

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Q.S Al – Qasas ayat 77:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan”.

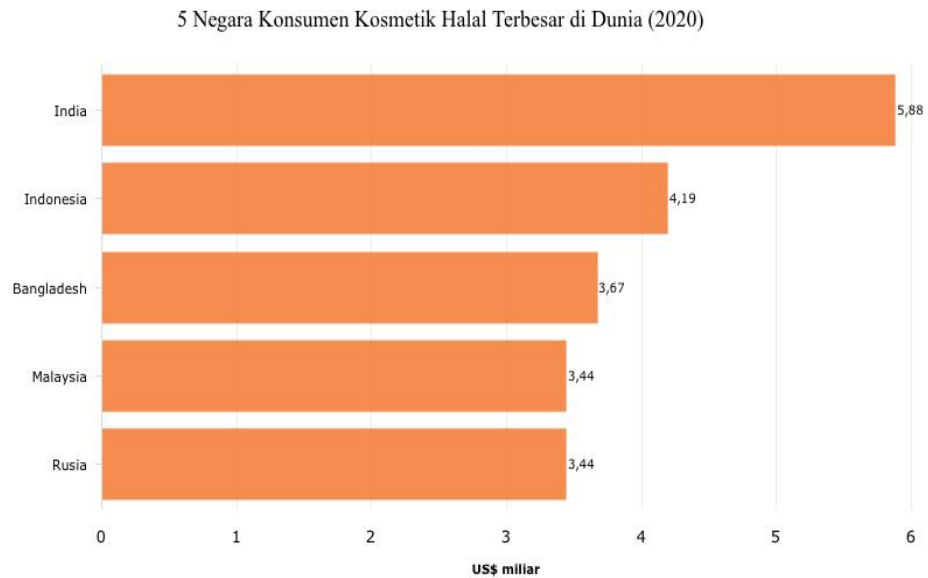
Setiap wanita tentu menginginkan dirinya menjadi sosok yang cantik, menarik dan memiliki kulit yang sehat dan terawat dengan baik. Dengan memiliki kulit yang sehat dan terawat seorang wanita akan merasa percaya diri. Untuk memiliki kulit yang sehat dan terawat memerlukan perawatan khusus, yaitu merawat kulit dengan menggunakan produk *skincare*.

Hal ini mempengaruhi perkembangan bisnis *skincare* di Indonesia. Saat ini, terjadi perkembangan bisnis *skincare* di Indonesia sangat signifikan. Berdasarkan berita yang diunggah oleh kompas.id portal data pasar dan konsumen internasional, memperoyeksikan pasar industri kosmetik di

Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan sebesar 4,95 persen per tahun dari 2023-2028. Hal ini juga melibatkan produk perawatan kulit (*skincare*) dan perawatan diri (*personal care*). Selain itu, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) mencatat, bahwa jumlah pelaku industri kosmetik meningkat dari 819 unit usaha pada 2021 menjadi 913 unit usaha pada 2022 atau bertambah 20,6 persen. Menurut Kepala Pusat Inovasi dan Ekonomi Digital *Institute For Development Of Economics and Finance* (INDEF) Nailul Huda mengatakan, permintaan produk kecantikan mengalami peningkatan sejak pandemi covid-19. Dukungan *platform* dagang digital seperti lokapasar hingga pengaruh *influencer* kian mempercepat peredaran informasi, pangsa pasar, dan pengiriman produk. Banyaknya inovasi produk perawatan tubuh dan kulit yang dilakukan oleh para produsen mendukung pertumbuhan konsumen dari tahun ke tahun.

Kondisi pasar di Indonesia masih menghadapi permasalahan terkait pengedaran produk kosmetik ilegal yang tidak memiliki perizinan. Hal ini dapat memberikan dampak negatif bagi konsumen. Oleh karena itu, diharapkan agar masyarakat lebih berhati – hati dalam membeli produk kosmetik. Selain memperhatikan label BPOM, penting juga bagi konsumen untuk memperhatikan aspek kehalalan suatu produk. Menurut ajaran Islam, konsep halal merujuk pada segala sesuatu yang baik dan suci yang dapat dikonsumsi oleh umat muslim. Sebaliknya, haram adalah segala sesuatu yang tidak dibenarkan atau dilarang oleh hukum islam. Permintaan akan produk kosmetik halal di Indonesia terus meningkat, meningkat Indonesia

merupakan negara dengan jumlah konsumen halal terbesar di dunia. Muslim Indonesia sendiri menjadi konsumen kosmetik halal terbesar kedua di dunia.



Gambar 1. 1 Negara Konsumen Kosmetik Halal Terbesar

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>

Berdasarkan data diatas yang dikutip dari Dinas Standard Indonesia, Indonesia merupakan negara dengan konsumen kosmetik halal terbesar kedua di dunia setelah India. Presentasinya 4,19 miliar selisih 1,69 miliar dari India.

Label halal pada kemasan produk kosmetik berperan penting dalam melindungi produsen dari klaim bahan dan proses yang tidak halal pada produk tersebut, memberikan kepastian kepada konsumen terhadap kehalalan produk, serta meningkatkan rasa aman dan kepercayaan terhadap produk tersebut. Untuk memenuhi kebutuhannya, seseorang akan memilih produk yang dapat memberikan kepuasan yang paling tinggi. Kepuasan

yang paling tinggi dapat dirasakan tidak hanya secara fisik tetapi juga secara mental, mencakup ketenangan pikiran. Terdapat berbagai cara untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Salah satunya adalah dengan mencari informasi yang terkandung dalam atribut produk. Atribut produk dianggap penting oleh konsumen dan digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan pembelian. Proses pengambilan keputusan pembelian dapat bervariasi, ada yang sederhana dan ada yang kompleks.

Terdapat tiga jenis proses pengambilan keputusan yang umum digunakan, yaitu pengambilan keputusan luas, pengambilan keputusan secara terbatas, dan pengambilan keputusan kebiasaan. Produk halal harus memenuhi persyaratan halal menurut ajaran Islam. Pertama, produk halal tidak boleh mengandung babi atau produk yang berasal dari babi. Kedua, daging yang digunakan dalam produk harus berasal dari hewan halal yang disembelih sesuai tata cara syariat Islam. Ketiga, produk halal juga tidak boleh menggunakan alkohol sebagai bahan tambahan yang disengaja. Keempat, semua tempat penyimpanan, penjualan, dan pengangkutan produk halal tidak boleh ada unsur babi, jika tempat – tempat tersebut pernah menggunakan babi atau barang yang tidak halal lainnya, maka tempat – tempat tersebut harus dibersihkan terlebih dahulu sesuai dengan aturan yang diatur dalam syariat islam.

Dengan semakin meluasnya pasar saat ini, banyak *skincare* lokal dengan berbagai merek yang muncul. Dengan peluang besar di industri

kecantikan ini mendorong perusahaan – perusahaan lokal di Indonesia untuk menciptakan *skincare* lokal yang berkualitas tinggi dan memenuhi standar internasional, sehingga dapat bersaing dengan *brand* lokal dan internasional lainnya. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan angka penjualan produk perawatan kulit dan kosmetik dari merek lokal, seperti Somethinc. *Brand* ini terus menarik perhatian para penggemar kecantikan dengan berbagai macam variansinya.

Saat ini, konsumen Indonesia mulai mempertimbangkan produk lokal karena setiap merek selalu menghadirkan produk – produk berkualitas tinggi seperti produk Somethinc.



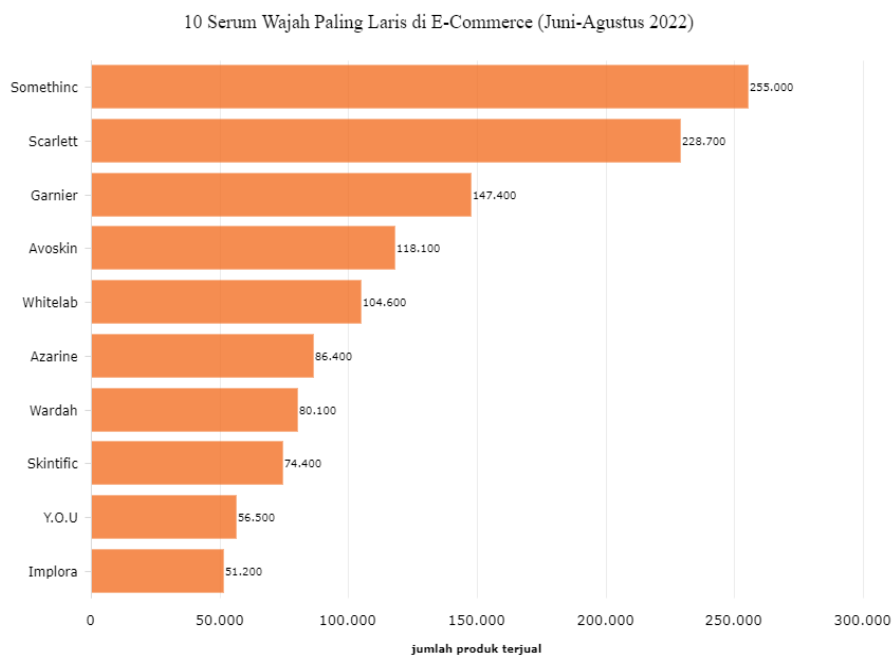
Gambar 1. 2 Brand skincare lokal terlaris di e – commerce

Sumber: <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

Berdasarkan data yang tertera pada gambar 1.2 tercatat dalam klasifikasi “10 Top *Brand Skincare* Lokal Terlaris di *E – commerce*”

terdapat beberapa merek perawatan kulit lokal yang terkenal di kalangan masyarakat, seperti Somethinc, Scarlett, Ms Glow, Avoskin, Whitelab, Wardah, dan lain – lain.

Brand Somethinc telah berhasil menarik perhatian masyarakat sejak kehadirannya. Selain itu, *brand* ini terus berinovasi tanpa henti dan secara konsisten menghasilkan produk – produk baru yang berkualitas setiap bulannya, dengan tujuan utama memenuhi kebutuhan konsumennya. Berikut ini adalah data informasi mengenai penjualan serum wajah yang paling diminati di Indonesia selama periode survei Juni - Agustus 2022:



Gambar 1. 3 Data penjualan serum wajah terlaris di Indonesia

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>

Sejak awal peluncurannya pada tahun 2019, Somethinc telah menjadi merek kecantikan lokal yang menarik perhatian di kalangan masyarakat. Selain memiliki harga yang terjangkau, produk – produk yang

dihasilkan juga memiliki kualitas tinggi dan telah terbukti halal serta aman untuk digunakan dalam aktivitas sehari – hari. Tidak mengherankan apabila beberapa produk Somethinc dibuat melalui proses penelitian, pengembangan, dan pengujian serta menggunakan bahan dan teknologi terbaru yang memiliki standar kualitas yang sangat tinggi. Seluruh produk Somethinc telah mendapatkan sertifikat halal dari LPPOM - MUI.

Selain memperhatikan sertifikat halal dan kualitas produk, perusahaan juga perlu mengembangkan strategi yang tepat guna menarik perhatian pelanggan. Salah satu taktik yang diterapkan oleh perusahaan yaitu melalui pemasangan promosi dan iklan. Saat ini bentuk promosi yang sedang populer dan telah diadopsi oleh beberapa perusahaan besar adalah melalui strategi periklanan yang melibatkan *brand ambassador* untuk mewakili perusahaan tersebut. *Brand ambassador* merupakan seseorang yang terkenal atau tokoh publik yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi psikologis seseorang dengan merek yang mereka wakili, sehingga merek tersebut tertanam dalam pikiran pelanggan. Pemilihan *brand ambassador* biasanya didasarkan pada karakteristik produk yang akan diwakilinya dan disesuaikan dengan target pasar, sehingga dapat menggambarkan produk dengan baik serta memiliki nilai jual yang tinggi.

Beberapa merek perawatan kulit lokal telah mengadopsi strategi *brand ambassador* artis Korea sebagai strategi pemasaran yang bertujuan untuk mempengaruhi keputusan pembelian calon konsumen dan

memperluas pangsa pasar mereka, antara lain Somethinc, Scarlett, Whitelab, dan Ms.Glos.

Tabel 1. 1 Data Perbandingan Penjualan

NO	Merek	Tahun sebelum 2021	<i>Brand Ambassador</i>	Tahun Setelah 2022
1	Somethinc	Rp. 81 Miliar	NTC Dream	Rp. 53,2 Miliar
2	Scarlett	Rp. 7.7 Miliar	Song Joong ki	Rp. 40,9 Miliar
3	Whitelab	Rp. 3.1 Miliar	Oh Sehun	Rp. 25,3 Miliar
4	MS. Glow	Rp. 38,5 Miliar	Cha Eun Woo	Rp. 29,4 Miliar

Sumber: Diolah peneliti berdasarkan data [compas.co.id](https://www.compas.co.id), diakses pada tanggal 10 November 2023

Berdasarkan tabel 1.1 yang disusun oleh peneliti, data menunjukkan perbandingan penjualan *brand skincare* lokal sebelum dan setelah menggunakan *brand ambassador*. Dari data tersebut, terlihat bahwa dari empat *brand skincare* yang diteliti, Ms. Glow merupakan *brand* dengan penjualan terbaik pada tahun 2021, mencapai Rp. 38,5 Miliar. Namun setelah menggunakan *brand ambassador* mengalami penurunan namun tidak mempengaruhi peningkatan penjualan dibandingkan dengan *brand* seperti Somethinc, Scarlett, dan Whitelab.

Setelah menetapkan *brand ambassador*, terjadi kenaikan yang signifikan pada penjualan keempat *brand* tersebut. Menurut perhitungan

pada tabel, selisih penjualan dari tahun 2022 ke tahun 2021 menunjukkan peningkatan sebesar Rp. 45,1 miliar untuk Somethinc, 17,7 miliar untuk Scarlett, 22,2 miliar untuk Whitelab, dan 9,1 untuk MS. Glow. Dari perbandingan data di atas, peneliti memutuskan untuk memilih Somethinc sebagai *brand skincare* yang menetapkan *brand ambassador* karena terbukti mengalami peningkatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk lainnya. Selisih penjualan sebesar 45,1 miliar dari tahun 2021 sebelum menetapkan *brand ambassador* menjadi alasan utama dalam pemilihan objek penelitian.

Hal tersebut diperkuat oleh studi yang dilakukan oleh Kicky Camallya Arista dan Khusnul Fikriyah, (2022) dengan judul Pengaruh Label Halal, Harga, dan Song Joong Ki Sebagai *Brand ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Prosuk Scarlett Whitening di Kabupaten Sidoarjo menunjukkan bahwa variabel Label Halal, Harga dan *Brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Somethinc juga memiliki harga yang terjangkau, kualitas yang baik, halal, dan aman dipakai sehari – hari. Masih banyak yang mengira bahwa produk Somethinc ini berasal dari luar negeri karena memiliki kualitas yang tidak kalah saing, kemasan yang *simple* dan juga memiliki visual marketing yang unik. Hal ini cukup menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “**Pengaruh Label Halal *Brand ambassador* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc**”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Somethinc?
2. Apakah *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Somethinc?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Somethinc?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan label halal terhadap keputusan pembelian produk Somethinc.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian produk Somethinc.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Somethinc.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Dengan adanya penelitian ini, dapat menambah wawasan peneliti mengenai seberapa pengaruh label halal, *brand ambassador* dan kualitas

produk terhadap keputusan pembelian produk Somethinc, serta hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan informasi bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk melakukan penelitian menggunakan variabel yang sama.

2. Manfaat praktis

Dengan adanya hasil penelitian ini dapat membantu pembaca untuk menambah wawasan serta sebagai bahan masukan bagi perusahaan yang diteliti dalam rangka mengetahui pengaruh label halal, *brand ambassador* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Somethinc. Hal tersebut dapat digunakan sebagai rujukan menerapkan strategi untuk menjaga reputasi *brand* dan strategi komunikasi pemasarannya.