

SKRIPSI

**ANALISIS KOMPARATIF LABELISASI HALAL
PADA KOSMETIK DALAM MENINGKATKAN
MINAT BELI MASYARAKAT DI KEC. SYIAH
KUALA DAN KEC. KUTA ALAM**



Disusun Oleh:

**YULI RASMA
NIM. 160602270**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M / 1440 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Yuli Rasma
Nim : 160602270
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan setelah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 14 Februari 2019

Yang menyatakan,

Yuli Rasma



LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah

Dengan Judul:

**Analisis Komparatif Labelisasi Halal pada Kosmetik dalam Meningkatkan
Minat Beli Masyarakat di kec. Syiah Kuala dan Kec. Kuta Alam**

Disusun Oleh:

Yuli Rasma
NIM: 160602270

Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dan penyelesaian studi pada
Program Studi Ekonomi Syariah

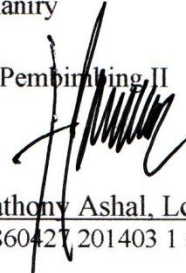
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I



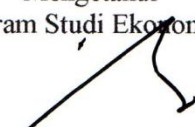
Dr. Nur Baety Sofyan, Lc., MA
NIP: 19820808 200901 2 009

Pembimbing II



Farid Fathony Ashal, Lc., MA
NIP: 19860427 201403 1 002

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Dr. Nilam Sari, MA
NIP: 19710317 200801 2 007

LEMBAR PENGESAHAN HASIL SIDANG

SKRIPSI

Disusun Oleh

Yuli Rasma

NIM: 160602270

Dengan Judul:

Analisis Komparatif Labelisasi Halal pada Kosmetik dalam Meningkatkan Minat Beli Masyarakat di kec. Syiah Kuala dan Kec. Kuta Alam

Telah Diseminarkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk
Menyelesaikan Oleh Program Studi Strata Satu (S1) dalam bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 30 Januari 2019
24 Jumadil Awal 1440 H

Banda Aceh
Tim Penilai Sidang Hasil Skripsi

Ketua,

Dr. Nur Baety Sofyan, Lc., MA
NIP: 19820808 200901 2 009

Penguji I,

Dr. Nilam Sari, M. Ag
NIP: 19710317 200801 2 007

Sekretaris,

Farid Fathony Ashal, Lc., MA
NIP: 19860427 201403 1 002

Penguji II,

Hafizh Maulana, SP., S.HI., ME
NIDN: 2006019002

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh



Dr. Zaki Fuad, M. Ag
NIP: 19640314 199203 1 003

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Yuli Rasma
NIM : 160602270
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : Yulirasma36@yahoo.co.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

Analisis Komparatif Labelisasi Halal pada Kosmetik dalam Meningkatkan Minat Beli Masyarakat di Kec. Syiah Kuala dan Kec. Kuta Alam

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain

secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

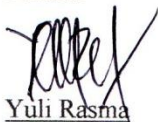
UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 16 Februari 2019

Mengetahui,

Penulis



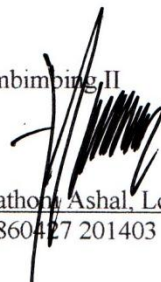
Yuli Rasma

Pembimbing I



Dr. Nur Baety Sofyan, Lc., MA
NIP: 19820808 200901 2 009

Pembimbing II



Farid Fathoni Ashal, Lc., MA
NIP: 19860427 201403 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam penulis sanjungkan ke pangkuan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat beliau yang telah memberikan pencerahan bagi kita hingga dapat merasakan nikmatnya iman dalam Islam, serta nikmat kemuliaandalam ilmu pengetahuan.

Penulisan skripsi ini berjudul **“Analisis Komparatif Labelisasi Halal Pada Kosmetik Dalam Meningkatkan Minat Beli Masyarakat Di Kec. Syiah Kuala Dan Kec. Kuta Alam”** bertujuan untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pada Program Studi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis banyak menemui hambatan dan kesulitan. Namun, berkat bimbingan, dorongan, dan semangat dari berbagai pihak, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin sampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Bapak Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Ibu Dr. Nilam Sari, M. Ag selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Ibu Cut Dian Fitri, M. Si, Ak selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.

3. Bapak Muhammad Arifin, Ph.D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. Muhammad Zulhilmi, MA selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Dr. Nur Baety Sofyan, Lc., MA selaku pembimbing I dan Bapak Farid Fathoni Ashal, Lc., MA selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu di celah-celah kesibukannya, dan memberikan ilmu dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Ibu Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku Penguji I dan Bapak Hafiih Maulana, Sp., S.HI., ME selaku Penguji II saya yang telah memberikan masukan dan saran atas skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
8. Teristimewa untuk orang tua tercinta, ayahanda Akhir Ali yang selalu ada untuk penulis. Dan kepada Ibunda tercinta Rismiati yang senantiasa membesarkan dan memberikan kasih sayang kepada penulis sehingga penulis dapat menempuh pendidikan sampai saat ini, adik pertama Sara Irawan yang selalu menemani penulis selama di rantau ini, dan adik kedua Sultan Takdir Ali Syahbana, serta bunda terkasih hafsa yang telah mencurahkan kasih sayang dan dukungan baik secara moril maupun materil, yang terindu abang Indra Syahputra yang selalu sabar menyayangi penulis dan selalu memberikan cintanya walaupun dari jarak jauh.
9. Sahabat-sahabat tercinta Gusvi Rosa, Popi Novyanty dan Zulia Sari yang setia ikut membantu penulis dalam

10. menyelesaikan tugas akhir ini dan kepada teman-teman seperjuangan Ekonomi Syari'ah yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selalu mengisi hari-hari selama perkuliahan serta seluruh mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan tahun 2016, yang sama-sama sedang menyelesaikan pendidikannya, Keluarga KPM Tanjong Bungong 2018 yang telah mendukung serta memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu. Semoga segala bantuan yang telah diberikan menjadi amal ibadah dan mendapat imbalan pahala dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih ada kekurangan, oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 14 Februari 2019

Penulis

Yuli Rasma

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u 1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َـي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َـو	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيفف : kaifa

هول : haula

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
◌َـا/ي	Fathah dan Alif atau Ya	Ā
◌ِـي	Kasrah dan ya	Ī
◌ُـي	Dammah dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ	: qāla
رَمَى	: ramā
قِيلَ	: qīla
يَقُولُ	: yaqūlu

4. Ta Marbutah(ة)

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta Marbutah (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau yang mendapat *harkat fathah, kasrah, dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta Marbutah (ة) mati

Ta Marbutah (ة) yang mati atau yang mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya terdapat Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfāl / raudatulatfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	: <i>al-Madīnah al-Munawwarah/ al-MadīnatulMunawwarah</i>
طَلْحَةُ	: <i>Talhah</i>

Catatan:**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi seperti M. Syahudi Ismail. Nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir bukan Misr, Beirut, bukan Bayrut, dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Indonesia tidak ditranliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Yuli Rasma
Nim : 160602270
Fakultas / Program Studi : Ekonomi Dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Komparatif Labelisasi Halal pada Produk Kosmetik dalam Meningkatkan Minat Beli Masyarakat di Kec. Syiah Kuala dan Kec. Kuta Alam
Tanggal Sidang : 30 Januari 2019
Tebal Skripsi :
Pembimbing I : Dr. Nur Baety Sofyan, Lc., MA
Pembimbing II : Farid Fathoni Ashal, Lc., MA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap minat beli masyarakat di kecamatan Syiah Kuala dan kecamatan Kuta Alam. Dengan adanya labelisasi halal masyarakat dapat memilih produk kosmetik sesuai dengan yang telah di anjurkan oleh agama dan baik bagi kesehatan. Labelisasi halal mencakup proses pembuatan, penyimpanan, penyiapan, kebersihan seperti sebelum kadaluarsa tidak mengandung zat pewarna dan lain sebagainya. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metoderegresi linear sederhana. Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 responden yang masing-masing kecamatan 40 responden menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan pengolahan data menggunakan alat analisis SPSS versi 20,00. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh sebesar 1% terhadap minat beli masyarakat, sedangkan sisanya sebesar 99% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini di kecamatan Syiah Kuala. Sedangkan di kecamatan Kuta Alam labelisasi halal berpengaruh sebesar 11% dan sisanya sebesar 89% yang dipengaruhi oleh variabel lain. Oleh karena itu semakin banyaknya produk kosmetik yang berlabel halal maka semakin baik untuk masyarakat dalam menggunakan kosmetik.

Kata Kunci: Labelisasi Halal dan Minat Beli.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPEL KEASLIAN.....	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKIRPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN TRANSLITEASI.....	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.5 Sistematika Pembahasan	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Label Halal	10
2.1.1 Prosedur dan Mekanisme Penetapan Fatwa Halal MUI.....	12
2.2 Kosmetik	14
2.2.1 Jenis-jenis Kosmetik	22
2.2.2 Pengaturan Peredaran Kosmetik	23
2.2.3 Tujuan Penggunaan Kosmetik	25
2.2.4 Efek Samping Kosmetik	26
2.2.5 Penggolongan Kosmetik	27
2.3 Minat Beli.....	33
2.3.1 Pengertian Minat Beli	33
2.3.2 Pengertian Beli.....	33
2.4 Teori Komparatif.....	34
2.4.1 Keunggulan dan Kelemahan Studi Komparatif	35
2.4.2 Macam-macam Studi Komparatif.....	37

2.4.3 Ciri-ciri dan Langkah-langkah Penelitian Komparatif	38
2.5 Teori Konsumsi	39
2.5.1 Kegiatan Konsumsi dalam Islam	41
2.5.2 Penelitian Terdahulu	43
2.5.3 Kerangka pemikiran.....	46
2.5.4 Hipotesis	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian	47
3.2 Sumber data.....	47
3.3 Lokasi dan Objek Penelitian.....	48
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.4.1 Populasi.....	49
3.4.2 Sampel.....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6 Metode Analisis Data	50
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	53
3.7 Variabel Penelitian	54
3.7.1 Variabel Independen	54
3.7.2 Variabel Dependen.....	54
3.8 Uji Instrumen Penelitian.....	54
3.8.1 Uji Validitas	55
3.8.2 Uji Reliabilitas	55
3.9 Hipotesis.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	54
4.1.1 Keadaan Geografis Kecamatan Syiah Kuala	54
4.1.2 Keadaan Geografis Kecamatan Kuta Alam	55
4.2 Karakteristik Responden	56
4.2.1 Usia Responden Kecamatan Syiah Kuala.....	57
4.2.2 Jenis Pekerjaan Responden Kecamatan Syiah Kuala.....	57
4.2.3. Usia Responden Kecamatan Kuta Alam.....	58
4.2.4. Jenis Pekerjaan Kecamatan Kuta Alam	59
4.3 Deskripsi Variabel	59
4.3.1 Kecamatan Syiah Kuala.....	59
4.3.2 Kecamatan Kuta Alam	66
4.4 Hasil Penelitian	74
4.4.1 Pengujian Validitas	74

4.4.2 Pengujian Reliabelitas	77
4.4.3 Pengujian Normalitas	79
4.4.4 Pengujian Koefisien Determinasi (R^2).....	82
4.4.5 Pengujian Heterokedastisitas	84
4.4.6 Persamaan Regresi Linear Sederhana	86
4.5 Hasil Uji Hipotesis	88
4.6 Hasil Pembahasan	89
BAB V PENUTUP	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1 Interpretasi Nilai t	51
Tabel 4.1 Nama Desa dan Luas Wilayah Kec. Syiah Kuala.....	54
Tabel 4.2 Variabel Dependen Kec. Syiah Kuala	60
Tabel 4.3 Variabel Independen Kec. Syiah Kuala	60
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Labelisasi Halal Kec. Syiah Kuala	61
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli Kec. Syiah Kuala	63
Tabel 4.6 Variabel Dependen Kec. Kuta Alam	67
Tabel 4.7 Variabel Independen Kec. Kuta Alam.....	67
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Labelisasi Halal Kec. Kuta Alam	68
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli Halal Kec. Kuta Alam	70
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel X Kec. Syiah Kuala	74
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Y Kec. Syiah Kuala	75
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel X Kec. Kuta Alam	76
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Y Kec. Kuta Alam	76
Tabel 4.14 Hasil Uji Reabilitas Variabel X Kec. Syiah Kuala	77
Tabel 4.15 Hasil Uji Reabilitas Variabel Y Kec. Syiah Kuala	78
Tabel 4.16 Hasil Uji Reabilitas Variabel X Kec. Kuta Alam	78
Tabel 4.17 Hasil Uji Reabilitas Variabel Y Kec. Kuta Alam	79
Tabel 4.18 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Kec. Syiah Kuala	80
Tabel 4.19 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Kec. Kuta Alam	81
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kec. Syiah Kuala.....	83
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kec. Kuta alam.....	83
Tabel 4.22 Persamaan Regresi Linear Sederhana Kec. Syiah Kuala	84
Tabel 4.23 Persamaan Regresi Linear Sederhana Kec. Kuta Alam	85
Tabel 4.24 Hasil Uji t Kec. Syiah Kuala.....	86
Tabel 4.25 Hasil Uji t kec. Kuta Alam.....	88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Kec. Syiah Kuala	80
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Kec. Kuta Alam	81
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas (Scatterplot) Kec. Syiah Kuala.....	84
Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas (Scatterplot) Kec. Kuta Alam.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian	98
Lampiran 3 : SK Bimbingan	99

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masalah halal dan haram bagi umat Islam adalah sesuatu yang penting, yang menjadi bagian dari keimanan dan ketaqwaan. Perintah untuk menggunakan barang yang halal dan larangan menggunakan yang haram sangat jelas dalam Al-Quran dan Hadist yang menjadi pedoman dan tuntunan agama Islam. Sebagaimana yang firman Allah SWT:

إِنَّهُ الشَّيْطَانُ خُطُوتٍ تَتَّبِعُوا وَلَا طَيْبًا حَلَالًا إِلَّا الرُّضْفِ مِمَّا كَلُوا النَّاسُ يُتَأَيُّهَا

مُبِينٌ عَدُوٌّ لَكُمْ

Artinya: "Wahai 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 bagi mu" [Q.S Al-Baqarah (2):168].

Sebagai orang yang beriman, kita harus berhati-hati dalam menentukan beberapa hal yaitu makanan, minuman, pakaian dan alat-alat kecantikan jangan sampai kita memakan dan menggunakan barang-barang dan bahan-bahan yang haram. Kita diperintahkan Allah SWT supaya mengkonsumsi yang halal serta baik dan mendukung bagi kesehatan tubuh.

Logikanya memakai dan mengonsumsi barang yang halal yang telah terjamin kualitasnya dari bentuk keburukan, karena memakai barang yang halal sebagaimana yang telah diperintahkan Allah SWT akan memberikan kesehatan, terlepas dari penyakit dan keburukan dunia. Disisi lain pula, apabila kita mengonsumsi dan memakai barang yang halal bermakna kita telah melaksanakan perintah Allah SWT dengan demikian kita akan terlepas dari ancaman dan bahaya akhirat (Arif Pujiono, 2006: 197).

Konsumsi adalah aktifitas ekonomi selain produksi dan distribusi. Konsumsi akan terjadi jika manusia memiliki uang (harta). Konsumsi secara umum didefinisikan dengan penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dalam ekonomi Islam juga memiliki pengertian yang sama, tapi memiliki perbedaan dalam setiap yang melingkupinya (Solihan Zamakhsyari, 2006: 135).

Perbedaan mendasar antara pemakaian kebutuhan secara Islamiah dengan konvensional adalah tujuan pencapaian dari kebutuhan itu sendiri, cara pemakaiannya harus memenuhi kaidah pedoman syariah Islamiyah. Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam suatu perekonomian, karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi.

Oleh karena itu, kegiatan ekonomi mengarah kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia sebab, mengabaikan konsumsi berarti mengabaikan kehidupan dan juga mengabaikan penegakan manusia terhadap tugasnya dalam kehidupan. Masyarakat saat ini menggunakan suatu produk tidak lagi memperhatikan kehalalan suatu produk. Mereka kebanyakan hanya berpikiran secara sempit bahwa produk yang secara langsung diproduksi dari bahan baku yang tidak halal (alkohol atau minyak babi) adalah haram.

Padahal untuk memproduksi suatu produk tidak hanya berdasarkan bahan baku saja tapi juga melalui tata cara produksi, bahan-bahan tambahan ataupun unsur-unsurlainnya yang menyertai produksi produk tersebut juga harus halal. Dari segi konsumen tentu saja mempunyai persepsi yang berbeda dalam memutuskan membeli suatu produk. Sebagian tidak peduli dengan kehalalan suatu produk sedangkan sebagian lainnya masih memegang teguh prinsip bahwa suatu produk harus ada label halalnya.

Kepastian halal tidaknya suatu produk kecantikan dijamin dengan ada tidaknya label halal yang tercantum pada produk kecantikan tersebut. Label halal suatu produk dapat menjadi acuan bagi konsumen Muslim untuk memilih dan membeli produk.

Konsumen memiliki hak untuk produk yang halal. Hal tersebut telah diatur dalam UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 8 ayat (1) huruf h yang mengiriskan bahwa pelaku usaha atau memperdagangkan barang atau jasa yang tidak memenuhi kebutuhan produksi secara halal yang dicantumkan dalam label (Lia Amalia, 2010: 1).

Indonesia dengan populasi muslim terbesar di dunia merupakan Negara dengan potensi pasar halal yang merupakan juga pasar paling menjanjikan. Penulis mengambil tempat penelitian di dua kecamatan yaitu kecamatan Syiah Kuala dan kecamatan Kuta Alam. Dalam kamus besar bahasa Indonesia edisi keempat, masyarakat adalah sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat dalam suatu kebudayaan yang mereka anggap sama (Dendi Sugono, 2008: 885).

Khusus di Indonesia, konsumen muslim dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk-produk yang

digunakan oleh konsumen muslim 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 memberi sertifikat halal, sehingga produk yang telah memiliki sertifikat halal tersebut dapat memberi label halal pada produknya (PPIH, 2009: 2).

Artinya produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang dalam ajaran agama Islam, atau produk tersebut telah menjadi kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat digunakan secara aman oleh konsumen muslim khususnya.

Kosmetik yang tidak halal berarti dalam proses pembuatannya menggunakan zat-zat yang diharamkan secara Islam. Bagi umat Islam yang menyadari hal tersebut akan menciptakan perasaan tidak tenang dan keraguan saat menggunakannya, apalagi saat beribadah shalat. Dalam Islam kesucian diri adalah mutlak ketika seorang muslim melaksanakan ibadah shalat. Keraguan dalam beribadah terutama dalam shalat tidak dibenarkan dalam Islam (Asmawati, 2010: 288).

Selain keraguan yang timbul akibat kesalahan pemilihan kosmetik masalah-masalah kesehatan juga menjadi ancaman bagi konsumen. Masalah-masalah yang timbul akibat efek samping dari kesalahan pemilihan kosmetik membuat konsumen melakukan banyak pertimbangan sebelum membeli. Kosmetik mengandung daftar panjang bahan kimia. Sebagian besar diantaranya sintetis dan berbahan dasar minyak bumi, yang dapat memicu masalah-masalah kesehatan seperti iritasi kulit hingga yang paling berat seperti kanker (Pujiono, 2006: 197).

Konsumen yang kurang memiliki pengetahuan tentang label halal akan beranggapan bahwa label halal yang tercantum dalam produk yang dibelinya adalah label yang sah. Padahal penentuan label halal suatu produk tidak bisa hanya asal tempel harus berdasarkan ketentuan-ketentuan syariat Islam yang melibatkan pakar dari berbagai disiplin ilmu baik agama maupun ilmu-ilmu lain yang mendukung (Zamakhsyari, 2006: 135).

Kenyataannya yang berlaku saat ini adalah bahwa Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia(LPPOM-MUI) memberikan sertifikat halal kepada produsen-produsen produk kecantikan yang secara suka rela mendaftarkan produknya untuk di audit LPPOM-MUI. Dengan begitu produk yang beredar dikalangan konsumen muslim bukanlah produk-produk yang secara keseluruhan memiliki label halal yang dicantumkan pada kemasannya.

Dengan demikian masyarakat akan dihadapkan pada produk-produk halal yang diwakili dengan label halal yang ada pada kemasannya dan produk halal yang tidak memiliki label halal pada kemasannya sehingga diragukan kehalalan produk tersebut.

Seperti yang kita ketahui bahwa kecamatan Syiah Kuala dengan kecamatan Kuta Alam dipadati oleh beragam masyarakat, oleh karena itu penulis tertarik melakukan penelitian di kedua kecamatan tersebut. Kecamatan Syiah Kuala dipadati oleh sejumlah besar mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah, tentu saja hal ini akan menimbulkan perbedaan dalam memilih kosmetik yang mereka konsumsi sehari-hari. Tidak hanya mahasiswa terdapat juga para ibu-ibu yang yang berprofesi sebagai dosen, pegawai kantoran dan masih banyak lagi perempuan yang

memiliki alasan tersendiri untuk memilih kosmetik yang mereka anggap itu baik. Kecamatan Kuta Alam yang menjadi pusat kedua penelitian ini karena disana tidak hanya terdapat masyarakat yang beragama Islam saja, akan tetapi tidak menutup kemungkinan mereka yang non muslim lebih memilih kosmetik yang berlabel halal.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Analisis Komparatif Labelisasi Halal Pada Kosmetik Dalam Meningkatkan Minat Beli Masyarakat Di Kec. Syiah Kuala Dan Kec. Kuta Alam”**.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kosmetik yang berlabel halal terhadap minat beli masyarakat?
2. Apakah terdapat perbedaan minat beli masyarakat terhadap kosmetik berlabel halal pada kecamatan Syiah Kuala dengan kecamatan Kuta Alam?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana minat beli masyarakat terhadap produk kosmetik yang berlabel halal.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan minat beli masyarakat terhadap kosmetik berlabel halal pada kecamatan Syiah Kuala dengan kecamatan Kuta Alam.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan sebagai bekal dalam mengaplikasikan pengetahuan teoritik terhadap masalah praktisan yang di dapat pada bangku perkuliahan dengan praktekan yang diperoleh di dunia praktis.

2. Bagi Peneliti Lain

- a. Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa atau pihak manapun yang ingin meneliti tentang pengaruh label halal kosmetik pada tingkat minat beli masyarakat.
- b. Untuk menambah pengetahuan dan memberikan informasi bagi masyarakat atau mahasiswa khususnya di prodi Ekonomi Syariah.

1.5 Definisi Operasional

Untuk lebih memahami pengertian dan maksud dari judul tersebut diatas, maka perlu kiranya dijelaskan beberapa pengertian untuk menghindari terjadinya kekeliruan dan penyimpangan pemahaman judul skripsi ini, diantaranya adalah:

1. Analisis

Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dsb) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab, musabab, duduk perkaranya, dan sebagainya), penguraian suatu pokok atas berbagai bagiaanya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan, penjabaran sesudah dikaji sebaik-baiknya, proses pemecahan persoalan yang dimulai dengan dugaan-

dugaan akan sebenarnya (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2014: 5).

2. Labelisasi

Label adalah bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau pula etiket (tanda pengenal) yang dicantumkan pada produk (William, 2004:282). Label juga berarti bagian dari sebuah kemasan (pembungkus) atau dapat merupakan etiket lepas yang ditempelkan pada produk. Dengan demikian, sudah sewajarnya kalau antara kemasan, merek dan label dapat terjalin satu hubungan yang sangat erat (Angipora, 2007:154).

3. Kosmetik

Kosmetik adalah sediaan atau paduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organelamin bagian luar), gigi, dan rongga mulut, untuk membersihkan,menambah daya tarik, mengubah penampakan, melindungi supaya tetapdalam keadaan baik, memperbaiki bau badan tetapi tidak dimaksudkanuntuk mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit (Menteri Kesehatan:1998).

4. Minat Beli

Minat merupakan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk dengan mencari informasi tambahan (Kanuk, 2004: 20-21). Minat yang timbul dalam diri pembeli seringkali berlawanan dengan kondisi keuangan yang dimiliki minat

beli konsumen merupakan keinginan tersembunyi dalam benak konsumen. Minat beli konsumen selalu terselubung dalam tiap diri individu yang mana tidak seorang seorang pun bisa tahu apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen (Yasin, 2014: 40).

Konsumen yang telah memiliki sikap positif terhadap suatu produk atau merek, akan menimbulkan minat pembelian (Murwatiningsih, 2015: 99). Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian dengan mencari informasi dari berbagai sumber. Konsumen memiliki ketertarikan terhadap suatu suatu produk atau jasa tetapi belum tentu konsumen akan melakukan pembelian produk atau jasa tersebut.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada Bab pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan landasan teori tentang teori labelisasi halal, kosmetik, minat beli, teori komparatif, teori konsumsi, kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian ini membahas tentang jenis penelitian, sumber data, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, metode analisis data dan uji hipotesis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab hasil penelitian dan pembahasan ini membahas tentang gambaran umum lokasi Penelitian, karakteristik responden, deskripsi variabel, hasil penelitian, hasil uji hipotesis, serta hasil pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan dan saran-saran penulis.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Label Halal

Label adalah bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau pula etiket (tanda pengenal) yang dicantumkan pada produk. Adapun labelisasi yang dimaksud dalam pembahasan skripsi ini adalah pencantuman tulisan label halal pada produk kosmetik untuk menunjukkan bahwa produk tersebut berstatus sebagai produk halal. Label dibagi kedalam tiga klasifikasi yaitu:

- a. *Brand* Label, yaitu merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan.
- b. *Descriptive* Label, yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi/pembuatan, perhatian/perawatan, dan kinerja produk, serta karakteristik-karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk.
- c. *Grade* Label, yaitu label yang mengidentifikasikan penilaian kualitas produk (*product's judged quality*) dengan suatu huruf, angka, atau kata. Misal buah-buahan dalam kaleng diberi label kualitas A, B dan C (Stanton, 2004: 282).

Halal berasal dari bahasa Arab yaitu *halla yahillu, hilla wa halalān*, yang berarti melepas, melepaskan, membubarkan dan membolehkan. Menurut Yusuf al-Qardhawi, halal adalah kebolehan yang dilepas dari ikatan lararangan dan diizinkan syariat untuk melakukannya. Dengan demikian, pengertian halal dalam pembahasan skripsi ini adalah sesuatu yang dibolehkan menurut konteks ajaran Islam dan tidak

mengakibatkan sanksi terhadapnya apabila dilakukan (Yusuf al-Qardhawi, 2003: 31).

Jadi, labelisasi halal dapat diartikan sebagai pencantuman tulisan pernyataan halal atau logo yang tersusun dari huruf-huruf Arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Labelisasi halal mencakup proses pembuatan, penyimpanan, penyiapan, kebersihan seperti sebelum kadaluarsa tidak mengandung zat pewarna dan lain sebagainya (Othman dan Shafie, 2010: 90-91).

Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia atau yang disingkat LP.POM MUI adalah lembaga yang bertugas untuk meneliti, mengkaji, menganalisa dan memutuskan apakah produk-produk baik pangan dan turunannya, obat-obatan dan kosmetika apakah aman dikonsumsi baik dari sisi kesehatan dan dari sisi agama Islam yakni halal atau boleh dan baik untuk dikonsumsi bagi umat Muslim khususnya diwilayah Indonesia. Selain itu memberikan rekomendasi, merumuskan ketentuan dan bimbingan kepada masyarakat. Lembaga ini didirikan atas keputusan Majelis Ulama Indonesia (MUI) berdasarkan surat keputusan nomor 018/MUI/1989, pada tanggal 26 Jumadil Awal 1409 Hijriah atau 6 Januari 1989.

Sertifikat produk halal adalah surat keputusan fatwa halal yang dikeluarkan Dewan Pimpinan MUI dalam bentuk sertifikat. Sertifikat produk halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal. Ini artinya sebelum pengusaha memperoleh ijin untuk mencantumkan label halal atas produk pangannya, terlebih dahulu ia mengantongi

sertifikat produk halal yang diperoleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika.

2.1.1 Prosedur dan Mekanisme Penetapan Fatwa Halal MUI

Tahapan atau langkah prosedur dan mekanisme penetapan fatwa halal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. MUI memberikan pembekalan pengetahuan kepada para auditor LP.POM (MUI) tentang benda haram menurut syari'at Islam, dalam hal ini benda haram *li-zatihi* dan haram *li-ghairih* yang karena cara penanganannya tidak sejalan dengan syari'at Islam. Dengan arti kata auditor harus mempunyai pengetahuan memadai tentang benda-benda haram tersebut.
2. Para auditor melakukan penelitian dan audit ke pabrik-pabrik (perusahaan) yang meminta sertifikasi produk halal. Pemeriksaan yang meliputi:
 - a. Pemeriksaan secara seksama terhadap bahan-bahan produk, baik bahan baku maupun bahan tambahan (penolong).
 - b. Pemeriksaan terhadap bukti-bukti pembelian bahan produk.
3. Bahan-bahan tersebut kemudian diperiksa di laboratorium terutama bahan-bahan yang dicurigai sebagai benda haram atau mengandung benda haram (najis), untuk mendapat kepastian.
4. Pemeriksaan terhadap suatu perusahaan tidak jarang dilakukan lebih dari satu kali dan tidak jarang pula auditor (LP.POM MUI) menyarankan bahkan mengharuskan agar

mengganti suatu bahan yang dicurigai atau diduga mengandung bahan yang haram (najis) dengan bahan yang diyakini kehalalannya atau sudah bersertifikat produk halal dari MUI atau dari lembaga lain yang dipandang berkompeten, jika perusahaan tersebut tetap menginginkan mendapatkan sertifikat produk halal dari MUI.

5. Hasil pemeriksaan dan audit LP.POM MUI tersebut kemudian dituangkan dalam sebuah Berita Acara dan kemudian Berita Acara tersebut diajukan ke Komisi Fatwa MUI untuk disidangkan.
6. Dalam Sidang Komisi Fatwa, LP.POM MUI menyampaikan dan menjelaskan isi Berita Acara dan kemudian dibahas secara teliti dan mendalam oleh Sidang Komisi Fatwa MUI.
7. Suatu produk yang masih mengandung bahan yang diragukan kehalalannya, atau terdapat bukti-bukti pembelian bahan produk yang dipandang tidak transparan oleh Sidang Komisi Fatwa, dikembalikan kepada LP.POM MUI untuk dilakukan penelitian atau auditing ulang ke perusahaan yang bersangkutan.

Pencantuman label halal produk dilakukan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen muslim, dikarenakan banyaknya permasalahan labelisasi halal pada produk-produk yang mengandung bahan-bahan yang haram untuk dikonsumsi. Dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk, maka secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen khususnya masyarakat muslim

untuk menggunakan produk tersebut. Munculnya rasa aman dan nyaman dalam mengonsumsi produk tersebut akan meningkatkan kepercayaan serta minat belinya.

2.2 Kosmetik

Kosmetik merupakan kebutuhan yang penting peranannya dalam bidang kecantikan untuk keindahan tubuh manusia. Peraturan Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) tentang Persyaratan Teknis Kosmetik menjelaskan bahwa, bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar) atau gigi, *membrane mukosa* (lapisan kilit dalam) mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, dan/atau memperbaiki badan atau melindungi, memelihara tubuh pada kondisi baik.

Kosmetik yang beredar di pasaran sangat beragam baik merek, jenis, kegunaannya, maupun warna dan bentuknya, sehingga sering membingungkan para konsumen dalam pemilihan kosmetik. Penggolongan kosmetik menurut penggunaannya bagi kulit terbagi dalam 2 jenis yaitu:

1. Kosmetik perawatan kulit (*skin-care cosmetic*), merupakan kosmetika untuk memelihara, merawat dan mempertahankan kondisi kulit.
2. Kosmetik riasan (*dekoratif* atau *make up*), merupakan kosmetika untuk memperindah wajah (Tranggono, 2007 :8).

Kosmetik merupakan salah satu produk yang digunakan rutin dan terus-menerus dikalangan wanita dan pria disegala usia. Salah satu pengguna kosmetik adalah kalangan muda yang menempuh

pendidikan diperguruan tinggi yang disebut juga mahasiswi. Mahasiswi sebagai konsumen yang menggunakan produk kosmetik tentulah karena adanya daya tarik kosmetik yang dibelinya.

Harapannya adalah semua produk kosmetik tersebut bisa membuat penampilan menjadi cantik dan menarik. Namun keinginan untuk berpenampilan menarik dengan kosmetik tidak diikuti dengan pengetahuan yang memadai tentang produk kosmetik, akibatnya terkadang penggunaan kosmetik justru memberikan efek negatif bagi kulit.

Kosmetik perawatan kulit wajah maupun kosmetik riasan wajah dapat memberikan pengaruh positif maupun pengaruh negatif terhadap kulit jika kurang baik bahan-bahan serta cara pengolahannya. Akibat atau pengaruh yang ditimbulkan kosmetika terhadap kulit ada dua macam yakni: (Hayatunnufus, 2009: 37-38).

1. Pengaruh positif, pemakaian kosmetik diharapkan kulit menjadi bersih, sehat dan segar serta menjadi lebih muda. Hal ini akan dapat dicapai dengan cara pemilihan kosmetik yang tepat sesuai dengan jenis kulit dan teknik/cara pemakaian yang tepat serta teratur.
2. pengaruh negatif, pengaruh negatif sangat tidak diharapkan dan tidak diinginkan terjadi, karena akan menimbulkan kelainan-kelainan pada kulit, mungkin saja kulit menjadi gatal-gatal, kemerahan, bengkak-bengkak ataupun timbul noda-noda hitam.

Sekarang ini telah banyak produk kosmetik yang beredar di pasaran dengan berbagai macam merek dan bentuk, ditemukan banyak bahan berbahaya dalam produk-produk kosmetik yang dijual

di pasaran. Bahan berbahaya umumnya ditemukan pada jenis kosmetik pemutih, anti-aging, dan beberapa kosmetik riasan.

Beberapa bahan yang sudah dilarang penggunaannya oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) pada produk kosmetik diantaranya yaitu *merkuri*, *hidrokinon*, *asam retinoat*, zat warna merah K.3 (CI 15585), merah K.10 (Rhodamin B), jingga K.I (CL12075). Bahan berbahaya ini dapat menyebabkan iritasi, alergi, penyumbatan fisik di pori-pori, keracunan lokal atau sistemik bahkan berpengaruh pada sistem jaringan dan organ-organ penting lainnya (Muliawan, 2013:38-39).

Kosmetik merupakan salah satu unsur yang cukup penting dalam dunia kecantikan. Kosmetik berasal dari kata *kosmein* (Yunani) yang berarti “berhias”. Kosmetik sudah dikenal orang sejak zaman dahulu kala. 3500 tahun sebelum Masehi di Mesir telah digunakan berbagai bahan alami baik yang berasal daritumbuh-tumbuhan, hewan maupun bahan alam lain misalnya tanah liat, lumpur, arang, batubara bahkan api, air, embun, pasir atau sinar matahari.

Hal ini dapat diketahui melalui naskah-naskah kuno yang ditulis dalam *papyrus*(peninggalan kuno) atau dipahat pada dinding piramida. Pengetahuan kosmetik tersebut kemudian menyebar keseluruh penjuru dunia melalui jalur komunikasi yang terjadi dalam kegiatan perdagangan, agama, budaya, politik dan militer, bahwa di Indonesia sendiri sejarah tentang kosmetologi telah dimulai jauh sebelum zaman penjajahan Belanda.

Kecantikan semakin berkembang dan berkembang dari masa ke masa, bukan lagi hanya menjadi sebuah keinginan, melainkan sudah menjadi sebuah kebutuhan yang akhirnya berdampak pada semakin

meningkatnya industri kosmetik di dunia, termasuk juga di Indonesia. Indonesia tidak terlepas dari gaya hidup modern saat ini. Hal ini terbukti dari tingginya produksi kosmetik di Indonesia, dimana dari tahun ke tahun penjualannya semakin meningkat dan baik kosmetik produksi dalam negeri, maupun kosmetik impor.

Kementerian Perindustrian menyatakan penjualan dari industri kosmetik di Indonesia tahun ini tumbuh 12,9% dibandingkan tahun lalu. Ekspor kosmetik tahun ini diperkirakan mencapai US\$ 406 juta atau naik 20% dari tahun lalu. Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa memang perkembangan industri kosmetik di Indonesia berkembang pesat dalam penjualannya baik dalam negeri maupun ke luar negeri. Kosmetik yang berkembang pesat di Indonesia tidak hanya kosmetik produksi dalam negeri, melainkan juga dengan kosmetik impor. Seperti yang disampaikan oleh Ketua Persatuan Perusahaan Kosmetik Indonesia (Perkosmi) bahwa penjualan produk kosmetik impor pada tahun ini diperkirakan meningkat 30% menjadi Rp 3,17 triliun dibandingkan tahun lalu Rp 2,44 triliun, menurut Asosiasi Industri. Peningkatan tersebut dipicu kenaikan volume penjualan serta penurunan tarif bea masuk seiring perjanjian perdagangan bebas. Seiring dengan semakin meningkatnya penjualan kosmetik impor, maka akan semakin menekan kosmetik produksi dalam negeri dan mengakibatkan produsen kosmetik dalam negeri harus bekerja ekstra untuk semakin meningkatkan penjualan agar tidak terhimpit dengan tekanan kosmetik impor.

Industri kosmetik wanita merupakan industri yang dapat dikatakan cukup dinamis, sehingga banyak perusahaan dengan merek-merek kosmetik yang beragam yang baru berminat untuk masuk berkecimpung dan mengembangkan pasarnya di Indonesia. Selain alasan

tersebut, banyaknya wanita yang sangat ingin terlihat cantik sebagai bentuk eksistensi diri dan bahwa terlihat cantik merupakan hal yang penting serta telah menjadi sebuah kewajiban, juga merupakan salah satu alasan semakin banyaknya produsen yang menyasar lahan ini sebagai lahan yang menguntungkan untuk dijajaki yang akhirnya memunculkan begitu banyak varian perawatan kecantikan untuk memuluskan jalan seorang wanita agar terlihat cantik, dan membuat para konsumen memiliki banyak pilihan dalam menggunakan kosmetik.

Begitu banyak berbagai produk kecantikan yang dapat dilihat tersebar di pasaran dengan berbagai kemasan, bentuk, harga, serta kegunaannya. Berbagai macam perusahaan dalam bidang kosmetik berdiri untuk berlomba-lomba memenuhi kebutuhan para perempuan di bidang yang satu ini, sehingga pasar kosmetik menjadi pasar yang sangat menguntungkan untuk diincar oleh para produsen. Produsen terus berlomba-lomba menciptakan beragam produk baru. Tidak hanya produsen luar negeri, namun begitu juga dengan produsen dalam negeri berlomba-lomba menciptakan kosmetik dengan beragam merek dan jenis. Beberapa merek kosmetik yang kita ketahui cukup terkenal adalah Maybelline, Pixy, Caring, Revlon, dan Mustika Ratu. Peneliti dapat mengatakan kelima produk kosmetik ini cukup terkenal di Indonesia, dikarenakan pemberitaan yang tersebar di media. Maybelline adalah salah satu produk kosmetik dari L'oreal dimana seperti yang diberitakan di media, yaitu PT. L'oreal Indonesia, produsen kosmetik asal Perancis, merealisasikan investasi senilai 100 juta Euro atau setara Rp 1,25 Triliun dengan pengoperasian pabrik baru produk perawatan kulit dan rambut, di Cikarang, Bekasi, Jawa Barat. Sehubungan beroperasinya pabrik

tersebut, kapasitas produksi perseroan bertambah sebesar 200 juta unit per tahun (Noviany dan Dharmayani, 2014: 68).

Berdasarkan data tersebut, maka dapat diketahui bahwa Maybelline yang merupakan produk dari L'oreal menghasilkan penjualan yang tinggi sehingga L'oreal berani menginvestasikan dana besar di Indonesia karena tentu menganggap Indonesia merupakan lahan yang kompeten. Revlon merupakan kosmetik impor yang cukup lama masuk ke Indonesia, yaitu sejak tahun 1969 dan hingga sekarang penyebarannya semakin luas sehingga mudah ditemukan di pusat perbelanjaan di Indonesia. Ketiga kosmetik yang lain adalah kosmetik dalam negeri dimana ketiga perusahaan yang memproduksinya adalah ketiga perusahaan produsen dalam negeri yang memegang pangsa pasar kosmetik terbesar (POM RI 2015).

Pemerintah Indonesia atau Presiden telah membentuk sebuah badan yang diberikan tugas tertentu dalam hal pengawasan terhadap obat dan makanan yang disebut dengan Badan Pengawas Obat dan Makanan yang disingkat dengan BPOM. Badan inilah dengan dikoordinasikan oleh Menteri Kesehatan dan Menteri Kesejahteraan Sosial yang diserahkan tugas pengawasan peredaran obat dan makanan di Indonesia, yang dibentuk di masing-masing Provinsi di seluruh Indonesia.

Dalam melakukan pengawasan obat dan makanan Menteri Kesehatan telah mengeluarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 965/MENKES/SK/XI/1992 tentang cara produksi kosmetik yang baik. Dalam undang-undang tersebut tidak diuraikan dengan jelas mengenai pengertian kosmetik tetapi lebih cenderung ke cara pengemasan, cara produksi, pengolahan dll. Tetapi di dalam

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 tentang izin produksi kosmetika yang dimaksud dengan kosmetik ialah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar) atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik. Dari pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kosmetik merupakan sesuatu yang dapat dikonsumsi atau dipakai bagi banyak manusia.

Di era globalisasi ini adalah gerakan perluasan pasar, dan di semua pasar yang berdasarkan persaingan, selalu ada yang menang dan kalah. Perdagangan bebas juga menambah kesenjangan antara negara maju dan negara berkembang, yang akan membawa akibat pada komposisi masyarakat dan kondisi kehidupan mereka. Setiap orang, pada suatu waktu, dalam posisi tunggal/sendiri maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu produk barang atau jasa tertentu.

Keadaan yang universal ini pada beberapa sisi menunjukkan adanya berbagai kelemahan pada konsumen sehingga konsumen tidak mempunyai kedudukan yang aman. Oleh karena itu, secara mendasar konsumen juga membutuhkan perlindungan hukum yang sifatnya universal. Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang

atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya. Dengan demikian, upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan, lebih-lebih menyongsong era perdagangan bebas ini. Maka dari itu diperlukan pengawasan terhadap kosmetik berbahaya yang berBPOM agar aman dipakai oleh masyarakat, maka Presiden telah membentuk sebuah badan pengawasan terhadap obat atau kosmetik berbahaya yaitu Badan Pengawas Obat dan Makanan yang disingkat dengan BPOM.

Seperti kita ketahui bersama tidak jarang adanya oknum-oknum yang dengan sengaja mengambil keuntungan pribadi khususnya dalam hal usaha seperti salah satunya menjual kosmetik terlarang tetapi terdapat label BPOM. Dalam kamus bahasa Indonesia istilah “Pengawasan” berasal dari kata awas yang mempunyai arti memperhatikan baik-baik, dalam arti melihat sesuatu dengan cermat dan seksama, tidak ada lagi kegiatan kecuali memberi laporan berdasarkan kenyataan yang sebenarnya dari apa yang diawasi.

Dalam melakukan pengawasan obat kosmetik Menteri Kesehatan telah mengeluarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VII/2010 tentang izin produksi kosmetika yang mewajibkan semua kosmetik yang beredar harus memenuhi persyaratan mutu, keamanan dan kemanfaatan. Pengawasan kosmetik berbahaya ini menjadi sangat penting mengingat di era

globalisasi maraknya perekonomian yang semakin bebas antara penjual dan pembeli.

Majunya teknologi dan pintarnya pembuatan obat serta kosmetik kadang di manfaatkan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab untuk membuat berbagai ramuan kosmetik berbahaya yang bisa membahayakan para penggunanya, memang makin marak pemalsuan kosmetik dengan bahan berbahaya. Jadi, sebagai konsumen kita harus banyak berhati-hati dengan produk kesayangan yang digunakan sehari-hari, agar tidak berefek buruk pada kesehatan tubuh atau kulit.

2.2.1 Jenis-jenis Kosmetik

Berdasarkan bahan dan penggunaannya serta untuk maksud evaluasi produk kosmetik dibagi 2 golongan: (Erna, 2005: 139).

1. Kosmetik golongan I adalah:
 - a. Kosmetik yang digunakan untuk bayi.
 - b. Kosmetik yang digunakan disekitar mata, rongga mulut dan mukosa lainnya.
 - c. Kosmetik yang mengandung bahan dengan persyaratan kadar dan penandaan.
 - d. Kosmetik yang mengandung bahan dan fungsinya belum lazim serta belum diketahui keamanan dan kemanfaatannya.
2. Kosmetik golongan II, adalah kosmetik yang tidak termasuk golongan I.

Selain tentang produksi dan distribusi kosmetik dalam kebenaran informasi yang akan diterima, maka perlu diperhatikan pula mengenai etiket. Etiket adalah keterangan berupa tulisan dengan atau tanpa gambar yang dilekatkan,

dicetak, diukir, dicantumkan dengan cara apapun pada wadah atau pembungkus. Pada etiket wadah atau pembungkus harus dicantumkan informasi/ keterangan mengenai:

- a. Nama produk.
- b. Nama dan alamat produsen atau importir / penyalur.
- c. Ukuran, isi atau berat bersih.
- d. Komposisi dengan nama bahan sesuai dengan kode kosmetik indonesia atau nomenklatur lainnya yang berlaku.
- e. Nomor izin edar.
- f. Nomor *batch* / kode produksi.
- g. Kegunaan dan cara penggunaan kecuali untuk produk yang sudah jelas penggunaannya.
- h. Bulan dan tahun kadaluwarsa bagi produk yang stabilitasnya kurang dari 30 bulan.
- i. Penandaan lain yang berkaitan dengan keamanan dan atau mutu.

2.2.2 Pengaturan Peredaran Kosmetik

Dasar hukum untuk melaksanakan pendaftaran kosmetik di Indonesia telah mengalami banyak revisi dalam rangka menyesuaikan dengan teknologi informasi yang telah berkembang. Peraturan perundang-undangan yang pertama kali mengatur tentang izin edar adalah Permenkes No.326/MENKES/PER/XII/1976 tentang wajib daftar kosmetika dan alat kesehatan, yang dicabut dan dinyatakan tidak berlaku dengan dikeluarkannya Permenkes No.140/MEN.KES/PER/III/1991 tentang wajib daftar alat kesehatan.

Pada tahun 2004 dikeluarkan Permenkes No.1184/MENKES/PER/X/2004 tentang Pengamanan Alat Kesehatan

dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga Alat Kesehatan, dengan dikeluarkannya Permenkes ini mencabut 4 (empat) permenkes sekaligus, yaitu Permenkes No. 220/MEN.KES/PER/IX/76 tentang Produksi dan Peredaran Kosmetika dan Alat Kesehatan, Permenkes No. 236/MEN.KES/PER/X/1977 tentang Perijinan Produksi Kosmetika dan Alat Kesehatan, Permenkes No. 140/MEN.KES/PER/III/1991 tentang Wajib Daftar Alat Kesehatan, Kosmetika dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga, dan Permenkes No.142/MEN.KES/PER/III/1991 tentang Penyalur Alat Kesehatan.

Dewasa ini yang menjadi payung hukum atas konsumen produk kosmetik adalah Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), didukung pula Peraturan Kepala BPOM RI No. Hk.00.05.42.2995 Tahun 2008 tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetik, Peraturan Kepala BPOM RI No. HK.00.05.1.23.3516 Tahun 2009 tentang Izin Edar Produk Obat, Obat Tradisional, Kosmetik, Suplemen Makanan dan Makanan Yang Bersumber, Mengandung, Dari Bahan Tertentu dan Atau Mengandung Alkohol, serta Keputusan Kepala BPOM No. HK.00.05.4.1745 Tahun 2003 tentang Kosmetik (BPOM RI No. HK.00.05.4.1745).

Penggunaan kosmetik harus disesuaikan dengan aturan pakainya. Misalnya harus sesuai jenis kulit, warna kulit, iklim, cuaca, waktu penggunaan, umur, dan jumlah pemakaiannya sehingga tidak menimbulkan efek yang tidak diinginkan. Sebelum mempergunakan kosmetik, sangatlah penting untuk mengetahui lebih dulu apa yang dimaksud dengan kosmetik, manfaat dan pemakaian yang benar. Maka dari itu perlu penjelasan lebih detail mengenai kosmetik.

Kosmetik sudah dikenal sejak berabad-abad yang lalu. Pada abad ke-19, pemakaian kosmetik mulai mendapat perhatian, yaitu selain untuk kecantikan juga untuk kesehatan. Menurut Tranggono sambil mengutip Jellinek dkk (1970) perkembangan ilmu kosmetik serta industrinya baru dimulai secara besar-besaran pada abad ke-20.

2.2.3 Tujuan Penggunaan Kosmetik

Kosmetik saat ini telah menjadi kebutuhan manusia yang tidak bisa dianggap sebelah mata lagi. Dan sekarang semakin terasa bahwa kebutuhan adanya kosmetik yang beraneka bentuk dengan ragam warna dan keunikan kemasan serta keunggulan dalam memberikan fungsi bagi konsumen menuntut industri kosmetik untuk semakin terpicu mengembangkan teknologi yang tidak saja mencakup peruntukannya dari kosmetik itu sendiri namun juga kepraktisannya didalam penggunaan (Lina Pangaribuan, 2017: 20-21).

Tujuan utama penggunaan kosmetik pada masyarakat modern adalah untuk kebersihan pribadi, meningkatkan daya tarik melalui *make up*, meningkatkan rasa percaya diri dan perasaan tenang, melindungi kulit dan rambut dari kerusakan sinar ultraviolet, polusi dan faktor lingkungan yang lain, mencegah penuaan, dan secara umum membantu seseorang lebih menikmati dan menghargai hidup.

Seseorang yang menggunakan produk kosmetik tentulah karena adanya daya tarik kosmetik yang dibelinya tersebut, misalnya ketertarikan terhadap fungsi dari kosmetik tersebut, kepraktisan dari pemakaian, dan dampak yang ditimbulkan oleh pemakaian kosmetik itu. Konsumen haruslah selektif dalam memilih produk kosmetik sehingga dampak negatif dari pemakaian kosmetik seperti, kulit

wajah menjadi kusam, pucat, kering, pecah-pecah, dan dampak lain dapat dihindari (Djajadisastra, 2005: 11).

2.2.4 Efek Samping Kosmetik

Ada berbagai reaksi negatif yang disebabkan oleh kosmetik yang tidak aman pada kulit maupun sistem tubuh, antara lain: (Tranggono dkk, 2007: 20).

1. Iritasi: reaksi langsung timbul pada pemakaian pertama kosmetik karena salah satu atau lebih bahan yang dikandungnya bersifat iritan. Sejumlah deodorant, kosmetik pemutih kulit (misalnya kosmetik impor Pearl Cream yang mengandung merkuri) dapat langsung menimbulkan reaksi iritasi.
2. Alergi: reaksi negatif pada kulit muncul setelah dipakai beberapa kali, kadang-kadang setelah bertahun-tahun, karena kosmetik itu mengandung bahan yang bersifat alergenik bagi seseorang meskipun tidak bagi yang lain.
3. Fotosensitisasi: reaksi negatif muncul setelah kulit yang ditemeli kosmetik terkena sinar matahari karena salah satu atau lebih dari bahan, zat pewarna, zat pewangi yang dikandung oleh zat kosmetik itu bersifat photosensitizer.
4. Jerawat (*acne*): beberapa kosmetik pelembab kulit yang sangat berminyak dan lengket pada kulit, seperti yang diperuntukkan bagi kulit kering di iklim dingin, dapat menimbulkan jerawat bila digunakan pada kulit yang berminyak. Terutama di negara-negara tropis seperti di Indonesia karena kosmetik demikian cenderung menyumbat pori-pori kulit bersama kotoran dan bakteri.

5. Intoksikasi: keracunan dapat terjadi secara local maupun sistemik melalui penghirupan melalui hidung atau penyerapan lewat kulit. Terutama jika salah satu atau lebih bahan yang dikandung kosmetik itu bersifat toksik.
6. Penyumbatan fisik: penyumbatan oleh bahan-bahan berminyak dan lengket yang ada dalam kosmetik tertentu, seperti pelembab atau dasar bedak terhadap pori-pori kulit atau pori-pori kecil pada bagian tubuh yang lain. Ada dua efek atau pengaruh kosmetik terhadap kulit, yaitu efek positif dan efek negatif. Tentu saja yang diharapkan adalah efek positifnya, sedangkan efek negatifnya tidak diinginkan karena dapat menyebabkan kelainan-kelainan kulit.

2.2.5 Penggolongan Kosmetik

Kosmetik yang beredar di pasaran sekarang ini dibuat dengan berbagai jenis bahan dasar dan cara pengolahannya. Menurut bahan yang digunakan dan cara pengolahannya, kosmetik dapat dibagi menjadi 2 golongan besar, yaitu kosmetik tradisional dan kosmetik modern.

1. Kosmetik Tradisional

Kosmetik tradisional adalah kosmetik alamiah atau kosmetik asli yang dapat dibuat sendiri langsung dari bahan-bahan segar atau yang telah dikeringkan, buah-buahan dan tanam-tanaman disekitar kita. Cara tradisional ini merupakan kebiasaan atau tradisi yang diwariskan turun-temurun dari leluhur atau nenek moyang kita.

2. Kosmetik Modern

Kosmetik modern adalah kosmetik yang diproduksi secara pabrik (laboratorium), dimana telah dicampur dengan zat-zat kimia untuk mengawetkan kosmetik tersebut agar tahan lama, sehingga tidak cepat rusak.

Dalam kehidupan sehari-hari tidak hanya makanan dan pakaian saja yang harus diperhatikan kehalalannya, mulai dari hal kecil hingga kehal yang paling besar salah satu contohnya dalam memilih alat dan produk kecantikan. Banyak orang sekarang yang sangat mengedepankan kehalalan pada produk kecantikan karena di zaman yang sekarang kosmetik menjadi kebutuhan yang sangat penting (Tranggono dkk, 2007).

Namun bukan sedikit dari masyarakat yang tidak peduli dengan kehalalan yang tertera pada produk kosmetik yang mereka konsumsikan, karena menurut mereka masih ada produk kosmetik yang kualitas dan kuantitasnya lebih bagus dari pada yang berlabel halal. Yang pada dasarnya mereka peranggapan sama saja antara kedua produk tersebut.

Setiap muslim diperintahkan untuk menggunakan (mengonsumsi) produk yang *halalān thoyibban* (halal lagi baik). Baik disini dipandang memberikan manfaat dan tidak berbahaya. Produk tersebut tidak hanya soal makanan dan minuman saja. Kosmetik yang mungkin hanya untuk pemakaian luar pun juga diharuskan untuk menggunakan kosmetik yang halal. Dalam panduan umat Islam, Al Quran dan Al Hadits, bahan yang disebutkan haram atau belum jelas halal haram nya (*subhat*) jumlahnya lebih sedikit bila dibandingkan dengan bahan yang mubah atau halal.

Kosmetik haram menurut MUI dalam laman webnya, pastihalal.com menyebutkan bahwa Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang berisi tentang ketentuan hukum dan rekomendasi tentang penggunaan kosmetik. Berikut adalah ketentuan penggunaan kosmetik dan rekomendasi penggunaan kosmetik berdasarkan fatwa MUI:

Penggunaan kosmetika untuk kepentingan berhias hukumnya boleh dengan syarat, bahan yang digunakan adalah halal dan suci, ditujukan untuk kepentingan yang dibolehkan secara syar'i; dan tidak membahayakan.

1. Penggunaan kosmetik dalam (untuk dikonsumsi/masuk ke dalam tubuh) yang menggunakan bahan yang najis atau haram hukumnya haram.
2. Penggunaan kosmetik luar (tidak masuk ke dalam tubuh) yang menggunakan bahan yang najis atau haram selain babi dibolehkan dengan syarat dilakukan penyucian setelah pemakaian (*tathir syar'i*).
3. Penggunaan kosmetik yang semata-mata berfungsi *tahsiniyyat*, tidak ada ruksyah (keringanan) untuk memanfaatkan kosmetika yang haram.
4. Penggunaan kosmetik yang berfungsi sebagai obat memiliki ketentuan hukum sebagai obat, yang mengacu pada fatwa terkait penggunaan obat-obatan.
5. Produk kosmetik yang mengandung bahan yang dibuat dengan menggunakan *mikrobia* (antibiotik) hasil rekayasa genetika yang melibatkan gen babi atau gen manusia hukumnya haram.
6. Kosmetik yang menggunakan bahan (bahan baku, bahan aktif, dan/atau bahan tambahan) dari turunan hewan halal (berupa

lemak atau lainnya) yang tidak diketahui cara penyembelihannya hukumnya makruh tahrir, sehingga harus dihindari.

7. Kosmetika yang menggunakan bahan dari produk *mikrobia*(antibiotik) yang tidak diketahui media pertumbuhan mikrobanya apakah dari babi, harus dihindari sampai ada kejelasan tentang kehalalan dan kesucian bahannya.

MUI juga merekomendasikan penggunaan kosmetik yang aman adalah sebagai berikut: (Agustus: 2018).

1. Masyarakat dihimbau untuk memilih kosmetik yang suci dan halal serta menghindari penggunaan produk kosmetik yang haram dan najis, *makruh tahrir* dan yang menggunakan bahan yang tidak jelas kehalalan serta kesuciannya.
2. Pemerintah mengatur dan menjamin ketersediaan kosmetik halal dan suci dengan menjadikan fatwa ini sebagai pedoman.
3. Usaha diminta untuk memastikan kesucian dan kehalalan kosmetik yang diperjual belikan kepada umat Islam.
4. LP.POM MUI tidak melakukan sertifikasi halal terhadap produk kosmetik yang menggunakan bahan haram dan najis, baik untuk kosmetik dalam maupun luar.
5. LP.POM MUI tidak melakukan sertifikasi halal terhadap produk kosmetik yang menggunakan bahan yang tidak jelas kehalalan dan kesuciannya, sampai ada kejelasan tentang kehalalan dan kesucian bahannya.

Kosmetik haram menurut MUI adalah:

Bahan haram dalam Kosmetik Menurut MUI selain membuat ketentuan hukum dan rekomendasi penggunaan kosmetik, MUI juga

menyebutkan beberapa bahan atau unsur yang termasuk najis dan meragukan. Bisa saja unsur tersebut ada di dalam produk kosmetik.

Unsur-unsur tersebut antarlain sebagai berikut:

1. Unsur haram yang tidak boleh ada di dalam kosmetik diantaranya:
 - Unsur dari babi dan anjing.
 - Unsur hewan buas.
 - Unsur tubuh manusia.
 - Darah.
 - Bangkai.
 - Hewan halal yang penyembelihannya tidak sesuai dengan syariat Islam.
 - Khamar (alkohol).
2. Unsur syubhat (meragukan) yang harus diwaspadai oleh konsumen adalah:
 - *Plasenta.*
 - *Gliserin.*
 - *Kolagen.*
 - *Lactic Acid.*
 - *Hormon.*

Disisi lain, Islam merupakan agama yang menaruh perhatian pada persoalan kebersihan, kesucian serta keindahan tersebut. Islam bahkan menganjurkan merawat dan memelihara diri. Terkait dengan keindahan kesucian, Allah SWT berfirman:

ن وَالْيَتَامَىٰ وَالْأَقْرَبِينَ فَلِلْوَالِدَيْنِ حَيْرٌ مِّنْ أَنْفَقْتُمْ مَّا قَلَّ يَنْفِقُونَ مَاذَا يَسْأَلُونَكَ
عَلَيْمٌ بِهِ ۗ اللَّهُ فَإِنْ حَيْرٌ مِّنْ تَفَعَّلُوا وَمَا السَّبِيلُ وَالْمَسْكِي

Artinya: “Sesungguhnya Allah SWT mencintai orang-orang yang bertaubat dan mencintai orang-orang menyucikan diri.” [QS. Al-Baqarah (2): 222].

Allah SWT juga berfirman :

لَا إِنَّهُ تَسْرِفُونَ وَلَا وَأَشْرَبُوا وَكُلُوا مَسْجِدٍ كُلِّ عِنْدَ زَيْتِكُمْ خُذُوا أَدَمَ يَبْنِي ۖ
الْمُسْرِفِينَ يُحِبُّ

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap memasuki masjid, makan dan minumlah dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah SWT tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” [QS. al-A’raf (7): 31].

Kosmetik perawatan kulit wajah maupun kosmetik riasan wajah dapat memberikan pengaruh positif maupun pengaruh negatif terhadap kulit jika kurang baik bahan-bahan serta cara pengolahannya. Akibat atau pengaruh yang ditimbulkan kosmetik terhadap kulit ada dua macam yakni:

Pengaruh positif, pemakaian kosmetika diharapkan kulit menjadi bersih, sehat dan segar serta menjadi lebih muda. Hal ini akan dapat dicapai dengan cara pemilihan kosmetik yang tepat sesuai dengan jenis kulit dan teknik/cara pemakaian yang tepat serta teratur.

Pengaruh negatif, pengaruh negatif sangat tidak diharapkan dan tidak diinginkan terjadi, karena akan menimbulkan kelainan-kelainan

pada kulit, mungkin saja kulit menjadi gatal-gatal, kemerahan, bengkak-bengkak ataupun timbul noda-noda hitam (Hayatunnufus, 2009:37-38).

2.3Minat Beli

2.3.1 Pengertian Minat

Minat adalah suatu perpaduan keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi (Tampubolon, 1991: 41). Minat juga diartikan sebagai penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat sangat besar pengaruhnya dalam mencapai prestasi dalam suatu pekerjaan, jabatan, atau karir (Djali, 2008: 121).

Minat juga memiliki arti sebagai suatu kecendrungan jiwa dan daya gerak yang mendorong seseorang untuk merasa tertarik dan senang pada seseorang, benda dan kegiatan tertentu (Ahmadi, 1998:151). Minat juga berarti rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh (Slameto, 1987: 180).

2.3.2 Pengertian Beli

Beli adalah memperoleh sesuatu melalui penukaran, secara etimologi beli dapat diartikan sebagai pertukaran sesuatu dengan sesuatu (yang lain). Namun secara terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikan jual beli tersebut antara lain adalah:

Menurut ulama Hanafiyah, beli adalah pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan).

1. Menurut Imam Nawawi, dalam *al-majmu* yang dimaksud dengan beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan.
2. Menurut Ibnu Qudama, dalam kitab *al-mugni* yang dimaksud dengan jual beli adalah pertukaran harta dengan harta, untuk dijadikan hak milik (Syafei, 200: 73).

Jadi dapat disimpulkan bahwa, minat beli adalah dorongan yang timbul dalam diri seseorang dalam membeli barang atau jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan (Charty, 2002: 298).

Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima ransangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya membeli agar dapat memilikinya (Kotler, 2005:205).

2.4 Teori Studi Komparatif

Studi komparatif terdiri dari dua suku kata yaitu “studi” dan “komparatif”. Dalam kamus bahasa Indonesia “studi” berarti penelitian, kajian atau telaah (Depdiknas, 2007: 1093). Sedangkan “komparatif” yaitu berkenaan atau berdasarkan perbandingan (Depdiknas, 2007: 584). Jadi jika pengertian di atas disatukan maka pengertian studi komparatif adalah penelitian ilmiah atau kajian berdasarkan dengan perbandingan.

Pendapat Aswarni yang dikutip Suharsimi Arikunto (1997:236) menyebutkan bahwa Penelitian komparatif akan menemukan persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaan tentang benda, orang, prosedur kerja, ide, kritik terhadap orang, kelompok, terhadap suatu idea atau suatu prosedur kerja.

Studi atau penelitian komparatif juga bermakna sejenis penelitian deskriptif yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab akibat, dengan menganalisa faktor-faktor penyebab terjadinya atau munculnya suatu fenomena tertentu. Jadi studi komparatif adalah penelitian yang bertujuan untuk membandingkan dua variabel atau lebih, untuk mendapatkan jawaban atau fakta apakah ada perbandingan atau tidak dari objek yang sedang diteliti (Nasir, 1988:68).

Sedangkan penelitian komparatif menurut Sugiyono (2014:54) adalah penelitian yang membandingkan keadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau dua waktu yang berbeda.

Dengan menggunakan metode komparasi ini peneliti bermaksud untuk menarik sebuah konklusi dengan cara membandingkan ide-ide, pendapat-pendapat dan pengertian agar mengetahui sebesar mana pengaruh kosmetik yang berlabel label halal pada masyarakat kecamatan Syiah Kuala dan masyarakat di kecamatan Kuta Alam.

2.4.1 Keunggulan dan Kelemahan Studi Komparatif

Dalam studi komparatif ini, memang sangat sulit untuk mengetahui faktor-faktor penyebab yang dijadikan dasar pembandingan, sebab penelitian komparatif tidak mempunyai kontrol. Hal ini semakin nyata kesulitannya jika kemungkinan-kemungkinan hubungan antar fenomena banyak sekali jumlahnya. Studi komparatif ini banyak sekali dilakukan jika metode eksperimen tidak dapat diperlukan. Bidang studi dapat mencakup kehidupan kota dan desa, dengan membandingkan pengaruh sebab akibat dari makanan, rekreasi, waktu kerja, ketenangan kerja, dan sebagainya.

Penelitian komparatif dapat dilakukan untuk mencari pola tingkah laku serta prestasi belajar dengan membedakan unsur, waktu masuk sekolah, asal sekolah dan lain-lain. Metode penelitian komparatif adalah bersifat *ex post facto*. Artinya, data dikumpulkan setelah semua kejadian yang dikumpulkan telah selesai berlangsung. Peneliti dapat melihat akibat dari data-data yang tersedia (Arifin, 2011: 46).

a. Keunggulan Studi Komparatif

1. Metode komparatif dapat mensubstitusikan metode eksperimen.
2. Dengan adanya teknik yang lebih mutakhir serta alat statistik yang lebih maju, membuat penelitian komparatif dapat mengadakan estimasi terhadap parameter-parameter hubungan kausal secara lebih efektif.

b. Kekurangan Studi Komparatif

1. Karena penelitian komparatif sifatnya *ex post facto*, maka penelitian tersebut tidak mempunyai kontrol terhadap variabel bebas. Penelitiannya berpegang pada penampilan variabel sebagaimana adanya, tanpa kesempatan mengatur kondisi ataupun mengadakan manipulasi terhadap beberapa variabel. Karena itu, peneliti diharapkan mempunyai cukup banyak alasan dalam mempertahankan hasil hubungan-hubungan kausal yang ditemukan, dan dapat mengajukan hipotesa-hipotesa saingan untuk membuat justifikasi terhadap kesimpulan-kesimpulan yang ditarik.

2. Sukar memperoleh kepastian, apakah faktor-faktor penyebab suatu hubungan kausal yang diselidiki benar-benar relevan.
3. Karena faktor-faktor penyebab bukan bekerja secara merdeka, tetapi saling berkaitan antara satu dengan lain, maka interaksi antar faktor-faktor tunggal sebagai penyebab atau akibat terjadinya suatu fenomena sukar diketahui.
4. Adakalanya dua atau lebih faktor memperlihatkan adanya hubungan, tetapi belum tentu bahwa hubungan yang diperlihatkan adalah hubungan sebab akibat. Mungkin saja hubungan variabel tersebut dikarenakan adanya keterkaitan dengan faktor-faktor lain diluar itu.
5. Mengkategorisasikan dalam dikhotomi (misalnya dalam kategori pandai bodoh, tua muda, dan sebagainya) untuk tujuan perbandingan dapat menjurus kepada pengambilan keputusan dan kesimpulan yang salah akibat kategori-kategori dikhotomi yang dibuat mempunyai sifat kabur, bervariasi, samar-samar dan tidak kokoh (Nazir, 2005: 58).

2.4.2 Macam-Macam Penelitian Komparatif

1. Penelitian Non-hipotesis

Dalam penelitian non-hepotesis peneliti mengadakan komparatif fenomena dengan standarnya. Oleh karena itu, sebelum memulai penelitian kancah, harus ditetapkan dahulu standarnya. Tentu saja penentuan standar ini harus

dilakukan berdasarkan landasan yang kuat misalnya hukum, peraturan, hasil lokakarya, dan sebagainya. Selanjutnya standar ini dijadikan sejauh mana fenomena mencapai standar.

2. Penelitian Berhipotesis

Ditinjau dari analisis data, perbedaan antara penelitian non-hipotesis dengan penelitian berhipotesis terletak pada belum dan telah dirumuskannya kesimpulan sementara oleh peneliti. Dalam peneliti non-hipotesis, peneliti belum mempunyai jawaban. Penelitian mulai dengan melakukan penelitiannya, akhirnya sampai pada suatu kesimpulan yang didasarkan atas data yang diperoleh setelah melalui proses analisis. Sebenarnya langkah bagi penelitian hipotesis pun sama seperti langkah penelitian non-hipotesis, sampai dengan analisis datanya. Setelah diperoleh angka akhir dari analisis barulah peneliti melihat kembali kepada hipotesis yang telah dirumuskannya.

2.4.3 Ciri-ciri dan Langkah-langkah Penelitian Komparatif

1. Ciri-ciri Penelitian Komparatif

Penelitian komparatif bersifat data dikumpulkan setelah semua kejadian yang dipersoalkan berlangsung (lewat). Peneliti mengambil satu atau lebih akibat (*sebagai dependent variables*) dan menguji data itu

dengan menelusuri kembali kemasa lampau untuk mencari sebab-sebab, saling hubungan dan maknanya.

2. Langkah-langkah pokok Penelitian Komparatif:
 - a. Definisikan masalah.
 - b. Lakukan penelaahan kepustakaan.
 - c. Rumuskan hipotesis-hipotesis.
 - d. Rumuskan asumsi-asumsi yang mendasari hipotesis-hipotesis itu serta prosedur-prosedur yang akan digunakan.
 - e. Rancang cara pendekatannya.
 - f. Validasikan teknik untuk mengumpulkan data itu, dan interpretasikan hasilnya dalam cara yang jelas dan cermat.
 - g. Kumpulkan dan analisis data.

2.5 Teori Konsumsi

Konsumsi secara umum diartikan sebagai penggunaan barang-barang dan jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia. Konsumsi sebagai pembelanjaan yang dilakukan oleh rumah tangga atas barang-barang dan jasa-jasa untuk konsumen akhir atau dibutuhkan oleh seseorang atau masyarakat dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang melakukan pekerjaan tersebut (Todaro, 2002:213).

Konsumsi juga diartikan sebagai semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Barang dan jasa yang digunakan dalam proses produksi tidak termasuk konsumsi, karena barang dan jasa itu tidak digunakan untuk memenuhi

kebutuhan hidup manusia. Barang dan jasa dalam proses produksi ini digunakan untuk memproduksi barang lain (Michael, 2001:49).

Michael juga mengartikan konsumsi adalah barang yang langsung dapat dipakai untuk memenuhi kebutuhan hidup, sedangkan barang produksi adalah barang yang dipergunakan untuk menghasilkan barang lain. Individu yang mengkonsumsi disebut konsumen dan pengusaha yang memproduksi disebut produsen. Konsumsi merupakan besarnya belanja yang dikeluarkan oleh setiap rumah tangga dalam satu bulan untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik makanan maupun bukan makanan.

Teori konsumsi Islam menurut Adiwarmanto Karim, (Karim, 2006: 67). Membuat persamaan menjadi:

$$Y=(C+Infaq) +S \quad Y=(C+Infaq) +S$$

Aturan dan kaidah konsumsi dalam sistem ekonomi Islam menganut paham keseimbangan dalam berbagai aspek. Konsumsi yang dijalankan oleh seorang muslim tidak boleh mengorbankan kemaslahatan individu dan masyarakat. Kemudian, tidak diperbolehkan mendikotomi antara kenikmatan dunia dan ahirah, bahkan sikap ekstrim pun harus dihindari dalam berkonsumsi. Larangan atas sikap *tabzir* dan *israf* bukan berarti mengajak seorang muslim untuk bersikap bakhil dan kikir, akan tetapi mengajak kepada konsep keseimbangan, karena sebaik-baiknya perkara adalah pertengahan. Seperti firman Allah SWT QS. Al-Isra': 29.

مَحْسُورًا مَلُومًا فَتَقَعْدَ الْبَسِطِ كُلِّ تَبَسُّطِهَا وَلَا عُنُقِكَ إِلَى مَغْلُوبَةٍ يَدِكَ تَجْعَلْ وَلَا



Arinya: “Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal” [Q.S Al-Isra’ (17): 29].

2.5.1 Kegiatan Konsumsi dalam Islam

1. Tidak boleh berlebih lebihan.

Jika manusia dilarang untuk berlebih-lebihan itu berarti manusia sebaiknya melakukan konsumsi seperlunya saja. Seperti firman Allah SWT dalam QS. Al-A’raf: 31.

لَا إِنَّهُ دَسْرِفُوًّا وَلَا وَاشْرَبُوا وَكُلُوا مَسْجِدِ كُلِّ عِنْدَ زِينَتِكُمْ خُذُوا أَدَمَ يَبْنِي ۞

الْمُسْرِفِينَ تُحِبُّ

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah SWT tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan [Q.S Al-A’raf (7): 31].

Berdasarkan ayat ini maka sikap mengurangi kemubadziran, sifat sok pamer, mengkonsumsi barang-barang yang tidak perlu, dalam bahasa ekonomi perilaku konsumsi Islami yang tidak berlebihan. Maka pola konsumsi Islam lebih didorong oleh fakta kebutuhan (needs) daripada keinginan (wants). Kebutuhan tidak terbatas pada kebutuhan pribadi atau

keluarga tetapi juga kebutuhan sesama manusia yang dekat dengan kita. Sebagaimana sabda Nabi Muhammad SAW “*Tidak termasuk seorang mukmin apabila dia kenyang sedangkan tetangga disampingnya dibiarkan lapar, padahal ia mengetahui*” (Zuhri, 1992:423).

2. Mengonsumsi yang halal dan *thayyib*.

Konsumsi seorang muslim dibatasi pada barang-barang yang halal dan *thayyib*, seperti dalam al-quran surat Al-Baqarah: 172.

سَاهُ كُنْتُمْ إِن لِّلّهِ وَأَشْكُرُوا رَزَقْنَاكُمْ مَا طَيَّبْتُمْ مِنْ كُلِّ أَمْنٍ وَالَّذِينَ يَتَأْتِيهَا

تَعْبُدُونَ ۗ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah SWT, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah”[Q.S Al-Baqarah (2): 172].

Tidak ada permintaan terhadap barang haram. Barang yang sudah dinyatakan haram untuk dikonsumsi otomatis tidak lagi memiliki nilai ekonomi, karena itu tidak boleh diperjual belikan. Barang yang halal tidak dapat dikonsumsi sebanyak yang diinginkan, harus dibatasi sebatas cukupnya (keperluan), demi menghindari kemewahan, berlebihan dan kemubadziran (Edwin, 2006: 20).

Dalam menjelaskan konsumsi, kita mengasumsikan bahwa konsumen cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum. Hal ini sesuai dengan rasionalitas Islam bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan masalah yang diperolehnya. Keyakinan bahwa ada kehidupan dan pembalasan yang adil di akhirat serta informasi yang berasal dari Allah SWT

adalah sempurna akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan konsumsi (Ritonga, 2010: 103).

2.6 Penelitian Terdahulu

Beberapa kajian dan literatur yang relevan serta dapat dijadikan rujukan maupun perbandingan dalam pembahasan skripsi. Dengan begitu diharapkan terbentuknya kajian yang kuat dari berbagai sumber yang sudah mengalami pengujian sebelumnya untuk keaslian dari penelitian ini. Berikut ini salah satu penelitian yang relevan dengan topik yang akan dilakukan peneliti adalah:

Penelitian yang dilakukan oleh Helsy Zella Rafita tahun 2012 dengan judul “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik”. Dalam jurnalnya tersebut saudari Helsy Zella Rafita berupaya menjawab permasalahan berkenaan dengan produk kecantikan pada mahasiswa yang dipengaruhi oleh label halal. Dari hasil penelitian ini, dapat diambil kesimpulannya yaitu Variabel label halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dilihat dari signifikan. Label Halal sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan yaitu 0,05 dan dapat juga dilihat dari t hitung sebesar 6.751 yang berarti t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 1.662.

Keputusan pembelian mahasiswi didasarkan dengan adanya label halal pada kemasan produk, pemilihan produk berlabel halal didasarkan pada keyakinan dan sikap mahasiswi untuk membeli produk berlabel halal. Pernyataan ini sesuai dengan Philip Kotler yang mengatakan bahwasannya keyakinan dan sikap mempengaruhi perilaku pembelian individu, dan keputusan mahasiswi menggunakan produk kosmetik halal, hal ini sesuai dengan konsumsi dalam Islam.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan yang akan peneliti lakukan adalah membahas tentang pengaruh label halal dalam meningkatkan minat beli masyarakat. Metode yang digunakan dalam penelitian sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan yang akan dilakukan adalah lokasi dan fokus penelitiannya, pada penelitian sebelumnya hanya dilakukan pada satu daerah saja sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan ini akan dilakukan pada dua lokasi yang berbeda. Peneliti memfokuskan produk kosmetik halal pada mahasiswa dan masyarakat non muslim, sedangkan pada penelitian di atas memfokuskan hanya pada mahasiswa di Universitas saja.

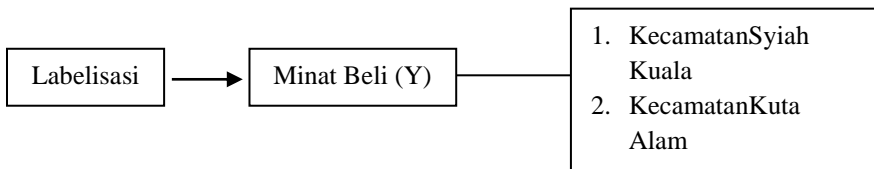
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Penulis	Judul	Metode Penelitian	Hasil penelitian
1. Yusnita	Pengaruh label halal terhadap minat beli kosmetik perawatan dan riasan pada mahawiswi prodi pendidikan tata rias dan dan kecantikan jurusan kesehatan kesejahteraan keluarga fakultas teknik universitas padang (2013).	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, salah satunya metode wawancara dalam mendapatkan data.	Kesimpulan dari penelitian ini adalah, hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan namun memiliki hubungan yang positif antara label halal terhadap minat beli. Hasil analisis menunjukkan bahwa label halal berada pada persentase 55% dengan kategori rendah, dan minat beli diperoleh persentase sebesar 81% dengan kategori tinggi.

<p>2. Lilik Andriani</p>	<p>Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Bandar Lampung (2015).</p>	<p>Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif salah satunya metode <i>library research</i> (penelitian pustaka).</p>	<p>Hasil penelitian dalam jurnal ini adalah, variabel paling berkontribusi tertinggi terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah yaitu bahan baku. Variabel paling kecil pengaruhnya terhadap keputusan pembelian yaitu proses pembuatan. Variabel proses pembuatan, bahan baku, dan efek yang ditimbulkan berperan dalam keputusan pembelian kosmetik Wardah sebesar 85,4% sedangkan sisanya 14,6% dipengaruhi oleh variabel lain.</p>
<p>3. Helsy Zella Rafita</p>	<p>Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (2012).</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, mulai dari pengumpulan data sampai pada penarikan kesimpulan, teknik analisis data</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah Variabel label halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dilihat dari signifikan. Label Halal sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi</p>

		menggunakan menggunakan analisis kuantitatif.	yang digunakan yaitu 0,05 dan dapat juga dilihat dari t hitung sebesar 6.751 yang berarti t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 1.662.
--	--	---	--

2.7 Kerangka Pemikiran



2.8 Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah kesimpulan sementara, dan kesimpulan sementara tersebut harus dibuktikan kebenarannya (Surachman, 1986: 58). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha: Terdapat pengaruh antara label halal dengan minat beli masyarakat di Kecamatan Syiah Kuala.

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara label halal dengan minat beli masyarakat di Kecamatan Syiah Kuala.

Ha: Terdapat pengaruh antara label halal dengan minat beli masyarakat di Kecamatan Kuta Alam.

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara label halal dengan minat beli masyarakat di Kecamatan Kuta Alam.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang pengolahan datanya berupa angka yang menggunakan analisis statistik deskriptif (Istijanto, 2009: 94). Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara menggambarkan data yang terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sunyoto, 2013: 85).

Prajitno mengutip pendapat (Donmoyer, 2013: 1) berargumen bahwa penelitian kuantitatif adalah pendekatan-pendekatan terhadap kajian-kajian empiris untuk mengumpulkan, menganalisa, dan menampilkan data dalam bentuk numerik daripada naratif. Pendekatan kuantitatif adalah cara pandang atau melihat penelitian dari aspek kuantitas data.

3.2 Sumber Data

Sumber ialah tempat atau orang dimana data diperoleh. Sedangkan data adalah fakta yang dijaring berdasarkan kerangka teoritis tertentu. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh lewat pengamatan atau wawancara langsung dengan narasumber. Dalam hal ini adalah masyarakat yang ada di Kecamatan Kuta Alam dan

mahasiswi yang berada di Kecamatan Syiah Kuala untuk mendapatkan info guna penyusunan skripsi ini.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti yang diperoleh lewat dokumentasi dan catatan-catatan yang berkaitan dengan objek penelitian, misalnya buku-buku, artikel, dan karya ilmiah (Basrowi dan Suwandi, 2008: 22).

3.3 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian yaitu suatu tempat yang dijadikan objek penelitian dengan cara memberikan alasan yang logis mengapa tempat tersebut dipilih sebagai lokasi penelitian. (Syofian, 2010: 128). Adapun dalam penelitian ini lokasi penelitian dilaksanakan padakecamatan Syiah Kuala dan kecamatan Kuta Alam. Lokasi penelitian ini dipilih karena di kecamatan Syiah Kuala banyak terdapat kalangan pelajar yang merupakan salah satu wilayah yang strategis untuk menguji minat beli kosmetik. Sedangkan di kecamatan Kuta Alam terdiri dari beragam masyarakat baik yang muslim maupun yang non muslim yang belum diketahui pasti kosmetik apa yang lebih menarik di kecamatan tersebut.

Sedangkan waktu adalah keseluruhan dari jalannya penelitian yang berkaitan dengan pengambilan data saat penelitian (Etta Mamang Sangadji, 2010: 171). Waktu dan tanggal penelitian dilakukan pada bulan Desember 2018. Penelitian dilakukan kepada para masyarakat yang berkedudukan di kecamatan Syiah Kuala dan kecamatan Kuta Alam dari umur 15 tahun sampai 55.

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011:90). Dalam suatu penelitian dibutuhkan populasi sebagai sasaran untuk memperoleh data dan informasi untuk menjawab permasalahan penelitian.

Dalam hubungannya dengan objek penelitian, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat yang ada di kecamatan Syiah Kuala dan kecamatan Kuta Alam.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2011: 91) Sampel merupakan bagian dari populasi yang diteliti. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dimana peneliti menentukan sendiri pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Mengingat jumlah masyarakat di kecamatan Syiah Kuala dan kecamatan Kuta Alam yang berjumlah sangat banyak dan dalam penelitian ini penulis hanya mengambil 80 orang sampel dari kedua kecamatan yaitu 40 orang sampel di kecamatan Syiah Kuala dan 40 orang sampel di kecamatan Kuta Alam. Seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi

penelitiannya. Sampelnya adalah masyarakat di kecamatan Syiah Kuala dan kecamatan Kuta Alam.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan penelitian lapangan (*field research*) melalui kuisisioner. Teknik kuisisioner merupakan suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan atau pernyataan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, angket disebarakan kepada responden (Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, 2009: 70). Tujuan penyebaran angket adalah untuk mencari informasi yang lengkap mengenai variabel atau masalah yang diteliti.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan pendekatan kuantitatif (Sugiyono: 2014, 50-51).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis regresi sederhana, yaitu didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Minat Beli

a = *intercep*, perbedaan besarnya rata-rata variabel Y ketika

variabel X = (α)

b = *slope*, perkiraan besarnya perubahan nilai variabel Y ketika variabel X berubah satu unit pengukuran

X = Labelisasi Halal

$\alpha\beta$ = Adalah parameter yang nilainya tidak diketahui sehingga di duga menggunakan statistik sampel.

e = Standar error

Kriteria yang peneliti gunakan adalah apabila $t_{tabel} \geq t_{hitung}$, maka H_0 diterima. Nilai diinterpretasikan sesuai dengan tabel berikut (Sugiono, 2013: 231):

Tabel 3.1 Interpretasi nilai t

Besarnya nilai t	Interpretasi
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-0,1000	Sangat Kuat

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesis, maka terlebih dilakukan uji asumsi klasik. Adapun uji asumsi klasik ini meliputi:

1. Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi dengan normal/baik. Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak (Priyanto, 2011: 137). Jadi dalam hal ini yang diuji normalitas bukan masing-masing variabel independnt dan dependent tetapi nilai residual yang dihasilkan dari model regresi.

Model regresi yang baik adalah yang memiliki residual yang terdistribusikan secara normal. Data normal adalah data yang membentuk titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal (Husaini, 2012: 77). Hasil dari regresi dapat diperoleh dengan grafik normal *P-Plot*. Selain dari grafik histogram dan *P-Plot*, untuk menguji normalitas dengan nilai dapat menggunakan metode *Kolmogrov-Smirnov*.

Pengujian hipotesa *Kolmogrov-Smirnov* sebagai berikut:

- Nilai signifikan atau nilai probabilitas $< 0,1$ distribusi data adalah tidak normal,
- Nilai signifikan atau nilai probabilitas $> 0,1$ distribusi data adalah normal.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas adalah alat uji bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Ada cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residual SRESID (Ghozali, 2008: 113).

Dasar analisis heterokedastisitas adalah:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang membentuk pola yang teratur, maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R Square (R^2) atau kuadrat R menunjukkan koefisien determinasi. Untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y maka digunakan koefisien determinasi (KD) yang merupakan koefisien korelasi yang biasanya dinyatakan dengan presentase (%). Jika nilai koefisien determinasi semakin kecil (mendekati nol) berarti semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependennya. Jika nilai R^2 semakin mendekati 100% maka semakin besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen (Priyanto, 2010 : 195).

3.7 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Arikunto, 2010: 38). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu:

3.7.1 Variabel Independen

Variabel Independen (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat) (Sugiyono, 2011: 61). Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah labelisasi halal.

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (variabel bebas) (Sugiyono, 2011: 61). Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah minat beli masyarakat.

3.8 Uji Instrumen Penelitian

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Dan sebelum kuesioner tersebut digunakan, terlebih dahulu harus diuji kualitasnya. Selain itu pengujian tersebut dilakukan untuk meyakinkan bahwa kuesioner yang akan disusun benar-benar baik dan dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Untuk melakukan pengujiannya, maka dapat digunakan dua alat uji, yaitu:

3.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang diukur. Uji Validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisioner atau skala, apakah item-item pada kuisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang diukur. Dalam penentuan layak atau tidak layaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05 artinya suatu item dianggap valid berkorelasi signifikan terhadap skor total (Priyanto, 2010: 90).

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrument yang sudah dapat dipercaya juga, apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kali pun diambil, tetap akan sama. Reabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu. *Reliable* artinya dapat di percaya, jadi dapat diandalkan. Alat ukur yang digunakan adalah *cronbachalpha* melalui program komputer *Excel Statistic Analysis &SPSS*. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbachalpha* $>0,06$. (Priyanto, 2010: 178).

3.9 Hipotesis

Setelah melalui beberapa pengujian di atas, maka dilakukanlah uji hipotesis untuk mengetahui berpengaruh tidaknya variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan uji signifikan parsial (T-test). Uji hipotesis yang digunakan adalah uji t (parsial) untuk menguji pengaruh labelisasi halal terhadap minat beli masyarakat secara individual (parsial). Kemudian hasil t hitung tersebut dibandingkan dengan distribusi t tabel. Kesimpulan dari hasil pengujian tersebut dapat dilakukan sebagai berikut (Sugiyono, 2010: 47):

T hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

T hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel dependen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Keadaan Geografis Kecamatan Syiah Kuala

Kecamatan Syiah Kuala merupakan salah satu kecamatan di kota Banda Aceh yang terbentuk dengan Peraturan Pemerintah No.5 Tahun 1983 dan Peraturan Daerah Kota Banda Aceh No.8 Tahun 2000 tentang pembentukan dan pemekaran kecamatan dalam Kota Banda Aceh yaitu dari 4 kecamatan menjadi 9 kecamatan.

Kantor kecamatan Syiah Kuala berlokasi di Jl. T. Lamgugob No.6 Banda Aceh dengan ibukota kecamatan desa. Jumlah kemukiman yang ada dalam kecamatan Syiah Kuala yaitu 3 kemukiman dengan 10 desa.

Tabel 4.1

Nama Desa dan Luas Wilayah Di Kecamatan Syiah Kuala

	DESA	LUAS (Ha)
1	ALUE NAGA	242,55
2	DEAH RAYA	178,25
3	TIBANG	230,75
4	JEULINGKE	154,4
5	RUKOH	95,25
6	KOPELMA DARUSSALAM	206,25
7	LAMGUGOB	95

8	PINEUNG	61,5
9	IE MASEN KAYEE ADANG	70,25
10	PEURADA	90,25
	LUAS WILAYAH	1424,45

Sumber : Kantor Camat Syiah Kuala

Kecamatan Syiah Kuala mempunyai luas wilayah \pm 1.424 Ha dengan batas-batas, antara lain:

- Utara berbatasan dengan Selat Malaka
- Selatan berbatasan dengan kecamatan Ulee Kareng
- Barat berbatasan dengan kecamatan Kuta Alam
- Timur berbatasan dengan kecamatan Darussalam, Kab. Aceh Besar. Dengan tinggi rata-rata 0,8 meter di atas permukaan laut.

Kecamatan Syiah Kuala selama ini merupakan wilayah yang termasuk padat penduduknya, hal ini dikarenakan wilayah kecamatan Syiah Kuala adalah salah satu kawasan pendidikan yang ada di kota Banda Aceh, sehingga banyak penduduk pendatang dari kabupaten / kota lain yang berdomisili di kecamatan Syiah Kuala selama melanjutkan pendidikan di Kota Banda Aceh. Jumlah penduduk kecamatan Syiah Kuala pada bulan Agustus 2016 berjumlah 37.638 jiwa dengan jumlah KK sebanyak 6.486 KK.

4.1.2 Keadaan Geografis Kecamatan Kuta Alam

Kota Banda Aceh dibentuk berdasarkan Undang–Undang Nomor 8 Tahun 1956 sebagai daerah otonom dalam Provinsi Aceh, Pada awal pembentukannya, Kota Banda Aceh hanya terdiri atas 2 (dua) buah kecamatan, yaitu kecamatan Kuta Alam dan kecamatan Baiturrahman dengan wilayah seluas 11,08 km.

Kemudian berdasarkan Peraturan Pemerintahan Nomor 5 Tahun 1983 tentang perubahan batas wilayah Kotamadya Dati II Banda Aceh, terjadi perluasan wilayah Kota Banda Aceh menjadi 61,36 km dengan penambahan 2 (dua) kecamatan baru yakni Kecamatan Syiah Kuala dan Kecamatan Meuraxa.

Pada awal pembentukannya, kecamatan Kuta Alam mencakup 17 gampong/desa, dengan Ibukota kecamatan berada di Gampong Bandar Baru. Namun, dengan adanya Peraturan Daerah Kota Banda Aceh No. 8 Tahun 2000 tentang pembentukan susunan organisasi dan tata kerja yang baru maka dibentuklah beberapa kecamatan baru yaitu kecamatan Bandar Raya, kecamatan Jaya Baru, kecamatan Ulee Kareng, kecamatan Kuta Raja dan kecamatan Lueng Bata telah menyebabkan perubahan wilayah, maka sebagian wilayah kecamatan Kuta Alam berkurang dan membentuk kecamatan baru yaitu kecamatan Kuta Raja sebagai pecahan dari kecamatan Kuta Alam, dan Sampai Saat ini kecamatan Kuta Alam sekarang terdiri atas 2 Mukim, 11 Gampong, dan 57 Dusun, yaitu Mukim Lam Kuta terdiri dari 6 gampong/desa dan 29 dusun, sedangkan Mukim Kuta Alam terdiri dari 5 gampong/desa dan 28 dusun.

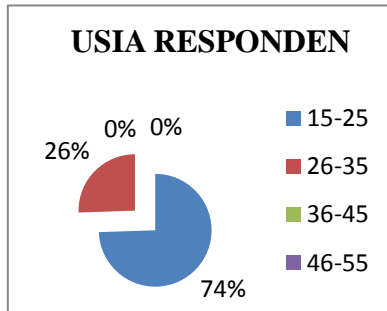
4.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di kecamatan Syiah Kuala dan kecamatan Kuta Alam. Jumlah Sampel yang ditentukan sebagai responden adalah 80 orang yang masing-masing kecamatan 40 orang, dengan teknik *purposive sampling*. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan yang diukur dengan menggunakan skala likert. Adapun data-data responden sebagai berikut:

4.2.1 Usia Responden Kecamatan Syiah Kuala

Adapun data mengenai usia responden kecamatan Syiah Kuala adalah sebagai berikut:

Diagram 4.1
Usia Responden



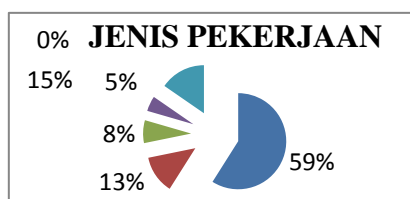
Sumber: Data kuesioner diolah

Berdasarkan data pada diagram 4.1, dapat diketahui tentang usia responden di kecamatan Syiah Kuala yang diambil untuk dijadikan responden. Data diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden, yaitu sebanyak 35 yang berusia 15-25 atau 74% sedangkan sisanya adalah responden yang berusia 26-35 atau 26%.

4.2.2 Jenis Pekerjaan Responden Syiah Kuala

Adapun data mengenai jenis pekerjaan responden di kecamatan Syiah Kuala adalah sebagai berikut:

Diagram 4.2
Jenis Pekerjaan Responden

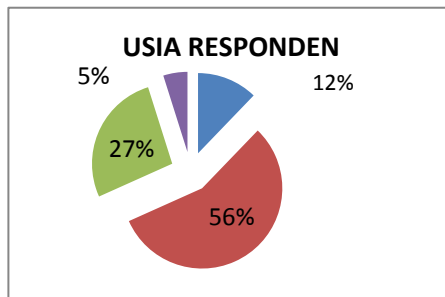


Berdasarkan data pada diagram 4.2 dapat diketahui bahwa 23 responden pelajar atau mahasiswa atau 59%, 6 karyawan swasta atau 15%, 5 responden pegawai negeri sipil atau 13%, 3 responden ibu rumah tangga atau 8%, 2 responden tidak/belum bekerja atau 5%, dan 0% untuk jenis pekerjaan lainnya.

4.2.3 Usia Responden Kecamatan Kuta Alam

Adapun data mengenai usia responden kecamatan Kuta Alam adalah sebagai berikut:

Diagram 4.3
Usia Responden



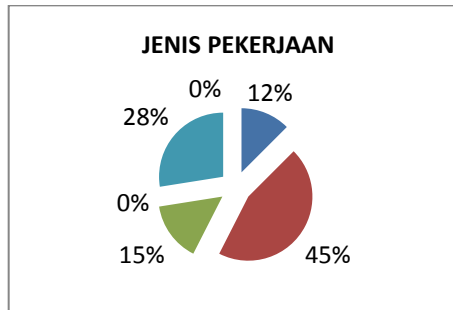
Sumber: Data kuesioner diolah

Berdasarkan data pada diagram 4.3, dapat diketahui tentang usia responden di kecamatan Kuta Alam yang diambil untuk dijadikan responden. Data diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden, yaitu sebanyak 5 yang berusia 15-25 atau 5%, 23 responden yang berusia 36-35 atau 56%, 11 responden yang berusia 46-45 atau 27%, 2 orang yang berusia 46-55 atau 5%.

4.2.4 Jenis Pekerjaan Responden Kecamatan Kuta Alam

Adapun data mengenai jenis pekerjaan responden di kecamatan Kuta Alam adalah sebagai berikut:

Diagram 4.4
Jenis Pekerjaan Responden



Sumber: Data kuesioner diolah

Berdasarkan data pada diagram 4.4 dapat diketahui bahwa 5 responden pelajar atau mahasiswa atau 15%, 11 karyawan swasta atau 28%, 18 responden pegawai negeri sipil atau 45%, 6 responden ibu rumah tangga atau 15%, 0 responden tidak/belum bekerja atau 0%, dan 0% untuk jenis pekerjaan lainnya.

4.3. Deskripsi Variabel Penelitian

4.3.1 Kecamatan Syiah Kuala

Dari kuesioner yang telah peneliti sebarakan kepada responden yang terdiri dari 16 pernyataan dan dibagi menjadi 2 variabel yaitu:

1. 6 soal digunakan untuk mengetahui faktor labalisasi halal yang merupakan variabel dependen (Y).
2. 10 soal digunakan untuk mengetahui faktor minat beli masyarakat yang merupakan variabel independen (X).

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa gambaran suatu tanggapan dari masyarakat di kecamatan Syiah Kuala, berikut adalah gambaran yang diperoleh:

Tabel 4.2
Variabel Dependen Labelisasi Halal (X)

No	Bobot	Skor	Jumlah	Presentase
1	Sangat Setuju	5	43	18%
2	Setuju	4	155	65%
3	Netral	3	17	7%
4	Tidak Setuju	2	10	4%
5	Sangat Tidak Setuju	1	12	5%

Sumber: Data kuesioner 2019

Tabel 4.3
Variabel Independen Minat Beli (Y)

No	Bobot	Skor	Jumlah	Presentase
1	Sangat Setuju	5	63	16%
2	Setuju	4	222	56%
3	Netral	3	77	19%
4	Tidak Setuju	2	19	5%
5	Sangat Tidak Setuju	1	19	5%

Sumber: Data kuesioner 2019

4.3.1. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Labelisasi Halal (X)

Tabel 4.4

No. Item Pernyataan	STS (1)		TS (2)		N(3)		S (4)		SS (5)		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
P1	3	5,2%	0	0%	3	5,2%	2	44,8%	8	13,8%	4	10	3,90
P2	3	5,2%	0	0%	4	6,9%	2	43,1%	8	13,8%	4	10	3,87

		%				%		%		%		0	
P3	0	0%	0	0%	0	0%	38	65,5%	2	3,4%	40	100	4,0
P4	2	3,4%	5	8,6%	4	6,9%	21	36,2%	8	13,8%	40	100	3,70
P5	2	3,4%	5	8,6%	3	5,2%	21	36,2%	9	15,5%	40	100	3,75
P6	2	3,4%	0	0%	3	5,2%	27	46,6%	8	13,8%	40	100	3,97
Jumlah												23,25	

Tanggapan Responden Terhadap Labelisasi Halal


Sumber: Data Primer 2019

Berdasarkan data pada tabel di atas, dengan jumlah responden 40 orang terhadap 6 pernyataan pada variabel labelisasi halal (X).

Pernyataan 1 (P1) dengan bentuk pernyataannya adalah saya yakin bahwa produk kosmetik diproses sesuai dengan syariat Islam, dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 responden atau 5,2%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 3 responden atau 5,2%, setuju 26 responden atau 44,8%, dan sangat setuju 8 responden atau 13,8%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,90.

Pernyataan 2 (P2) dengan bentuk pernyataan bahan yang terdapat pada produk kosmetik merupakan bahan-bahan yang teruji kehalalannya, dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 responden atau 5,2%, tidak setuju 0 responden atau 0%, netral sebanyak 4 responden atau 6,9%, setuju 25 atau 43,1%, dan sangat setuju 8

responden atau 13,8%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,87.

Pernyataan 3 (P3) dengan bentuk pernyataan saya sangat tidak yakin dengan logo  ini, dan 5 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 0 responden atau 0%, setuju 38 responden atau 65,5%, dan sangat setuju 2 responden atau 3,4%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,0.

Pernyataan 4 (P4) dengan bentuk pernyataan anda merasa aman untuk menggunakan produk kosmetik karena berlabel halal, dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 2 responden atau 3,4%, tidak setuju sebanyak 5 responden atau 8,6%, netral sebanyak 4 responden atau 6,9%, setuju 21 responden atau 36,2%, dan sangat setuju 8 responden 13%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,70.

Pernyataan 5 (P5) dengan bentuk pernyataan labelisasi halal pada produk kosmetik memberikan jaminan terbebas dari bahan-bahan yang haram, dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 2 responden atau 3,4% dan tidak setuju sebanyak 5 responden atau 8,6%, netral sebanyak 3 responden atau 5,2%, setuju 21 responden atau 36,2%, dan sangat setuju 9 responden 15,5%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,75.

Pernyataan 6 (P6) dengan bentuk pernyataan labelisasi halal pada produk kosmetik menjamin kehalalan produk, dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 responden atau 3,4%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 3 responden atau

5,2%, setuju 27 responden atau 46,6%, dan sangat setuju 8 responden 13,8%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,97.

4.3.2. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Minat Beli (Y)

Tabel 4.5

Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli

No. Item Pernyataan	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
P1	2	3,4 %	3	5,2 %	5	8,6 %	2	43,1 5 %	5	8,6 %	4	10 0 %	3,7 0
P2	2	3,4 %	3	5,2 %	5	8,6 %	2	43,1 5 %	5	8,6 %	4	10 0 %	3,7 0
P3	4	6,9 %	5	8,6 %	5	8,6 %	2	34,5 0 %	6	10,3 %	4	10 0 %	3,4 7
P4	4	6,9 %	5	8,6 %	5	8,6 %	2	34,5 0 %	6	10,3 %	4	10 0 %	3,4 7
P5	1	1,7 %	1	1,7 %	1	20,7 2 %	1	32,8 9 %	7	12,1 %	4	10 0 %	3,7 5
P6	1	1,7 %	1	1,7 %	1	20,7 2 %	1	32,8 9 %	7	12,1 %	4	10 0 %	3,7 5
P7	1	1,7 %	0	0%	1	17,2 0 %	2	37,9 2 %	7	12,1 %	4	10 0 %	3,8 5
P8	1	1,7 %	0	0%	1	17,2 0 %	2	37,9 2 %	7	12,1 %	4	10 0 %	3,8 5
P9	2	3,4 %	1	1,7 %	3	5,2 %	2	48,3 8 %	6	10,3 %	4	10 0 %	3,8 7

P10	1	1,7 %	0	0%	1 0	17,2 %	2 2	37,9 %	7	12,1 %	4 0	10 0	3,8 5
Jumlah												36, 56	

Sumber: Data Primer 2019

Berdasarkan data pada tabel di atas, dengan jumlah responden 40 orang terhadap 10 pernyataan pada variabel minat beli (Y).

Pernyataan1 (P1)dengan bentuk pernyataan anda menyadari adanya kebutuhan untuk menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal, 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 2 responden atau 3,4% tidak setuju sebanyak 3 responden atau 5,2%, netral sebanyak 5 responden atau 8,6%, setuju 25 responden atau 34,1%, dan sangat setuju 5 responden 8,6%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,70.

Pernyataan 2 (P2) dengan bentuk pernyataan anda menyadari adanya rasa ingin menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal dan 50 responden yang menjawab sangat tidak setuju 2 responden atau 3,4% tidak setuju sebanyak 3 responden atau 5,2%, netral sebanyak 5 responden atau 8,6%, setuju 25 responden atau 43,1%, dan sangat setuju 5 responden 8,6%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,70.

Pernyataan 3 (P3) dengan bentuk pernyataan anda memperoleh informasi tentang label halalproduk kosmetik dari teman, keluarga,iklan, dan media massa dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 4 responden atau 6,9% tidak setuju sebanyak 5 responden atau 8,6%, netral 5 responden atau 8,6%, setuju 20 responden atau 34,5%, dan sangat

setuju 6 responden 10,3%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,47.

Pernyataan 4 (P4) dengan bentuk pernyataan anda mencari tahu kehalalan produk kosmetik dari label yang tercantum pada kemasan dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 4 responden atau 6,9% tidak setuju sebanyak 5 responden atau 8,6%, netral sebanyak 5 responden atau 8,6%, setuju 20 responden atau 34,5%, dan sangat setuju 6 responden atau 10,3%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,47.

Pernyataan 5 (P5) dengan bentuk pernyataan anda berusaha memenuhi kebutuhan dengan produk kosmetik yang berlabel halal dan 52 responden yang menjawab sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 2 responden atau 4%, kurang setuju sebanyak 9 responden atau 17%, setuju 27 responden atau 52%, dan sangat setuju 14 responden 27%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,02.

Pernyataan 6 (P6) dengan bentuk pernyataan anda mencari manfaat tertentu dari produk kosmetik yang berlabel halal dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden atau 1,7%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,7%, netral sebanyak 12 responden atau 20,7%, setuju 19 responden atau 32,8%, dan sangat setuju 7 responden 12,1%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,75.

Pernyataan 7 (P7) dengan bentuk pernyataan anda memutuskan untuk membeli produk kosmetik karena berlabel halal dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden atau 1,7%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 10 responden atau

17,2%, setuju 22 responden atau 37,9%, dan sangat setuju 7 responden 12,1%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,85.

Pernyataan 8 (P8) dengan bentuk pernyataan anda memutuskan untuk membeli produk kosmetik karena memenuhi syarat kehalalan sesuai syariat Islam dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden atau 1,7%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 10 responden atau 17,2%, setuju 22 responden atau 37,9%, dan sangat setuju 7 responden 12,1%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,85.

Pernyataan 9 (P9) dengan bentuk pernyataan anda merasa puas menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 2 responden atau 3,4%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,7%, netral 3 responden atau 5,2%, setuju 28 responden atau 48,3%, dan sangat setuju 6 responden 10,3%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,87.

Pernyataan 10 (P10) dengan bentuk pernyataan anda memiliki keinginan untuk membeli kembali produk kosmetik karena berlabel halal dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden atau 1,7%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 10 responden atau 17,2%, setuju 22 responden atau 37,9%, dan sangat setuju 7 responden 12,1%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,85.

4.3.2 Kecamatan Kuta Alam

Dari kuesioner yang telah peneliti sebarkan kepada responden yang terdiri dari 16 pernyataan dan dibagi menjadi 2 variabel yaitu:

3. 6 soal digunakan untuk mengetahui faktor labalisasi halal yang merupakan variabel dependen (Y).
4. 10 soal digunakan untuk mengetahui faktor minat beli masyarakat yang merupakan variabel independen (X).

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa gambaran suatu tanggapan dari masyarakat di kecamatan Syiah Kuala, berikut adalah gambaran yang diperoleh:

Tabel 4.6
Variabel Dependen (X) Labelisasi Halal

No	Bobot	Skor	Jumlah	Presentase
1	Sangat Setuju	5	39	17%
2	Setuju	4	164	65%
3	Netral	3	15	7%
4	Tidak Setuju	2	12	6%
5	Sangat Tidak Setuju	1	10	5%

Sumber: Data kuesioner 2019

Tabel 4.7
Variabel Independen (Y) Minat Beli

No	Bobot	Skor	Jumlah	Presentase
1	Sangat Setuju	5	64	16%
2	Setuju	4	283	70%
3	Kurang setuju	3	26	7%
4	Tidak Setuju	2	13	3%
5	Sangat Tidak Setuju	1	14	4%

	Setuju			
--	--------	--	--	--

Sumber: Data kuesioner 2019

4.3.3. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Labelisasi Halal (X)

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Terhadap Labelisasi Halal


No. Item Pernyataan	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
P1	1	2,2 %	1	2,2 %	1	2,2 %	3 1	67,4 %	6 %	13,0 %	4 0	10 0	3,97
P2	3	6,5 %	4	8,7 %	4	8,7 %	2 0	43,5 %	9 %	19,6 %	4 0	10 0	3,70
P3	1	2,2 %	1	2,2 %	1	2,2 %	3 1	64,4 %	6 %	13,0 %	4 0	10 0	3,97
P4	1	2,2 %	1	2,2 %	1	2,2 %	3 4	73,9 %	3 %	6,5 %	4 0	10 0	3,90
P5	3	6,5 %	4	8,7 %	4	8,7 %	2 1	45,7 %	8 %	17,4 %	4 0	10 0	3,67
P6	1	2,2 %	1	2,2 %	4	8,7 %	2 7	58,7 %	7 %	15,2 %	4 0	10 0	3,95
Jumlah												23,1 7	

Berdasarkan data pada tabel di atas, dengan jumlah responden 40 orang terhadap 6 pernyataan pada variabel labelisasi halal (X).

Pernyataan 1 (P1) dengan bentuk pernyataannya adalah saya yakin bahwa produk kosmetik diproses sesuai dengan syariat Islam, dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 responden

atau 2,2%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 2,2%, netral sebanyak 1 responden atau 2,2%, setuju 31 responden atau 67,4%, dan sangat setuju 6 responden atau 13,0%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,97.

Pernyataan 2 (P2) dengan bentuk pernyataan bahan yang terdapat pada produk kosmetik merupakan bahan-bahan yang teruji kehalalannya, dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 responden atau 6,5%, tidak setuju 4 responden atau 8,7%, netral sebanyak 4 responden atau 8,7%, setuju 20 atau 43,5%, dan sangat setuju 9 responden atau 19,6%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,70.

Pernyataan 3 (P3) dengan bentuk pernyataan saya sangat tidak yakin dengan logo ke  ini, dan 5 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau 2,2%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 2,2%, netral sebanyak 1 responden atau 2,2%, setuju 31 responden atau 64,4%, dan sangat setuju 6 responden atau 13,0%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,97.

Pernyataan 4 (P4) dengan bentuk pernyataan anda merasa aman untuk menggunakan produk kosmetik karena berlabel halal, dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden atau 2,2%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 2,2%, netral sebanyak 1 responden atau 2,2%, setuju 34 responden atau 73,9%, dan sangat setuju 3 responden 6,5%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,90.

Pernyataan 5 (P5) dengan bentuk pernyataan labelisasi halal pada produk kosmetik memberikan jaminan terbebas dari bahan-bahan yang

haram, dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 3 responden atau 6,5% dan tidak setuju sebanyak 4 responden atau 8,7%, netral sebanyak 4 responden atau 8,7%, setuju 21 responden atau 45,7%, dan sangat setuju 8 responden 17,4%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,67.

Pernyataan 6 (P6) dengan bentuk pernyataan labelisasi halal pada produk kosmetik menjamin kehalalan produk, dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau 2,2%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 2,2%, netral sebanyak 4 responden atau 8,7%, setuju 27 responden atau 58,7%, dan sangat setuju 7 responden 15,2%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,95.

4.3.4. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Minat Beli (Y)

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli

No. Item Pernyataan	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Total		Me an
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
P1	2	4,3 %	3	6,5 %	5	10,9 %	2	50, 3 %	7	15,2 %	4	10 0	3,7 5
P2	1	2,2 %	3	6,5 %	5	10,9 %	2	56,5 6 %	5	10,9 %	4	10 0	3,7 7
P3	4	8,7 %	3	6,5 %	5	10,9 %	2	56,5 6 %	2	4,3 %	4	10 0	3,4 7
P4	3	6,5 %	2	4,3 %	4	8,7 %	2	50% 3	8	17,4 %	4	10 0	3,7 7
P5	1	2,2	0	0%	1	2,2	2	63% 9	9	19,6	4	10 0	4,1

		%			%				%		0	2	
P6	1	2,2 %	1	2,2 %	1	2,2 %	2 9	36%	8	17,4 %	4 0	10 0	4,0 2
P7	0	0%	0	0%	0	0%	3 6	78,3 %	4	8,7 %	4 0	10 0	4,1 0
P8	0	0%	0	0%	0	0%	3 5	76,1 %	5	10,9 %	4 0	10 0	3,9 2
P9	1	2,2 %	1	2,2 %	4	8,7 %	2 8	60,9 %	6	13%	4 0	10 0	3,9 2
P10	1	2,2 %	0	0%	1	2,2 %	2 8	60,9 %	1 0	12,7 %	4 0	10 0	4,1 5
Jumlah												39, 22	

Sumber: Data Primer 2019

Berdasarkan data pada tabel di atas, dengan jumlah responden 40 orang terhadap 10 pernyataan pada variabel minat beli (Y).

Pernyataan 1 (P1) dengan bentuk pernyataan anda menyadari adanya kebutuhan untuk menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal, 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 2 responden atau 4,3% tidak setuju sebanyak 3 responden atau 6,5%, netral sebanyak 5 responden atau 10,9%, setuju 23 responden atau 50%, dan sangat setuju 7 responden 15,2%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,75.

Pernyataan 2 (P2) dengan bentuk pernyataan anda menyadari adanya rasa ingin menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden atau 2,2% tidak setuju sebanyak 3 responden atau 6,5%, netral sebanyak 5 responden atau 19,9%, setuju 26 responden atau 56,5%, dan sangat

setuju 5 responden 10,9%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,77.

Pernyataan 3 (P3) dengan bentuk pernyataan anda memperoleh informasi tentang label halal produk kosmetik dari teman, keluarga, iklan, dan media massa dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 4 responden atau 8,7% tidak setuju sebanyak 3 responden atau 6,5%, netral 5 responden atau 10,9%, setuju 26 responden atau 56,5%, dan sangat setuju 2 responden atau 4,3%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,47.

Pernyataan 4 (P4) dengan bentuk pernyataan anda mencari tahu kehalalan produk kosmetik dari label yang tercantum pada kemasan dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 3 responden atau 6,5% tidak setuju sebanyak 2 responden atau 4,3%, netral sebanyak 4 responden atau 8,7%, setuju 23 responden atau 50%, dan sangat setuju 8 responden atau 17,4%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,77.

Pernyataan 5 (P5) dengan bentuk pernyataan anda berusahamemenuhikebutuhan dengan produk kosmetik yang berlabel halal dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden atau 2,2%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 1 responden atau 2,2%, setuju 29 responden atau 63%, dan sangat setuju 9 responden 19,6%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,12.

Pernyataan 6 (P6) dengan bentuk pernyataan anda mencari manfaat tertentu dari produk kosmetik yang berlabel halal dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden atau 2,2%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 2,2%, netral sebanyak 1

responden atau 2,2%, setuju 39 responden atau 36%, dan sangat setuju 8 responden 17,4%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,02.

Pernyataan 7 (P7) dengan bentuk pernyataan anda memutuskan untuk membeli produk kosmetik karena berlabel halal dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 0 responden atau 0%, setuju 36 responden atau 78,3%, dan sangat setuju 4 responden atau 8,7%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,10.

Pernyataan 8 (P8) dengan bentuk pernyataan anda memutuskan untuk membeli produk kosmetik karena memenuhi syarat kehalalan sesuai syariat Islam dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 0 responden atau 0%, setuju 35 responden atau 67,1%, dan sangat setuju 5 responden 10,9%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,92.

Pernyataan 9 (P9) dengan bentuk pernyataan anda merasa puas menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden atau 2,2%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 2,2%, netral sebanyak 4 responden atau 8,7%, setuju 28 responden atau 60,9%, dan sangat setuju 6 responden 13%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,92.

Pernyataan 10 (P10) dengan bentuk pernyataan anda memiliki keinginan untuk membeli kembali produk kosmetik karena berlabel halal dan 40 responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden

atau 2,2%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 1 responden atau 2,2%, setuju 28 responden atau 60,9%, dan sangat setuju 10 responden 12,7%. Bila dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,15.

4.4. Hasil Penelitian

4.4.1. Pengujian Validitas

1. Kecamatan Syiah Kuala

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur apakah valid atau sahnyanya pernyataan suatu kuesioner. Kuesioner dianggap valid apabila pernyataan tersebut dapat mengungkapkan suatu yang diukur dari kuesioner. Uji validitas pada kuesioner ini menggunakan program *SPSS Statistic Version 22.0*. Berikut merupakan tabel hasil dari uji validitas yaitu:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel (X) Labelisasi Halal

Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	0,623	0,263	Valid
P2	0,781	0,263	Valid
P3	0,660	0,263	Valid
P4	0,320	0,263	Valid
P5	0,781	0,263	Valid
P6	0,334	0,263	Valid

Sumber: Data primer 2019

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel (Y) Minat Beli

Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	0,611	0,263	Valid
P2	0,552	0,263	Valid
P3	0,557	0,263	Valid
P4	0,589	0,263	Valid
P5	0,369	0,263	Valid
P6	0,422	0,263	Valid
P7	0,388	0,263	Valid
P8	0,468	0,263	Valid
P9	0,560	0,263	Valid
P10	0,425	0,263	Valid

Sumber: Data primer 2019

Dari hasil tabel di atas maka dapat dikatakan bahwa instrumen pada penelitian ini dapat dikatakan valid, jika r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} . Nilai r_{tabel} untuk tingkat signifikan 5% ($p=0,05$) dapat dicari menggunakan jumlah responden (N). Dalam penelitian ini $N=40$, maka dapat di cari derajat kebebasannya adalah $40 - 2 = 38$. Nilai r_{tabel} adalah sebesar 0,263 dari $df=38$ dan $p=0,05$. Maka oleh karena itu berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan kuesioner baik variabel X dan Y dapat dinyatakan valid.

2. Kecamatan Kuta Alam

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Variabel (X) Labelisasi Halal

Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	0,900	0,263	Valid
P2	0,799	0,263	Valid
P3	0,574	0,263	Valid
P4	0,827	0,263	Valid
P5	0,859	0,263	Valid
P6	0,869	0,263	Valid

Sumber: Data primer 2019

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli)

Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	0,660	0,263	Valid
P2	0,660	0,263	Valid
P3	0,944	0,263	Valid
P4	0,944	0,263	Valid
P5	0,884	0,263	Valid
P6	0,884	0,263	Valid
P7	0,822	0,263	Valid
P8	0,822	0,263	Valid
P9	0,276	0,263	Valid
P10	0,822	0,263	Valid

Dari hasil tabel di atas maka dapat dikatakan bahwa instrumen pada penelitian ini dapat dikatakan valid, jika r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} . Nilai r_{tabel} untuk tingkat signifikan 5% ($p=0,05$) dapat dicari menggunakan jumlah responden (N). Dalam penelitian ini $N= 40$, maka dapat di cari derajat kebebasannya adalah $40 - 2 = 38$. Nilai r_{tabel} adalah sebesar 0,263 dari $df= 40$ dan $p= 0,05$. Maka oleh karena itu berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan kuesioner baik variabel X dan Y dapat dinyatakan valid.

4.4.2. Pengujian Reliabilitas

1. Kecamatan Syiah Kuala

Pengujian reliabilitas digunakan untuk melihat sejauh mana masing-masing variabel dapat dipercaya. Uji ini menggunakan teknik *Cronbach'a Alpha* $>0,06$. Semakin nilai alpha mendekati angka satu maka nilai reliabilitasnya semakin terpercaya atau tinggi. Adapaun tingkat reliabilitas variabel labelisasi halal (X) dan variabel minat beli (Y). Berdasarkan hasil olahan *SPSS Statistic Version 22,0* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel X

Reabilitas Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
,741	7

Sumber: Data Primer 2019

Dari hasil tabel di atas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,741, dengan demikian nilai *cronbach's alpha* $0,759 > 0,06$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner reliabilitas karena nilai *cronbach's alpha* berada di atas 0,06.

Tabel 4.15
Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Y
Reliability Statistics

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,709	11

Sumber: Data primer 2018

Dari hasil tabel di atas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,709 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner reliabel karena nilai *cronbach's alpha* berada di atas 0,06.

2. Kecamatan Kuta Alam

Tabel 4.16
Hasil Pengujian Reabilitas Variabel X
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,841	6

Sumber: Data Primer 2019

Dari hasil tabel di atas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,841, dengan demikian nilai *cronbach's alpha* $0,841 > 0,06$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner reliabel karena nilai *cronbach's alpha* berada di atas 0,06.

Tabel 4.17
Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,924	10

Sumber: Data primer 2018

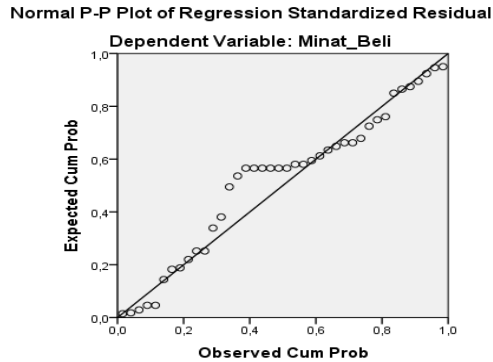
Dari hasil tabel di atas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,924 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* berada di atas 0,06.

4.4.3. Pengujian Normalitas

1. Kecamatan Syiah Kuala

Pengujian normalitas digunakan untuk melihat hasil sebaran data kuesioner apakah berdistribusi normal atau tidak. Uji ini dilakukan dengan menggunakan *P-Plot* dengan bantuan *SPSS*. Adapun model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data Primer 2019

Gambar *P-Plot* di atas dapat disimpulkan bahwa sebaran data mengikuti garis diagonal, atau titik menyebar di sekitar garis diagonal dengan kata lain data yang digunakan dalam penelitian ini telah berdistribusi normal. Dan untuk hasil uji *kolmogrov-smirnov* adalah sebagai berikut:

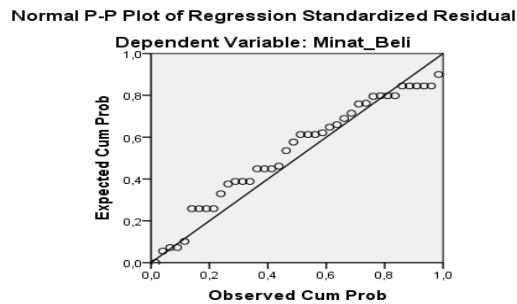
Tabel 4.18
Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,90045856
Most Extreme Differences	Absolute	,192
	Positive	,081
	Negative	-,192
Test Statistic		,192
Asymp. Sig. (2-tailed)		,001 ^c

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan metode *kolmogorov-smirnov* di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan residual yang terbentuk adalah sebesar 0,001 lebih kecil dari taraf nyata sebesar 5% (0,05) sehingga dapat dikatakan bahwa asumsi normalitas tidak terpenuhi.

2. Kecamatan Kuta Alam

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas



Gambar *P-Plot* di atas dapat disimpulkan bahwa sebaran data mengikuti garis diagonal, atau titik menyebar di sekitar garis diagonal dengan kata lain data yang digunakan dalam penelitian ini telah berdistribusi normal. Dan untuk hasil uji *kolmogorov-smirnov* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.19

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		40
Normal	Mean	,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	,98709623
Most Extreme	Absolute	,130
Differences	Positive	,127

	Negative	-,130
Test Statistic		,130
Asymp. Sig. (2-tailed)		,084 ^c

Sumber: Data Primer 2019

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan metode *kolmogorov-smirnov* di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan residual yang terbentuk adalah sebesar 0,084 lebih besar dari taraf nyata sebesar 5% (0,05) sehingga dapat dikatakan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

4.4.4. Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

1. Kecamatan Syiah Kuala

Pengujian koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel labelisasi halal (X) terhadap minat beli (Y). Berikut ini adalah hasil yang menggambarkan nilai koefisien determinasi.

Tabel 4.20
Hasil Uji
Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,126 ^a	,016	-,010	3,95145

a. Predictors: (Constant), Labelisasi_Halal

b. Dependent Variable: Minat_Beli

Berdasarkan output *SPSS 22.0* dari tabel koefisien determinasi diatas nilai adjusted R square diperoleh sebesar 0,010 yang menunjukkan variasi antara variabel labelisasi halal terhadap minat beli sebesar 1%, sedangkan sisanya sebesar 99% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang

tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Jadi dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal hampir tidak berpengaruh terhadap minat beli pada masyarakat di kecamatan Syiah Kuala, ini menandakan bahwa masyarakat belum semuanya memakai atau mengkonsumsi kosmetik yang berlabel halal disebabkan oleh beberapa penyebab lainnya.

2. Kecamatan Kuta Alam

Tabel 4.21
Hasil Uji
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,365 ^a	,133	,110	9,61888

a. Predictors: (Constant), Labelisasi_Halal

b. Dependent Variable: Minat_Beli

Berdasarkan output *SPSS* 22.0 dari tabel koefisien determinasi di atas nilai adjusted R square diperoleh sebesar 11%, sedangkan sisanya sebesar 89% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Di kecamatan Kuta Alam terdapat pengaruh antara labelisasi halal terhadap minat beli akan tetapi tidak terlalu besar ini disebabkan oleh pengguna kosmetik di kecamatan ini lebih berpendapatan tetap dibandingkan masyarakat yang ada di kecamatan Syiah Kuala.

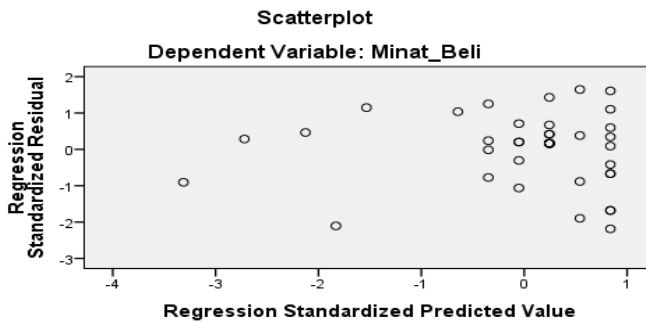
4.4.5. Pengujian Heteroskedastisitas

1. Kecamatan Syiah Kuala

Pengujian heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan. Sebuah model regresi yang baik adalah yang tidak memiliki heteroskedastisitas.

Gambar 4.3

Hasil Uji Heterokedastisitas (Scatterplot)

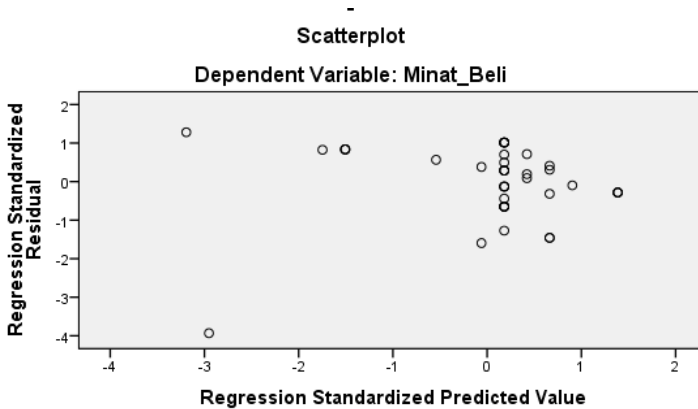


Sumber: Data Primer 2019

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik pada *scatterplot* menyebar secara merata atau tidak membentuk pola tertentu. Namun, dengan jelas terlihat titik-titik tersebar baik di bawah angka nol (0) atau tersebar secara acak di atas sumbu X dan sumbu Y, maka bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi yang digunakan.

2. Kecamatan Kuta Alam

Gambar 4.4
Hasil Uji Heterokedastisitas (Scatterplot)



Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik pada *scatterplot* menyebar secara merata atau tidak membentuk pola tertentu. Namun, dengan jelas terlihat titik-titik tersebar baik di bawah angka nol (0) atau tersebar secara acak di atas sumbu X dan sumbu Y, maka bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi yang digunakan.

4.4.6. Persamaan Regresi Linear Sederhana

1. Kecamatan Syiah Kuala

Pengujian regresi linear sederhana digunakan untuk menguji besarnya pengaruh antara satu variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berikut merupakan tabel persamaan regresi linear sederhana.

Tabel 4.22
Persamaan Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	35,808	4,392		8,154	,000
Labelisasi_Halal	,147	,188	,126	,786	,437

a. Dependent Variable: Minat_Beli

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat terdapat nilai koefisien regresi. Pada kolom *unstandardized coefficients* terdapat nilai *constant* 35,80 dan nilai koefisien arah regresi sebesar 0,147. Maka dapat ditulis persamaan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 35,80 + 0,147X$$

Persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Koefisien regresi variabel labelisasi halal (X) sebesar 0,147, menyatakan bahwa jika labelisasi halal meningkat 1 satuan maka akan berpengaruh terhadap minat beli masyarakat sebesar 0,147 satuan.

Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara labelisasi halal dengan minat beli masyarakat. Semakin banyaknya produk kosmetik yang berlabel halal maka semakin kuat pengaruh variabel X ke variabel Y.

2. Kecamatan Kuta Alam

Tabel 4.23
Persamaan Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15,714	8,763		1,793	,081
Labelisasi_Halal	,897	,371	,365	2,416	,021

a. Dependent Variable: Minat_Beli

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat terdapat nilai koefisien regresi. Pada kolom *unstandardized coefficients* terdapat nilai *constant* 15,714 dan nilai koefisien arah regresi sebesar 0,897. Maka dapat ditulis persamaan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 15,714 + 0,897X$$

Persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

- b. Koefisien regresi variabel labelisasi halal (X) sebesar 0,897, menyatakan bahwa jika labelisasi halal meningkat 1 satuan maka akan berpengaruh terhadap minat beli masyarakat sebesar 0,897 satuan.

Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara labelisasi halal dengan minat beli masyarakat. Semakin banyaknya produk kosmetik yang berlabel halal maka semakin kuat pengaruh variabel X ke variabel Y.

4.5. Pengujian Hipotesis

1. Kecamatan Syiah Kuala

Uji hipotesis pada penelitian ini adalah uji t. Uji t digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y. Apabila t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} maka hipotesis diterima dan sebaliknya. Adapun hasil t_{hitung} variabel X dan variabel Y dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.24
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	35,808	4,392		8,154	,000
Labelisasi_Halal	,147	,188	,126	,786	,437

a. Dependent Variable: Minat_Beli

Berdasarkan nilai t_{tabel} dengan nilai ketenteuan $\alpha = 0,05$ dan $dk = (40-2) = 38$, sehingga diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,024 berdasarkan tabel di atas, maka diketahui variabel labelisasi halal (X) terhadap minat beli (Y). Dari tabel tersebut diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,416$ yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,416 > 2,024$), dengan signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara parsial terdapat pengaruh labelisasi halal terhadap minat beli masyarakat.

2. Kecamatan Kuta Alam

Tabel 4.25
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15,714	8,763		1,793	,081
Labelisasi_Halal	,897	,371	,365	2,416	,021

a. Dependent Variable: Minat_Beli

Berdasarkan nilai t_{tabel} dengan nilai ketententuan $\alpha = 0,05$ dan $dk = (40-2) = 38$, sehingga diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,024 berdasarkan tabel di atas, maka diketahui variabel labelisasi halal (X) terhadap minat beli (Y). Dari tabel tersebut diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,416$ yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,416 > 2,024$), dengan signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara parsial terdapat pengaruh antara labelisasi halal terhadap minat beli.

4.6. Hasil Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa labelisasi halal berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap minat beli masyarakat di kecamatan Syiah Kuala, artinya tidak semua masyarakat yang di kecamatan Syiah Kuala memperhatikan labelisasi halal. Hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t yang menghasilkan nilai yang tidak sig sebesar $8,154 > 0,786$ yang berarti hubungan antara labelisasi halal terhadap minat beli berpengaruh negatif. Nilai negatif menunjukkan pengaruh yang tidak searah. Faktor lain yang menyebabkan kecamatan Syiah Kuala tidak

signifikan antara labelisasi halal dengan minat beli adalah faktor harga, faktor kualitas dan faktor kuantitas pada kosmetik yang mereka percaya.

Memilih sebuah produk kecantikan bagi seorang perempuan tanpa memperhatikan labelisasi halal akan sangat berpengaruh pada pemakaian dari segi kesehatan, hal ini sesuai dengan peraturan yang telah di sampaikan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) tentang penggunaan kosmetik yang aman dan halal. Sangat jelas bahwa MUI menyebutkan masyarakat dihimbau untuk memilih kosmetik yang suci dan halal serta menghindari penggunaan produk kosmetik yang haram dan najis, makruh tahrim dan yang menggunakan bahan yang tidak jelas kehalalan serta kesuciannya, pemerintah juga mengatur dan menjamin ketersediaan kosmetik halal dan suci dengan menjadikan fatwa ini sebagai pedoman. Pemakaian kosmetik tentu memiliki tujuan supaya untuk tampil lebih baik dan mempunyai nilai positif bagi setiap orangnya, hal ini sesuai dengan teori manfaat kosmetik yang di kemukakan oleh Hayatunnufus 2009 bahwa kosmetik riasan wajah dapat memberikan pengaruh positif maupun pengaruh negatif terhadap kulit jika kurang baik bahan-bahan serta cara pengolahannya.

Akibat atau pengaruh yang ditimbulkan kosmetik terhadap kulit ada dua macam yakni, pengaruh positif pada pemakaian kosmetik diharapkan kulit menjadi bersih, sehat dan segar serta menjadi lebih muda dan pengaruh negatif, pengaruh negatif sangat tidak diharapkan dan tidak diinginkan terjadi, karena akan menimbulkan kelainan-kelainan pada kulit, mungkin saja kulit menjadi gatal-gatal, kemerahan, bengkak-bengkak ataupun timbul noda-noda hitam.

Allah SWT juga berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 222, dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa Allah SWT mencintai orang-orang

yang bertaubat dan mencintai orang-orang yang menyucikan diri. Yusuf al-Qardhawi juga mengemukakan bahwa halal adalah kebolehan yang dilepas dari ikatan larangan dan diizinkan syariat untuk melakukannya, mengingat kosmetik merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam dunia kecantikan maka seharusnya masyarakat sangat berhati-hati dalam memilih kosmetik.

Sedangkan di kecamatan Kuta Alam hasil pengujian diketahui bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, artinya masyarakat di kecamatan Kuta Alam memperhatikan labelisasi pada kosmetik, hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t yang menghasilkan nilai yang sig sebesar $1,793 > 2,416$ yang berarti hubungan antara labelisasi halal terhadap minat beli berpengaruh positif. Nilai positif menunjukkan pengaruh yang searah.

Adanya label halal pada suatu produk akan membantu produsen yang memproduksi maupun konsumen dalam mengkonsumsi atau memakai, adanya label halal melindungi pengusaha dari tuntutan konsumen dikemudian hari dan dapat memperkuat serta meningkatkan *image* konsumen terhadap produk yang secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi persepsi konsumen tentang produk tersebut. Berkat adanya lembaga LP.POM-MUI telah memberikan angin segar bagi masyarakat muslim Indonesia dalam memperoleh produk halal, 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.

Hasil penelitian tersebut didukung oleh bukti empiris dari penelitian terdahulu yang diteliti oleh Yusnita (2013). Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat

hubungan yang signifikan namun memiliki hubungan yang positif antara label halal terhadap minat beli.

Hal ini diperkuat dan didukung oleh hasil penelitian diperoleh, hasil uji t (parsial) yang menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($8,154 > 0,786$) dengan signifikannya yaitu 0,000 Hal ini berarti hubungan antara labelisasi halal dengan minat beli berpengaruh negatif untuk kecamatan Syiah Kuala. Sedangkan di kecamatan Kuta Alam dengan didukung oleh hasil penelitian diperoleh, hasil uji t (parsial) yang menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($1,798 > 2,416$) dengan signifikannya yaitu 0,000 hal ini berarti hubungan antara labelisasi halal dengan minat beli berpengaruh positif.

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal, di Indonesia lembaga yang diberi wewenang oleh Pemerintah dalam proses sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Majelis Ulama Indonesia (MUI) itu sendiri adalah wadah atau majelis yang menghimpun para ulama, dan cendekiawan muslim Indonesia untuk menyatukan gerak dan langkah-langkah umat Islam Indonesia dalam mewujudkan cita-cita bersama. Majelis Ulama Indonesia berdiri pada tanggal, 7 Rajab 1395 H, bertepatan dengan tanggal 26 Juli 1975 di Jakarta, yang salah satu tugasnya yaitu pemberi fatwa (mufti)/ memberikan label halal terhadap setiap produk yang di produksi di Indonesia maupun barang impor dari luar negeri.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh labelisasi halal terhadap minat beli masyarakat di kecamatan Syiah Kuala dan Kecamatan Kuta Alam, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Pengaruh labelisasi halal terhadap minat beli masyarakat di kecamatan Syiah Kuala dan Kuta Alam yaitu:
 - a. Kecamatan Syiah Kuala, terdapat pengaruh yang positif dari labelisasi halal terhadap minat beli masyarakat akan tetapi tidak signifikan, hal itu dapat dilihat dari nilai R yaitu sebesar 0,126 artinya bahwa variabel independen dengan variabel dependen sangat berkaitan kuat. Nilai R-Square diperoleh sebesar 0,16 yang menunjukkan variasi antara variabel implementasi labelisasi halal terhadap minat beli sebesar 1% sedangkan sisanya sebesar 99% yang dipengaruhi oleh variabel lain.
 - b. Kecamatan Kuta Alam, terdapat pengaruh positif dan signifikan dari labelisasi halal terhadap minat beli masyarakat. Hal itu dapat kita lihat dari nilai R yaitu sebesar 0,365, artinya bahwa hubungan variabel independen dengan variabel dependen sangat berkaitan kuat. Nilai R-Square diperoleh sebesar 0,133 yang menunjukkan variasi antara variabel labelisasi halal terhadap minat beli sebesar 11% sedangkan sisanya sebesar 89% yang dipengaruhi oleh variabel lain.
2. Terdapat perbedaan antara kecamatan Syiah Kuala dengan kecamatan Kuta Alam terhadap labelisasi halal dengan minat beli, hal itu dapat dilihat dari hasil output *spss 22.00* yaitu t_{hitung} lebih

kecil dari t_{tabel} menandakan signifikan. Untuk kecamatan Syiah Kuala nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($8,154 > 0,786$) yang artinya tidak signifikan. Sedangkan untuk kecamatan Kuta Alam signifikan terhadap labelisasi halal terhadap minat beli hal itu dapat kita lihat dari nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($1,798 > 2,416$).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Masyarakat seharusnya lebih memperhatikan labelisasi halal karena labelisasi halal sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari. Untuk lebih teliti sebelum memutuskan membeli sebuah produk, memperhatikan label halal yang terdapat pada kemasan produk karena produk yang telah dinyatakan halal oleh pihak yang berwenang cenderung lebih aman di bandingkan produk yang belum mencantumkan label halal.
2. Kepada peneliti selanjutnya agar dapat memperluas kajian tentang hal-hal lain yang harus dipertimbangkan sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk kosmetik.
3. Pemerintah diharapkan lebih selektif lagi dalam memberikan sertifikasi halal kepada produk-produk kosmetik baru yang beredar di pasar.
4. Produsen yang menyediakan produk kosmetik juga sangat penting mengurus sertifikasi halal, supaya adanya rasa percaya dari konsumen terhadap produk kosmetik tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran dan Terjemahnya*. Jakarta: CV. Al-Qolam Publishing.
- Al-Ghazali, Imam. *Benang Tipis antara Halal dan Haram*. Cet I; Surabaya: Putra Pelajar, 2002.
- Asmawati, Konsep Halal Dalam Islam. *Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*. 3 (1).
- Al-Ja'fari, Imam Abi Abdullah Muhammad Bin Ismail Bin Ibrahim Bin Mugirah Bin Barudijibah Bukhari. *Sahih Bukhari Jilid III*. Libanon-Baerot: Darul Fikri, 1995.
- Arifin, Z. 2011. *Penelitian Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011).
- Badan POM RI (2015) *Hidrokinon Dalam Kosmetik* <http://ik.pom.go.id/v2015/artikel/artikel-hidrokinon-dalamkosmetik.pdf>.
- Danil. 2013. Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsipaada Pegawai Negeri Sipil Di Kantor Bupatikabupaten Bireuen. *Jurnal ekonomika Universitas Almuslim Bireuen – Aceh*. 5 (2).
- Depertemen Agama. 2014. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Jakarta: CV. Al-Qolam Publishing.
- Dwi Sukristiani, Pengetahuan Tentang Kosmetika Perawatan Kulit Wajah Dan Riasan Pada Mahasiswi Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang. *Jurnal Perawatan*, 1 (4).
- Ferrinadewi, Erna. 2005. Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 7 (2).
- Ghina. 2017. Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 6 (3).

- Hamidy, Mu'ammal. Halal dan Haram dalam Islam. Singapura: PT Bina Ilmu, 1980.
- Menteri Kesehatan RI No. 445/MenKes/PerMenKes/1998.
- Muslimin Karra, Statistik Ekonomi (Makassar: UIN alauddin Makassar, 2013).
- Pasal 1 Angka (1) Keputusan Kepala BPOM RI No. HK.00.05.4.1745 Tentang Kosmetik.
- Pasal 23 Ayat (1) Keputusan Kepala BPOM RI No. Hk.00.05.4.1745 tentang Kosmetik.
- Pasal 3 Angka (1) Keputusan Kepala BPOM RI No. HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik.
- Pujiono, Arif. 2006, Teori Konsumsi Dalam Islam. *Jurnal Dinamika Pembangunan*. 2 (3).
- Rachmat Syafei, Penimbunan dan Monopoli Dagang Dalam Kajian Fiqi Islam, (Jakarta Departemen Agama. 2004).
- Sugiono, Metode Penelitian Bisnis. Cet 18, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Syafrida, Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Memberi Perlindungan Dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim. *Jurnal Hukum*, 7 (2).
- Wahyono. 2016. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. *Management Analysis Journal*, 5 (3).
- Wijaya, Noviany dan Diah Dharmayani (2014) Analisa Efektifitas Iklan Kosmetik Wardah Dengan Menggunakan Consumer Decision Model (CDM). *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, (2) No 1.
- Yuli Mutiah Rambe, Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1 (1).
- Yusuf al-Qardhawi, *Al-Halal wa Al-Haram fi al-Islam*, (ter. Wahid Ahmadi), Cet. I (Surakarta: Era Intermedia, 2003).

(<http://www.indonesiainancetoday.com/>, 21/01/2013).

(<http://www.indonesiainancetoday.com/>, 22/01/2013).

(<http://www.psychologymania.com/>).

(<http://www.tempo.co/>, 11/12/2012).

[https://adevnatural.com/kosmetik-haram-menurut-mui-ketentuan-hukum-dan rekomendasi-mui/](https://adevnatural.com/kosmetik-haram-menurut-mui-ketentuan-hukum-dan-rekomendasi-mui/) diakses pada 14 Mei 2018.

<https://www.scribd.com/document/94530567/Studi-Komparatif>

KUESIONER PENELITIAN

Analisis Komparatif Labelisasi Halal Pada Kosmetik Dalam Meningkatkan Minat Beli Masyarakat Di Kec. Syiah Kuala Dan Kec. Kuta Alam

Assalamu'alaikum Wr. Wb. Responden yang terhormat,
 Nama saya Yuli Rasma (160602270), mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Saya sedang melakukan penelitian tentang Analisis Komparatif Labelisasi Halal Pada Kosmetik Dalam Meningkatkan Minat Beli Masyarakat Di Kec. Syiah Kuala Dan Kec. Kuta Alam yang merupakan sumber data utama bagi skripsi, maka dimohon kesediaan Ibu/saudari untuk mengisi kuesioner ini secara lengkap dan benar. Semua informasi yang diterima sebagai hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan digunakan untuk kepentingan akademis. Atas partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,

Yuli Rasma
 NIM. 160602270

1. Identitas Responden

Berilah tanda check (√) pada salah satu pilihan jawaban dan tuliskan jawaban singkat jika jawaban Anda tidak tersedia pada pilihan jawaban dalam kuesioner ini.

NO RESPONDEN :
 USIA : Tahun
 KECAMATAN : () Syiah Kuala () Kuta Alam

PEKERJAAN : () Pelajar/Mahasiswa () Tidak/Belum bekerja ()
 () Pegawai Negeri Sipil Karyawan Swasta
 () Ibu Rumah Tangga () Lainnya : ...

2. Petunjuk pengisian :

Di bawah ini terdapat sejumlah pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan “Analisis Komparatif Labelisasi Halal Pada Kosmetik Dalam Meningkatkan Minat Beli Masyarakat Di Kec. Syiah Kuala Dan Kec. Kuta Alam”. Berilah tanda check (√) pada jawaban yang sesuai dengan pendapat Anda.

Adapun pilihan jawabannya adalah :

- SS : Sangat Setuju**
- S : Setuju**
- N : Netral**
- TS : Tidak Setuju**
- STS : Sangat Tidak Setuju Contoh :**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya labelisasi halal mempengaruhi keputusan pembelian	√				

A. Labelisasi Halal (x)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya yakin bahwa produk kosmetik diproses sesuai dengan syariat Islam					
2	Bahan yang terdapat pada produk kosmetik merupakan bahan-bahan yang teruji kehalalannya					
3	Saya sangat tidak yakin dengan logo labelisasi halal ini					



4	Anda merasa aman untuk menggunakan produk kosmetik karena berlabel halal					
5	Labelisasi halal pada produk kosmetik memberikan jaminan terbebas dari bahan-bahan yang haram					
6	Labelisasi halal pada produk kosmetik menjamin kehalalan produk					

B. Minat Beli (y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Anda menyadari adanya kebutuhan menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal					
2	Anda menyadari adanya rasa ingin menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal					
3	Anda memperoleh informasi tentang label halal produk kosmetik dari teman, keluarga, iklan, dan media massa					
4	Anda mencari tahu kehalalan produk kosmetik dari label yang tercantum pada kemasan					
5	Anda berusaha memenuhi kebutuhan produk kosmetik yang berlabel halal					
6	Anda mencari manfaat tertentu dari					
7	Anda memutuskan untuk membeli produk kosmetik karena berlabel halal					
8	Anda memutuskan untuk membeli produk kosmetik karena memenuhi syarat kehalalan sesuai syariat Islam					
9	Anda merasa puas menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal					
10	Anda memiliki keinginan untuk membeli kembali produk kosmetik karena berlabel halal					



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Situs : www.uin-arraniry-web.id/fakultas-ekonomi-dan-bisnis

Nomor : 3051/Un.08/FEBI/TL.00/09/2018

/4 September 2018

Perihal : Permohonan kesediaan memberikan
data dan wawancara

Kepada Yth.

di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan ini menerangkan bahwa yang namanya tersebut di bawah ini:

Nama	: Yuli Rasma
NIM	: 160602270
Prodi	: Ekonomi Syariah
Semester	: V (Lima)T.A. 2018 / 2019

adalah benar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang sedang menyusun Proposal Skripsi dengan judul: **Analisis Komparatif Labelisasi Halal pada kosmetik terhadap minat beli masyarakat di kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Syiahkuala.**

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat membantu memberikan data-data serta penjelasan yang diperlukan sesuai dengan judul tersebut.

Demikianlah, atas bantuan dan kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalam

Dekan

Anafiansyah

Nomor/Date: 3051/Un.08/FEBI/KP.07.0/09/2018
Tanggal/Kassa: 8 September 2018

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN AR-RANIRY
 Nomor : 222/Un.08/FEBI/PP.00.9/01/2018

T E N T A N G

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN AR-RANIRY

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran penulisan Skripsi mahasiswa Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka dipandang perlu menunjukkan pembimbing Skripsi tersebut;
- b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat sebagai pembimbing Skripsi mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah.
- Mengingat** : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah No. 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden No. 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
5. Peraturan Menteri Agama RI No. 12 Tahun 2014, tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry;
6. Peraturan Menteri Agama RI No. 21 Tahun 2015, Tentang Statuta UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
7. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015, Tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur PPs UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

M E M U T U S K A N

Menetapkan :

P e r t a m a : Menunjuk Saudara (i) :

a. Dr. Nur Beity Sofyan, Lc., MA

Sebagai Pembimbing I

b. Farid Fethoni Ashal, Lc., MA

Sebagai Pembimbing II

untuk membimbing Skripsi Mahasiswa (i) :

N a m a : Yuli Rasma

N I M : 140602270

Prodi : Ekonomi Syariah

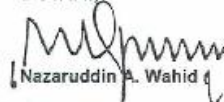
J u d u l : Pengaruh Label Halal Pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry)

K e d u a : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini.

Kutipan Surat Keputusan ini dibenarkan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
 Pada tanggal : 23 Januari 2018

D e k a n,


 Nazaruddin A. Wahid

Tembusan :

1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Ketua Prodi Ekonomi Syariah;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Yuli Rasma
 Tempat/Tgl. Lahir : Pantee Rakyat/06 Oktober 1995
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Pekerjaan/NIM : Mahasiswa/160602270
 Agama : Islam
 Kebangsaan : Indonesia
 Status : Belum Kawin
 Alamat : Baet, Baitussalam, Aceh Besar

Riwayat Pendidikan

SDN 1 Pantee Rakyat : Tamatan Tahun 2007
 SMPN 1 Pantee Rakyat : Tamatan Tahun 2010
 SMAN 1 Pantee Rakyat : Tamatan Tahun 2013
 DIII Perbankan Syariah Uin Ar-raniry: Tamatan Tahun 2016
 S1 Ekonomi Syariah Uin Ar-raniry : Tamatan Tahun 2019

Data Orang Tua

Nama Ayah : Akhir Ali
 Nama Ibu : Rismiati
 Pekerjaan Ayah : Petani
 Pekerjaan Ibu : IRT
 Alamat Orang Tua : Pantee Rakyat, Gampong
 Lhokmeukek , Babahrot, Aceh
 Barat Daya.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Banda Aceh, 14 Februari 2019

Yuli Rasma