

**PERSPEKTIF MASYARAKAT KABUPATEN PANGKEP TERHADAP
PENERAPAN LABEL HALAL PADA PRODUK KOSMETIK**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Hukum (S.H) Pada Program Studi Hukum
Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Makassar*

Oleh
Nurhikma Kumala
NIM: 105251101917

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
1442 H/ 2021 M**

**PERSPEKTIF MASYARAKAT KABUPATEN PANGKEP TERHADAP
PENERAPAN LABEL HALAL PADA PRODUK KOSMETIK**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Hukum (S.H) Pada Program Studi Hukum
Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Makassar*

**Oleh
Nurhikma Kumala
NIM: 105251101917**

31/08/2021

1 exp.
Sub-Alumni

R/0091/MES/21CP
KUM

P'

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
1442 H/ 2021 M**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Kantor : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. IV Telp. (0411) 851914 Makassar 90223

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara Nurhikma Kumala, NIM. 105251101917 yang berjudul **“Perspektif Masyarakat Kabupaten Pangkep Terhadap Penerapan Label Halal Pada Produk Kosmetik”** telah diujikan pada hari Senin, 23 Dzulhijjah 1442 H / 2 Agustus 2021 M, dihadapan tim penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

27 Dzulhijjah 1442 H
Makassar,

06 Agustus 2021M

Ketua : Dr. M. Ilham Muchtar, Lc.,MA. (.....)

Sekretaris : Hasanuddin, SE.Sy., ME (.....)

Anggota : Ahmad Nasir, S.pd. I.,M. Pd.I (.....)

: Alamsyah, S.pd. I., M.H (.....)

Pembimbing I : Hurriah Ali Hasan, ST.,ME.,PhD (.....)

Pembimbing II : Fakhruddin Mansyur, SE I., M.E.I. (.....)

Disahkan Oleh:

Dekan FAI Unismuh Makassar



Dr. Amirah Mawardi, S.Ag., M.Si.

NBM: 774234



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Kantor : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. IV Telp. (0411) 851914 Makassar 90223



BERITA ACARA MUNAQASYAH

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah mengadakan sidang Munaqasyah pada: Hari/Tanggal Senin, 23 Dzulhijjah 1442 H / 6 Agustus 2021 M Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar Gedung Iqra Lantai 4 Fakultas Agama Islam.

MEMUTUSKAN

Bahwa saudara

Nama : **Nurhikma Kumala**

Nim : **105 251 101 917**

Judul skripsi : **Perspektif Masyarakat Kabupaten Pangkep Terhadap Penerapan Label Halal Pada Produk Kosmetik**

Dinyatakan : LULUS

Ketua

Dr. Amirah mawardi, S.Ag., M.Si,

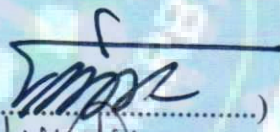
NIDN : 0906077301


Sekretaris

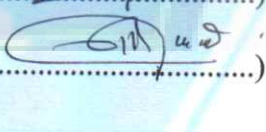
Dr. M. Ilham Muchtar, Lc MA.

NIDN : 0924035201

Dewan Penguji :

Ketua : Dr. M. Ilham Muchtar, Lc., MA. (..........)

Sekretaris : Hasanuddin, SE.Sy., ME (..........)

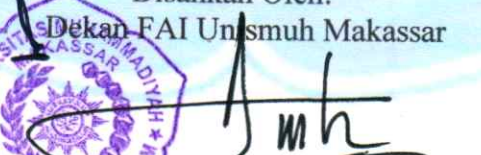
Anggota : Ahmad Nasir, S.pd. I., M. pd.I (..........)

: Alamsyah, S.pd. I., M.H (..........)

Disahkan Oleh:

Dekan FAI Unismuh Makassar




Dr. Amirah Mawardi, S.Ag., M.Si,
NBM : 774234

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurhikma Kumala

NIM : 105251101917

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Agama Islam

Kelas : A

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut :

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai penyusunan skripsi, saya menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuat oleh siapapun)
2. Saya tidak melakukan penjiplakan (plagiat) dalam menyusun skripsi ini.
3. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada butir 1, 2, dan 3 maka bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Dengan demikian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 16 Dzulhijjah 1442 H
26 Juli 2021 M

Yang membuat pernyataan



Nurhikma kumala
NIM 105251101917



FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Kantor : Jl. Sultan Alauddin No. 259 (Gedung Iqra Lantai II) Tlp. 0411-866972. Fax. 0411-865588 Makassar 90222

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Perspektif Masyarakat Kabupaten Pangkep Terhadap Penerapan Label Halal Pada Produk Kosmetik
Nama : Nurhikma Kumala
Nim : 105251101917
Fakultas/Jurusan : Agama Islam/Hukum Ekonomi Syariah

Setelah dengan seksama memeriksa dan menulis, maka proposal ini dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diajukan pada penelitian guna menyelesaikan skripsi pada Prodi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 11 Dzulhijjah 1442H
11 Juli 2021 M

Disetujui

Pembimbing I

Hurriah Ali Hasan, ST.,ME.,PhD
NIDN: 0927067001

Pembimbing II

Fakhrudin Mansyur, SE L., M.E.I.
NIDN:0930058804

ABSTRAK

Nurhikma Kumala 105 251 1019 17. Perspektif Masyarakat Kabupaten Pangkep Terhadap Penerapan Label Halal Pada Produk Kosmetik Dibimbing oleh Ibu Hurriah Ali Hasan, ST., ME., Ph.D dan Bapak Fakhruddin Mansyur, SE I., M.E.I.

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu bertujuan untuk mengetahui perspektif masyarakat terhadap penerapan label halal pada produk kosmetik di Kabupaten Pangkep.

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Pangkep yang berlangsung pada tanggal 29 Mei 2021 sampai 5 Juni 2021. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik snowball sampling kepada pengguna kosmetik dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 100% responden setuju bahwa label halal memang sangat efektif dipasang pada kemasan produk untuk membantu konsumen dalam memastikan produk kosmetik yang akan dibeli dan terjamin terhindar dari unsur-unsur yang diharamkan oleh agama Islam. Perspektif masyarakat terhadap penerapan label halal pada produk kosmetik di Kabupaten Pangkep dimana responden memilih 100% mengharuskan adanya pencantuman label halal pada setiap kemasan produk kosmetik dan 95% responden setuju bahwa pencantuman label halal pada setiap kemasan dapat mempengaruhi keputusan pembeli untuk membeli produk kosmetik. 100% responden yakin dengan membeli produk kosmetik yang berlabel halal dapat terhindar dari kandungan yang bersifat haram, 91% responden selalu mengecek ada atau tidaknya tanda label halal pada kemasan produk, dan 75% responden selalu membaca komposisi apa saja yang terkandung pada kemasan produk kosmetik ketika hendak membelinya.

Kata Kunci: Perspektif Masyarakat, Label Halal, dan Kosmetik.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Robbil'Alamin segala puji tercurah hanya kepada Allah SWT. Tuhan yang senantiasa mengiringi setiap langkah ummat-Nya, dengan segala Nikmat dan Rahmat-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul "Perspektif Masyarakat Kabupaten Pangkep Terhadap Penerapan Label Halal Pada Prduk Kosmetik". Shalawat serta salam tetap tercurah kepada baginda Rasulullah SAW. Para sahabat, dan keluarganya serta umat yang senantiasa istiqomah di jalan-Nya.

Tiada jalan tanpa rintangan, tiada puncak tanpa tanjakan, tiada kesuksesan tanpa perjuangan Dengan kesungguhan dan keyakinan untuk terus melangkah, akhirnya sampai dititik akhir skripsi Namun, semua tak lepas dari uluran tangan berbagai pihak lewat dukungan, arahan, bimbingan, serta bantuan moril dan materil.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga, peneliti haturkan kepada:

1. Ibu Hurriah Ali Hasan, ST., ME., Ph.D dan Bapak Fakhruddin Mansyur, SE I., M.E.I. selaku pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ambo Asse, M.Ag, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Dr. Amirah Mawardi S.Ag., M.Si, selaku Dekan Fakultas Agama Islam.
4. Bapak Dr. Ir. H Muchlis Mappangaja, M.P., selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah. Bapak Hasanuddin, SE.Sy., ME, selaku Sekretaris Prodi

Hukum Ekonomi Syariah yang senantiasa memberikan arahan selama menempuh pendidikan.

5. Bapak/Ibu dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar yang senantiasa membimbing penulis selama menempuh pendidikan S1 Hukum Ekonomi Syariah.

6. Kepada kedua orang tua penulis yang senantiasa mendukung, mendoakan serta melakukan yang terbaik untuk penulis.

7. Teman-teman seangkatan HES A dan tentunya kepada sahabat-sahabat penulis terimakasih atas motivasi dan semangat yang selalu diberikan.

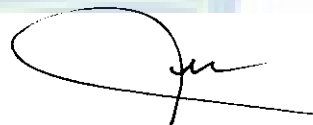
8. Semua pihak yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan Skripsi ini.

9. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank for just being me at all times.*

Makassar, 5 Dzulhijjah 1442 H

15 Juli 2021M

Penulis



Nurhikma Kumala

NIM:10525110191

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
BERITA ACARA MUNAQASYAH.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	

A. Labelisasi Halal.....	8
1. Halal.....	8
2. Label.....	9
3. Label Halal.....	11
B. Kosmetik.....	14
C. Konsep efektivitas.....	17
1. Pengertian Efektivitas.....	17
2. Ukuran Efektivitas.....	18
D. Perspektif dan Konsumsi.....	21
1. Pengertian Perspektif.....	21
2. Pengertian konsumen.....	22
E. Kerangka Pikir.....	26
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Lokasi dan Objek Penelitian.....	27
C. Variabel Penelitian.....	27
D. Definisi Operasional Variabel.....	28
E. Populasi dan Sampel.....	28
F. Sumber Data.....	29
G. Instrumen Penelitian.....	30
H. Teknik Pengumpulan Data.....	31
I. Teknik Analisis Data.....	32
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	32

2. Uji Frekuensi.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	34
1. Gambaran Umum Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan.....	34
2. Visi dan Misi.....	39
B. Karakteristik Responden.....	40
C. Hasil Penelitian.....	42
1. Uji Deskripsi Variabel.....	42
2. Uji Validasi.....	49
3. Uji Reliabilitas.....	50
D. Pembahasan.....	51
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
RIWAYAT HIDUP.....	57
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Contoh Tabel Angket.....	29
Tabel 3.2	Skala Likert.....	29
Tabel 3.3	Tabel Frekuensi.....	32
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Umur.....	39
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4.3	Pencantuman Label Halal.....	41
Tabel 4.4	Keputusan Pembeli.....	42
Tabel 4.5	Keamanan dan Kesehatan.....	42
Tabel 4.6	Kandungan Haram.....	43
Tabel 4.7	Tanda Label Halal.....	44
Tabel 4.8	Harga Produk Kosmetik.....	45
Tabel 4.9	Pencantuman Label.....	45
Tabel 4.10	Komposisi Produk Kosmetik.....	46
Tabel 4.11	Kenyamanan konsumen.....	47
Tabel 4.12	Kualitas Produk Kosmetik.....	48
Tabel 4.13	Uji Validasi.....	48
Tabel 4.14	Uji Reliabilitas.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Grafik Perkembangan Penduduk Kabupaten Pangkep 38



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kosmetik merupakan suatu produk yang mendasar untuk memenuhi kebutuhan sebagian wanita sebagai konsumen untuk mempercantik diri dan menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial dimata masyarakat Seiring dengan kemajuan dan perkembangan zaman kini kebutuhan akan kosmetik seolah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian wanita Produk kosmetik memungkinkan memiliki resiko pemakaian yang perlu diperhatikan mengingat kandungan bahan-bahan kimia tidak selalu memberi efek yang sama untuk setiap konsumen.¹

Keadaan dan kodrat manusia menjadikan setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda Kebutuhan anak-anak berbeda dengan kebutuhan orang tua, kebutuhan wanita berbeda dengan kebutuhan pria Bagi wanita penampilan sangat penting karena wanita selalu ingin tampil cantik didepan orang lain Kebutuhan wanita dalam mempercantik diri seperti yang diinginkan menciptakan potensi pasar yang sangat besar di industri kosmetik .²

Umat muslim diwajibkan untuk menggunakan atau mengonsumsi sesuatu yang halal, karena setiap yang kita konsumsi akan mendarah daging di dalam tubuh, kehalalan suatu produk kosmetik menjadikan parameter konsumen untuk

¹ Ferrinadewi, Erna. 2005. "Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya Pada Kepuasan Konsumen di Surabaya". *Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 7 no. 2: h. 139-151

² Utami. 2013. *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.

digunakan oleh kaum muslimah dalam mempercantik diri Konsep halal dalam kehidupan masyarakat Indonesia telah banyak dikenal dan diterapkan khususnya umat Islam.

Halal diperuntukkan bagi segala sesuatu yang baik dan bersih dimakan atau dikonsumsi oleh manusia sesuai menurut syariat Islam Kata lain dari halal ialah haram yang berarti “tidak dibenarkan atau dilarang” menurut syariat Islam Allah telah menegaskan di dalam Al-Quran surah Al-Maidah ayat 3 :

حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ ۝۳

Terjemahnya:

“Bagimu diharamkan (memakan) bangkai, darah, daging babi “(QS 5:3)³

Sesuai ayat diatas, kata "memakan" tidak hanya berarti memakan lewat mulut, tetapi menggunakan daging babi untuk berbagai keperluan termasuk kosmetik yang artinya makan Halal atau tidak adalah ketahanan pangan paling mendasar bagi umat Islam

Dalam Al-Quran Surah An-Nahl ayat 114 juga menjelaskan:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ۝۱۴

Terjemahnya:

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu Hanya kepada-Nya saja menyembah”. (QS 16 : 114)⁴

³ Departemen Agama RI. 2010. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Bandung: IKAPI, h. 107.
⁴*Ibid.* h., 280.

Sesuai dengan ayat diatas, Allah memerintahkan manusia untuk makan (yang dapat dimakan) mengonsumsi makanan halal Jika diterapkan dalam konteks ini, ayat ini berlaku tidak hanya untuk makanan, tetapi juga untuk produk lain yang dapat dikonsumsi oleh manusia, termasuk kosmetik.

Pada tahun 2020, Sebagai negara dengan jumlah penduduk kurang lebih dari 207.2 juta (87,2%) yang menganut agama Islam, dapat dikatakan bahwa Indonesia merupakan pasar yang potensial bagi produk halal Bagi konsumen Indonesia khususnya yang beragama Islam, status kehalalan suatu produk merupakan isu yang sensitif karena terkait dengan kehidupan spiritual⁵

Konsumen meyakini bahwa perilaku yang melanggar aturan agama (seperti mengonsumsi makanan non halal) tidak hanya akan berdampak pada kehidupan ini, tetapi juga kehidupan lainnya Ketika dicurigai produk yang ditawarkan mengandung bahan non halal, perusahaan besar pun bisa kehilangan pasar dalam waktu singkat Dengan adanya perkembangan dalam memuat informasi dan teknologi yang sangat pesat akan membuat konsumen sadar terhadap produk halal yang hendak dibelinya.⁶ Hal ini berarti masalah “halal” nantinya tidak hanya isu religi saja namun bisa menjadi isu nasional yang serius.

⁵ Larasati, A. 2020. “Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim Untuk Membeli Produk Kosmetik Halal”. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 8 no.2: 105 – 114.

⁶ Maya Adiba, Alfira. 2018. “Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Volume”. Nobis 1 , no.3: h. 358

Proses pembuatan maupun kandungan kosmetik yang tidak halal, akan haram saat digunakan bagi seorang muslim, menggunakan produk yang tidak menggunakan label halal konsumen akan mempertimbangkan untuk membeli dan menggunakan produk tersebut, karena dapat mengganggu kesucian dalam beribadah. Label halal pada kemasan produk akan memudahkan konsumen dalam mengidentifikasi produk.

Penggunaan label halal di Indonesia sangat mudah ditemukan, salah satunya pada kosmetik. Produk dengan bahan baku yang tidak jelas dan produk yang diproses dapat "ditempel" dengan tulisan halal berbahasa arab agar produk tersebut. Terlihat seperti produk halal konsumen yang kurang mengetahui label halal akan mengira bahwa label halal yang tertera pada produk yang dibeli adalah label yang valid. Walaupun label halal suatu produk hanya dapat ditentukan sesuai ketentuan hukum Islam, selama ketentuan hukum Islam tersebut. Melibatkan ahli dari berbagai ilmu seperti agama dan ilmu pendukung lainnya.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah lembaga yang kompeten untuk melakukan penjaminan kehalalan produk.⁷ Dalam kerjanya MUI dibantu oleh LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian, Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia). Lembaga ini dibentuk untuk membantu Majelis Ulama Indonesia dalam menentukan kebijaksanaan, merumuskan ketentuan-ketentuan, rekomendasi, dan bimbingan yang menyangkut pangan, obat-obatan dan kosmetika sesuai dengan ajaran Islam. Dengan kata lain LPPOM-MUI didirikan agar dapat

⁷ Rafita, Helsy Zella. 2017. *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik*, Skripsi : UIN Raden Intan Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

memberikan rasa tenang kepada umat tentang produk yang dikonsumsinya. Lembaga inilah yang sebenarnya berwenang dalam memberi sertifikat halal kepada perusahaan yang akan mencantumkan label halal.

Dengan didirikan LPPOM-MUI agar dapat memberikan rasa nyaman dan tenang pada masyarakat baik umat Islam tentang produk yang dikonsumsinya. Lembaga inilah berwenang menerbitkan sertifikat halal kepada perusahaan yang akan memiliki label halal dengan prosedur dan syarat yang diajukan oleh MUI.

Oleh karena itu dengan adanya label halal dalam produk kosmetik akan menghilangkan keraguan untuk membeli produk kosmetik tersebut. Ini karena kosmetik halal dapat terhindar dari zat berbahaya yang menjadikan konsumen selektif untuk membeli produk yang hendak dibelinya konsumen Islam cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga berwenang.⁸

Fokus dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pandangan masyarakat terhadap labelisasi produk halal terkhususnya produk kosmetik. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengangkat judul **“Perspektif Masyarakat Kabupaten Pangkep Terhadap Penerapan Label Halal Pada Produk Kosmetik”**

⁸ Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Cetakan Pertama. Bogor : Ghalia Indonesia, h. 209.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana efektivitas label halal pada produk kosmetik di pasar konsumen?
2. Bagaimana perspektif masyarakat terhadap penerapan label halal pada produk kosmetik di Kabupaten Pangkep?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas disusun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui efektifitas label halal pada produk kosmetik di pasar konsumen.
2. Untuk mengetahui perspektif masyarakat terhadap penerapan label halal pada produk kosmetik di Kabupaten Pangkep.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diraih melalui penelitian ini terbagi dua, yaitu secara teori dan praktis.

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan pemahaman bagi pembaca mengenai Perspektif masyarakat terhadap penerapan label halal pada produk kosmetik. Secara teoritis manfaat penulisan akan membawa perkembangan terhadap ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai pertimbangan.

b. Manfaat praktis

- 1) Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kalangan mahasiswa dan lapisan masyarakat luas terutama setiap orang yang ingin memperdalam pemahaman tentang pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik. Selain itu penelitian ini juga berguna sebagai syarat akademisi untuk menyelesaikan strata I Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
- 2) Bagi Perusahaan kosmetik, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan evaluasi bagi perusahaan kosmetik di Indonesia untuk dapat meningkatkan dan memperbaiki kualitas produknya terkait dengan labelisasi halal yang dimiliki untuk keperluan pemasaran juga keamanan kepada konsumen.
- 3) Bagi Masyarakat dan pemerintah, memberi pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat tentang pentingnya kehalalan dan kualitas suatu produk khususnya kosmetik bagi para konsumen sekaligus sebagai masukan dan saran kepada instansi yang mengatur pemberian labelisasi halal pada suatu produk untuk lebih memperhatikan kandungan-kandungan yang ada dalam produk tersebut.

Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi kehalalan sesuai dengan syarat. Islam Dalam Al Quran Allah memerintahkan agar manusia mengonsumsi makanan dan minuman yang sifatnya halal dan tayyiban. Firman Allah dalam Surat Al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُّبِينٌ ١٦٨

Terjemahnya:

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” (Q.S Al-Baqarah:168).¹²

2. Label

Label adalah tampilan suatu produk atau gambar yang dirancang untuk memberi informasi pada kemasan produk.¹³ Label adalah bagian dari suatu produk yang memberi informasi verbal dan juga bagian dari kemasan tentang produk.¹⁴ Label memiliki kaitan dengan pemasaran yang menjadi bagian dari suatu produk untuk menyampaikan informasi tentang apa saja yang ada dalam kemasan produk itu sendiri. Secara umum label minimal harus berisi merek suatu produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa produk, isi produk, dan keterangan legalitas.¹⁵

¹² *Ibid*, h. 25

¹³ Kotler, P dan Keller. K. 2008. *Manajemen Pemasaran*, terj. Hendra Teguh, edisi Ketiga belas, vol. 1 dan vol. 2. Jakarta: Prenhalindo. h. 276

¹⁴ Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, edisi kedua. Yogyakarta: Andi. h. 98

¹⁵ Apriyanto. 2003 *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal*. Jakarta: Khairul Bayaan. h. 68

Secara garis besar terdapat macam label, yaitu:¹⁶

- 1) Brand Label, yaitu merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan
- 2) Descriptive Label, yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi/pembuatan, perhatian/perawatan, dan kinerja, serta karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk.
- 3) Grade Label, yaitu label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk dengan huruf, angka, atau kata.

Disamping itu, menurut Apriyanto, produk yang mengandung unsur unsur haram dan membahayakan kesehatan adalah sebagai berikut.¹⁷

- 1) Keterangan bahan tambahan

Bahan tambahan adalah bahan yang tidak digunakan sebagai bahan utama yang ditambahkan dalam proses teknologi produksi.

- 2) Komposisi dan nilai gizi

Secara umum informasi gizi yang diberikan adalah kadar air, kadar protein, kadar lemak, vitamin dan mineral. Yang perlu dicermati oleh konsumen terutama adalah iklan yang bombastis atau berlebihan mengenai manfaat maupun khasiat produk padahal seringkali kondisi sebenarnya tidak seperti yang di iklankan.

¹⁶ Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, edisi kedua. Yogyakarta: Andi. h. 98

¹⁷ *Ibid*, h. 69

3) Batas kedaluwarsa

Sebuah produk harus dilengkapi dengan tanggal kedaluwarsa yang menyatakan umur pemakaian dan kelayakan pemakaian atau penggunaan produk. Menurut PP No 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan Pasal 27 Ayat 2 berbunyi: "Baik digunakan sebelum tanggal sesuai dengan jenis dan daya tahan produk yang bersangkutan." Sedangkan Ayat 3 berbunyi: "Dalam hal produk pangan yang kedaluwarsa lebih dari tiga bulan dibolehkan hanya mencantumkan bulan dan tahun kedaluwarsa saja".

4) Keterangan legalitas

Keterangan legalitas memberikan informasi bahwa produk telah terdaftar di badan pengawasan obat dan makanan (Badan POM), berupa kode nomor registrasi Kode MD dan SP adalah untuk makanan lokal dan ML untuk makanan impor Namun masih banyak produk yang berlabel halal, akan tetapi tidak terdaftar sebagai produk yang telah disertifikasi halal, hal ini khususnya produk yang berkode SP atau tidak berkode sama sekali. Maka untuk produk-produk yang demikian, menurut Apriyanto pengetahuan konsumen yang menentukan apakah diragukan kehalalannya atau tidak, jika ragu-ragu maka sikap yang terbaik adalah tidak membeli produk yang diragukan kehalalannya.

3. label halal

Labelisasi Halal menurut Sam at al ialah pencatuman label halal pada kemasan produk untuk menyatakan produk tersebut berstatus sebagai produk yang halal Label halal digunakan untuk menunjukkan kepada konsumen bahwa

produk tersebut sudah terjamin kehalalannya dan aman untuk dikonsumsi karena komposisi di dalam produk tersebut tidak mengandung bahan-bahan yang dilarang oleh hukum Islam.¹⁸

Dalam sebuah hadits dijelaskan, Rasulullah Saw bersabda:

عَنْ أَبِي عَبْدِ اللَّهِ التُّغْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: ((إِنَّ الْحَلَالَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ، وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ، لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ فَقَدْ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِرْضِهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ كَالرَّاعِي يَزْعَى حَوْلَ الْحِمَى يُوشِكُ أَنْ يَزْثَعَ فِيهِ، أَلَا وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ حِمَى، أَلَا وَإِنَّ حِمَى اللَّهِ مَحَارِمُهُ، أَلَا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ، وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ أَلَا وَهِيَ الْقَلْبُ)). رواه البخاري ومسلم، وهذا لفظ مسلم

Artinya:

"Yang halal itu sudah jelas, dan yang haram pun sudah jelas, dan diantara kedua hal tersebut terdapat yang musytabihat (syubhat, samarsamar, tidak jelas halal haramnya), kebanyakan manusia tidak mengetahui hukumnya. Barang siapa yang berhati-hati dari perkara syubhat, sebenarnya ia telah menyelamatkan agama dan harga dirinya." (H.R Bukhari dan Muslim)

Dalam hadits diatas dijelaskan bahwa nabi Muhammad SAW, mengingatkan kepada kaumnya untuk menjauhi perkara syubhat. Perkara syubhat adalah perkara yang tidak jelas halal-haramnya. Sangat disarankan bagi umat Islam untuk menghindari perkara syubhat.

¹⁸ Sam, Ichwan, et al. 2009. *Ijma' Ulama Keputusan Ijtima' Ulama Komisi Fatwa Se-Indonesia III*. Jakarta: MUI.

Dengan demikian, produk yang tidak memiliki label halal pada kemasannya masih diragukan kehalalannya baik kandungan maupun proses pembuatannya.

Menurut peraturan pemerintah pada pasal 10 nomor 69, setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label.¹⁹

Istilah Halal menurut Qardhawi adalah segala sesuatu yang dibenarkan dalam hukum Islam.²⁰ Di dalam Al-quran, mengonsumsi sesuatu telah diatur apa-apa saja yang dibolehkan dan dilarang Allah SWT bagi umat Islam.²¹

Dalam kata “halal” pada kemasan termasuk sebagai aspek pemasaran Pertama, halal mampu menjadi indikasi bahwa produk tersebut murni dan sehat. Kedua, membantu produsen kosmetik untuk menembus pasar baru dengan menambahkan nilai produk dalam lingkungan yang kompetitif. Terakhir, konsumen yang beragama Islam tidak dapat mengakses produk halal dimana saja seperti di pasar tetapi hanya di beberapa outlet.²²

¹⁹ Utami. 2013. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli. *Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga*, h. 21

²⁰ Khalek, A. A. dan S. H. S. Ismail. 2015. “Why are We Eating Halal - Using the Theory of Planned Behavior in Predicting Halal Food Consumption among Generation Y in Malaysia”. *Social Science and Humanity* 5, no. 7: h. 608- 612.

²¹ Mukhtar A dan Butt M. 2012. *Intention to choose Halal products: the role of religiosity*. *Islamic Marketing* Vol. 3 No. 2: h. 108- 120

²² Borzooei dan Asgari. 2013. *The Halal Brand Personality and It's Effect on Purchase Intention*. *Universiti Teknologi MARA* vol.5, no. 3.

Secara umum, Halal dalam perspektif industri adalah produk dalam proses produksi dan komposisinya tidak mengandung hal yang berbahaya. Cakupan halal tidak hanya hanya memandang satu sisi yang baik saja, hal ini juga mencakup aspek-aspek lain seperti proses manufaktur, proses pembuatan, pengemasan, penyimpanan dan proses distribusi yang harus memenuhi persyaratan.²³

B. Kosmetik

Definisi kosmetik berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan RI No.1176/MenKes/Per/VIII/2010 adalah bahan yang bertujuan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia yang meliputi kulit, rambut, kuku, bibir, dan organ lainnya menurut Direktur Pelaksana LPPOM MUI.²⁴

Istilah kosmetika berasal dari bahasa Yunani yaitu "kosmein" yang berarti "berhias" kosmetika digunakan secara luas baik untuk kecantikan maupun untuk kesehatan. Sehat dalam arti luas adalah keadaan terjaga kestabilan fisik, mental dan sosial. Penampilan kulit sehat dapat dilihat dari tampilan fisik kulit berupa warna, kelenturan, tebal dan tekstur kulit.²⁵

Untuk mendapatkan kulit yang sehat banyak faktor yang mempengaruhi, misalnya faktor usia, ras, cuaca, sinar matahari dan kehamilan. Gaya hidup seseorang juga dapat berpengaruh bagi kesehatan tubuh dan kulit sehingga kosmetik dibuat sedemikian rupa untuk melindungi kulit agar tetap

²³ Hussin, S.R., H. Hashim, R.N. Yusof and N.N. Alias. 2013. *Relationship between product factors, advertising, and purchase intention of halal cosmetic*. Social Sciences & Humanities, 21: h. 85-100.

²⁴ Hakim, Lukmanul. 2014, t.d.

²⁵ Kulsum, Umi. 2015. *Bahaya Kosmetik Bagi Kesehatan*. Malang, h. 2

sehat. Dalam pembuatan kosmetik harus mengikuti prosedur sesuai dengan Undang-Undang kesehatan dan pelaksanaannya.²⁶

Konsumen harus cermat dalam memilih kosmetik sesuai dengan kondisi dan jenis kulit karena jika salah dalam memilih dapat menyebabkan berbagai masalah kulit seperti alergi, iritasi kulit, flek hitam, pigmentasi, kulit terasa perih dan terbakar. Penggunaan kosmetik yang salah atau palsu juga dapat menimbulkan gejala yang lebih serius seperti dapat menyebabkan seseorang mengalami kepikunan, kebutaan atau gangguan pada penglihatan, kanker kulit, insomnia, gangguan pada sistem saraf, kelainan pada janin bagi wanita hamil, kerusakan pada paru-paru, gangguan pada otak dan masih banyak kasus serius lainnya dari penggunaan kosmetik yang salah atau palsu.²⁷

Dalam World Halal Food Council di Kuala Lumpur Auditorium dan staf ahli LPPOM MUI mengungkapkan bahan-bahan yang merupakan titik kritis kehalalan dalam kosmetik, diantaranya .²⁸

- 1) Lemak dan turunannya (*gliserin, stearic, dan acid*) yang biasanya sebagai bahan pembuatan lipstick, sabun, krim dan lotion yang berasal dari hewan.
- 2) Kolagen dan Elastin berguna untuk menjaga kelenturan kulit Zat ini sering digunakan sebagai produk pelembab Zat ini merupakan jaringan yang berasal dari hewan.

²⁶ *Ibid*, h. 2

²⁷ *Ibid*, h. 4

²⁸ Sukmawati, Lili. 2006. "Analisis Pengaruh Label Halal terhadap Brand Switching", *Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB*, h.15

- 3) Ekstrak Plasenta dan amnion (cairan ketuban). Biasanya digunakan untuk peremajaan kulit dan biasanya diperoleh dari hewan, serta beberapa zat lain yang dapat berasal dari hewan yang diharamkan.

Memilih kosmetik yang sesuai dengan jenis kulit yang cocok, mempunyai kriteria khusus, yaitu tidak menggunakan bahan terlarang, disamping itu harus memiliki prosedur yang baik dan kandungan bahan yang digunakan sesuai dengan spesifikasi pembuatan kosmetik seperti tabir surya dan juga menggunakan bahan-bahan alami. Sekarang banyak perusahaan kosmetik menggunakan kandungan seperti retinol, BHA, AHA, niacinamide, kolagen, vitamin C, alpha arbutin, hazel, rosehip oil, centella, aloe vera, ceramide, greentea, dan masih banyak lagi.²⁹

Secara umum kandungan yang dilarang digunakan di dalam kosmetik ialah bahan dari bagian tubuh manusia, seperti keratin dari rambut manusia, dan plasenta dan kandungan yang berasal dari bagian tubuh babi seperti minyak babi, bulu babi.³⁰

Dalam penelitian para ahli mengemukakan bahwa terdapat unsur haram pada beberapa kosmetik yang berbentuk gel, cream, lotion, bedak, cair maupun padat Ada unsur haram karena bahan yang dikandungnya terdapat bagian hewan najis, bangkai hewan halal, dan bagian tubuh manusia.³¹ Ada tujuh bahan haram yang sering dijadikan bahan kosmetika³², yaitu: kolagen dan

²⁹ Kulsum, Umi. 2015. *Bahaya Kosmetik Bagi Kesehatan*. Malang, h. 5

³⁰ Saharuddin, Herni, op. cit., h. 13

³¹ *Ibid.* h. 13

³² *Ibid.* h. 13-14.

elastin, ekstrak plasenta, amnion, lemak, vitamin, asam alfa hidroksi dan hormon. Dengan pesatnya persaingan pasar kosmetik halal dapat mencerminkan bahwa pertumbuhan pengetahuan konsumen terhadap bahan-bahan yang terkandung dan perlu kesadaran konsumen dalam memilih produk kosmetik didorong dengan adanya jaringan sosial.³³

C. Konsep Efektivitas

1. Pengertian efektivitas

Kata efektifitas berasal dari kata efektif yang memiliki makna yaitu berhasilnya mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Efektivitas sering dikaitkan dengan hubungan antara hasil yang diinginkan dengan hasil yang sebenarnya yang dicapai. Dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, efektifitas mempunyai hubungan erat dengan efisiensi. Efektivitas ialah unsur utama dalam mencapai suatu tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan atau ditentukan di dalam setiap kegiatan baik itu suatu program maupun di dalam organisasi. Dikatakan efektif apabila hasil yang dicapai tepat akan sasaran yang ditentukan.

³⁴

Dalam proses evaluasi jalannya organisasi, kegiatan, atau program, dapat dilakukan dengan menggunakan konsep efektivitas yang merupakan salah satu faktor yang menentukan apakah dibutuhkannya perubahan terhadap bentuk atau aturan organisasi atau tidak. Dalam hal ini, ekektivitas ialah pencapaian

³³ *Ibid*, h. 14

³⁴ Rosalina, iga. 2021. "Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan Pada Kelompok Pinjaman Bergulir Di Desa Mantren Kec Karangrejo Kabupaten Madetaan". *Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. 01 No 1: h. 3.

tujuan kegiatan, program atau organisasi melalui penggunaan sumber daya yang dimiliki secara tepat dan efisien, dilihat dari sisi pemasukan (input), proses, maupun pengeluaran (output). Sumber daya yang dimaksud ialah meliputi ketersediaannya anggota, sarana dan prasarana serta prosedur yang digunakan. Dalam suatu kegiatan dikatakan efisien apabila yang dikerjakan sesuai dengan prosedur, sedangkan dikatakan efektif bila kegiatan tersebut dilakukan dengan tepat dan benar dan memberikan hasil yang bermanfaat.³⁵

Dapat disimpulkan bahwa dalam suatu kegiatan dikatakan efektif apabila kegiatan tersebut sesuai dengan prosedur atau aturan dan tercapainya suatu target sesuai yang ditentukan.

2. Ukuran Efektivitas

Dalam mengukur efektivitas pada suatu kegiatan bukanlah hal yang sederhana, harus dari berbagai sudut pandang, tergantung pada siapa yang menilai. Jika dilihat dari sudut pandang produktivitas, maka seorang manajer atau pengatur produksi memberi penjelasan bahwa efektivitas ialah kualitas dan kuantitas (output) barang dan jasa. Tingkatan efektivitas dapat pula diukur dari melihat perbandingan antara rencana yang ditentukan dengan hasil yang telah diwujudkan. Namun, bila rencana dan hasil tidak tepat sasaran yang diharapkan, maka hal itu dikatakan tidak efektif.³⁶

Adapun kriteria atau ukuran mengenai pencapaian tujuan efektif atau tidak, yaitu:³⁷

³⁵ *Ibid*, h. 4.

³⁶ *Ibid*, h. 5.

³⁷ *Ibid*, h 5-6.

- a. Kejelasan tujuan yang hendak dicapai, hal ini dimaksudkan supaya karyawan dalam pelaksanaan tugas mencapai sasaran yang terarah dan tujuan organisasi dapat tercapai.
- b. Kejelasan strategi pencapaian tujuan, telah diketahui bahwa strategi adalah “pada jalan” yang diikuti dalam melakukan berbagai upaya dalam mencapai sasaran-sasaran yang ditentukan agar para implementer tidak tersesat dalam pencapaian tujuan organisasi.
- c. Proses analisis dan perumusan kebijakan yang mantap, berkaitan dengan tujuan yang hendak dicapai dan strategi yang telah ditetapkan artinya kebijakan harus mampu menjembatani tujuan-tujuan dengan usaha-usaha pelaksanaan kegiatan operasional.
- d. Perencanaan yang matang, pada hakikatnya berarti memutuskan sekarang apa saja yang dikerjakan oleh organisasi dimasa depan.
- e. Penyusunan program yang tepat suatu rencana yang baik masih perlu dijabarkan dalam program-program pelaksanaan yang tepat sebab apabila tidak, para pelaksana akan kurang memiliki pedoman bertindak dan bekerja.
- f. Tersedianya sarana dan prasarana kerja, salah satu indikator efektivitas organisasi adalah kemampuan bekerja secara produktif. Dengan sarana dan prasarana yang tersedia dan mungkin disediakan oleh organisasi.
- g. Pelaksanaan yang efektif dan efisien, bagaimanapun baiknya suatu program apabila tidak dilaksanakan secara efektif dan efisien maka organisasi tersebut tidak akan mencapai sasarnya, karena dengan pelaksanaan organisasi semakin didekatkan pada tujuannya.

- h. Sistem pengawasan dan pengendalian yang bersifat mendidik mengingat sifat manusia yang tidak sempurna maka efektivitas organisasi menuntut terdapatnya sistem pengawasan dan pengendalian.

Kriteria dalam pengukuran efektivitas, yaitu.³⁸

- a. Produktivitas
- b. Kemampuan adaptasi kerja
- c. Kepuasan kerja
- d. Kemampuan ber laba
- e. Pencarian sumber daya

Sedangkan Richard M Steers mengatakan mengenai ukuran efektivitas, sebagai berikut.³⁹

- a. Pencapaian tujuan adalah keseluruhan upaya pencapaian tujuan harus dipandang sebagai suatu proses Oleh karena itu, agar pencapaian tujuan akhir semakin terjamin, diperlukan pentahapan, baik dalam arti pentahapan pencapaian bagian-bagiannya maupun pentahapan dalam arti periodisasinya Pencapaian tujuan terdiri dari beberapa aktor, yaitu: Kurun waktu dan sasaran yang merupakan target kongkrit.
- b. Integrasi yaitu pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya Integrasi menyangkut proses sosialisasi.

³⁸ *Ibid*, h. 7.

³⁹ Richard M. Steers, Efektivitas Organisasi, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999, h.53.

- c. Adaptasi adalah kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Untuk itu digunakan tolak ukur proses pengadaan dan pengisian tenaga kerja.

Berdasarkan sejumlah definisi yang dikemukakan diatas oleh para ahli, dapat diambil kesimpulan bahwa dalam membuat suatu rencana penelitian ini digunakan teori pengukuran efektivitas seperti yang dikemukakan oleh Richard M Steers yaitu: pencapaian tujuan, integrasi dan adaptasi, dengan menggunakan teori ini diharapkan dapat mengukur efektivitas label halal pada produk kosmetik di pasar konsumen.

D. Perspektif dan Komsumsi

1. Pengertian Perspektif

Pengertian perspektif adalah suatu sudut pandang kita atau cara pandang terhadap sesuatu. Sudut pandang atau pendekatan yang kita gunakan dalam mengamati suatu fenomena, situasi, masalah tertentu yang terjadi. Menurut Suhanadji⁴⁰, perspektif ialah cara pandang atau pengetahuan seseorang dalam menyikapi suatu masalah yang terjadi disekitarnya. Menurut Winardi, perspektif merupakan cara pandang seseorang atau cara seseorang yang menyikapi suatu masalah atau kejadian⁴¹

Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa perspektif merupakan kumpulan suatu asumsi maupun keyakinan mengenai keadaan, situasi, ataupun fenomena yang terjadi disekitar kita, dengan perspektif

⁴⁰ Suhanadji. 2004. *Modernisasi Dan Globalisasi ; Studi Pembangunan Dalam Perspektif Global*. Bandung: Insan Cendikia., h. 27.

⁴¹ Winardi, 1999. *Pengantar Manajemen Pemasaran*, Bandung: Citra Aditya. Bakti., h. 19.

seseorang akan melihat sesuatu hal dengan cara-cara tertentu dan menciptakan suatu asumsi dasar dan ruang lingkup apa yang dilihat.

2. Pengertian konsumen

Kendaraan, elektronik, kosmetik. Jasa meliputi barang yang tidak berwujud seperti jasa antar barang.⁴² Menurut Keynes, tingkat konsumsi ditentukan oleh berapa besar tingkat pendapatan yang diperoleh, berarti belanja konsumsi itu merupakan bagian dari pengeluaran dari pendapatan.⁴³

Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan mengenai pengertian konsumsi merupakan pengeluaran rumah tangga atas barang dan jasa pada periode waktu tertentu.

1) Perilaku konsumen

Perilaku konsumen ialah tahap yang dilalui seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak setelah mengonsumsi produk, jasa dalam memenuhi kebutuhannya.⁴⁴

Jadi dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana membuat keputusan baik individu, kelompok atau organisasi, membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengonsumsinya. Ada beberapa hal penting yang dapat diungkapkan dari definisi diatas perilaku konsumen adalah suatu proses yang terdiri dari beberapa tahap yaitu.⁴⁵

⁴² Mankiw, N. Gregory. 2012. *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Salemba Empat, h. 11

⁴³ Samuelson, Paul A. dan William D. Nordhaus. 2004. *Ilmu Mikroekonomi*, Edisi 17. Jakarta: PT Media Global Edukasi, h. 124.

⁴⁴ Restiyanti & John, 2005. *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Andi, h. 10.

⁴⁵ *Ibid*, h. 10

- a) Tahap perolehan (acquisition) : mencari (searching) dan membeli (purchasing).
- b) Tahap konsumsi (consumption) : menggunakan (using) dan mengevaluasi (evaluating).
- c) Tahap tindakan pasca beli (disposition) : apa yang dilakukan oleh konsumen setelah menggunakan produk itu.

2) Perilaku Konsumen Muslim

Analisis konvensional terhadap perilaku konsumen harus dimodifikasi dalam kaitannya sebagai seorang konsumen muslim. Ada 5 alasan atas modifikasi ini yaitu.⁴⁶

- a) Fungsi objektif konsumen muslim berbeda dari konsumen yang lain.

Konsumen muslim tidak mencapai kepuasan hanya dari mengonsumsi output dan memegang barang modal. Perilakunya berputar pada pencapaian atas ridha Allah. Untuk seorang muslim sejati harus percaya kepada Al-Quran, sehingga kepuasan konsumen muslim tidak hanya fungsi satu-satunya atas barang konsumsi dan komoditas, tetapi juga fungsi dari ridha Allah.

- b) Vektor komoditas dari konsumen muslim adalah berbeda dari pada konsumen nonmuslim, meskipun semua elemen dari barang dan jasa tersedia Karena Islam melarang seorang muslim mengonsumsi beberapa komoditas Seorang muslim dilarang mengonsumsi alkohol, daging babi, dan lain-lain.

⁴⁶ Rianto, Nur dan Euis Amalia. 2014. *Teori MikroEkonomi*. Jakarta: Prenamedia, h. 95.

- c) Karena seorang muslim dilarang untuk membayar atau menerima bunga dari pinjaman dalam bentuk apapun. Premi rutin yang dibayar oleh konsumen muslim atas memegang barang tahan lama tidak mencakup elemen suku bunga. Suku bunga dalam ekonomi Islam digantikan oleh biaya. Bagaimanapun tidak seperti bunga, biaya ini tidak ditentukan sebelumnya pada tingkat yang tetap atas sebuah resiko.
- d) Bagi seorang konsumen muslim, anggaran yang dapat digunakan untuk optimalisasi konsumsi adalah pendapatan bersih setelah pembayaran zakat.
- e) Konsumen muslim harus menahan diri dari konsumsi yang berlebihan, yang berarti konsumen muslim tidak harus menghabiskan seluruh pendapatan bersihnya untuk konsumsi barang dan jasa.

3) Pengetahuan produk

Pengetahuan produk adalah menyimpan memori konsumen mengenai informasi produk yang sama dengan persepsi terhadap pengetahuan produk. Sedangkan menurut Beattly dan Smith mendefinisikan pengetahuan produk sebagai konsumen memiliki persepsi terhadap produk tertentu, termasuk pengalaman sebelumnya menggunakan produk tersebut.

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai informasi tentang produk, pengetahuan ini mencakup kategori produk, merek, istilah produk,

atribut atau fungsi produk, harga produk, dan kandungan tentang produk.⁴⁷

Menurut Peter dan Olson dalam sumaran pengetahuan itu terbagi atas tiga jenis, yaitu:⁴⁸

a. Pengetahuan Atribut Produk.

Konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan kepada tampilan atau atribut dari produk tersebut. Atribut produk dibedakan ke dalam atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut fisik menggambarkan ciri-ciri fisik dari suatu produk. Sedangkan atribut abstrak menggambarkan karakteristik subjektif dari suatu produk berdasarkan persepsi konsumen.

b. Pengetahuan Manfaat Produk.

Konsumen mengkonsumsi sayur-mayur dan buah-buahan karena mengetahui manfaat produk tersebut bagi kesehatan tubuhnya. Sama halnya dengan konsumen seringkali berpikir mengenai manfaat yang dirasakan jika mengonsumsi suatu produk, bukan mengenai atributnya.

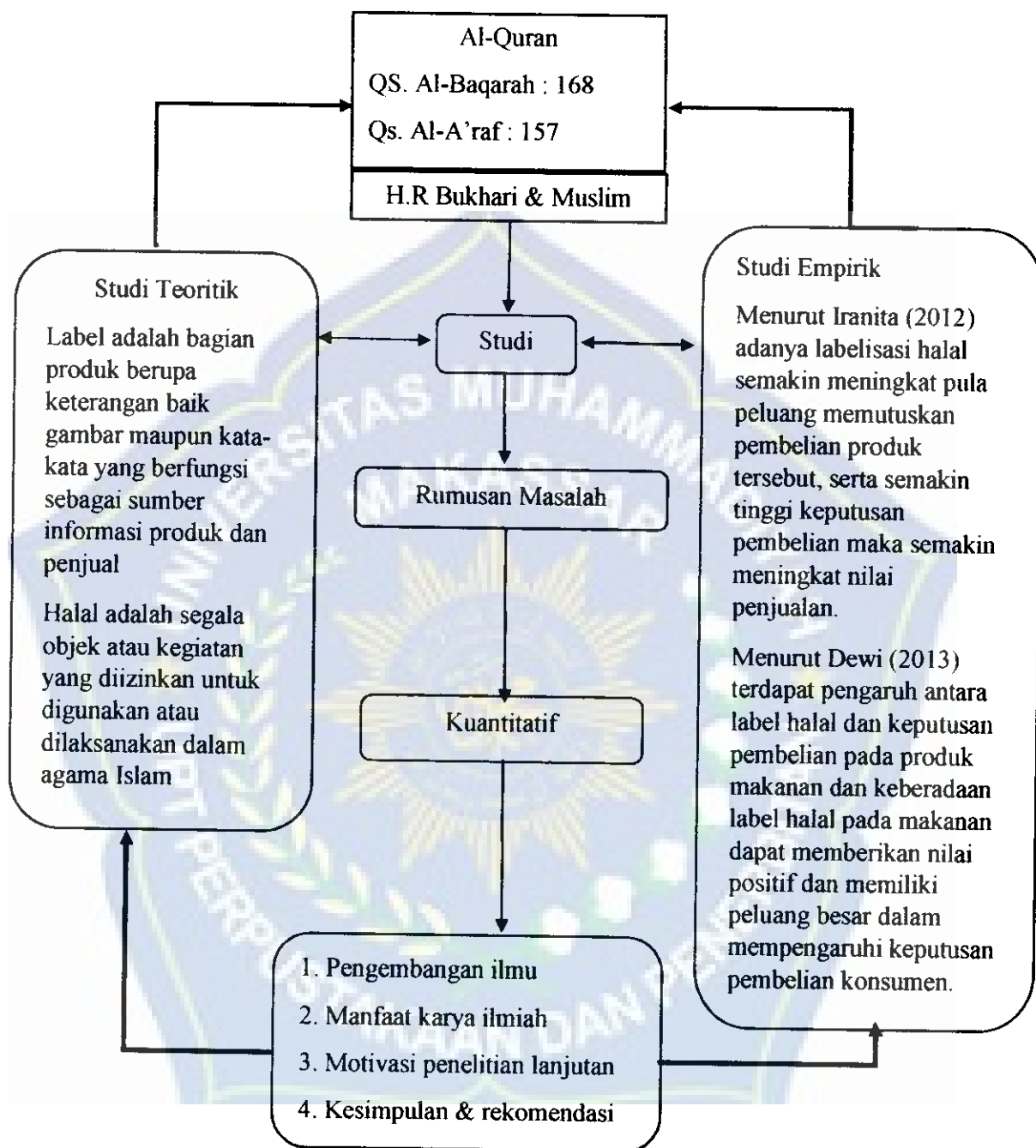
c. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen.

Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh suatu produk juga tentu akan mempengaruhi keputusan pembelian kembali oleh konsumen.

⁴⁷ Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Cetakan Pertama. Bogor : Ghalia Indonesia., h. 122

⁴⁸ *Ibid.*, h. 122

E. Kerangka Berfikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pengertian jenis penelitian kuantitatif sendiri ialah penelitian yang analisisnya lebih fokus pada data inferensial yang diolah dengan menggunakan metode statistika dengan melakukan uji frekuensi.⁴⁹

B. Lokasi dan Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah perilaku konsumen terhadap labelisasi halal pada produk konsumen. Subjek penelitian ini adalah masyarakat konsumen pengguna kosmetik yang berdomisili di Kabupaten Pangkep.

C. Variable Penelitian

Variabel penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu variabel bebas dan variabel terikat yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent Variables*). Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Label Halal (X1) dan Perspektif Masyarakat (X2).
2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Produk Kosmetik (Y).

⁴⁹ Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta, h. 7

D. Definisi Oprasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu Variabel Bebas (*Independent Variables*) dan Variabel Terikat (*Dependent Variable*).

Berdasarkan judul, yang termasuk dalam kedua Variabel tersebut yaitu:

1. Variabel bebas (*Independent Variable*)

- a. Perspektif masyarakat adalah sudut pandang atau cara pandang masyarakat dalam mengamati berbagai fenomena, situasi, masalah tertentu yang terjadi disekitarnya.
- b. Label halal ialah suatu tanda bahwa produk tersebut terjamin kehalalannya dan aman untuk dikonsumsi karena komposisi didalamnya tidak mengandung bahan-bahan yang dilarang dalam syariat Islam.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Produk kosmetik adalah bahan yang bertujuan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia yang meliputi kulit, rambut, kuku, bibir, dan organ lainnya untuk mempercantik diri dan menutupi kekurangan pada diri seseorang.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto adalah “Keseluruhan objek yang diteliti”.⁵⁰ Berdasarkan pendapat tersebut populasi dalam penelitian ini adalah pengguna kosmetik di Kabupaten Pangkep.

⁵⁰ Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka, h.102.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang ingin diteliti karakteristiknya. Sampel tersebut dapat dianggap mewakili keseluruhan populasinya. Jadi pada dasarnya, jumlah Sampel akan lebih sedikit dari jumlah populasinya. Pengambilan data responden ini menggunakan teknik snowball sampling yang merupakan teknik pengambilan sumber data di mana subjek penelitian memilih atau menunjuk subjek penelitian selanjutnya yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sample selanjutnya dan seterusnya⁵¹. Lokasi penelitian ini dilakukan di kabupaten Pangkep dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Karakteristik responden dalam penelitian ini diuraikan penyajian dalam bentuk tabel yang dibagi dari kelompok usia, dan pekerjaan sesuai dengan kondisi para responden. Dalam penelitian ini seluruh sampel yang menjadi responden adalah berjenis kelamin perempuan. Penentuan jenis kelamin perempuan karena yang memberikan respon pada angket yang disebarakan adalah pengguna kosmetik yang berjenis kelamin perempuan.

F. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana suatu data dapat diperoleh dan tempat data diperoleh dengan menggunakan metode tertentu Sumber data untuk penelitian ini ialah masyarakat yang menggunakan kosmetik di Kabupaten Pangkep.

⁵¹ Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.h., 300.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan 5 poin Jawaban responden berupa pilihan dari 5 alternatif yang ada, yaitu:

Tabel 3.1
Contoh Tabel Angket

	Pertanyaan	Aternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1						
2						
3						
4						
5						

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S= Setuju

KS= Kurang Setuju

TS= Tidak Setuju

STS= Sangat Tidak Setuju

Dalam setiap jawaban diberi bobot teretentu yaitu:

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3

4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang akan dianalisis atau diolah untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Adapun metode yang digunakan untuk memperoleh data penelitian ini antara lain:

1. Observasi, untuk melihat perilaku konsumen saat membeli kosmetik.
2. Angket atau kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada objek penelitian yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan peneliti.
3. Studi Kepustakaan Merupakan metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang sedang diteliti, dan informasi dapat diperoleh melalui laporan penelitian, karangan ilmiah, tesis dan lain sebagainya.
4. Dokumentasi Merupakan teknik pengumpulan data melalui metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, jurnal, dokumen, dan sebagainya.

I. Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui perspektif masyarakat terhadap penerapan label halal pada produk kosmetik di Kabupaten Pangkep, maka digunakan analisis statistik maka digunakan analisis statistika mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

- a. Uji Validitas adalah kebenaran instrumen penelitian yang digunakan untuk menguji apakah pertanyaan pada kuesioner tersebut benar atau tidak. Perhitungan ini dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan tidak valid, dikonsultasikan dengan table product moment Kriteria penilaian uji validitas adalah:

Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid

Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

- b. Uji Reliabilitas adalah menguji data yang diperoleh sebagai dari jawaban questioner yang telah dibagikan. Jika questioner tersebut itu handal atau realible Dikatakan handal atau realible jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik cronbach alpha Suatu variable dikatakan realible jika $r_{hitung} > r_{tabel}$

maka pada taraf signifikansi $\alpha = 0,6$. Adapun ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagaiberikut:

1. Nilai alpha Cronbach 0.00 s.d 0.20, berarti kurang reliable.
 2. Nilai alpha Cronbach 0.21 s.d 0.40, berarti agak reliable.
 3. Nilai alpha Cronbach 0.42 s.d 0.60, berarti cukup reliable.
 4. Nilai alpha Cronbach 0.61 s.d 0.80, berarti reliable.
 5. Nilai alpha Cronbach 0.81 s.d 1.00, berarti sangat reliable.
2. Uji Frekuensi

Uji Frekuensi untuk melihat terhadap pengetahuan dan pandangan masyarakat terkait labelisasi halal pada produk kosmetik. Distribusi frekuensi adalah susunan data menurut kelas-kelas tertentu. Pada tahap penyajian data, data yang sudah diklasifikasikan, disajikan atau ditampilkan dalam bentuk tabel atau grafik.

Tabel 3.3
Uji Frekuensi

NO.	PERNYATAAN	<i>f</i>	%

Keterangan:

f = frekuensi

%= persentase

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Kabupaten Pangkep dan Kepulauan

Secara geografis wilayah Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan memiliki luas wilayah 12.362,29 km², luas wilayah tersebut meliputi : daratan seluas 898,29 km² dan laut 4 mil seluas 11.464 km². Dimana Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan terdiri dari 13 kecamatan dengan 103 Kelurahan/Desa, kecamatan-kecamatan yang terdapat di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan yaitu:

- 1) Kecamatan Liukang Tangaya
- 2) Kecamatan Liukang Kalmas
- 3) Kecamatan Liukang Tupabbiring
- 4) Kecamatan Liukang Tupabbiring Utara
- 5) Kecamatan Pangkajene
- 6) Kecamatan Minasa Tene
- 7) Kecamatan Balocci
- 8) Kecamatan Tondong Tallasa
- 9) Kecamatan Bungoro
- 10) Kecamatan Labakkang
- 11) Kecamatan Marang
- 12) Kecamatan Segeri
- 13) Kecamatan Mandalle

Dengan batas wilayah administratif Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan adalah sebagai Berikut :

- 1) Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Barru
- 2) Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Bone
- 3) Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Maros
- 4) Sebelah Barat berbatasan dengan Pulau Kalimantan, Pulau Jawa dan Madura, Pulau Nusa Tenggara dan Pulau Bali

Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan merupakan kabupaten yang struktur wilayahnya secara geografis terdiri atas 2 (dua) bagian utama yang membentuk kabupaten ini, yaitu :

1. Wilayah Daratan

Secara garis besar wilayah daratan Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan ditandai dengan bentang alam wilayah dari daerah dataran rendah sampai pegunungan, dimana potensi cukup besar juga terdapat pada wilayah daratan Kabupaten. Pangkajene dan Kepulauan yaitu ditandai dengan terdapatnya Sumber daya alam berupa hasil tambang, seperti batu bara, marmer, dan semen. Disamping itu potensi pariwisata alam yang mampu menambah pendapatan daerah. Kecamatan yang terletak pada wilayah daratan Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan yaitu terdiri dari:

- 1) Kecamatan Pangkajene
- 2) Kecamatan Balocci
- 3) Kecamatan Bungoro
- 4) Kecamatan Labakkang

- 5) Kecamatan Marang
- 6) Kecamatan Segeri
- 7) Kecamatan Minasatene
- 8) Kecamatan Tondong Tallasa
- 9) Kecamatan Mandalle

2. Wilayah Kepulauan

Wilayah kepulauan Kabupaten Pangkajene dan kepulauan merupakan wilayah yang memiliki kompleksitas wilayah yang sangat urgen untuk dibahas, wilayah kepulauan Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan memiliki potensi wilayah yang sangat besar untuk dikembangkan secara lebih optimal, untuk mendukung perkembangan wilayah Kabupaten Pangkejene dan Kepulauan Kecamatan yang terletak di wilayah Kepulauan Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan yaitu :

- 1) Kecamatan Liukang Tupabbiring
- 2) Kecamatan Liukang Tupabbiring Utara
- 3) Kecamatan Liukang Kalmas
- 4) Kecamatan Liukang Tangayya

Wilayah Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan terletak pada ketinggian 100 – 1000 m diatas permukaan laut, kondisi topografi yang relatif bervariasi secara garis besar dapat dibagi dalam 4 (empat) bagian yaitu :

- a. Dataran rendah (0-25 MpdI) sebagian besar terletak di Kecamatan Pangkajene, Kecamatan Minasa Tene, Kecamatan Bungoro, Kecamatan

Labakkang, Kecamatan Marang, Kecamatan Segeri dan Kecamatan Mandalle

- b. Dataran Tinggi (25-100 MpdI) terletak di sebagian wilayah Kecamatan Balocci, Kecamatan Tondong Tallasa, Kecamatan Segeri, Kecamatan Minasa Tene dan Kecamatan Mandalle, terutama dibagian utara
- c. Dataran Pegunungan (500-1000 MpdI), sebagian besar di Kecamatan Balocci, Kecamatan Mandalle, Kecamatan Segeri dan Kecamatan Tondong Tallasa atau pada bagian timur Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan
- d. Daerah Pesisir terletak di bagian pantai barat Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan terutama pada Kecamatan Pangkajene, Labakkang, Marang, Segeri dan Mandalle, serta kecamatan kepulauan Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan yang tergolong sebagai daerah datar terletak pada Kecamatan Liukang Tupabiring, Liukang Tupabiring Utara, Liukang Tangaya, dan Liukang Kalmas

Secara garis besar kondisi kemiringan lahan di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan terbagi dalam 4 (empat) kategori wilayah yaitu dimana berdasarkan data hasil penelitian. Laporan Geologi Terpadu Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. Klasifikasi pengelompokan sudut lereng yang terdapat di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, yaitu sebagai berikut :

- a. Wilayah Sudut Lereng 0-2 %
- b. Wilayah Sudut Lereng 2-15 %
- c. Wilayah Sudut Lereng 15-45 %
- d. Wilayah Sudut Lereng > 45 %

Berdasarkan angka proyeksi Badan Pusat Statistik, perkembangan penduduk di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan periode tahun 2010-2014 mengalami peningkatan sebanyak 4,40%. Tahun 2010 total jumlah penduduk Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan sebanyak 306.717 jiwa dengan jumlah KK 61.343, meningkat menjadi 320.293 jiwa pada tahun 2014, dengan jumlah KK 64.058.

Komposisi penduduk Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan menurut jenis kelamin relatif seimbang selama periode 2010-2014, dimana persentase peningkatan jumlah penduduk pria periode 2010-2014 sebesar 3,72%, yakni pada tahun 2010 jumlah penduduk pria sebanyak 147.423 jiwa meningkat menjadi 154.608 jiwa pada tahun 2014. Sedangkan persentase penduduk perempuan pada periode 2010-2014 meningkat sebanyak 4,01%. Jumlah penduduk perempuan pada tahun 2010 sebanyak 159.294 jiwa meningkat menjadi 165.685 jiwa pada tahun 2014.

Berdasarkan data dari BPS Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan jumlah penduduk cenderung mengalami peningkatan Tingkat pertumbuhan penduduk per tahun sebanyak 0,99%. Dengan pertumbuhan linier, maka diperkirakan penduduk Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan tahun 2020 mencapai 345.812 jiwa.

Gambar 4.1
Grafik Perkembangan Penduduk Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan
Tahun 2010-2014 dan Proyeksi Tahun 2015-2020



Sumber : BPS Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan Tahun 2015

2. Visi dan Misi

a. Visi

Visi pembangunan Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan sebagai berikut:

“Pangkep Sebagai Penghasil Produk Pertanian, Perkebunan, Perikanan, dan Kelautan Terbesar Di Indonesia.”

b. Misi

Misi pembangunan Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, yang diemban untuk mensejahterakan masyarakat Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan sebagai berikut:

1. Penguatan kelembagaan dan peningkatan mutu sumber daya manusia
2. Peningkatan produktivitas dan daya saing produk dan pengembangan kawsa strategis cepat tumbuh

3. Membangun infrastruktur pendukung sektor ekonomi dan sosial
4. Memperluas akses pasar domestik, internasional, dan jaringan partnership
5. Peningkatan pelayanan dan mempercepat terciptanya pemerintahan yang baik, bersih dan berwibawa.

B. Karakteristik Responden

a. Responden berdasarkan usia

Responden berdasarkan usia dapat diuraikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1
Responden berdasarkan Umur

No.	Usia	<i>f</i>	Persentase (%)
1.	16-25 tahun	82	82%
2.	26-35 tahun	15	15%
3.	36-45 tahun	3	3%
4.	>55	0	
	Jumlah	101	100%

Sumber: Diolah 2021

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa usia responden yang paling banyak adalah rentang usia 16-25 tahun sebanyak 82 orang dengan persentase 83%, dan rentang usia 26-35 tahun sebanyak 15 tahun dengan persentase 15%. Kemudian rentang usia 36-55 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 3%.

b. Responden berdasarkan Pekerjaan

Keadaan responden berdasarkan Pekerjaan dapat diuraikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2
Responden berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Responden	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	62	62%
2	Pegawai negeri sipil	2	2%
3	Karyawan swasta	11	11%
4	Tidak/belum bekerja	7	7%
5	Ibu rumah tangga	9	9%
6	Lainnya	10	10%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Diolah 2021

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pekerjaan responden dominan adalah dengan status Pelajar/Mahasiswa sebanyak 62 orang persentase 62%, dan Pegawai negeri sipil yakni 2 orang dengan perolehan 2%. Selanjutnya dengan status Karyawan Swasta sebanyak 11 orang dengan persentase 11%. Lalu status Tidak/Belum bekerja sebanyak 7 orang dengan persentase 7%. Kemudian dengan status Pekerjaan Lainnya 10 orang dengan persentase 10%.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Deskripsi Variabel

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu Label Halal (X1) dan Perspektif Masyarakat (X2) dan variabel terikat yaitu Produk Kosmetik (Y). Survei ini menggunakan skala pengukuran dengan skala Likert dengan bobot tertinggi disetiap pertanyaan adalah 5 (lima) dan bobot terendah adalah 1 (satu) dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

1) Deskripsi Variabel Label Halal

Tanggapan Responden mengenai Label Halal yang dapat dilihat sebagai berikut:

a. Pencantuman label halal

Tabel 4.3

Pencantuman Label Halal

Pernyataan	Tingkat responden			
	Menerima S+SS		Tidak Menerima KS+TS+STS	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Label halal wajib dicantumkan dalam kemasan produk kosmetik	100	100%	0	0

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan pada tabel 4.3 bahwa semua responden mencapai 100% memilih setuju dengan pencantuman label halal dalam kemasan produk kosmetik. Ini menunjukkan bahwa seluruh responden sangat memperhatikan label halal pada setiap kemasan produk kosmetik .

b. Keputusan pembeli

Tabel 4.4

Keputusan Pembeli

Pernyataan	Tingkat responden			
	Menerima S+SS		Tidak Menerima KS+TS+STS	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Label halal mempengaruhi keputusan saya untuk membeli produk kosmetik	95	95%	5	5%

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan pada tabel 4.4 tentang pengaruh keputusan pembeli pada umumnya hampir 95% setuju bahwa label halal dapat mempengaruhi keputusan pembeli dan hanya 5% memilih label halal tidak dapat mempengaruhi keputusan pembeli.

Ini menunjukkan bahwa pencantuman label halal sangat mempengaruhi keputusan pembeli untuk menggunakan produk kosmetik, hanya 5% yang tidak peduli atau tidak memeriksa adanya cap label halal atau tidak di dalam kemasan produk kosmetik, selama mereka membutuhkan mereka tetap membeli produk kosmetik tersebut.

c. Keamanan dan kesehatan

Tabel 4.5

Keamanan dan Kesehatan

Pernyataan	Tingkat responden	
	Menerima	Tidak Menerima

	S+SS		KS+TS+STS	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Saya membeli produk kosmetik halal karena yakin dengan keamanan dan kesehatan	88	88%	12	12%

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.5 tentang keamanan dan kesehatan umumnya hampir 88% responden setuju dengan pencantuman label halal menjamin keamanan dan kesehatan pada kosmetik halal dan hanya 12% yang tidak peduli tentang penggunaan label halal yang terkait dengan keamanan dan kesehatan. Ini menunjukkan bahwa responden sangat mementingkan pencantuman label halal yang terkait dengan keamanan dan kesehatan mereka.

d. Kandungan haram

Tabel 4.6

Kandungan Haram

Pernyataan	Tingkat responden			
	Menerima S+SS		Tidak Menerima KS+TS+STS	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Saya membeli produk kosmetik halal karena terjamin terhindar dari kandungan yang bersifat haram	100	100%	0	0

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.6 menjelaskan bahwa semua responden mencapai 100% memilih setuju dengan pencantuman label halal

menunjukkan adanya jaminan tidak mengandung kandungan yang diharamkan dalam Islam.

Dapat disimpulkan bahwa seluruh responden sangat memperhatikan pencantuman label halal pada setiap kemasan dan mereka meyakini bahwa pencatuman label halal menunjukkan adanya jaminan tidak adanya komposisi kandungan yang bersifat haram.

2) Deskripsi Variabel Perspektif Masyarakat

Adapun deskripsi data tanggapan Responden mengenai Perspektif Masyarakat yang dapat dilihat sebagai berikut:

a. Tanda label halal

Tabel 4.7

Tanda Label Halal

Pernyataan	Tingkat responden			
	Menerima S+SS		Tidak Menerima KS+TS+STS	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Setiap kali akan membeli produk kosmetik saya selalu mencari tanda label halal	91	91%	9	9%

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.7 tentang tanda label halal, pada umumnya 91% responden setuju bahwa setiap kali membeli produk kosmetik selalu mencari tanda label halal dan hanya 9% yang tidak setuju.

Ini menunjukkan bahwa ada 91% responden yang selalu mengecek kemasan pada produk kosmetik sebelum melakukan

pembelian dan hanya 9% yang tidak peduli atau tidak memeriksa adanya label halal atau tidak dalam kemasan produk kosmetik. Selama mereka membutuhkan mereka tetap membeli produk kosmetik tersebut.

b. Harga produk kosmetik

Tabel 4.8

Harga Produk Kosmetik

Pernyataan	Tingkat responden			
	Menerima S+SS		Tidak Menerima KS+TS+STS	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Saya lebih memilih membeli kosmetik berlabel halal meskipun harganya lebih mahal.	82	82%	18	18%

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.8 tentang harga produk kosmetik, pada umumnya 82% responden memilih membeli produk kosmetik berlabel halal walaupun harganya lebih mahal daripada yang tidak berlabel halal dan hanya 18% yang masih mempersoalkan harga dalam membeli kosmetik berlabel halal dan tidak peduli akan kandungan pada kosmetik.

c. Pencantuman label

Tabel 4.9

Pencantuman label

Pernyataan	Tingkat responden			
	Menerima S+SS		Tidak Menerima KS+TS+STS	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Saya tidak akan membeli produk kosmetik yang tidak	78	78%	22	22%

Ini menunjukkan bahwa 75% responden selalu membaca komposisi pada kemasan produk kosmetik untuk mengetahui kandungan apa saja yang terkandung pada produk kosmetik tersebut dan masih ada 25% responden yang tidak peduli atau memeriksa kemasan produk kosmetik yang hendak dibeli oleh konsumen.

b. Kenyamanan konsumen

Tabel 4.11

Kenyamanan konsumen

Pernyataan	Tingkat responden			
	Menerima S+SS		Tidak Menerima KS+TS+STS	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Saya merasa tenang dan nyaman jika membeli kosmetik berlabel halal	85	85%	15	15%

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.11 tentang kenyamanan konsumen pada umumnya 85% responden setuju bahwa merasa tenang jika membeli kosmetik yang berlabel halal dan hanya 15% yang tidak setuju.

Ini menunjukkan bahwa 85% responden merasa lebih nyaman dan tenang jika membeli produk kosmetik yang mencantumkan label halal, tapi masih ada 15% responden yang merasa tenang dan nyaman tanpa mempersoalkan ada atau tidaknya pencatuman label halal pada kemasan produk kosmetik selagi mereka membutuhkan mereka tetap membelinya.

c. Kualitas produk kosmetik

Tabel 4.12**Kualitas Produk Kosmetik**

Pernyataan	Tingkat responden			
	Menerima S+SS		Tidak Menerima KS+TS+STS	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Saya membeli produk kosmetik halal karena terjamin kualitasnya.	56	56%	44	44%

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan pada tabel 4.12 tentang kualitas produk kosmetik , pada umumnya 56% setuju bahwa produk kosmetik halal memang terjamin berkualitas dan hanya 44% yang tidak setuju.

Ini menunjukkan bahwa ada 56% responden yang percaya bahwa produk kosmetik yang berlabel halal sudah terjamin akan kualitas produk tersebut., namun ada 44% responden yang berasumsi bahwa produk kosmetik yang berlabel halal belum tentu terjamin akan kualitas produk kosmetik tersebut..

2. Uji Validasi

Hasil uji validasi ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.13**Uji Validasi**

Variabel	item	R hitung	R tabel	Keterangan
Label Halal (X1)	Q1	0.391	0,195	Valid
	Q2	0.578	0,195	Valid
	Q3	0.446	0,195	Valid
	Q4	0.334	0,195	Valid
	Q5	0.675	0,195	Valid

Perspektif Masyarakat (X2)	Q9	0.712	0,195	Valid
	Q10	0.632	0,195	Valid
Produk Kosmetik (Y)	Q6	0.521	0,195	Valid
	Q7	0.708	0,195	Valid
	Q8	0.653	0,195	Valid

Sumber: data diolah 2021

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel label halal dan perspektif masyarakat serta produk kosmetik dinyatakan valid Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai koefisien korelasi (r_{hitung}) > 0,195 sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan item variabel penelitian adalah valid untuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian Nilai rtabel yaitu 0,195 diperoleh dari nilai rhitung dengan N= 100.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pernyataan dari nomor 1 sampai dengan nomor 10 adalah valid karena nilai rata-rata dari r_{hitung} > nilai rtabel yaitu 0,195. Jadi dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang berjumlah 10 dinyatakan signifikan.

3. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah menguji data yang diperoleh sebagai dari jawaban questioner yang telah dibagikan Jika questioner tesebut itu handal atau reliable. Dikatakan handal atau reliable jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hasil uji reliabilitas ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.14

Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbachs Alpha	Keterangan
1.	Label Halal (X1)	0,625	Reliable
2.	Perspektif Masyarakat (X2)	0,769	Reliable
3.	Produk Kosmetik (Y)	0,588	Cukup Reliable

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai cronbachs alpha variabel label halal 0,772 dan nilai variabel perspektif masyarakat 0,769 dinyatakan reliable sementara nilai variabel perspektif masyarakat 0,588 dinyatakan cukup reliable Sebagaimana dijelaskan sebagai berikut:

- a) Nilai alpha cronbachs 0.00 s.d 0.20, berarti kurang reliable
- b) Nilai alpha cronbachs 0.021 s.d 0.40, berarti agak reliable
- c) Nilai alpha cronbachs 0.42 s.d 0.60, berarti cukup reliable
- d) Nilai alpha cronbschs 0.61 s.d 0.80, berarti reliable
- e) Nilai alpha cronbachs 0.81 s.d 1.00, berarti sangat reliable.

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Perspektif Masyarakat Kabupaten Pangkep terhadap penerapan label halal pada produk kosmetik pada umumnya atau rata-rata setuju dengan pencantuman label halal pada produk kosmetik

dan dapat mempengaruhi keputusan pembeli untuk membeli produk kosmetik yang baik dari segi keamanan maupun dari segi kesehatan dan terhindar dari kandungan yang bersifat haram.

Terkait dengan label halal, responden pada umumnya sebelum membeli produk kosmetik selalu mencari tanda label halal pada kemasan produk kosmetik dan responden juga lebih memilih produk kosmetik halal daripada kosmetik yang tanpa label halal meskipun harganya lebih mahal.

Dengan demikian, produk yang tidak memiliki label halal pada kemasannya masih diragukan kehalalannya baik kandungan maupun proses pembuatannya.

Adapun dari segi produk kosmetik itu sendiri, rata-rata atau pada umumnya responden merasa tenang jika membeli kosmetik yang berlabel halal namun masih banyak responden yang masih ragu akan kualitas produk kosmetik berlabel halal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil akhir dari pembahasan dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Efektivitas label halal pada produk kosmetik di pasar konsumen sangatlah tinggi dapat dilihat dari 100% responden memilih setuju pada pencantuman label halal dan 95% responden setuju pencantuman label halal dapat mempengaruhi keputusan pembeli dan menjadi bahan pertimbangan konsumen yang hendak membeli produk kosmetik serta mempermudah konsumen mendapatkan informasi status kehalalan pada produk kosmetik. 91% responden sangat memperhatikan label halal pada setiap kemasan, 78% mereka tidak bersedia membeli produk kosmetik jika tidak tercantum label halal pada setiap kemasan, dan 82% mereka bersedia membayar harga lebih tinggi apabila ada label halal tercantum dalam kemasannya.

Ini menunjukkan bahwa label halal memang sangat efektif dipasang pada kemasan untuk membantu konsumen dalam memastikan produk kosmetik yang akan dibeli dan terjamin terhindar dari unsur-unsur yang diharamkan oleh agama Islam.

2. Perspektif masyarakat terhadap penerapan label halal pada produk kosmetik di Kabupaten Pangkep dimana 100% responden mengharuskan adanya pencatuman label halal pada setiap kemasan produk kosmetik dan 95% juga dapat mempengaruhi keputusan pembeli untuk membeli produk kosmetik.

RIWAYAT HIDUP



Nurhikma Kumala, lahir di Bantimurung, 15 Desember 1998, penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara, anak dari pasangan Sakka dan Amriani Penulis mengawali pendidikan di SD Al-fatah Ambon pada 2005 dan tamat pada tahun 2011. Lalu melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Tondong Tallasa pada tahun 2011 dan tamat pada tahun 2014. Setelah lulus, penulis melanjutkan pendidikan sekolah menengah atas di Ma Al-Fatah Ambon tahun 2014 dan tamat tahun 2017. Atas ridho Allah SWT juga restu kedua orang tua, pada tahun 2017 penulis melanjutkan pendidikan pada jenjang S1 di salah satu kampus swasta di Makassar tepatnya di Universitas Muhammadiyah Makassar dengan program studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam.