

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat menjalankan kehidupan sehari-hari peranan agama bisa menjadi sebuah ikatan bagi umat manusia. Menjadi umat beragama membantu kita dalam pemenuhan kebutuhan jasmani dan rohani, yaitu dengan menjalani aktivitas sesuai dengan ajaran dan perintah dari agama seperti melakukan ibadah. Dalam dunia ini banyak sekali ajaran agama yang menjadi pedoman atau keyakinan manusia, salah satunya adalah agama islam. Sebanyak total hampir sebanyak 2 miliar umat manusia yang memeluk agama islam di dunia (Putri, 2023). Penganut agama islam di dunia juga akan diperkirakan mengalami pertumbuhan kian tahunnya. Berdasarkan hasil data *PEW Research Center*, pertumbuhan orang yang menganut agama islam akan terjadi peningkatan pesat hingga tahun 2050 (Pew Research Center, 2015).

Size and Projected Growth of Major Religious Groups

	2010 POPULATION	% OF WORLD POPULATION IN 2010	PROJECTED 2050 POPULATION	% OF WORLD POPULATION IN 2050	POPULATION GROWTH 2010-2050
Christians	2,168,330,000	31.4%	2,918,070,000	31.4%	749,740,000
Muslims	1,599,700,000	23.2	2,761,480,000	29.7	1,161,780,000
Unaffiliated	1,131,150,000	16.4	1,230,340,000	13.2	99,190,000
Hindus	1,032,210,000	15.0	1,384,360,000	14.9	352,140,000
Buddhists	487,760,000	7.1	486,270,000	5.2	-1,490,000
Folk Religions	404,690,000	5.9	449,140,000	4.8	44,450,000
Other Religions	58,150,000	0.8	61,450,000	0.7	3,300,000
Jews	13,860,000	0.2	16,090,000	0.2	2,230,000
World total	6,895,850,000	100.0	9,307,190,000	100.0	2,411,340,000

Source: The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050

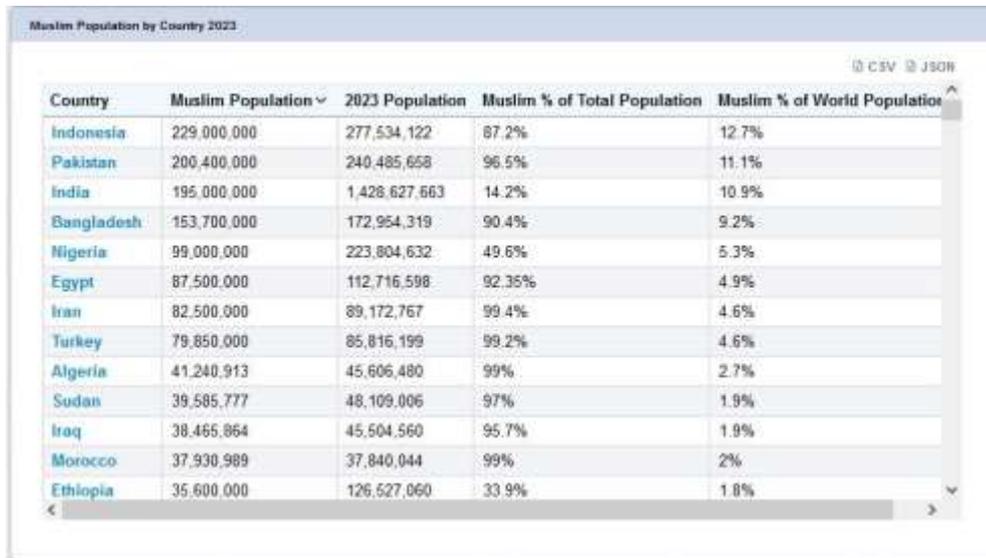
PEW RESEARCH CENTER

Gambar 1. 1 The Future Growth Religions Population Growth Projections, 2010-2050

Sumber: (Pew Research Center, 2015)

Berdasarkan gambar 1.1 hasil data penelitian Pew Research Center, pertumbuhan populasi Muslim akan kian terus bertambah hingga tahun 2050. Peningkatan pertumbuhan populasi penganut agama Muslim secara global diakibatkan oleh faktor angka kelahiran yang terus tumbuh. Angka kelahiran yang

terus tumbuh kian tahunnya juga dipengaruhi oleh kesuburan pada perempuan-perempuan Muslim.

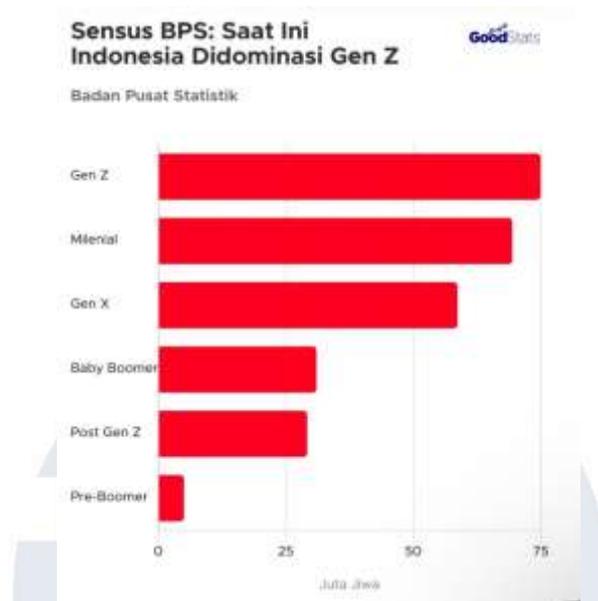


Country	Muslim Population	2023 Population	Muslim % of Total Population	Muslim % of World Population
Indonesia	229,000,000	277,534,122	87.2%	12.7%
Pakistan	200,400,000	240,485,658	96.5%	11.1%
India	195,000,000	1,428,627,663	14.2%	10.9%
Bangladesh	153,700,000	172,954,319	90.4%	9.2%
Nigeria	99,000,000	223,804,632	49.6%	5.3%
Egypt	87,500,000	112,716,598	92.35%	4.9%
Iran	82,500,000	89,172,767	99.4%	4.6%
Turkey	79,850,000	85,816,199	99.2%	4.6%
Algeria	41,240,913	45,606,480	99%	2.7%
Sudan	39,585,777	48,109,006	97%	1.9%
Iraq	38,465,864	45,504,560	95.7%	1.9%
Morocco	37,930,989	37,840,044	99%	2%
Ethiopia	35,600,000	126,527,060	33.9%	1.8%

Gambar 1. 2 Muslim Population by Country 2023

Sumber: World Population Review

Berdasarkan gambar 1.2 hasil data *World Population Review* Indonesia sebagai negara dengan total banyaknya populasi umat Muslim terbanyak di dunia. Pada tahun 2023 angka populasi umat Muslim Indonesia telah mencapai 277 juta penduduk. Dari total tersebut terdapat provinsi yang memiliki populasi Muslim terbanyak yaitu provinsi Jawa Barat Penduduk. Berdasarkan hasil laporan Badan Pusat Statistik (BPS) terdapat 48 juta penduduk Jawa Barat menganut agama Islam di tahun 2023. Indonesia yang menjadi salah satu Negara dengan masyarakat yang memeluk agama Islam menyumbang sebanyak 12,7% dari populasi Muslim di dunia. Dengan jumlah angka tersebut Indonesia berhasil menjadi peringkat pertama negara dengan populasi Muslim terbanyak secara global.



Gambar 1. 3 Sensus Badan Pusat Statistik 2022

Sumber: World Population Review

Berdasarkan hasil data oleh sensus Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, jumlah populasi masyarakat Indonesia di dominasi oleh generasi z. Jumlah populasi generasi z di Indonesia sebanyak 74,93 juta jiwa. Generasi tersebut lahir diantara tahun 1997 sampai tahun 2012 atau pada saat ini berumur 17 tahun – 27 tahun. Jumlah komposisi dari penduduk termasuk faktor yang penting yang menjadi wujud dari kehidupan sosial serta demografi Indonesia. Banyaknya populasi masyarakat generasi z, maka penting bagi pemerintah untuk memahami karakteristik dari generasi z.

Dikutip dari website Kemenperin.go.id, Kementrian perindustrian Republik Indonesia (Kemenperin) ingin mengakrabkan generasi z dengan sektor Industri Halal. Kemenperin menyelenggarakan Pameran Halal Indonesia 2024 yang menargetkan generasi muda khususnya generasi z. Kemenperin menganggap bahwa generasi z berperan penting sebagai *stakeholder* yang berkontribusi besar untuk perkembangan industri halal Indonesia, terutama pada masa yang akan datang. Belakangan ini tren gaya hidup halal juga menjadi populer di kalangan generasi z. Hal tersebut dapat menciptakan peluang pemerintah untuk mendorong sektor Industri Halal pada masa yang akan datang.

Jika melihat banyaknya populasi generasi z yang mendominasi penduduk di Indonesia, maka penting bagi pemerintah dalam mendorong aspek-aspek penting dengan mempertimbangkan karakteristik generasi z. Namun terdapat beberapa tantangan yang muncul jika mengingat bahwa generasi z termasuk dalam generasi yang telah di dominasi oleh budaya jaman sekarang. *Media and Religious Trends in indonesia* (MERIT) dan Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM) UIN Jakarta melakukan survey mengenai “Beragama Anak Muda”. Hasil survey tersebut memberikan hasil bahwa generasi z memiliki tingkat keyakinan kepada agama yang rendah. Hal ini disebabkan karena Generasi ini menghadapi berbagai tantangan dalam memahami ajaran agama ditengah dunia modern yang semakin maju.

Dalam era yang digital dan maju ini, generasi z memiliki akses dalam mencari Informasi dengan luas termasuk Informasi mengenai Islam. Menurut Arief Muhammad Nurwijaya (2024), Generasi z cenderung lebih kritis dalam memiliki pandangan terhadap sesuatu termasuk mengenai ajaran agama. Mereka akan lebih merasa penasaran, bertanya, dan mencari alasan mengenai ajaran agama. Sehingga penting bagi pemerintah untuk mengenal dan lebih memahami karakteristik Generasi z dalam bersikap hingga berpikir mengenai keyakinan agama untuk mendorong sektor industri halal.

Melihat tingginya angka populasi Muslim di Indonesia tentunya akan menjadi peluang yang begitu besar bagi industri halal serta akan berpengaruh terhadap perekonomian di Indonesia. Terdapat peningkatan kesadaran konsumen global terhadap pentingnya produk halal telah berkembang (Sutyiono, 2023). Menurut informasi dari State of the Global Islamic Economy Report pasar produk halal global akan diperkirakan memperoleh USD 2,4 triliun di tahun 2024. Hal ini dapat menjadi kesempatan bagi Indonesia dalam mengembangkan industri halal. Dikutip dari website *kemenperin.go.id*, Menteri Perindustrian RI Dr. Agus Gumiwang Kartasmita mengatakan bahwa saat ini banyak terdapat produk-produk yang diproduksi dan dipasarkan dengan menargetkan konsumen Muslim, baik itu produk dalam negeri serta luar negeri. Kemudian Dr. Agus Gumiwang Kartasmita juga menambahkan bahwa pengeluaran yang dikeluarkan oleh umat

Muslim di Indonesia dalam kategori produk serta layanan halal akan meningkat pada tahun 2025 sebesar 14,96% atau senilai USD 281,6 miliar. Hal ini dapat membuat Indonesia sebagai konsumen industri halal terbanyak didunia, 11,34% dari pengeluaran halal global.



Gambar 1. 4 Indonesia Halal Market Overview

Sumber: Halal Market Report Indonesia 2021/2022

Berdasarkan Report Halal Market Indonesia Sharia Economic Festival, Indonesia dapat menjadi pasar konsumen halal terbesar di dunia. Terdapat 3 peluang untuk mengembangkan pasar industri halal di Indonesia mulai dari ekspor, impor dan pertumbuhan investasi asing. Dengan jumlah 277 juta populasi Muslim di Indonesia memiliki permintaan dan kebutuhan produk halal yang besar sehingga dapat mendorong pertumbuhan industri halal. Dikutip dari website *CNN Indonesia*, dalam meningkatkan perkembangan industri halal dalam negeri kemenperin berupaya untuk memberikan fasilitas sertifikasi industri halal bagi para pelaku umkm dengan tujuan memicu penambahan sektor industri halal di Indonesia. Pada tahun 2023 kemenperin telah menunjukkan upaya untuk meningkatkan perkembangan industri halal dalam negeri, dengan berupayan untuk memberikan bantuan berupa sertifikasi industri halal kepada 3.095 industri kecil dan pada tahun 2024 ditargetkan sebanyak 4.000 sertifikasi halal yang akan diberikan kepada industri kecil. Dapat diperkirakan bahwa pertumbuhan ekonomi

nasional dapat didominasi oleh pertumbuhan sektor industri halal. Kementerian Perindustrian (kemenperin) berusaha untuk mendorong 3 sektor industri halal yaitu industri farmasi dan kosmetik halal, makanan halal, dan fesyen halal.

Saat ini, gaya hidup halal semakin menjadi perhatian dalam kehidupan masyarakat. Gaya hidup ini merupakan bagian dari ajaran syariah Islam, yang mewajibkan umat Muslim untuk mengonsumsi dan menggunakan segala sesuatu yang telah terbukti halal. Halal merujuk pada segala hal yang diizinkan oleh Allah Swt. serta Rasul-Nya pada Al-Quran, hadist, serta prinsip-prinsip yang diperintahkan kepada umat Islam. Produk halal mencakup berbagai jenis produk seperti makanan, obat-obatan, kosmetik, dan lainnya, yang jika dimakan atau dimanfaatkan, tidak akan mendatangkan dosa (Rahmadani, 2015). Disisi yang sama, produk halal ialah barang yang sudah ditetapkan halal berdasarkan dengan syariat Islam dan dijamin kehalalannya dengan sertifikat halal, menghadirkan kepastian hukum tentang status kehalalan produk tersebut (Undang-Undang Jaminan Produk Halal, 2014). Dalam Al-Quran, terdapat pula konsep halal thayyib, bagaikan yang dijelaskan dalam surah Al-Baqarah ayat 168, di mana Allah Swt. mengingatkan umat-Nya untuk selalu mengonsumsi makanan yang halal serta baik, serta menghindari makanan haram.

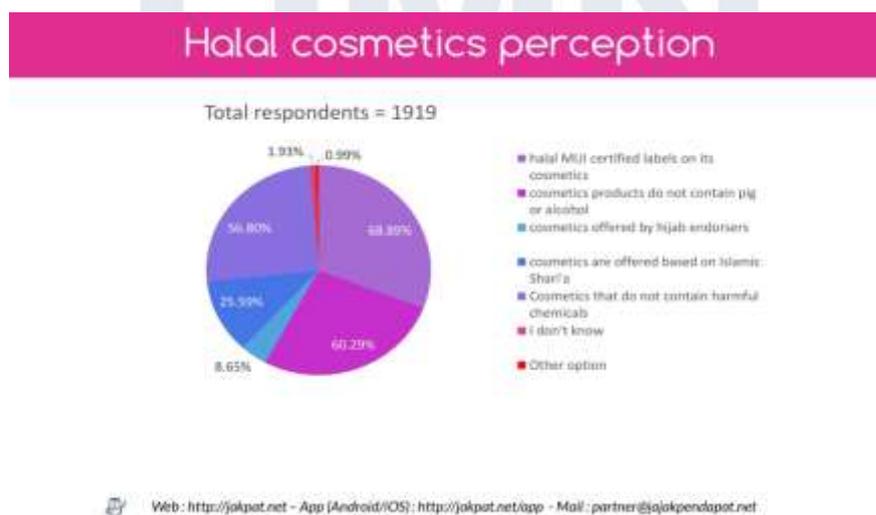
لَا رِزْقَ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتَ يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

“Hai seluruh manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan jangan kamu mendekati perbuatan syaitan sebab sesungguhnya syaitan ialah musuh yang sebenarnya untukmu” (Q.S. al-Baqarah: 168).

Produk halal dapat mencakup makanan, obat-obatan, produk kecantikan, dan pakaian. Industri kecantikan juga menjadi fokus pemerintah untuk mendorong sektor halal. Kecantikan bagi para kaum hawa tidak sekadar dapat ditengok dari dalam saja namun juga dapat terlihat dari luar yaitu dengan memiliki penampilan yang menarik. Industri kosmetik halal membuat salah satu sektor yang akan menjadi fokus untuk dikembangkan oleh Kementerian Perindustrian (kemenperin).

Produk kecantikan sendiri kini telah menjadi bagian yang sangat penting pada diri wanita. Halal pada suatu barang kecantikan tidak sekedar memakai barang dengan kategori halal saja, namun halal memiliki arti bahwa produk tersebut memakai bahan alami, aman, dan memiliki tinggi serta baik oleh karenanya tidak memiliki imbas yang membahayakan bagi pemakainya (Marisha, 2016). Maka penting untuk sebuah perusahaan untuk terus berinovasi dalam memproduksi produk kecantikan dengan bahan-bahan yang terjamin kualitas dan kehalalannya. Penting bagi wanita untuk memperhatikan kandungan yang terdapat dalam sebuah produk kecantikan agar menjaga kulit tetap aman dan sehat. Standarisasi halal dapat membantu para pelaku industri untuk membentuk barang dengan nilai jual yang baik dan aman.

Saat ini, banyak perusahaan yang mulai terlibat dalam industri kecantikan. Perusahaan-perusahaan yang memproduksi barang-barang kecantikan pun bersaing untuk mendaftarkan merek produk mereka ke lembaga sertifikasi halal internasional, dengan tujuan untuk memastikan bahwa produk yang mereka buat telah terverifikasi halal. Dengan demikian, industri kosmetik kini menjadi sektor yang menawarkan peluang besar bagi para pelaku bisnis. Hal ini semakin didorong oleh terus meningkatnya jumlah populasi dan pertumbuhan umat Muslim di seluruh dunia setiap tahunnya.

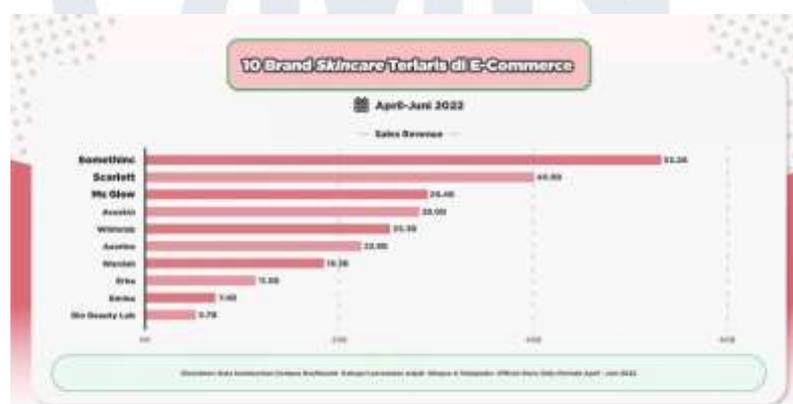


Gambar 1. 5 Halal Cosmetic Perception

Sumber: JAKPAT

Melihat hasil penelitian yang dilaksanakan oleh lembaga survei JakPat, terdapat berbagai pandangan atau persepsi tentang produk halal. Sejumlah 68,89% responden berpendapat bahwasanya seseorang melihat produk kosmetik halal berdasarkan adanya sertifikasi label halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Peran MUI ialah layaknya lembaga yang memberi kepastian umat Muslim di Indonesia terjaga saat mengonsumsi produk makanan, minuman, kosmetik, dan obat-obatan yang telah terjamin kehalalannya, dari sisi bahan yang dipakai maupun langkah pembentukannya.

Penting bagi wanita Muslimah untuk memilih produk kecantikan yang memenuhi kriteria halal yang telah ditentukan. Kriteria halal tersebut meliputi beberapa hal, seperti tidak terkandung alkohol yang tidak diperbolehkan, bebas dari kekerasan atas hewan, serta memiliki label MUI dan kode BPOM yang teruji aman dipakai (Miranti, 2018). Meskipun produk kecantikan tidak dikonsumsi langsung dan hanya digunakan pada area wajah, jika produk tersebut mengandung bahan dari hewan yang diharamkan menurut syariat Islam, maka produk tersebut dianggap tidak halal dan tidak layak untuk digunakan. Hal ini karena penggunaan produk kecantikan atau perawatan kulit yang diaplikasikan pada wajah dapat meresap ke dalam kulit dan menyebabkan efek tertentu. Oleh karena itu, meskipun produk kecantikan hanya dioleskan, jika mengandung bahan atau unsur yang diharamkan oleh Allah Swt., tetap tidak diperbolehkan untuk digunakan.



Gambar 1. 6 Data Brand Skincare Terlaris pada E-commerce 2022

Sumber: Kompas, 2022

Dapat dilihat pada gambar 1.5, terdapat 10 merek *skincare* terlaris pada *e-commerce* Indonesia yaitu Somethinc, Scarlett, MS Glow, Avoskin, Whitelab, Azarine, Wardah, Erha, Emina, dan Bio Beauty Lab. 10 merek tersebut telah mendapatkan sertifikasi kehalalan pada setiap produknya. Merek-merek kecantikan tersebut saling berkompetisi dalam mencukupi keperluan kulit masyarakat Indonesia seperti guna mencerahkan, menyembuhkan jerawat, melembabkan kulit, merawat *skin barrier*, dan lainnya. Masih banyak lagi merek-merek kecantikan lainnya yang ada di Indonesia. Namun, sayangnya merek-merek lain masih belum dapat bersaing untuk mencapai 10 puncak merek terlaris, termasuk Safi yang merupakan salah satu merek produk kecantikan halal.

Saat ini sektor industri halal pada produk kecantikan telah mulai banyak tersebar di pasar Indonesia mulai dari produk dalam negeri maupun luar negeri. Pelaku dari Industri tersebut dapat melihat peluang yang ada pada pasar Indonesia yang penduduknya mayoritas memeluk agama Islam. Salah satu pelaku industri halal kecantikan dari luar negeri yang telah masuk ke pasar industri halal Indonesia ialah PT. Wipro Unza. Wipro Unza merupakan industri yang berlaku dalam bidang *consumer care* dan *lighthing*, yang mana termasuk dalam satu produsen produk perawatan tubuh terbesar di Asia tenggara. Perusahaan Wipro Unza mempunyai berbagai merek-merek yang sudah terjual, salah satunya ada Safi yang menjadi merek unggulan bagi perusahaan. Safi ialah salah satu merek *skincare* halal yang berasal dari Malaysia yang memfokuskan produk mereka terhadap jenis kulit konsumen di Asia.



Gambar 1. 7 Logo Safi

Sumber: infobrand.co.id

Dikeluarkan dari website resmi dari Safi Indonesia, skincare halal merupakan produk yang dalam proses pembuatan hingga pemilihan bahan-bahannya disesuaikan dengan ketentuan agama Islam. Produk yang dimiliki oleh Safi termasuk dalam kategori halal yang sudah teruji kehalalannya. Umumnya produk kecantikan yang sudah teruji kehalalannya tidak memiliki kandungan bahan yang diharamkan dan *animal cruelty free* sehingga memiliki sertifikasi halal yang diberikan oleh lembaga Majelis Ulama Indonesia (MUI). Berdasarkan hal tersebut, Safi telah memiliki lembaga penelitian yang bernama *Safi Research Institue*. Lembaga penelitian Safi memiliki lebih dari 100 ilmuwan yang bekerja untuk menyesuaikan produk kecantikan halal dengan kebutuhan kulit di Indonesia.

Safi sudah menjalankan riset penelitian dahulu terhadap konsumen Indonesia dalam waktu kurang lebih 2 tahun sebelum memasuki industri halal kecantikan di Indonesia. Setiap negara tentunya memiliki suhu dan iklim yang berbeda sehingga penting untuk melakukan riset penelitian dengan tujuan memahami kebutuhan jenis kulit di Indonesia. Tidak diragukan lagi hal tersebut menjadikan Safi sebagai merek skincare halal nomor satu di dunia. Safi juga memperoleh sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) sehingga bisa terjamin kehalalan pada setiap produknya. Pada setiap pembuatannya Safi tidak pernah melakukan pengujian produk terhadap hewan, sehingga produk-produk safi terbebas dari kekejaman terhadap hewan. Safi Research Institute juga berinovasi dalam mengembangkan produk dengan menggunakan bahan alami dan lulus pada uji klinis, sehingga akan terjamin keamanan dan keefektifannya dalam perawatan kulit.



Gambar 1. 8 Perbandingan Followers Instagram

Sumber: infobrand.co.id

Jika dibandingkan dengan Wardah yang termasuk produk kecantikan halal dengan citra kehalalannya yang kuat, Safi masih memiliki pengikut Instagram yang jauh lebih sedikit dari Wardah yaitu 309.000 ribu pengikut. Tidak hanya itu aktivitas sosial media dari Safi jauh lebih rendah dibandingkan Wardah. Pada sosial media Instagram Safi masih kurangnya variasi konten dan sedikitnya kolaborasi dengan selebriti kecantikan. Hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat minat audiens terhadap Safi. Meskipun begitu, konten dari sosial media Safi lebih mengarah kepada informasi serta khasiat dari produk-produknya.

Produk-produk yang dimiliki Safi tentunya telah teruji kehalalan dan kualitasnya sehingga tidak perlu diragukan lagi khasiat yang ada pada setiap produknya. Safi memiliki tiga produk andalannya yaitu, Safi *White Expert*, Safi *White Natural*, dan Safi *Age Defy*. Ketiga produk tersebut juga termasuk produk pionir yang muncul pada saat peluncuran pertamanya produk Safi pada 29 Maret 2018. Pada ketiga produk tersebut telah melalui tahap penelitian kualitas dan kehalalan yang pada setiap produknya memiliki bahan dan fungsi yang berbeda.



Gambar 1. 9 Safi White Expert

Sumber: Safiindonesia.com

Produk Safi *White Expert* menjadi salah satu dari tiga produk andalan dari Safi. Pada produk Safi *White Expert* memiliki kandungan biji Habbatus Souda yang dikenal jintan hitam dan dipercaya sebagai obat untuk segala penyakit dan dapat menjaga kulit supaya sehat cerah. Tidak hanya itu, terdapat kandungan *Oxywhite Technology* yang dapat membuat peningkatan penyerapan oksigen dan

nutrisi serta membantu perlambatan efek pembentukan melanin yang dapat membantu kulit terasa kencang dan cerah merata.



Gambar 1. 10 Safi White Natural

Sumber: Safiindonesia.com

Produk Safi White Natural merupakan salah satu produk terkenal dari Safi yang dikhususkan untuk kulit para remaja. Pada produk ini mengandung ekstrak buah manggis yang terkandung vitamin C dan antioksidan nantinya bisa merawat kelembaban alami kulit wajah yang kering serta membuatnya tampak cerah alami. Tidak hanya itu, pada produk ini juga terdapat ekstrak buah stroberi dan lemon yang memiliki kandungan antioksidan, AHA, dan vitamin c yang membantu mengurangi minyak berlebih serta membuat kulit menjadi halus dan cerah.



Gambar 1. 11 Safi Age Defy

Sumber: Safiindonesia.com

Produk terakhir yang menjadi andalan dari Safi ialah Safi *Age Defy* yang berfokus pada anti penuaan. Pada produk ini mengandung bahan yang sangat

eksklusif yaitu 24K ekstrak emas yang kaya antioksidan untuk menjaga keremajaan dan elastisitas kulit. Tidak hanya itu, terdapat kandungan vitamin C dan *Glutathione* yang berfungsi untuk mencerahkan kulit wajah dan menyamarkan kerutan serta garis halus. Produk ini dapat digunakan oleh umur 30 keatas yang memnbutuhkan perawatan anti penuaan.

Berdasarkan dari ketiga produk tersebut safi telah memberikan perhatian yang luar biasa pada disetiap produknya. Setiap produk tersebut memiliki bahan-bahan yang berkualitas dan halal. Fungsi yang ada pada setiap produk juga mampu memenuhi kebutuhan kulit di Inonesia. Maka dapat dikatakan Safi sebagai salah satu merek produk kecantikan halal telah mampu untuk bersaing di industri halal Indonesia. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk melihat keinginan konsumen Indonesia yang mayoritasnya menganut agama islam dalam membeli produk *skincare* halal (*Purchase Intention*) dari Safi. Sebagai pionir merek *skincare* halal nomor satu di dunia tentunya akan ada konsumen yang memiliki persepsi merek Safi (*Brand Perception*) dalam benaknya. Sebelum konsumen melakukan proses pembelian tentunya muncul pertimbangan mengenai kualitas produk *skincare* halal (*Product Quality*), melihat persepsi sosial personal (*Personal Societal Perception*) untuk membeli produk *skincare* halal, memiliki kepercayaan agama (*Religious Belief*) dalam memilih produk *skincare* halal, mempunyai kesadaran terhadap kehalalan dari *skincare* halal, dan memiliki pertimbangan terhadap sertifikasi kehalalan (*Halal Certification*) yang ada pada produk *skincare* halal yang akan dibeli.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Atas dasar latar belakang yang sudah dijabarkan, maka bisa disimpulkan bahwasanya adanya fenomena pertumbuhan agama Islam di dunia yang terus meningkat seiring bertambahnya waktu. Agama Islam mendapat peringkat urutan nomor 2 sebagai agama yang memiliki umat terbanyak dengan jumlah 2 miliar penganut. Angka tersebut diperkirakan akan selalu tumbuh di setiap tahunnya. Indonesia menjadi negara yang mayoritas penduduknya beragama Muslim dan juga menjadi bagian dari negara yang menyumbang penduduk Muslim terbanyak. Dengan banyaknya penduduk Muslim di Indonesia tentunya permintaan akan

produk halal juga akan meningkat. Populasi masyarakat beragama Muslim di Indonesia mencapai angka 277 juta penduduk yang telah tersebar di wilayah Indonesia. Berdasarkan jumlah penduduk yang menganut agama Islam, Indonesia telah menyumbang sebanyak 12,7% populasi Muslim di Indonesia.

Besarnya jumlah populasi masyarakat Indonesia yang menganut agama Islam membuat permintaan terhadap produk halal kian terus meningkat. Indonesia yang memiliki banyak penduduk beragama Muslim memiliki peluang untuk para pelaku bisnis yang bergerak pada sektor industri halal. Pada saat ini pemerintah Indonesia juga tengah berupaya untuk memperluas sektor Industri halal melihat permintaan terhadap produk halal yang terus tumbuh. Kementerian Perindustrian (Kemenperin) sedang berupaya dalam mendorong 3 sektor halal diantaranya adalah industri farmasi dan kosmetik halal, makanan halal, dan fesyen halal.

Perkembangan sektor industri halal tiap tahunnya membuat peluang pasar terhadap produk-produk halal semakin besar di Indonesia. Pada saat ini banyak sekali pelaku bisnis yang mempertimbangkan kehalalan dalam membuat sebuah produk. Tidak hanya perusahaan dalam negeri saja yang ikut bersaing pada pasar industri halal dalam negeri, akan tetapi juga terdapat beberapa perusahaan luar negeri yang memasuki pasar Indonesia. Produk-produk yang tersebar meliputi fesyen, produk kecantikan, makanan, dan obat-obatan. Produk-produk halal yang menjadi permintaan oleh masyarakat menimbulkan tren gaya hidup halal atau yang biasa dikenal dengan halal *lifestyle*. Pada saat ini gaya hidup halal tengah menjadi sorotan hangat melihat banyaknya penduduk beragama Islam di Indonesia. Saat ini pemerintah juga sedang berfokus dalam mengembangkan sektor Industri halal kecantikan di Indonesia.

Salah satu perusahaan yang memasuki pasar industri kecantikan halal di Indonesia merupakan PT. Wipro Unza. Wipro Unza merupakan perusahaan dari Malaysia yang memproduksi produk Safi. Perusahaan ini memproduksi berbagai macam produk *skincare* halal bernama Safi. Produk Safi telah terjamin menggunakan bahan dan proses yang halal serta telah dipastikan teruji secara klinis. Hal tersebut dilatar belakangi dengan adanya peran *Safi Research Institute* yang bekerja dalam penelitian dan inovasi dari produk-produk pada Safi. Safi

memasuki pasar kecantikan halal Indonesia pada tahun 2018. Sebelum meluncurkan produknya di Indonesia Safi terlebih dahulu melakukan penelitian selama 2 tahun untuk melihat kebutuhan kulit masyarakat Indonesia berdasarkan iklim atau cuaca. Penelitian terhadap produk ini juga didasari oleh kehalalan sehingga terjamin bahan serta kualitas produk-produk safi.

Berdasarkan fenomena diatas, penulis menjalankan penelitian ini dengan tujuan untuk menganalisis faktor minat beli konsumen umat islam atas produk kecantikan halal dari Safi. Faktor-faktor yang berpengaruh pada minat beli konsumen atau *Purchase Intention* terhadap produk kecantikan halal dari safi dipengaruhi oleh *Brand Perception*, *Product Quality*, *Personal Societal Perception*, *Religious Belief*, *Halal Awareness*, dan *Halal Certification*. Berdasarkan factor-faktor diatas, maka peneliti sudah menetapkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Brand Perception* mempunyai pengaruh terhadap *Purchase Intention*?
2. Apakah *Product Quality* mempunyai pengaruh terhadap *Purchase Intention*?
3. Apakah *Personal Societal Perception* mempunyai pengaruh terhadap *Purchase Intention*?
4. Apakah *Religious Belief* mempunyai pengaruh atas *Purchase Intention*?
5. Apakah *Halal Awareness* mempunyai pengaruh terhadap *Purchase Intention*?
6. Apakah *Halal Certification* mempunyai pengaruh terhadap *Purchase Intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

Atas dasar rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang sudah diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai di bawah ini:

1. Untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh *Brand Perception* atas *Purchase Intention*.

2. Untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh *Product Quality* atas *Purchase Intention*.
3. Untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh *Brand Personal Societal Perception* atas *Purchase Intention*.
4. Untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh *Religious Belief* atas *Purchase Intention*.
5. Untuk membahas dan melihat pengaruh *Halal Awareness* atas *Purchase Intention*.
6. Untuk membahas dan melihat pengaruh *Halal Certification* atas *Purchase Intention*.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan bisa menghadirkan manfaat yang berguna dan relevan baik sebagai akademisi, praktisi dan penulisi sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

Melalui penelitian ini, penulis berharap hasil yang diperoleh dapat memperluas wawasan, memberikan informasi tambahan, serta menjadi referensi dalam bidang ilmu pemasaran, terutama mengenai pengaruh faktor-faktor seperti *Brand Perception*, *Product Quality*, *Brand Personal Societal*, *Religious Belief*, *Halal Awareness*, dan *Halal Certification* terhadap *Purchase Intention*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap bisa membagikan tambahan informasi dan rekomendasi yang bermanfaat bagi pelaku bisnis, khususnya yang bergerak di bidang produk kecantikan halal. Terlebih, penelitian ini juga diharapkan bisa menghadirkan kontribusi pada perkembangan industri kecantikan halal dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti *Brand Perception*, *Product Quality*, *Brand Personal Societal*, *Religious Belief*, *Halal Awareness*, dan *Halal Certification* terhadap *Purchase Intention*.

1.5 Batasan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti mempunyai batasan penelitian sebab itu dapat lebih berfokus pada permasalahan yang dirumuskan. Berikut batasan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Karakteristik responden penelitian ini yaitu umat Muslim berusia 17-27 tahun, berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, mengetahui produk kecantikan halal sebelumnya, mengetahui brand Safi, dan belum pernah membeli produk Safi.
2. Penelitian ini dibatasi pada variabel *Brand Perception*, *Product Quality*, *Brand Personal Societal*, *Religious Belief*, *Halal Awareness*, *Halal Certification*, dan *Purchase Intention*.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan pada penelitian ini terbagi atas 5 bab yang saling berhubungan yaitu sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini memiliki isi pembahasan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian yang diteliti, serta sistematika penelitian yang akan ditulis oleh peneliti.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini memiliki isi pembahasan mengenai landasan teori yaitu tinjauan teori, model penelitian, hipotesis, dan penelitian terdahulu yang telah ditulis oleh penulis.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini memiliki isi pembahasan tentang metodologi penelitian contohnya gambaran umum objek penelitian, desain penelitian, populasi serta sampel penelitian, teknik pengumpulan data, operasional variable, teknik analisis data, dan uji hipotesis berdasarkan penelitian yang telah ditulis oleh penelitian.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memiliki isi pembahasan tentang analisis serta pembahasan seperti karakteristik responden, analisis statistik, uji hipotesis, serta pembahasan dari penelitian yang ditulis oleh peneliti.

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini memiliki isi pembahasan mengenai kesimpulan atas hasil penelitian yang telah diolah untuk jawaban atas rumusan masalah dan masukan-masukan

yang bisa peneliti serahkan untuk dikembangkan baik akademis ataupun perusahaan di masa yang mendatang.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA