014/2015**

**PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN PRODUK KOSMETIK (Studi Pada Mahasiswi Prodi
Muamalat Jurusan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Zawiyah Cot
Kala Langsa)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Syariah
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Hukum Islam**

Oleh:

SEPRIANI AYU LESTARI HARAHAP
NIM: 511000787

Di bawah Bimbingan

Pembimbing I

Abdul Hamid, MA

Pembimbing II

Ainul Mardhiah, M.Si

**FAKULTAS SYARIAH
JURUSAN MUAMALAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) ZAWIYAH COT KALA LANGSA
1436 H/2015 M**

ABSTRAKSI

Fenomena kecantikan saat ini dapat menjadi ancaman bagi khususnya para remaja yang ingin tampil lebih cantik, menarik, menawan khususnya bagi mahasiswi Prodi Muamalat Jurusan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa. Apabila Dirjen BPOM dan LPPOM-MUI sebagai pemegang otoritas tidak mengendalikannya secara tepat berbagai produk kosmetik yang telah beredar di Aceh khususnya pada masyarakat Langsa. Namun lembaga tersebut berkewajiban memantau dan senantiasa melakukan pengawasan serta pemeriksaan dengan ketat agar tidak mengecewakan konsumen. Berdasarkan hal tersebut maka tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui persepsi Prodi Muamalat Jurusan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa terhadap label halal produk kosmetik dan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara label halal terhadap keputusan menggunakan produk kosmetik oleh mahasiswi Prodi Muamalat Jurusan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa. Dengan metode yang penulis gunakan di dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan tentang sifat-sifat (karakteristik) dari suatu keadaan atau objek penelitian yang dilakukan melalui pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta pengujian statistik dengan menggunakan rumus regresi linear sederhana, melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas dan uji t. Berdasarkan hasil penelitian diketahui ada keeratan hubungan antara label halal dengan keputusan menggunakan produk kosmetik mencapai $r = 0,485$ (hubungan dikategorikan lemah dan positif karena nilai r yang diperoleh $< 0,5$, hubungan X dan Y lemah (+)) sedangkan pengaruh label halal terhadap keputusan menggunakan produk kosmetik adalah kecil yaitu hanya berpengaruh sebesar $r^2 = 23,5\%$. Ini berarti mahasiswi tetap membeli produk kosmetik berlabel halal karena merupakan kebutuhan pokok tetapi keputusan menggunakan produk kosmetik kecil (lemah). Berdasarkan uji t yang dilakukan, diperoleh nilai t-hitung 3,760 dan nilai t-tabel 1,6449. Angka ini menunjukkan alasan penerimaan terhadap hipotesis di mana ada pengaruh label halal terhadap keputusan menggunakan kosmetik.

KATA PENGANTAR

Sesungguhnya puja-puji itu hanya milik Allah. Kami selalu memuji, memohon perlindungan, pertolongan, ampunan dan hidayah kepada-Nya. Kami berlindung kepadanya dari keburukan jiwa dan kejelekan perbuatan kami. Sesungguhnya seseorang yang diberi petunjuk oleh Allah, maka tak ada orang lain yang mampu menyesatkannya. Dan barang siapa yang disesatkan oleh Allah, maka tak seorang pun yang mampu memberinya petunjuk. Kami bersaksi bahwa tiada Tuhan selain Allah, yang tiada sekutu bagi-Nya. Dan kami bersaksi bahwa Muhammad adalah hamba dan rasul-Nya. Selesaiannya skripsi ini adalah berkat rahmat dan petunjuk-Nya yang dilimpahkan kepada penulis.

Penulis sangat menyadari bahwa berhasilnya penulis dalam perkuliahan dan juga dalam penyelesaian skripsi ini, selain karena ketekunan penulis dan juga atas bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan penuh rasa syukur, penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan teriring do'a kepada semua pihak yang telah membantu. Untuk itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda dan Ibunda serta saudara-saudaraku tercinta yang dengan segala ketulusannya senantiasa mendo'akan, mengarahkan, memberi kepercayaan, dan dukungan kepada ku baik materil, moril maupun spirituil.
2. Bapak Dr. H. Zulkarnaini, MA, Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa beserta stafnya yang senantiasa memberikan pelayanan yang baik.
3. Ibu Anizar, MA, selaku Ketua Jurusan Muamalah.

4. Bapak Abdul Hamid, MA selaku dosen pembimbing pertama dan Ibu Ainun Mardhiah, M.Si selaku dosen pembimbing dua yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan kontribusi tenaga dan pikiran, guna memberikan bimbingan dan petunjuk serta pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai.
5. Bapak Ismail Fahmi Arrauf, NST, MA, selaku penasehat akademik yang telah memberikan pengarahan selama perkuliahan.
6. Segenap Dosen Program Studi Muamalat, yang telah banyak berperan aktif dalam menyumbangkan ilmu, wawasan dan pengetahuannya kepada penulis.
7. Seluruh sahabat karibku di Program Studi Muamalat yang telah memberi dukungan motivasi.
8. Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang dengan ikhlas menyayangi dan membantu.

Teriring do'a semoga amal yang telah kita lakukan dijadikan amal yang tiada putus pahalanya, dan bermanfaat untuk kita semua di dunia maupun di akhirat. Aaamiiiiin.

Langsa, Agustus 2015
Penulis

Sepriani Ayu Lestari Harahap

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER.....	i
PERSETUJUAN	ii
ABSTRAKSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Penjelasan Istilah.....	7
E. Landasan Teori.....	8
F. Kerangka Teori	10
G. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II KONSEP HALAL DALAM PANDANGAN ISLAM.....	13
A. Pengertian Halal dan Label Halal	13
B. Proses Labelisasi Halal.....	17
C. Pengertian Keputusan Pembelian.....	20
a. Tahapan Proses Keputusan Pembelian	22
b. Faktor dan Peran Keputusan Pembelian	23
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Pendekatan Penelitian.....	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
C. Populasi dan Sampel	27
1. Populasi.....	27
2. Sampel	28
D. Sumber Data.....	29
E. Teknik Pengumpulan Data	29
F. Teknik Analisis Data	30
G. Hipotesis	35
H. Pedoman Penulisan	36
BAB IV PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN MENGUNAKAN PRODUK KOSMETIK (STUDI PADA MAHASISWI PRODI MUAMALAT JURUSAN SYARIAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) ZAWIYAH COT KALA LANGSA).....	37
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	37
B. Persepsi Mahasiswi Prodi Muamalat Jurusan Syariah Sekolah	

Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa	40
1. Karakteristik Responden.....	40
2. Hasil Uji Validitas, Reliabilitas, dan Normalitas	42
3. Identifikasi Label Halal	46
4. Identifikasi Keputusan Menggunakan Produk Kosmetik ...	51
C. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Kosmetik Oleh Mahasiswi Prodi Muamalat Jurusan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran-saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN-LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL IV-1	REKAPITULASI JUMLAH MAHASISWA SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) ZAWIYAH COT KALA LANGSA TAHUN 2014..... 40
TABEL IV-2	USIA RESPONDEN 41
TABEL IV-3	MENGETAHUI KOSMETIK BERLABEL HALAL 41
TABEL IV-4	APAKAH KOSMETIK BERLABEL HALAL PENTING .. 42
TABEL IV-5	HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL LABEL HALAL..... 43
TABEL IV-6	HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KEPUTUSAN MENGUNAKAN PRODUK KOSMETIK 43
TABEL IV-7	HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL LABEL HALAL DAN KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK KOSMETIK..... 44
TABEL IV-8	IDENTIFIKASI LABEL HALAL 46
TABEL IV-9	IDENTIFIKASI KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK KOSMETIK 52
TABEL IV-10	PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN MENGUNAKAN PRODUK KOSMETIK PADA MAHASISWI PRODI MUAMALAT JURUSAN SYARIAH SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI ZAWIYAH COT KALA LANGSA..... 58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar IV-1 Kurva Normal P-P Plot Label Halal Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Kosmetik.....	45
Gambar IV-2 Daerah Penerimaan Hipotesis	60

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	DAFTAR PERTANYAAN.....	67
LAMPIRAN II	HASIL UJI RELIABILITY VARIABEL LABEL HALAL	69
LAMPIRAN III	HASIL UJI RELIABILITY VARIABEL KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK KOSMETIK.....	70
LAMPIRAN IV	KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	71
LAMPIRAN V	NILAI <i>MEAN</i> VARIABEL LABEL HALAL	73
LAMPIRAN VI	NILAI MEAN VARIABEL KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK KOSMETIK.....	78
LAMPIRAN VII	<i>REGRESSION</i>	83
LAMPIRAN VIII	KURVA NORMAL P-P PLOT.....	84
LAMPIRAN IX	TABEL r PRODUCT MOMENT (two-tailed test)	85
LAMPIRAN X	NILAI t	86

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunitas muslim di seluruh dunia telah membentuk segmen pasar yang potensial dikarenakan pola khusus dalam mengkonsumsi suatu produk. Pola konsumsi ini diatur dalam ajaran Islam yang disebut dengan Syariat.¹

Dalam ajaran Syariat, tidak diperkenankan bagi kaum muslim untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu karena substansi yang dikandungnya atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran Syariat tersebut.² Dengan adanya aturan yang tegas ini maka para konsumen muslim dapat mengkonsumsi sebuah produk ataupun jasa dengan rasa aman karena jelas kehalalannya.

Telaah terhadap perlindungan konsumen muslim atas produk barang dan jasa menjadi sangat penting setidaknya disebabkan bahwa konsumen Indonesia mayoritas merupakan konsumen beragama Islam yang sudah selainnya mendapatkan perlindungan atas segala jenis produk barang dan jasa yang sesuai dengan kaidah-kaidah hukum Islam. Berdasarkan hal tersebut maka masyarakat Islam (konsumen Muslim) harus mendapatkan perlindungan atas kualitas mutu barang dan jasa serta tingkat kehalalan suatu barang dan jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha.

¹ Rustam Effendi/.../sertifikasi-halal-juga-untungan-produsen/ artikel diakses pada tanggal 7 Juli 2010 dari <http://gagasanhukum.wordpress.com>.

² Departemen Agama RI. *Sistem dan Prosedur Penetapan Fatwa Produk Halal MUI* (Jakarta: 2003), h.2.

Kehalalan merupakan masalah yang paling pertama berhubungan dengan komunitas muslim. Masalah tersebut telah ada semenjak manusia belum diturunkan ke bumi dan merupakan pelajaran pertama yang diterima dari Allah SWT ketika Dia menentukan kaidah tentang kehalalan, dipertimbangkan pula kemampuan manusia dalam bersabar terhadap segala sesuatu, maka dari itu Allah tidak menentukan tentang kehalalan pada udara, akan tetapi untuk makanan dan minuman serta hal-hal yang dikonsumsi selain makanan dan minuman (seperti halnya; kosmetika, obat-obatan dan lain-lain) ditentukan tentang kehalalannya.³

Dalam pandangan Prof. KH. Ibrahim Hoesein, bahwa halal haram bukanlah persoalan sederhana yang dapat diabaikan, melainkan masalah yang amat penting dan mendapat perhatian dari ajaran agama secara umum. Karena masalah ini tidak hanya menyangkut hubungan antar sesama manusia, tetapi juga hubungan manusia dengan Tuhan.⁴ Ajaran tegas Islam untuk menghindari hal-hal yang dilarang oleh Allah SWT dan melaksanakan apa saja yang diperintahkan membuat konsumen muslim bukanlah konsumen yang *Permissive* (serba membolehkan) dalam pola konsumsinya. Mereka dibatasi oleh ke-Halalan dan ke-Haraman yang dimuat dalam nash Al-Qur'an dan Al-Hadits yang menjadi panduan utama bagi mereka.⁵

Pemahaman yang semakin baik tentang agama makin membuat konsumen Muslim menjadi semakin selektif dalam pemilihan produk yang dikonsumsi.⁶

³ Imam Al-Ghazali, *Benang Tipis antara Halal dan Haram*, alih bahasa oleh Ahmad Shiddiqi, (Surabaya: Putra Pelajar, 2003), h.12

⁴ Thobieb Al-Asyhar, *Bahaya Makanan Haram Bagi Kesehatan Jasmani dan Kesucian Rohani*, (Jakarta: PT. Alwardi Prima, 2003), h.7

⁵ Departemen Agama RI, *Sistem Dan Prosedur Penetapan Fatwa Produk Halal MUI*, (Jakarta, 2003), h. 8

⁶ Anton Apriyantono Nurbowo. "Aku Ingin Yang Halal" Artikel ini diakses pada tanggal 7 Juli 2015 dari www.unisba.ac.id.

Khusus di Indonesia, konsumen Muslim dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen Muslim di Indonesia. Lembaga ini adalah Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan-Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI).

Lembaga ini mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal sehingga produk yang telah memiliki sertifikat halal tersebut dapat memberi label halal pada produknya. Artinya produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam, atau produk tersebut telah menjadi kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen Muslim.⁷

Dengan adanya label halal ini konsumen Muslim dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Labelisasi halal yang secara prinsip adalah label yang menginformasikan kepada pengguna produk yang berlabel tersebut, bahwa produknya benar-benar halal dan bahan-bahan yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produk tersebut boleh dikonsumsi.⁸

Dengan demikian produk-produk yang tidak mencantumkan label halal pada kemasannya dianggap belum mendapat persetujuan lembaga berwenang (LPPOM-MUI) untuk diklasifikasikan ke dalam daftar produk halal atau dianggap masih

⁷ Retno Sulistyowati. *Labelisasi Halal*. artikel ini diakses pada tanggal 10 Juli 2015 dari <http://www.esqmagazine.com>.

⁸ Departemen Agama RI. *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal* (Jakarta, 2003) h.277.

diragukan kehalalannya. Ketidakadaan label halal itu akan membuat konsumen Muslim berhati-hati dalam memutuskan untuk mengkonsumsi atau tidak produk-produk tanpa label halal tersebut.

Peraturan tentang label yang dikeluarkan Dirjen POM (Direktorat Jendral Pengawasan Obat dan Makanan) Departemen Kesehatan Republik Indonesia, mewajibkan para produsen produk makanan untuk mencantumkan label tambahan yang memuat informasi tentang kandungan (ingredient) dari produk makanan tersebut.⁹ Dengan begitu konsumen dapat memperoleh sedikit informasi yang dapat membantu mereka untuk menentukan sendiri kehalalan suatu produk. Kepuasan konsumen merupakan tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Jadi dapat dikatakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah label halal dari suatu produk. Dengan demikian konsumen Muslim akan dihadapkan pada produk-produk halal yang diwakili dengan label halal yang ada pada kemasannya dan produk yang tidak memiliki label halal pada kemasannya sehingga diragukan kehalalan produk tersebut. Maka keputusan untuk mengkonsumsi produk dan jasa yang berlabel halal atau tidak akan ada sepenuhnya di tangan konsumen sendiri.

Berdasarkan hasil pra survey melalui wawancara dengan beberapa orang mahasiswi Prodi Muamalat Jurusan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa, mereka tertarik membeli kosmetik dikarenakan selain

⁹ Anton Apriyantono Nurbowo. *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal*. (Jakarta: PT. SUN, 2003) h.30.

merupakan kebutuhan dasar kecantikan yang tetap harus tersedia di rumah, juga alasan halal digunakan, dengan harga yang relatif terjangkau karena tersedia mulai harga Rp5.000,00 per produk baik dari jenis sabun, pelembab, bedak, *handbody*, *lipstick*, parfum, maskara, *eye shadow*, *eye liner*, dan lain sebagainya sehingga banyak pilihan yang bisa dilakukan mahasiswi dalam menggunakan produk tersebut.

Kosmetik adalah produk yang digunakan konsumen untuk menunjang penampilan fisik agar terlihat lebih menarik. Akan tetapi, apakah konsumen yang menggunakan kosmetik itu melihat kosmetik dari kandungan bahan-bahan yang halal dan mempunyai label halal, atau label halal kosmetik itu tidak menjadi tolak ukur konsumen dalam menggunakan kosmetik.

Permasalahan yang terjadi sekarang ini, sangat banyak produk kosmetik yang dijual dengan harga yang sangat murah dan menghasilkan perubahan yang signifikan (nyata) yaitu dapat menghasilkan perubahan terhadap kulit wajah dengan cepat, seperti kulit wajah menjadi putih merona, dapat mengaburkan bintik-bintik hitam dengan segera, dan wajah terlihat lebih muda. Tetapi produk tersebut belum tentu dapat dijamin kehalalannya karena bisa saja terdapat lemak babi di dalam proses pembuatannya, dan belum tentu aman bagi kesehatan.

Fenomena kecantikan saat ini dapat menjadi ancaman bagi khususnya para remaja yang ingin tampil lebih cantik, menarik, menawan khususnya bagi mahasiswi Prodi Muamalat Jurusan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa. Apabila Dirjen BPOM dan LPPOM-MUI sebagai pemegang otoritas tidak mengendalikannya secara tepat berbagai produk kosmetik

yang telah beredar di Aceh khususnya pada masyarakat Langsa. Namun lembaga tersebut berkewajiban memantau dan senantiasa melakukan pengawasan serta pemeriksaan dengan ketat agar tidak mengecewakan konsumen. Khususnya kaum muslim yang membeli dan menggunakan produk kosmetik berlabel halal.

Dari latar belakang di atas penulis tertarik untuk membahas skripsi ini dengan judul: “PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK KOSMETIK (STUDI PADA MAHASISWI PRODI MUAMALAT JURUSAN SYARIAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) ZAWIYAH COT KALA LANGSA)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka untuk mempermudah pembahasan, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi mahasiswa Prodi Muamalat Jurusan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa terhadap label halal produk kosmetik?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara label halal terhadap keputusan menggunakan produk kosmetik oleh mahasiswa Prodi Muamalat Jurusan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang dikehendaki dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui persepsi Prodi Muamalat Jurusan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa terhadap label halal produk kosmetik.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara label halal terhadap keputusan menggunakan produk kosmetik oleh mahasiswi Prodi Muamalat Jurusan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa.

D. Penjelasan Istilah

Agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap skripsi ini, terutama mengenai judul skripsi ini yakni: maka penulis menganggap perlu untuk memberikan penjelasan pada istilah yang dipakai dalam skripsi ini.

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (seseorang) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.¹⁰
2. Label adalah merupakan bagian dari produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual.¹¹ Halal adalah sesuatu yang dibolehkan menurut ajaran Islam¹² Jadi yang dimaksud dengan label halal dalam penelitian ini adalah label yang memuat keterangan halal dengan standar halal menurut agama Islam dan berdasarkan peraturan Pemerintah Indonesia.
3. Pengambilan keputusan sebagai proses penting yang mempengaruhi perilaku konsumen sangat penting untuk dipahami pasar.¹³

¹⁰ Kamus Besar Bahasa Indonesia, cet.3, (Jakarta: Balai Pusaka, 2005), h.849.

¹¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2010), h 37.

¹² Departemen Agama RI. *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal*, (Jakarta, 2003), h.5

¹³ Suryani, Tatik, *Perilaku Konsumen, Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2008). h.15.

4. Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka. Oleh karena itu produk tidak hanya berupa barang saja, tetapi bisa juga berupa pelayan, orang, tempat, organisasi atau ide-ide.¹⁴
5. Kosmetik adalah berarti alat-alat kecantikan seperti bedak, krem, lotion, dan lain-lain untuk memperindah wajah, kulit dan sebagainya.¹⁵

E. Landasan Teori

Dalam konsep Islam sangat penting membagi jenis barang dan jasa yaitu barang dan jasa yang halal dan yang haram. Islam mengatur cara hidup pemeluknya, termasuk apa dan bagaimana mereka boleh mengkonsumsi barang dan jasa. Walaupun kepatuhan terhadap syariat berbeda-beda antar individu, secara umum setiap muslim akan memiliki pandangan positif terhadap barang dan jasa yang dapat mematuhi syariat Islam sambil memberikan nilai yang sama dengan produk konvensional.

Allah subhanahu wa ta'ala berfirman: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. Sesungguhnya syaitan itu hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui.” (QS. Al-Baqarah: 168-169). Sementara Rasulullah shallallahu ‘alayhi wa sallam bersabda: “Perkara yang halal itu jelas dan yang haram itu jelas, sedangkan diantara

¹⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2010), h.51

¹⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia, cet.3, (Jakarta: Balai Pusaka, 2005), h.458.

keduanya terdapat perkara-perkara yang tersamar (meragukan) dan banyak orang tidak mengetahuinya. Maka siapa yang menghindari perkara-perkara yang meragukan, iapun telah membersihkan kehormatan dan agamanya. Dan siapa yang terjerumus dalam perkara-perkara yang meragukan, iapun bisa terjerumus dalam perkara yang haram. Seperti penggembala yang menggembala di sekitar tempat terlarang dan nyaris terjerumus di dalamnya” (HR Bukhari dan Muslim, Hadist ke 6 pada Arba’in Imam Nawawi).¹⁶

Kedua dalil di atas merupakan dasar hukum perintah bagi setiap muslim untuk hanya mengonsumsi barang dan jasa yang halal saja dan menghindari semua barang dan jasa yang haram dan meragukan.

Bagi kaum muslim dalam mengonsumsi suatu produk misalnya kosmetik harus memiliki kehalalan yang jelas, tentu memiliki sertifikat resmi dari lembaga Fatwa. Di Indonesia, lembaga yang berhak memberikan sertifikat dan label halal pada produk kosmetik adalah LPPOM MUI.

Produk kosmetik yang beredar dipasaran nyatanya masih banyak yang belum mencantumkan label halal dalam kemasannya. Padahal kebutuhan akan jaminan halal pada kosmetik menjadi penting bagi kaum muslim khususnya bagi mahasiswi Prodi Muamalat Jurusan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa. Mereka tidak akan membeli dan menggunakan produk kosmetik yang tidak mencantumkan label halal dalam kemasannya.

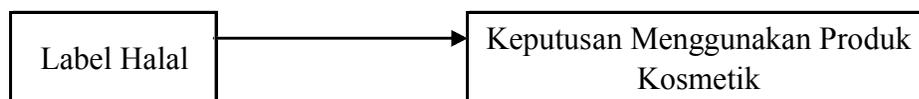
¹⁶ Salehudin, I. and Mukhlis, B.M. Pemasaran Halal: Definisi, Konsep dan Implikasi. *Artikel*, diakses tanggal 28 Februari 2015.

Halal menurut Departemen Agama yang dimuat dalam KEPMENAG RI No 518 Tahun 2001 tentang Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal adalah tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam.¹⁷ 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 logo yang tersusun dari huruf-huruf Arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran.¹⁸

Pengertian keputusan membeli yaitu proses penggabungan yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.¹⁹

F. Kerangka Teori

Berdasarkan dari landasan teori di atas, maka kerangka teori dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Rincian variabel di atas adalah:

1. Variabel Independen (X): Label halal
2. Variabel dependen (Y): Keputusan menggunakan produk kosmetik.

¹⁷ http://ppommuikaltim.multiply.com/journal/item/14/Sertifikasi_dan_Labelisasi_Halal, diakses tanggal 28 Februari 2015.

¹⁸ Departemen Agama RI. *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal*, (Jakarta, 2003), h.277

¹⁹ Suryani, Tatik, *Perilaku Konsumen, Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2008), h.17.

Di mana:

1. Variabel independen atau variabel X diartikan sebagai variabel yang mempengaruhi secara positif atau negatif terhadap variabel terkait.
2. Variabel dependen atau variabel Y diartikan sebagai variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen.

G. Sistematika Penulisan

Agar penulisan proposal skripsi ini lebih mengarah pada tujuan pembahasan, maka diperlukan sistematika pembahasan yang terdiri dari:

Bab pertama: Pendahuluan, dalam bab ini diuraikan mengenai Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Penjelasan Istilah, Landasan Teori, Kerangka Teori, dan Sistematika Penulisan

Bab kedua: Konsep Halal Dalam Pandangan Islam, Bab ini terdiri dari Pengertian Halal dan Label Halal, Proses Labelisasi Halal, serta Teori Keputusan Membeli Produk yaitu Pengertian Keputusan Pembelian, Tahapan Proses Keputusan Pembelian, Faktor dan Peran Keputusan Pembelian.

Bab ketiga: Metode Penelitian, Bab ini terdiri dari Pendekatan Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Populasi dan Sampel, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Hipotesis, dan Pedoman Penulisan.

Bab keempat: Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Prodi Muamalat Jurusan Syariah, Bab ini terdiri sub bab dari Gambaran Umum Lokasi Penelitian, Persepsi Mahasiswi Prodi Muamalat Jurusan Syariah Institut

Agama Islam Negeri (IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa, yang berisikan Karakteristik Responden, Hasil Uji Validitas, Reliabilitas, dan Normalitas, Identifikasi Label Halal, Identifikasi Keputusan Menggunakan Produk Kosmetik, dan sub bab Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Kosmetik Oleh Mahasiswi Prodi Muamalat Jurusan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa.

Bab kelima: Penutup, Bab ini meliputi kesimpulan dan saran yang diambil berdasarkan pembahasan mengenai hasil penelitian.