

**LABEL HALAL PADA PRODUK KOSMETIK  
DALAM PERILAKU KONSUMEN  
DI STAIN PURWOKERTO**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Strata Satu Ekonomi Islam (S.E.I)**

**Oleh:  
ROKIYAH  
NIM. 072323025**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
JURUSAN SYARI'AH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)  
PURWOKERTO  
2012**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ROKIYAH  
NIM : 072323025  
Jenjang : S-1  
Jurusan : Syari'ah  
Prodi : Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 17 Januari 2012

Saya yang menyatakan,



Rokiyah  
NIM. 072323025

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Purwokerto, 17 Januari 2012

Kepada Yth.

Ketua STAIN Purwokerto

Di Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi maka saya sampaikan naskah skripsi saudara:

Nama : Rokiyah

NIM : 072323025

Jurusan : Syari'ah

Prodi : Ekonomi Islam

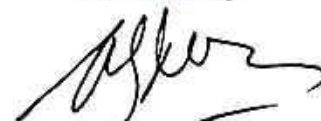
Judul : Label Halal Pada Produk Kosmetik Dalam Perilaku Konsumen di  
STAIN Purwokerto

Dengan ini memohon agar skripsi saudara tersebut di atas untuk dapat dimunaqosyahkan dalam rangka memperoleh derajat Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam (S.E.I).

Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassa'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing



**Ahmad Dahlan, M.S.I.**

NIP. 19731014 200312 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**

Alamat: Jl.Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto, 53126  
Telp. 0281- 635624, 628250 Fax. 0281- 636553 [www.stainpurwokerto.ac.id](http://www.stainpurwokerto.ac.id)

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul:

**LABEL HALAL PADA PRODUK KOSMETIK  
DALAM PRILAKU KONSUMEN  
DI STAIN PURWOKERTO**

yang disusun oleh saudara: **Rokiyah**, Program Studi: **Ekonomi Islam**, Jurusan Syari'ah STAIN Purwokerto, telah diujikan pada tanggal 10 Februari 2012 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi Islam** oleh **Sidang Dewan Penguji Skripsi**.

Ketua Sidang

Dr. H. Suraji, M.Ag.  
NIP. 19720402 199803 1 002

Sekretaris Sidang

Rina Heriyanti, M.Hum.  
NIP. 19720828 199903 2 004

Pembimbing/Penguji

Ahmad Dahlan, M.S.I.  
NIP. 19731014 200312 1 002

Anggota Penguji

Dani Kusumastuti, SE., M.Si.  
NIP. 19750420 200604 2 001

Anggota Penguji

Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.  
NIP. 19781231 200801 2 027

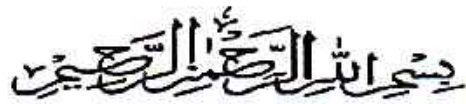
Purwokerto, 10 Februari 2012

Ketua STAIN Purwokerto



Dr. Luthfi Hamidi, M.Ag.  
NIP. 19670815 199203 1 003

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta kekuatan kepada kita semua sehingga kita selalu diberi keridhoan dalam bertindak dan keberkahan dalam berkarya. Karena hanya kepada-Nyalah kita sebagai manusia tidak akan lepas berhenti bermunajat pada raja alam semesta Allah SWT.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Terutama kepada:

1. Dr. A. Luthfi Hamidi, M.Ag., Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto.
2. Drs. Rohmad, M.Pd., Pembantu Ketua I Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto.
3. Drs. H. Syufa'at, M.Ag., Ketua Jurusan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto.
4. Ahmad Dahlan, M.S.I., Ketua Prodi Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto. Sekaligus sebagai dosen pembimbing, terima kasih penyusun sampaikan atas kesediaan bapak untuk meluangkan waktu guna memberikan bimbingan dan arahan, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Marwadi, M.Ag., Penasehat Akademik Program Studi Ekonomi Islam angkatan 2007.

6. Segenap Dosen dan Staff Administrasi STAIN Purwokerto.
7. Segenap Staff Perpustakaan STAIN Purwokerto.
8. Bapak Ibuku tercinta (Bapak Rasmu dan Ibu Tuyem), terima kasih atas segala kasih sayang dan pengorbanan yang amat besar serta doa restunya yang menjadi motivator penyusun untuk terus belajar dan berusaha. Kakak-Kakakku dan Adikku (Yu Muslihah, Yu Rusmiyah, Yu Rofi'ah, Mas Anifudin dan Mar'atun Sholihah), terima kasih atas segala kasih sayang dan dukungannya selama ini.
9. Teman-teman Kos Himaci yang penyusun sayangi (Tuffah, Tuti, Lely, Ana, Tia dan adik baruku Dian, Ety serta Iim), terima kasih atas kasih sayang, motivasi dan bantuan yang tulus dari kalian.
10. Teman-teman seperjuanganku EI, MUA, dan AS angkatan 2007. Terima kasih atas persahabatan kita selama ini. Semoga kita semua dapat meraih kesuksesan seperti yang kita cita-citakan.
11. Semua pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala bantuannya.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, tentunya banyak kekurangan dan kesalahan. Namun demikian, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang membutuhkan. Amin.

Purwokerto, 17 Januari 2012

Penyusun,



Rokiyah  
NIM. 072323025

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	za	z	zet
س	sin	s	es
سین	syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
صَد	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	.... '....	koma terbalik ke atas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	ki
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wawu	w	we
ه	ha	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya	y	ye

## 2. Vokal

### 1) Vokal tunggal (monofong)

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

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	kasroh	i	i
ُ	ḍammah	u	u

Contoh: كَتَبَ - kataba

يَذْهَبُ - yaẓhabu

فَعَلَ - fa'ala

سُئِلَ - su'ila

## 2) Vokal rangkap (diftong)

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـَـيْ	Fathah dan ya	ai	a dan i
ـَـوْ	Fathah dan wawu	au	a dan u

Contoh: كَيْفَ - kaifa

هَوْلَ - haula

## 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ـَـا...ا...يْ	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ـِـي...يْ	kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
ـُـو...وْ	ḍammah dan wawu	ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

قِيلَ - qīla

رَمَى - ramā

يَقُولُ - yaqūlu

#### 4. Ta Marbūṭah

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua:

1) *Ta marbūṭah* hidup

*ta marbūṭah* yang hidup atau mendapatkan *ḥarakat fathah, kasrah* dan *ḍammah*, transliterasinya adalah /t/.

2) *Ta marbūṭah* mati

*Ta marbūṭah* yang mati atau mendapat *ḥarakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h)

contoh:

روضة الأطفال	Raudah al-Atfāl
المدينة المنورة	al-Madīnah al-Munawwarah
طلحة	Ṭalḥah

#### 5. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

- 1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh:

الرجل - ar-rajulu

القلم - al-qalamu

## 7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu, hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal	أكل	akala
Hamzah di tengah	تأخذون	ta'khuzūna
Hamzah di akhir	التوء	an-nau'u

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan. Namun penulis memilih penulisan kata ini dengan perkata.

Contoh:

وان الله هو خير الرازقين : wa innallāha lahuwa khair ar-raziqin

فاوفوا الكيل والميزان : fa aufū al-kaila wa al-mizāna

**LABEL HALAL PADA PRODUK KOSMETIK  
DALAM PERILAKU KONSUMEN  
DI STAIN PURWOKERTO**

**Rokiyah**

**oce\_ayah@yahoo.com**

**Program Studi S1 Ekonomi Islam Jurusan Syariah  
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto**

**ABSTRAK**

Maraknya kosmetik yang dijual dan dipakai banyak muslimah tanpa diimbangi dengan kepedulian terhadap kehalalan produk tersebut, menjadi landasan penelitian ini dilakukan. Padahal produsen sudah banyak menawarkan produk-produk yang bersertifikasi halal MUI (Majelis Ulama Indonesia) yaitu dengan adanya pencantuman label halal pada kemasan produk. Kosmetik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Wardah, Fadila, Camilla, Muntaz dan Zahra.

Penelitian ini dilakukan di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto. Subjek penelitiannya adalah konsumen muslimah meliputi dosen, karyawan dan mahasiswi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya peran label halal pada produk kosmetik dalam perilaku konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi, serta teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto, menunjukkan bahwa label halal pada produk kosmetik membentuk perilaku konsumen di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto, dalam membuat keputusan pembelian. Khususnya konsumen muslimah. Konsumen muslimah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto peduli akan kehalalan suatu produk. Label menjadi sumber informasi penting yang dibutuhkan konsumen muslimah untuk lebih jeli dan selektif dalam pemilihan dan pembelian suatu produk. Label halal meyakinkan dan menumbuhkan rasa percaya konsumen muslimah mengenai produk kosmetik berlabel halal. Percaya aman dan terjamin kualitasnya.

**Kata Kunci:** Label Halal, Kosmetik, Perilaku Konsumen.



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
ABSTRAK .....	xiii
DAFTAR ISI .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Penegasan Istilah .....	4
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan & Kegunaan Penelitian.....	6
E. Telaah Pustaka.....	6
F. Metode Penelitian .....	9
G. Sistematika Penulisan .....	13

BAB II	LABEL HALAL DAN PERILAKU KONSUMEN	
A.	Label Halal .....	15
1.	Pengertian Label Halal .....	15
2.	Macam-Macam Label.....	15
3.	Fungsi Label .....	16
4.	Syarat Kehalalan Produk .....	16
B.	Perilaku Konsumen .....	17
1.	Pengertian Perilaku Konsumen .....	17
2.	Konsumen Muslim Sebagai Individu .....	18
3.	Kaidah-Kaidah Konsumsi.....	22
4.	Etika Konsumsi.....	29
5.	Konsep <i>Maṣlahah</i> .....	32
BAB III	GAMBARAN UMUM PERILAKU KONSUMEN DI STAIN PURWOKERTO	
A.	Deskripsi Lokasi Penelitian .....	34
1.	Sejarah Singkat.....	34
2.	Struktur Organisasi.....	36
3.	Visi dan Misi .....	37
4.	Keadaan Dosen, Karyawan dan Mahasiswa .....	37
B.	Deskripsi Konsumen Muslimah Pengguna Kosmetik di STAIN Purwokerto.....	40

BAB IV	ANALISIS LABEL HALAL PADA PRODUK KOSMETIK DALAM PERILAKU KONSUMEN DI STAIN PURWOKERTO	
	A. Penyajian Data.....	48
	B. Analisis Label Halal Pada Produk Kosmetik Dalam Perilaku Konsumen di STAIN Purwokerto .....	55
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	62
	B. Saran.....	62
	C. Kata Penutup .....	63
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN – LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1	Data Dosen STAIN Purwokerto Tahun 2011 ..... 38
Tabel 2	Data Karyawan STAIN Purwokerto Tahun 2011 ..... 38
Tabel 3	Data Mahasiswa STAIN Purwokerto Tahun 2011..... 39
Tabel 4	Penilaian Informan Terhadap Item Pernyataan 1 ..... 43
Tabel 5	Penilaian Informan Terhadap Item Pernyataan 2..... 44
Tabel 6	Penilaian Informan Terhadap Item Pernyataan 3..... 44
Tabel 7	Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 4..... 45
Tabel 8	Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 5..... 46
Tabel 9	Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 6..... 46
Tabel 10	Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 7..... 47
Tabel 11	Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 8..... 48
Tabel 12	Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 9..... 48
Tabel 13	Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 10..... 49
Tabel 14	Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 11..... 50
Tabel 15	Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 12..... 50
Tabel 16	Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 13..... 51
Tabel 17	Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 14..... 52
Tabel 18	Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 15..... 52
Tabel 19	Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 16..... 53
Tabel 20	Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 17..... 54
Tabel 21	Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 18..... 54

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Struktur Organisasi STAIN Purwokerto Tahun 2011-2014 .....	39

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Ijin Riset Individual
- Lampiran 2 Surat Rekomendasi Penelitian dari Bakesbangpollinmas  
Kab. Banyumas
- Lampiran 3 Surat Izin Penelitian dari BAPPEDA Kab. Banyumas
- Lampiran 4 Surat Perintah Tugas Riset
- Lampiran 5 Surat Keterangan Riset dari Lokasi Penelitian
- Lampiran 6 Surat Keterangan Lulus Komprehensif
- Lampiran 7 Surat Rekomendasi Munaqosyah
- Lampiran 8 Deskripsi Struktur Organisasi STAIN Purwokerto
- Lampiran 9 Susunan Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 10 Hasil Wawancara
- Lampiran 14 Sertifikat-Sertifikat
- Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tidak terbatas. Norma Islam adalah memenuhi kebutuhan manusia. Secara hirarkisnya, kebutuhan manusia meliputi; keperluan, kesenangan dan kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Islam menyarankan agar manusia dapat bertindak ditengah-tengah (*moderity*) dan sederhana (*simplicity*). Kemudian perilaku konsumsi bagi seorang muslim dibatasi oleh keadaan barang atau jasa yang akan dikonsumsi (barang harus halal dan baik).

Firman Allah SWT:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا ...<sup>1</sup>

*Artinya: "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi..."<sup>2</sup>*

Misalnya dalam konsumsi kosmetik. Kosmetik merupakan produk unik yang mempunyai kemampuan dalam memenuhi kebutuhan mendasar terutama perempuan untuk menunjang penampilan yang cantik, anggun, dan menarik. Kosmetik bagi perempuan, telah menjadi bagian hidup kesehariannya.

<sup>1</sup> Q.S. al-Baqarah (2): 168.

<sup>2</sup> Yayasan Penyelenggara Penerjemah al-Qur'an, *al-Qur'an al-Karim dan Terjemahnya Departemen Agama RI*, (Semarang: Karya Toha Putra, 2002), hlm. 32.

Seiring dengan kebutuhan konsumen untuk dapat tampil cantik dan menawan. Tidak jarang, berbagai produk dicoba demi mencapai tujuannya. Harga mahal tidak menjadi masalah. Tetapi tanpa informasi yang memadai kepada konsumen, yang terkadang mereka masih kurang peduli terhadap kehalalan produk kosmetik itu sendiri, tidak menutup kemungkinan konsumen akan terjebak kepada produk-produk yang sebenarnya najis dan dilarang agama.<sup>3</sup> Padahal untuk saat ini, banyak jenis produk kosmetik yang sudah bersertifikat halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) disediakan oleh produsen. Seperti Camilla, Wardah, Muntaz, Fadila dan Zahra.<sup>4</sup>

Bagi konsumen muslim tentu bukan hanya fungsi kosmetik yang mesti mereka pikirkan. Namun juga harus memperhatikan kehalalan kosmetik yang mereka gunakan. Pasalnya, semakin maju teknologi semakin banyak pula alternatif untuk pembuatan kosmetik yang akan ditawarkan.

Namun demikian, bagaimana sesungguhnya penilaian konsumen muslim akan produk kosmetik yang mereka konsumsi sehingga produk tersebut dinilai mampu memenuhi kebutuhannya, halal dan dijamin aman.

Memang tidak mudah untuk melakukannya, tetapi kehalalan suatu produk menjadi suatu hal yang patut diperhatikan. Halal memiliki pengaruh besar bagi pengambilan keputusan pembelian dan perilaku konsumen. Ia bukan hanya sekedar simbol agama dan bersifat normatif, namun saat ini halal sudah menjadi simbol bagi jaminan kualitas, keamanan dan higienitas

---

<sup>3</sup> Fer, *Haram, Kosmetik dari Sodium Heparin dan Plasenta*, REPUBLIKA, 23 Januari 2004, (online), ([www.halalguide.info](http://www.halalguide.info), 2010, diakses 19 Mei 2011).

<sup>4</sup> LPPOM-MUI, *Daftar Belanja Produk Halal*, Edisi No 89, (online), ([www.mui.or.id](http://www.mui.or.id), 2011, diakses 15 Juni 2011).

produk itu sendiri.<sup>5</sup> Produk diartikan sebagai apa saja yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.<sup>6</sup>

Pada hakekatnya, seorang konsumen membeli suatu produk bukan hanya sekedar ia ingin memiliki barang tersebut ataupun hanya sebatas dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan saja, tetapi juga membeli suatu produk yang memberikan manfaat yang baik. Sehingga konsumen pun tertarik untuk melakukan konsumsi. Halal yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah adanya pencantuman label halal pada produk kosmetik tersebut.

Untuk lebih fokus mengenai penelitian label halal pada produk kosmetik dalam perilaku konsumen, maka dijelaskan konsep yang membentuk perilaku konsumen yang diadaptasi dari teori *planned behavior* bahwa ada tiga aspek yang sangat menentukan perilaku seseorang, yakni sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku. Sikap adalah tendensi psikologis yang ditunjukkan dengan mengevaluasi suatu hal yang disukai atau tidak disukai. Norma subjektif adalah tekanan sosial terhadap seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perbuatan (perilaku). Sedangkan kontrol perilaku adalah suatu persepsi terhadap sejauhmana perilaku tertentu dapat dikontrol.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Wan's, *Halal dan Thayyib: Indonesia Jadilah Produsen, Jangan Hanya Konsumen...!!!*, (online), (<http://islamiceconomics.wordpress.com>, 2010, diakses 15 April 2011).

<sup>6</sup> Philip Kotler dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi 1, Jilid 2, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 560.

<sup>7</sup> Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, (online), Vol. 50, p. 179-211, (<http://www.hsc.ru>, 1991, diakses 31 Januari 2012).

Berdasarkan observasi pendahuluan yang penyusun lakukan pada tanggal 04 Juli 2011 diperoleh gambaran mengenai label halal pada produk kosmetik dalam perilaku konsumen di STAIN Purwokerto. Akhirnya penyusun memutuskan untuk melakukan penelitian ini di STAIN Purwokerto sebagai lokasi penelitian karena STAIN Purwokerto merupakan sebuah lembaga pendidikan yang mengajarkan banyak ilmu tentang hukum Islam. Mayoritas masyarakatnya adalah muslim. Namun dalam penelitian ini lebih menghususkan pada masyarakat muslimahnya mulai dari para dosen, karyawan dan mahasiswa sebagai subjek penelitian. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui label halal pada produk kosmetik dalam perilaku konsumen di STAIN Purwokerto.

## **B. Penegasan Istilah**

Untuk memperoleh gambaran yang cukup jelas dalam memahami judul di atas, dan untuk menghindari kesalahan dalam memahami judul. Maka perlu adanya penegasan istilah mengenai pengertian-pengertian ataupun beberapa istilah yang terdapat dalam judul. Adapun istilah yang perlu diberi penegasan adalah:

### **1. Label Halal**

Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual.<sup>8</sup> Sedangkan halal adalah sesuatu yang boleh dikerjakan menurut syara'.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2002), hlm. 107.

Jadi, label halal adalah tanda pengenal pada produk yang dibuat untuk memberikan informasi mengenai produk yang sesuai syara' kepada konsumen. Dalam hal ini adalah pencantuman label halal pada kemasan produk.

## 2. Kosmetik

Kosmetik adalah bahan (obat) yang berhubungan dengan kecantikan atau bahan untuk mempercantik wajah, kulit, rambut dan sebagainya.<sup>10</sup>

Jenis kosmetik yang akan diteliti adalah kosmetik *make up* seperti bedak, lipstik/lipglos, pelembab dan pembersih.

## 3. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) mempelajari bagaimana manusia memilih di antara berbagai pilihan yang dihadapinya dengan memanfaatkan sumber daya (*resources*) yang dimilikinya.<sup>11</sup>

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

“Bagaimanakah label halal pada produk kosmetik dalam perilaku konsumen di STAIN Purwokerto?”

<sup>9</sup> Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 1996), hlm. 506.

<sup>10</sup> Hasan Alwi, *Kamus Besar...*, hlm. 597.

<sup>11</sup> Mustafa Edwin Nasution, dkk., *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 56.

#### D. Tujuan & Kegunaan Penelitian

##### 1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui gambaran label halal pada produk kosmetik dalam perilaku konsumen, khususnya konsumen muslimah di STAIN Purwokerto.

##### 2. Kegunaan Penelitian

- a. Menambah pengetahuan dan wawasan keilmuan bagi penyusun tentang label halal pada produk kosmetik.
- b. Dengan mengetahui adanya label halal pada produk kosmetik, maka diharapkan konsumen muslimah dapat lebih selektif dalam berperilaku konsumsi.

#### E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka merupakan kajian tentang teori-teori yang diperoleh dari pustaka-pustaka yang berkaitan dan yang mendukung penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu, pada bagian ini akan dikemukakan beberapa teori dan hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini.

Dalam buku yang berjudul "Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam" karya Muhammad Muflih yang membahas tentang konsumen muslim sebagai individu yang didalamnya mencakup motivasi, kepribadian dan persepsi konsumen muslim.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada: 2006), hlm. 73-91.

Dalam buku yang berjudul “Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam” karya Mustafa Edwin Nasution yang membahas tentang perilaku konsumen dan konsep *maṣlahah* yang di dalamnya mencakup tiga sifat-sifat *maṣlahah*.<sup>13</sup>

Dalam buku yang berjudul “Ekonomi Islam” karya Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII Yogyakarta yang membahas tentang karakteristik *maṣlahah* yang didalamnya mencakup lima manfaat yaitu manfaat material, manfaat fisik dan psikis, manfaat intelektual, manfaat terhadap lingkungan dan manfaat jangka panjang.<sup>14</sup>

Dalam buku yang berjudul “Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam” karya Muhammad yang membahas tentang enam etika konsumsi yang didalamnya mencakup tauhid (*unity/kesatuan*), adil (*equilibrium/keadilan*), *free will* (kehendak bebas), amanah (*responsibility/pertanggungjawaban*), halal dan sederhana.<sup>15</sup>

Dalam buku yang berjudul “Fiqih Ekonomi Umar bin al-Khathab” karya Jaribah bin Ahmad al-Haritsi yang membahas tentang enam akidah-akidah konsumsi yang didalamnya mencakup kaidah syari’ah, kaidah kuantitas, memperhatikan prioritas konsumsi, kaidah sosial, kaidah lingkungan dan larangan mengikuti dan meniru.<sup>16</sup>

Marhayani dan Eka Laniasti Sihite (2008) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Sikap Konsumen pada

<sup>13</sup> Mustafa Edwin Nasution, dkk., *Pengenalan Eksklusif...*, hlm. 62-63.

<sup>14</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII, *Ekonomi Islam*, Edisi 1, (Yogyakarta: RajaGrafindo Persada: 2008), hlm. 143-144.

<sup>15</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), hlm. 168-172.

<sup>16</sup> Jaribah bin Ahmad al-Haritsi, *Fiqih Ekonomi Umar bin al-Khatab*, terj. Asmuni Solihan Zamakhsyari, (Jakarta: Khalifa, 2006), hlm. 141-175.

*Green Product Cosmetics* (Studi Kasus pada Puri Ayu Martha Tilaar Sun Plaza Medan)". Jumlah sampel yang diambil sebanyak 90 responden dengan metode pengambilan sampel *purposive random sampling*. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Dari hasil penelitian diketahui bahwa atribut produk yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen *Green Product Cosmetics* Marta Tilaar adalah kualitas dan kemasan. Sedangkan merek, desain dan label berpengaruh positif dan negatif namun tidak signifikan terhadap sikap konsumen.<sup>17</sup>

Ali Syafi'i (2005) melakukan penelitian dengan judul "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Atribut Produk Pond's *White Beauty Facial Foam* (Survei pada Mahasiswa S1 Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto)". Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling*. Analisis yang digunakan adalah analisis *value index* serta analisis model sikap dan perilaku dari Martien Fisbein. Dari hasil penelitian diketahui bahwa atribut yang paling penting keberadaannya dalam produk Pond's *White Beauty Facial Foam* adalah merek. Berdasarkan perhitungan nilai sikap diketahui bahwa sikap konsumen terhadap produk Pond's *White Beauty Facial Foam* adalah positif. Dan berdasarkan nilai maksud perilaku konsumen adalah baik. Perilaku yang baik menunjukkan bahwa konsumen akan tetap konsisten

---

<sup>17</sup> Marhayani dan Eka Laniasti Sihite, "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Sikap Konsumen pada *Green Product Cosmetics* (Studi Kasus pada Puri Ayu Martha Tilaar Sun Plaza Medan)", *Jurnal Manajemen Bisnis*, (online), Vol. 1, No. 1, (<https://repository.usu.ac.id>, 2008, diakses 25 November 2011).

dalam mengkonsumsi Pond's *White Beauty Facial Foam* sebagai alternatif dalam pemenuhan kebutuhan Facial Foam.<sup>18</sup>

Erna Ferrinadewi (2005) dari Universitas Kristen Petra Surabaya yang melakukan penelitian dengan judul "Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya". Penelitian ini bertujuan untuk menentukan atribut produk manakah yang dinilai konsumen menjadi atribut terpenting dalam memilih kosmetik. Kemudian hasilnya digunakan dalam analisis gap untuk mengevaluasi kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan analisa faktor untuk kemudian dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh setiap faktor terhadap kepuasan konsumen. Hasilnya terdapat tiga faktor atribut yang dinilai penting oleh konsumen dalam pemilihan produk kosmetik yaitu faktor kualitas, resiko dan merek. Faktor kualitas dan faktor merek berpengaruh lebih besar terhadap kepuasan konsumen kosmetik daripada resiko.<sup>19</sup>

## F. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Dilihat dari letak sumber datanya, penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*), karena penyusun mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ke lapangan di lokasi penelitian, yakni

---

<sup>18</sup> Ali Syafi'i, *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Atribut Produk Pond's White Beauty Facial Foam (Survei pada Mahasiswa S1 Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto)*, Skripsi Tidak Diterbitkan, Purwokerto: Unsoed Purwokerto, 2005.

<sup>19</sup> Erna Ferrinadewi, "Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* (online), Vol. 7, No. 2, (<http://puslit.petra.ac.id>, 2005, diakses 09 Mei 2011).

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto. Jika dilihat dari tingkat eksplanasinya, penelitian ini termasuk penelitian kualitatif (deskriptif) yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa.<sup>20</sup>

## 2. Subjek dan Objek Penelitian

### a. Subjek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini adalah para dosen, karyawan dan mahasiswa muslimah di STAIN Purwokerto. Dari para dosen, karyawan dan mahasiswa muslimah tersebut akan diperoleh informasi tentang gambaran label halal pada produk kosmetik dalam perilaku konsumen sebagai pengguna kosmetik.

### b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah masalah-masalah yang menjadi fokus penelitian. Dalam skripsi ini yang menjadi objek penelitian adalah tentang label halal pada produk kosmetik dalam perilaku konsumen di STAIN Purwokerto.

## 3. Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya (data asli atau data baru), seperti

---

<sup>20</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 2008), hlm. 6.

data kuesioner, data observasi dan sebagainya.<sup>21</sup> Dalam hal ini data yang diperoleh bersumber dari para informan (dosen, karyawan dan mahasiswa muslimah) STAIN Purwokerto melalui wawancara mengenai label halal pada produk kosmetik dalam perilaku konsumen.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder yang dipakai dalam penelitian ini adalah data-data yang berasal dari buku-buku, jurnal, penelitian yang terkait dengan tema maupun internet. Seperti data tentang panduan belanja produk halal dari MUI, buku yang berjudul "*Fiqih Ekonomi Umar bin al-Khatab*" karya Jaribah bin Ahmad al-Haritsi, buku yang berjudul "*Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*" karya Muhammad.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dan relevan dengan penelitian, maka digunakan beberapa metode sebagai berikut:

##### a. Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematis atas fenomena-fenomena yang diteliti.<sup>22</sup>

Metode ini digunakan untuk memperoleh data/informasi dan melihat secara langsung di lapangan gambaran label halal pada produk kosmetik terhadap perilaku konsumen di STAIN Purwokerto.

<sup>21</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 19.

<sup>22</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Jilid 2, (Yogyakarta: ANDI, 2004), hlm. 151.

#### b. Wawancara

Interview (wawancara) dipandang sebagai metode pengumpulan data dengan jalan tanya-jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian.<sup>23</sup>

Metode ini digunakan untuk memperoleh data secara langsung (lisan) dari subjek penelitian (informan) secara lebih mendalam tentang label halal pada produk kosmetik terhadap perilaku konsumen.

#### c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, leger dan agenda dan sebagainya.<sup>24</sup>

Metode ini digunakan untuk mencari dan memperoleh data tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian yang sifatnya dokumenter yang meliputi sejarah singkat, struktur organisasi, visi dan misi STAIN Purwokerto serta data-data jumlah para dosen, karyawan dan mahasiswa muslimah STAIN Purwokerto.

### 5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif yakni prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/melukiskan keadaan subjek/objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang

---

<sup>23</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: ALFABETA, 2009), hlm. 231.

<sup>24</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rincka Cipta, 1998), hlm. 236.

tampak atau sebagaimana adanya.<sup>25</sup> Dalam penelitian ini penyusun akan mendeskripsikan label halal pada produk kosmetik dalam perilaku konsumen di STAIN Purwokerto.

#### G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami gambaran dan susunan skripsi ini, maka akan dipaparkan tentang sistematika penulisan yang menunjukkan susunan bab per bab. Dalam penulisan skripsi ini secara garis besar akan penulis bagi ke dalam lima bab, yang setiap bab terdiri dari beberapa sub bab ditambah beberapa halaman formalitas yang berisi: halaman judul, halaman pernyataan keaslian, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, kata pengantar, pedoman transliterasi dan daftar isi.

Kemudian susunan dari masing-masing bab adalah sebagai berikut:

BAB I merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II merupakan landasan teori yang terdiri dari dua sub bab. Sub bab yang pertama yaitu label halal, yang didalamnya memuat pengertian label halal, macam-macam label, fungsi label dan syarat kehalalan produk. Sub bab yang kedua yaitu perilaku konsumen, yang berisi tentang pengertian perilaku konsumen, konsumen muslim sebagai individu, kaidah-kaidah konsumsi, etika konsumsi dan konsep *maṣlahah*.

---

<sup>25</sup> Soejono dan Abdurrahman, *Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), hlm. 23.

BAB III merupakan gambaran umum perilaku konsumen di STAIN Purwokerto, yang terdiri dari tiga sub bab. Sub bab yang pertama yaitu deskripsi lokasi penelitian, yang memuat tentang sejarah singkat, struktur organisasi, visi dan misi dan keadaan dosen, karyawan dan mahasiswa. Sub bab yang kedua yaitu deskripsi konsumen muslimah pengguna kosmetik di STAIN Purwokerto.

BAB IV merupakan analisis label halal pada produk kosmetik dalam perilaku konsumen di STAIN Purwokerto.

BAB V merupakan penutup, yang terdiri dari kesimpulan, saran, dan kata penutup. Kemudian bagian akhir dari skripsi ini meliputi daftar pustaka, lampiran dan daftar riwayat hidup.



## BAB II

### LABEL HALAL DAN PERILAKU KONSUMEN

#### A. Label Halal

##### 1. Pengertian Label Halal

Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual.<sup>26</sup> Sedangkan halal adalah sesuatu yang boleh dikerjakan menurut syara'. Maksud pengertian tersebut adalah kebolehan memanfaatkan, memakan, meminum dan mengerjakan sesuatu yang kesemuanya ditentukan berdasarkan nash.<sup>27</sup>

Jadi, label halal adalah tanda pengenal pada produk yang dibuat untuk memberikan informasi mengenai produk yang sesuai syara' kepada konsumen. Di Indonesia yang membuat label halal adalah MUI (Majelis Ulama Indonesia) melalui sebuah lembaga yang disebut LP POM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika).

##### 2. Macam-Macam Label

Secara garis besar ada tiga macam label, yaitu:

- a. *Brand label* yaitu nama merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan.
- b. *Descriptive label* yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi/pembuatan, perawatan/perhatian dan

---

<sup>26</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, hlm. 107.

<sup>27</sup> Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedi Hukum...*, hlm. 506.

kinerja produk, serta karakteristik-karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk.

- c. *Grade label* yaitu label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk dengan suatu huruf, angka atau kata.<sup>28</sup>

### 3. Fungsi Label

Fungsi label antara lain:

- a. Mengidentifikasi produk.
- b. Menggolongkan produk.
- c. Menjelaskan beberapa hal mengenai produk, yaitu siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana harus digunakan, bagaimana cara menggunakan dengan aman.
- d. Alat promosi.<sup>29</sup>

### 4. Syarat Kehalalan Produk

Syarat kehalalan produk meliputi:

- a. Tidak mengandung babi dan bahan-bahan yang berasal dari babi.
- b. Tidak berasal dari bahan-bahan yang diharamkan seperti; bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran-kotoran dan lain sebagainya.
- c. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syari'at Islam.
- d. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi.

---

<sup>28</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, hlm. 107.

<sup>29</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm.

Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syari'at Islam.

- e. Semua makanan dan minuman tidak mengandung khamr.<sup>30</sup>

## B. Perilaku Konsumen

### 1. Pengertian Perilaku Konsumen

Secara umum perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Perilaku konsumen mencakup pemahaman terhadap tindakan yang langsung dilakukan konsumen dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.<sup>31</sup>

Menurut *The American Marketing Association* mendefinisikan perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Dari definisi tersebut, terdapat tiga ide penting, yaitu: perilaku konsumen adalah dinamis (selalu berubah

---

<sup>30</sup> Tri, *Sertifikat Halal MUI Paling Ketat di Dunia*, REPUBLIKA, 06 Mei 2005, (online), (<http://rol.republika.co.id>, 2008, diakses 06 Februari 2012).

<sup>31</sup> J. F. Engel, dkk., *Perilaku Konsumen*, terj. Budiyanto, (Jakarta: Binarupa Aksara, 2010), hlm. 3.

sepanjang waktu); interaksi antara afeksi (pengaruh) dan kognisi (pemikiran), perilaku dan kejadian sekitar, pertukaran.<sup>32</sup>

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide.<sup>33</sup>

Perilaku konsumen merupakan studi tentang cara individu, kelompok, dan organisasi menyeleksi, membeli, menggunakan, dan mendisposisikan barang, jasa, gagasan, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.<sup>34</sup>

Dari beberapa pengertian perilaku konsumen tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan kombinasi sikap, proses dan aktifitas serta interaksi seseorang dalam pengambilan keputusan pembelian untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya.

## 2. Konsumen Muslim Sebagai Individu

Di bawah ini adalah beberapa hal yang tercakup didalamnya, yakni:

### a. Motivasi

Motivasi adalah tenaga pendorong dalam diri individu yang memaksa mereka untuk bertindak. Tenaga pendorong tersebut

---

<sup>32</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Edisi 1, (Bogor: Kencana, 2003), hlm. 3.

<sup>33</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, terj. Lina Salim, Edisi 5, (Jakarta: Erlangga, 2002), hlm. 6.

<sup>34</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, terj. Benyamin Molan, Edisi 12, Jilid 1, (Jakarta: Indeks, 2009), hlm. 213.

dihasilkan oleh keadaan tertekan, yang timbul sebagai akibat kebutuhan yang tidak terpenuhi.<sup>35</sup>

Motivasi dapat diartikan juga sebagai kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi kearah tujuan-tujuan yang hendak dicapainya, yang dikondisikan oleh kemampuan upaya untuk memenuhi suatu kebutuhan individual.<sup>36</sup>

Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Sebagian besar kebutuhan psikogenis seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri, atau kebutuhan diterima, tidak cukup kuat untuk memotivasi orang agar bertindak dengan segera. Suatu kebutuhan akan menjadi motif jika ia didorong hingga ia mencapai tingkat intensitas yang memadai. Motif adalah kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak. Sedangkan dalam Islam, motivasi konsumen adalah mewujudkan kebahagiaan atau kepuasan yang akan didapat jika kepuasan material dan spiritual sama-sama seimbang.<sup>37</sup>

#### b. Kepribadian

Kepribadian adalah ciri bawaan psikologis manusia (*human psychological traits*) yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian biasanya digambarkan dengan menggunakan ciri bawaan

---

<sup>35</sup> Leon G Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, terj. Zoelkifli Kasip, Edisi 7, (Jakarta: Indeks, 2004), hlm. 72.

<sup>36</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen...*, hlm. 94.

<sup>37</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen...*, hlm. 81.

seperti kepercayaan diri, kemampuan bersosialisasi dan kemampuan beradaptasi.<sup>38</sup>

Kepribadian konsumen muslim terbentuk dari tiga dimensi yang secara bersama dipersonifikasi oleh prinsip *tauhid* and *brotherhood* dan *distributive justice*, yaitu dimensi ketulusan sosial, dimensi rasional dan dimensi kebahagiaan.<sup>39</sup> Seorang konsumen muslim dikatakan memiliki dimensi ketulusan sosial manakala selalu sabar, berperasaan terhadap sesama makhluk, dan peka terhadap lingkungan. Dikatakan memiliki dimensi rasional manakala bentuk pikiran dan tindakannya logis, terukur, teranalisis dengan baik, dan melalui penalaran yang tepat. Dikatakan memiliki dimensi kebahagiaan manakala dekat dengan Tuhan dan sesama makhluk, tenang jiwanya, puas jasmaninya dan mencintai keindahan. Hal-hal tersebut merupakan indikator yang terhimpun dari masing-masing dimensi.

Namun, ketika masuk ke wilayah praktis, mefungsikan model kepribadian yang dipersonifikasikan tersebut masih kesulitan. Karena *pertama*, setiap individu mempunyai karakter dan persepsi yang beda. Mereka melihat dunia ini menurut cara pandang mereka dan melibatkan diri dalam urusan didalamnya menurut cara pandang mereka juga. *Kedua*, dalam kenyataannya kepribadian yang dicerminkan oleh sebelas indikator tersebut sering bias disebabkan persepsi manusia mengenai norma menurut ajaran agama berada dibawah persepsi keindahan, kenyamanan, dan kepuasan inderawi.

---

<sup>38</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 223.

<sup>39</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen ...*, hlm. 86.

c. Persepsi

Persepsi diartikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia.<sup>40</sup>

Persepsi konsumen berkaitan erat dengan kesadarannya yang subjektif mengenai realitas, sehingga apa yang dilakukan seorang konsumen merupakan reaksi terhadap persepsi subjektifnya, bukan berdasarkan realitas yang objektif. Aspek subjektivitas inilah yang sebenarnya menjadi pemicu hadirnya persepsi yang berbeda-beda. Sekalipun subjektivitas merupakan cerminan perbedaan karakter manusia, dia tidak berdiri sendiri. Sebab, sebenarnya subjektivitas reaksi manusia, dalam hal ini persepsi tentang konsumsi, terbangun dari sebuah konsep berpikir yang dianut oleh seorang konsumen.

Ada dua bentuk konsep berpikir konsumen yang hadir dalam dunia ekonomi hingga saat ini. Konsep yang *pertama* adalah *utility*, hadir dalam ekonomi konvensional. Konsep *utility* diartikan sebagai konsep kepuasan konsumen dalam konsumsi barang dan jasa. Konsep yang *kedua* adalah *maṣlahah*, hadir dalam ilmu ekonomi Islam. Konsep *maṣlahah* diartikan sebagai konsep pemetaan perilaku konsumen berdasarkan asas kebutuhan dan prioritas.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Leon G Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen...*, hlm. 137.

<sup>41</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen...*, hlm. 92-93.

### 3. Kaidah-Kaidah Konsumsi

Konsumen muslim komitmen dengan kaidah-kaidah dan hukum-hukum yang disampaikan dalam syari'at untuk mengatur konsumsi agar mencapai kemanfaatan konsumsi seoptimal mungkin, dan mencegah penyelewengan dari jalan kebenaran dan dampak mudharatnya, baik untuk konsumen sendiri maupun yang selainnya.<sup>42</sup> Berikut ini beberapa kaidah terpenting dalam konsumsi, yakni:

#### a. Kaidah Syari'ah

Kaidah ini tidak terbatas pada bentuk konsumsi, namun mencakup tiga bidang, yaitu akidah, ilmiah dan amaliah. Berikut rincian ketiga bidang tersebut:

##### 1) Akidah

Maksud kaidah ini adalah mengetahui hakikat konsumsi, yakni bahwa konsumsi sebagai sarana yang dipergunakan seorang muslim dalam menaanti Allah SWT.

##### 2) Ilmiah

Maksudnya, bahwa seorang muslim harus mengetahui hukum-hukum syari'ah yang berkaitan dengan apa yang dikonsumsi. Sebab, orang yang tidak mengkaji hukum syari'ah yang terkait dengan apa yang dikonsumsi, maka "dia akan makan riba, suka atau tidak".

---

<sup>42</sup> Jaribah bin ahmad al-Haritsi, *Fiqh Ekonomi...*, hlm. 141.

### 3) Amaliah (Bentuk Konsumsi)

Kaidah ini merupakan aplikasi kedua kaidah yang sebelumnya, maksudnya, memperhatikan bentuk barang konsumsi. Dimana seorang muslim tidak akan mengkonsumsi melainkan yang halal, dan selalu menjauhi konsumsi yang haram dan syubhat.

#### b. Kaidah Kuantitas

Tidak cukup barang yang dikonsumsi halal, tetapi dalam isi kuantitasnya harus juga dalam batas-batas syari'ah, yang dalam penentuan kuantitas ini memperhatikan beberapa faktor ekonomis sebagai berikut:

##### 1) Sederhana

Sesungguhnya kuantitas konsumsi yang terpuji dalam kondisi yang wajar adalah sederhana. Maksudnya, tengah-tengah antar boros dan pelit.<sup>43</sup> Dimana kesederhanaan ini merupakan salah satu sifat hamba Allah SWT seperti disebutkan pada firman-Nya:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا<sup>44</sup>

*Artinya: "Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian".<sup>45</sup>*

##### 2) Kesesuaian Antara Konsumsi dan Pemasukan

Kesesuaian antara konsumsi dan pemasukan adalah hal yang sesuai dengan fitrah manusia dan realita. Karena itu, salah

<sup>43</sup> *Ibid.*, hlm. 144.

<sup>44</sup> Q.S. al-Furqān (25): 67.

<sup>45</sup> Yayasan Penyelenggara Penerjemah al-Qur'an, *al-Qur'an al-Karim...*, hlm. 511.

satu aksiomatik ekonomi adalah bahwa pemasukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen individu. Dimana permintaan menjadi bertambah jika pemasukan bertambah, dan permintaan menjadi berkurang jika pemasukan menurun, disertai faktor-faktor yang lain.

Sesungguhnya kesesuaian antar konsumsi dan pemasukan tersebut memiliki dalil-dalilnya yang jelas dalam perekonomian Islam, diantara firman-Nya:

لِيُنْفِقْ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ ۗ وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا آتَاهُ اللَّهُ<sup>46</sup>

*Artinya: "Hendaklah orang yang mampu memberi nafkah menurut kemampuannya. Dan orang yang disempitkan rizkinya hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah SWT kepadanya".<sup>47</sup>*

### 3) Penyimpanan dan Pengembangan

Menyimpan (menabung) merupakan suatu keharusan untuk merealisasikan pengembangan (investasi). Sebab salah satu hal yang telah dimaklumi, bahwa hubungan antara penyimpanan dan konsumsi adalah kebalikan. Setiap salah satu dari keduanya bertambah, maka berkuranglah yang lain. Karena itu memperluas konsumsi akan berdampak pada penurunan penyimpanan, sehingga berkuranglah model investasi dengan tingkat penurunan simpanan. Dan demikian ini adalah yang menghambat upaya investasi. Karena itu, sistem ekonomi seluruhnya berupaya membatasi

<sup>46</sup> Q.S. at-Talāq (65): 7.

<sup>47</sup> Yayasan Penyelenggara Penerjemah al-Qur'an, *al-Qur'an al-Karim...*, hlm. 817.

konsumsi sebagai cara permodalan investasi dan pembentukan modal.<sup>48</sup>

c. Memperhatikan Prioritas Konsumsi

Jenis barang konsumsi dapat dibedakan dalam tiga tingkatan, yakni:

1) Primer

Maksudnya, sesuatu yang harus terpenuhi untuk menegakkan kemaslahatan-kemaslahatan agama dan dunia, yang tanpa dengannya kondisi tidak akan stabil, dan seseorang tidak aman dari kebinasaan.

2) Sekunder

Yakni sesuatu yang menjadi tuntutan kebutuhan, yang tanpa dengannya akan terjadi kesempitan namun tidak sampai pada tingkat primer.

3) Tersier

Sesuatu yang tidak sampai pada tingkatan kebutuhan primer dan bukan pula sebagai kebutuhan sekunder, namun hanya sebatas pelengkap dan hiasan.<sup>49</sup>

d. Kaidah Sosial

Maksud dari kaidah ini adalah mengetahui faktor-faktor sosial yang berpengaruh dalam kuantitas dan kualitas konsumsi, dimana yang terpenting di antaranya sebagai berikut:

---

<sup>48</sup> Jaribah bin ahmad al-Haritsi, *Fiqh Ekonomi...*, hlm. 151.

<sup>49</sup> *Ibid.*, hlm. 152-154.

## 1) Umat

Sesungguhnya keterkaitan dan saling sepenanggungan merupakan salah satu ciri dasar umat Islam, baik individu maupun kelompok. Dalilnya adalah sabda Nabi SAW:

*"Perumpamaan orang-orang yang beriman dalam saling mencintai dan saling kasih sayang di antara mereka adalah seperti satu tubuh, yang jika satu anggota darinya mengeluh, seluruh anggota tubuh yang lainnya begadang dan demam".*

## 2) Keteladanan

Perilaku konsumsi terhadap para individu muslim yang menjadi panutan umat sangatlah diperhatikan agar tidak menyeleweng pola konsumsi mereka, sehingga terjadi penyelewengan dalam umat karena mengikuti mereka. Mereka tidak diperkenankan untuk berlebihan dalam makanan, kendaraan, pakaian dan barang-barang konsumtif lainnya.

## 3) Tidak Membahayakan Orang Lain

Seorang muslim wajib menjauhi perilaku konsumtif yang mendatangkan mudharat terhadap orang lain, baik secara langsung maupun tidak, terlebih jika bermudharatan bagi banyak orang.<sup>50</sup>

## e. Kaidah Lingkungan

Yang dimaksudkan lingkungan di sini adalah bumi dan apa saja yang terdapat padanya. Lingkungan ini memiliki pengaruh besar dalam perilaku konsumsi. Karena itu sering terjadi perubahan pola konsumsi karena mengikuti perubahan lingkungan, faktor-faktor yang

---

<sup>50</sup> *Ibid.*, hlm. 160-163.

mepengaruhi pola konsumsi tersebut bisa bersifat materi maupun non-materi.<sup>51</sup>

f. Larangan Mengikuti dan Meniru

Adapun yang dimaksudkan dengan larangan mengikuti dan meniru adalah dilarangnya seorang muslim mengikuti pola konsumtif yang buruk, baik pola tersebut bagi kaum muslimin maupun bagi orang-orang kafir. Diantara yang berkaitan dengan hal itu adalah perilaku hedonis dan konsumtif.

1) Mengikuti dan Meniru

Sekarang ini kita dapat menyaksikan perluasan yang besar dalam bidang promosi dan iklan, terutama dalam pengaruhnya terhadap ketepatan konsumen dan pilihannya, yaitu dengan membuka jangkauan konsumsi yang baru, keinginan yang beragam dan dorongan mengikuti dan meniru orang lain. Hal ini jika ditinjau dari sisi sosial, tanpa memandang sisi moral dan kemampuan material.

Disisi lain, bahwa kerelaan seseorang terhadap tingkat konsumsinya terpengaruh oleh perbandingan tingkatan tersebut dengan apa yang dimiliki orang lain, dan upayanya untuk merealisasikan pusat kemasyarakatan yang sesuai lingkungan sosial dimana dia hidup didalamnya. Sehingga hal itu mengakibatkan tersebarnya kebiasaan mengikuti dan meniru dalam

---

<sup>51</sup> *Ibid.*, hlm. 164.

masyarakat. Seperti fenomena peniruan orang-orang miskin terhadap orang-orang kaya, dan mengikuti pola-pola konsumtif yang buruk dan kemudian mengakibatkan dampak-dampak ekonomi yang berbahaya.

Untuk mencegah keterpengaruhan kaum muslimin dengan pola-pola konsumtif yang buruk, dapat kita ketahui dalam tiga hal, yakni:

- a) Mengikuti dan meniru pola-pola konsumsi dalam masyarakat Islam

Yaitu mengikuti dan meniru pola konsumsi yang sederhana (apa adanya) tidak berlebihan dan tidak boros.

- b) Mengikuti dan meniru pola-pola konsumsi masyarakat kafir

Yaitu umumnya pola konsumsi yang berlebihan dan pemborosan. Jika mengikuti pola-pola konsumsi orang kafir, di samping berdampak mudharat terhadap masalah ekonomi, juga mudharat terhadap akidah, akhlak dan kemandirian umat.

- c) Larangan selalu bersenang-senang (Hedonis)

Sesungguhnya selalu bersenang-senang, dan mengikuti pola-pola konsumtif yang mengarah kepadanya akan menjadikan nafsu terbiasa dalam menyenangnya dan bergantung kepadanya, sehingga sulit melepaskan nafsu dari kebiasaannya dalam beresenang-senang dan bersuka ria.<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> *Ibid.*, hlm. 166-172.

## 2) Konsumsi Lahiriah

Adapun yang dimaksud konsumsi lahiriah adalah konsumsi barang-barang yang memenuhi hasrat kebanggaan pribadi. Artinya, bahwa pemenuhan yang didapatkan konsumen dari barang-barang tersebut tidak berdasarkan sisi kemanfaatannya, namun dari kemampuannya menarik perhatian orang lain kepadanya.

Sesungguhnya konsumsi untuk kebanggaan itu menyeleweng dari garis kebenaran, dan menjadikan konsumsi sebagai tujuan intrinsiknya. Dimana Islam melarang konsumsi karena ingin menonjol dan melarang setiap pembelanjaan dengan tujuan kebanggaan, atau menampakkan kebesaran dan hal-hal lain yang menyebabkan semakin luasnya jurang pemisah antara orang kaya dan orang miskin.<sup>53</sup>

## 4. Etika Konsumsi

Etika konsumsi dalam pengembangannya dibagi menjadi enam paparan, yaitu:

### a. Tauhid (*Unity/Kesatuan*)

Tauhid ada dua kriteria, yaitu *rabbaniyyah gayah* (tujuan) dan *wijah* (sudut pandang). Kriteria pertama menunjukkan maksud bahwa tujuan akhir yaitu menjaga hubungan dengan Allah SWT secara baik dan mencapai ridha-Nya. Kriteria kedua merupakan suatu sistem yang ditetapkan untuk mencapai tujuan puncak (kriteria

---

<sup>53</sup> *Ibid.*, hlm. 175.

pertama) yang bersumber pada al-Qur'an dan Hadis Rasul. Tauhid merupakan kenyataan yang memberikan umat manusia perspektif pasti yang berasal dari pengertian mendalam mengenai hubungan manusia dengan tuhan-Nya.

b. Adil (*Equilibrium/Keadilan*)

Kata '*adl*' berarti sama (rata), sepadan ukuran (takaran), dan keseimbangan. Ada empat definisi tentang keadilan, yaitu:

- 1) Keadaan sesuatu yang seimbang.
- 2) Persamaan dan penafsiran segala bentuk diskriminasi.
- 3) Pemeliharaan hak-hak individu dan pemberian hak kepada setiap orang yang berhak menerima.
- 4) Memelihara hak untuk menjaga eksistensi (keadilan Tuhan).

Salah satu manifestasi keadilan menurut al-Qur'an adalah kesejahteraan. Keadilan akan mengantarkan manusia kepada ketakwaan dan ketakwaan akan menghasilkan kesejahteraan bagi manusia itu sendiri.<sup>54</sup>

c. *Free Will* (Kehendak Bebas)

Manusia adalah makhluk yang berkehendak bebas, namun kebebasan ini tidaklah berarti bahwa manusia terlepas dari *qada* dan *qadar* yang merupakan hukum sebab akibat yang didasarkan pada pengetahuan dan kehendak Tuhan.

Pandangan al-Qur'an terhadap nurani manusia adalah kebebasan dan kemerdekaan, dimana fitrah Ilahi dapat hidup dalam

---

<sup>54</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro...*, hlm. 170.

segala keadaan dan lingkungan, sehingga Allah SWT memberikan ganjaran kepada manusia.

d. Amanah (*Responsibility*/Pertanggungjawaban)

Etika dari kehendak bebas adalah pertanggungjawaban, dengan kata lain setelah manusia melakukan perbuatan maka ia harus mempertanggungjawabkan perbuatannya.

Demikian halnya dalam melakukan konsumsi, manusia diberikan kebebasan untuk melakukan konsumsi, atau memiliki perilaku konsumsi secara bebas, namun didalam kebebasannya itu harus berpijak pada etika konsumsi yang telah diatur dalam ajaran Islam. Untuk itu ajaran Islam selalu merujuk kepada dasar “*halalan tayyiba*” dan sederhana. Dasar inilah yang merupakan asumsi dasar etika Islam yang selanjutnya akan mempengaruhi perilaku konsumsi seorang muslim.

e. Halal

Ditegaskan dalam kitab *Fathul Bārī* bahwa perkara yang halal telah jelas, yakni tidak membutuhkan penjelasan, di mana setiap orang telah mengetahuinya.<sup>55</sup>

(الْحَلَالُ بَيِّنٌ) أَي لَا يَحْتَاجُ إِلَى بَيَانِهِ وَيَشْتَرِكُ فِي مَعْرِفَتِهِ كُلُّ أَحَدٍ<sup>56</sup>

Kehalalan merupakan suatu batasan bagi manusia untuk memaksimalkan kegunaan. Kehalalan adalah salah satu kendala untuk memperoleh maksimalisasi kegunaan dalam kerangka ekonomi Islam.

<sup>55</sup> al Imam al Hafizh Ibnu Hajar al 'Asqalani, *Fathul Bārī Syarah: Ṣaḥīḥ al Bukhari*, terj. Amiruddin, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2010), hlm. 16.

<sup>56</sup> Ahmad bin 'Alī bin Hajar 'Asqalani, *Fathul Bārī bi Syarah: Ṣaḥīḥ al Bukhari*, (Bairut: Dār al Fikr, 1996), hlm. 8: 43: 2051.

Kehalalan suatu barang konsumsi merupakan antisipasi dari adanya keburukan yang ditimbulkan oleh barang tersebut.<sup>57</sup>

f. Sederhana

Sederhana dalam konsumsi mempunyai arti jalan tengah dalam berkonsumsi. Di antara dua cara hidup yang ekstrim antara paham materialistis dan zuhud. Ajaran al-Qur'an menegaskan bahwa dalam berkonsumsi manusia dianjurkan untuk tidak boros dan tidak kikir.

5. Konsep *Maṣlahah*

a. Pengertian *Maṣlahah*

*Maṣlahah* adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia dimuka bumi ini. Lima elemen dasar tersebut adalah kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), properti atau harta benda (*al-māl*), keyakinan (*ad-dīn*), intelektual (*al-aql*) dan keluarga atau keturunan (*an-nasl*). Semua barang dan jasa yang mendukung tercapainya dan terpeliharanya kelima elemen tersebut di atas pada setiap individu, itulah yang disebut *maṣlahah*.<sup>58</sup>

b. Sifat-Sifat *Maṣlahah*

- 1) *Maṣlahah* bersifat subjektif dalam arti bahwa setiap individu menjadi hakim bagi masing-masing dalam menentukan apakah suatu perbuatan merupakan suatu *maṣlahah* atau bukan pada dirinya.
- 2) *Maṣlahah* orang per orang akan konsisten dengan *maṣlahah* orang banyak.

<sup>57</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro...*, hlm. 171-172.

<sup>58</sup> Mustafa Edwin Nasution, dkk., *Pengenalan Eksklusif...*, hlm. 62.

- 3) Konsep *maṣlahah* mendasari semua aktivitas ekonomi dalam masyarakat baik produksi, konsumsi, maupun dalam pertukaran dan distribusi.<sup>59</sup>

c. Karakteristik *Maṣlahah*

- 1) Manfaat material, yaitu berupa diperolehnya tambahan harta bagi konsumen akibat pembelian suatu barang dan jasa. Manfaat material ini bisa berbentuk murahnya harga, *discount*, murahnya biaya transportasi dan sebagainya.
- 2) Manfaat fisik dan psikis, yaitu berupa terpenuhinya kebutuhan fisik atau psikis manusia, seperti rasa lapar, haus, kedinginan, kesehatan, keamanan, kenyamanan, harga diri dan sebagainya.
- 3) Manfaat intelektual, yaitu berupa terpenuhinya kebutuhan kebutuhan akal manusia ketika ia membeli suatu barang/jasa, seperti kebutuhan tentang informasi, pengetahuan, keterampilan dan sebagainya.
- 4) Manfaat terhadap lingkungan (*intra generation*), yaitu berupa adanya eksternalitas positif dari pembelian suatu barang/jasa atau manfaat yang bisa dirasakan oleh selain pembeli pada generasi yang sama.
- 5) Manfaat jangka panjang, yaitu terpenuhinya kebutuhan diniawi jangka panjang atau terjaganya generasi masa mendatang terhadap kerugian akibat dari tidak membeli suatu barang/jasa.<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup> *Ibid.*, hlm. 63.

<sup>60</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII, *Ekonomi Islam*, hlm. 143-144.



### BAB III

## GAMBARAN UMUM PERILAKU KONSUMEN DI STAIN PURWOKERTO

#### A. Deskripsi Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto merupakan pengembangan dan alih status dari Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (1964-1994) dan Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang (1994-1997) yang berkedudukan di Purwokerto.

Pada tanggal 10 November 1962, Badan Wakaf al-Djami'ah Sunan Kalijaga mendirikan Fakultas Tarbiyah al-Djami'ah Sunan Kalijaga. Kemudian pada tahun itu pula, tanggal 12 Desember 1962, Badan wakaf Djami'ah Sunan Kalijaga secara resmi diakte-notariskan sebagai badan hukum yang mendirikan dan mengelola fakultas tersebut.

Akhirnya dengan Keputusan Menteri Agama Nomor 68 Tahun 1964 tanggal 9 September 1964 fakultas tersebut dinegerikan dan menginduk kepada IAIN al-Djami'ah al-Hukumiyah Yogyakarta, yang kemudian berubah nama menjadi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Serah terima penergian Fakultas Tarbiyah Purwokerto sekaligus penggabungannya dengan IAIN Sunan Kalijaga dilakukan pada tanggal 3 November 1964. Sejak itu, Fakultas Tarbiyah al-Djami'ah Sunan Kalijaga Purwokerto resmi menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta di Purwokerto.

Atas dasar pertimbangan geografis dan efisiensi pembinaan teknis kewilayahan berdasarkan Keputusan Menteri Agama Nomor 385 Tahun 1993, Nomor 394 Tahun 1993 dan Nomor 408 Tahun 1993, Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta di Purwokerto dilimpahkan dari IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta kepada IAIN Walisongo Semarang. Serah terima pengindukkan IAIN Sunan Kalijaga kepada IAIN Walisongo itu baru dapat dilaksanakan pada tanggal 13 Desember 1994. Sejak itu, Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Purwokerto berubah menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo di Purwokerto. Kemudian dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Negeri pada tanggal 21 Maret 1997, maka Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo di Purwokerto menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto, sebagai perguruan tinggi yang mandiri untuk meningkatkan efisiensi, efektifitas dan kualitas.

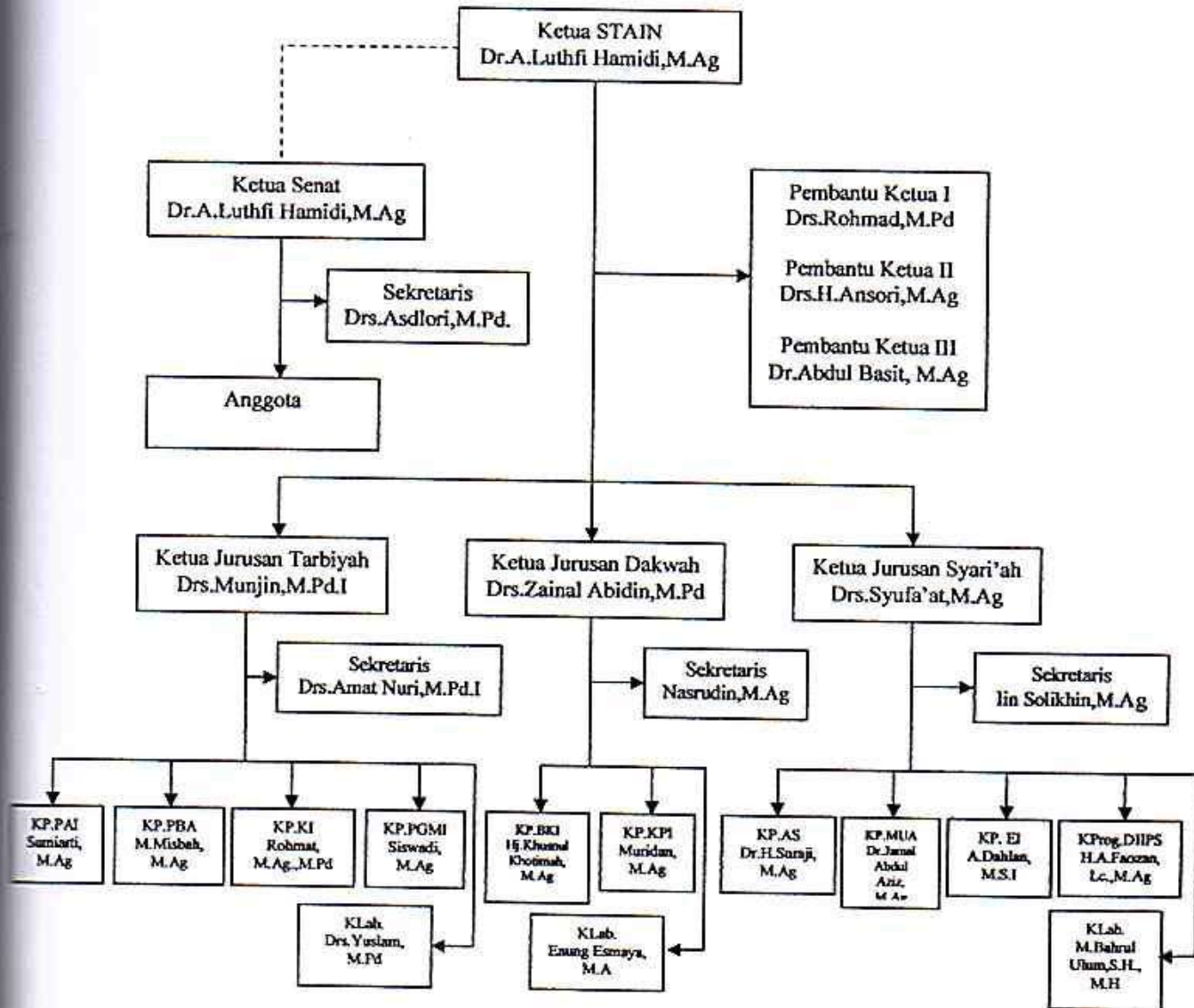
Perubahan status dari Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo di Purwokerto menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto ini memberi otonomi yang besar dan peluang yang banyak untuk mengembangkan potensi yang dimiliki Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan potensi civitas akademika, dengan cara membuka Jurusan dan Program Studi baru, serta melakukan penyempurnaan kurikulum dan melakukan reformasi dalam berbagai aspek.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Dokumentasi STAIN Purwokerto Tahun 2011

## 2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang dimaksud adalah susunan seluruh bagian yang berkecimpung dalam kepengurusan di STAIN Purwokerto. Adapun struktur organisasi di STAIN Purwokerto adalah:



Gambar 1 Struktur Organisasi STAIN Purwokerto 2011-2014

Keterangan: --- = garis koordinasi

— = garis komando

### 3. Visi dan Misi

Visi:

“Menjadi Perguruan Tinggi terdepan dalam pengembangan ilmu, agama, dan budaya menuju masyarakat yang berkeadaban”.

Misi:

- a. Menyiapkan sumber daya manusia yang memiliki kekokohan aqidah, keluasan ilmu, keluhuran akhlak dan profesional.
- b. Mengembangkan dan menyebarkan ilmu dan teknologi serta budaya yang bernafaskan Islam melalui riset, publikasi, dan aksi.
- c. Mewujudkan masyarakat yang religius, kritis, dan komitmen terhadap nilai-nilai keadilan, kesejahteraan, dan kemanusiaan.<sup>62</sup>

### 4. Keadaan Dosen, Karyawan, dan Mahasiswa

Berdasarkan data daftar rekapitulasi presensi dosen, karyawan, dan mahasiswa bulan Maret 2011, maka dapat diketahui jumlah populasi dosen, karyawan, dan mahasiswa khususnya yang muslimah di STAIN Purwokerto, sebagai berikut datanya:

---

<sup>62</sup> *Ibid.*, hlm. 6.

Tabel 1  
Data Dosen STAIN Purwokerto Tahun 2011

Golongan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
III/a	4	3	7
III/b	8	9	17
III/c	11	3	14
III/d	11	3	14
IV/a	20	4	24
IV/b	16	2	18
IV/c	4	0	4
Jumlah	74	24	98

Sumber: Daftar Rekapitulasi Presensi Dosen Bulan Maret 2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah dosen muslimah di STAIN Purwokerto adalah 24 orang.

Tabel 2  
Data Karyawan STAIN Purwokerto Tahun 2011

Golongan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
I/b	1	0	1
II/a	7	0	7
II/b	8	2	10
II/c	4	2	6
II/d	1	1	2
III/a	15	13	28
III/b	18	9	27
III/c	1	6	7
III/d	3	1	4
IV/a	1	0	1
Jumlah	59	34	93

Sumber: Daftar Rekapitulasi Purwokerto adalah 34 orang.

Tabel 3  
Data Mahasiswa STAIN Purwokerto Tahun 2011

Jur. & Prodi	Strata	Smt. II		Smt. IV		Smt. VI		Smt. VIII		Smt. X		Smt. XII		Smt. XIV		Sub. Jml		Jml	
		L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P		
TARBIYAH																			
PAI	S-1	57	150	62	117	37	127	54	116	31	26	6	4	1	1	248	541	789	
PBA	S-1	31	51	18	37	11	30	18	13	8	5	4	1	0	0	90	137	227	
KI	S-1	27	54	14	58	22	49	23	48	8	12	4	0	3	4	101	225	326	
PAI-NR	S-1	68	97	57	75	39	45	35	56	12	12					211	285	494	
PAI-T-NR	S-1	17	58	23	84	60	161	38	50	3	7	5				146	360	506	
PGMI-Reg	S-1	22	89	14	47	7	24	8	24							51	184	235	
PGMI-T-NR	S-1	28	57	4	25	15	41	7	17							54	140	194	
SYARI'AH																			
AS	S-1	20	13	10	10	9	6	17	8	12	6	6	3	2	2	76	48	124	
MUA	S-1	13	17	6	9	10	5	8	6	3	9	5	0	5	2	50	48	98	
EI	S-1	25	56	17	25	18	19	11	19	12	17	3	3	0	0	86	139	225	
MPS	D-3	10	16	2	11	7	9	0	0							19	36	55	
EI-NR	S-1	8	8	0	0	0	0	0	0							8	8	16	
DAKWAH																			
BKI	S-1	17	24	21	30	6	10	7	9	7	1	2	0	1	1	61	75	136	
BKI Khusus	S-1	0	0	17	15	0	0	0	0							17	15	32	
BKI-NR	S-1	19	9	0	0	0	0	0	0							19	9	28	
KPI	S-1	12	13	8	6	7	5	6	9	3	1	3	0	0	1	39	35	74	
Jumlah																1276	2285	3561	

Sumber: Data Mahasiswa Semester Genap 2010/2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa muslimah di STAIN Purwokerto adalah 2285 orang. Jadi, untuk jumlah keseluruhan populasi konsumen muslimah di STAIN Purwokerto adalah 2343 orang.

#### **B. Deskripsi Konsumen Muslimah Pengguna Kosmetik di STAIN Purwokerto**

Berdasarkan wawancara dengan para responden sebagai gambaran awal konsumen muslimah pengguna kosmetik di STAIN Purwokerto diperoleh informasi bahwa sebagian konsumen muslimah di STAIN Purwokerto mengetahui dan menggunakan produk kosmetik berlabel halal. Salah satu produk kosmetik berlabel halal yang konsumen muslimah ketahui adalah Wardah. Walaupun sebagian konsumen muslimah yang lain, belum menggunakan produk kosmetik berlabel halal tersebut.

Konsumen muslimah pun mempunyai alasan dalam menggunakan kosmetik, dimana mereka menggunakan kosmetik bukan untuk dapat masuk ke sebuah komunitas, tetapi lebih cenderung kepada perawatan diri yang secara alami. Selain itu juga mereka jadikan sebagai pendukung untuk bisa tampil lebih segar, rapi dan percaya diri.

Rata-rata umur konsumen muslimah mulai menggunakan kosmetik adalah sekitar umur 16 tahun, walaupun masih dalam tahapan yang sederhana. Cukup dengan tampilan wajah agar tidak kelihatan kusam. Adapun jenis produk kosmetik terutama kosmetik *make up* yang sebagian besar konsumen muslimah gunakan adalah berupa bedak, lipstik/lipglos, pelembab, dan pembersih.

Konsumen muslimah di STAIN Purwokerto menggunakan kosmetik lebih melihat seberapa besar produk kosmetik tersebut memberikan hasil dan manfaat selama menggunakannya. Sebagian besar konsumen muslimah memandang bahwa atribut produk kosmetik yang menjadi pertimbangan pun yang pastinya halal dan kualitas produk kosmetik itu sendiri seperti kecocokan dibandingkan atribut produk kosmetik lainnya. Misal, kemasan, harga dan merek. Walaupun ada juga sebagian konsumen muslimah mempertimbangkan harga dan merek. Kemudian kemasan, sebagian besar konsumen muslimah menganggap bahwa kemasan untuk produk kosmetik sebagian besar sama.

Berikut ini adalah item-item pertanyaan yang disusun untuk mengetahui pengaruh label halal pada produk kosmetik terhadap perilaku konsumen:

1. Apakah Anda mengetahui produk kosmetik berlabel halal?
2. Apakah produk kosmetik berlabel halal memberikan hasil yang optimal?
3. Apakah produk kosmetik berlabel halal terbuat dari bahan-bahan pilihan?
4. Apakah produk kosmetik berlabel halal memiliki mutu terbaik dibandingkan produk kosmetik yang lain?
5. Apakah produk kosmetik berlabel halal mereknya terkenal?
6. Apakah produk kosmetik berlabel halal reputasi perusahaannya dapat dipercaya?
7. Apakah merek memudahkan Anda untuk mendapatkan produk kosmetik yang diinginkan?
8. Apakah produk kosmetik berlabel halal sering memberikan potongan harga kepada pelanggannya?

9. Apakah harga yang ditetapkan produk kosmetik berlabel halal lebih murah dibandingkan harga produk kosmetik yang lain?
10. Apakah kemasan produk kosmetik berlabel halal dapat memenuhi sasaran berupa keamanan?
11. Apakah kemasan produk kosmetik berlabel halal mempunyai ciri khas dibandingkan dengan produk kosmetik pesaing?
12. Apakah dengan berbagai macam kemasan yang ditawarkan produk kosmetik berlabel halal, memudahkan Anda dalam pembelian?
13. Apakah label halal menjadi simbol bagi jaminan kualitas, keamanan dan higienitas?
14. Apakah label memudahkan Anda memperoleh informasi tentang produk kosmetik yang akan dibeli?
15. Apakah informasi yang tertera di label menyakinkan Anda untuk melakukan pembelian?
16. Apakah Anda selalu mengumpulkan informasi tentang produk kosmetik yang akan Anda beli?
17. Apakah jika ingin membeli produk kosmetik, kosmetik berlabel halal merupakan pilihan yang selalu Anda inginkan?
18. Apakah Anda melakukan perbandingan dengan produk kosmetik lain, sebelum melakukan pembelian produk kosmetik berlabel halal?



## BAB IV

### ANALISIS LABEL HALAL PADA PRODUK KOSMETIK DALAM PERILAKU KONSUMEN DI STAIN PURWOKERTO

#### A. Penyajian Data

Berikut adalah penyajian data penilaian informan pada item-item pertanyaan untuk mengetahui pengaruh label halal pada produk kosmetik terhadap perilaku konsumen, gambarannya sebagai berikut:

Tabel 4  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 1

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	79	79%
Tidak	21	21%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>63</sup>

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 1 yaitu apakah Anda mengetahui produk kosmetik berlabel halal?, adalah sebesar 79% untuk kategori jawaban iya, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Mengetahui dari iklan di televisi dan dari brosur promosi.
2. Adanya tulisan halal pada kemasan.
3. Sudah menjadi pengguna produk kosmetik berlabel halal yaitu wardah.

---

<sup>63</sup> Lampiran 9

Tabel 5  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 2

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	42	42%
Tidak	58	58%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>64</sup>

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 2 yaitu apakah produk kosmetik berlabel halal memberikan hasil yang optimal?, adalah sebesar 58% untuk kategori jawaban tidak, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Tergantung pada kecocokan dan tidaknya jenis kulit pengguna.
2. Banyak jenis kosmetik yang tidak berlabel halal juga mampu memberikan hasil yang optimal.
3. Tidak pernah menggunakan jenis produk kosmetik berlabel halal.

Tabel 6  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 3

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	73	73%
Tidak	27	27%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>65</sup>

---

<sup>64</sup> Lampiran 9

<sup>65</sup> Lampiran 9

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 3 yaitu apakah produk kosmetik berlabel halal terbuat dari bahan-bahan pilihan?, adalah sebesar 73% untuk kategori jawaban iya, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Sudah pasti terbuat dari bahan pilihan dan alami sesuai dengan kriteria halal.
2. Sebagai pertanggungjawaban atas label halal yang tertera pada kemasan.
3. Tidak mengandung alkohol dan bahan kimia yang berbahaya.

Tabel 7  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 4

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	51	51%
Tidak	49	49%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>66</sup>

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 4 yaitu apakah produk kosmetik berlabel halal memiliki mutu terbaik dibandingkan produk kosmetik yang lain?, adalah sebesar 51% untuk kategori jawaban iya, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Sudah terjamin kualitasnya.
2. Lebih natural dan cocok untuk semua jenis kulit.
3. Terbukti banyak yang merasa cocok memakai kosmetik berlabel halal.

---

<sup>66</sup> Lampiran 9

Tabel 8  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 5

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	49	49%
Tidak	51	51%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>67</sup>

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 5 yaitu apakah produk kosmetik berlabel halal mereknya terkenal?, adalah sebesar 51% untuk kategori jawaban tidak, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Masih kalah terkenal dari jenis produk kosmetik lain yang tidak berlabel halal.
2. Banyak konsumen yang belum mengenal produk kosmetik berlabel halal.
3. Kurang diminati konsumen.
4. Kurang gencar iklannya (promosi).

Tabel 9  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 6

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	77	77%
Tidak	23	23%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>68</sup>

<sup>67</sup> Lampiran 9

<sup>68</sup> Lampiran 9

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 6 yaitu apakah produk kosmetik berlabel halal reputasi perusahaannya dapat dipercaya?, adalah sebesar 77% untuk kategori jawaban iya, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Perusahaan dituntut untuk memperkuat citra perusahaan.
2. Perusahaan akan menjaga kredibilitasnya.
3. Sudah mendapat izin dari Departemen Kesehatan dan terdaftar di LP POM MUI (Majelis Ulama Indonesia).

Tabel 10  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 7

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	82	82%
Tidak	18	18%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>69</sup>

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 7 yaitu apakah merek memudahkan Anda untuk mendapatkan produk kosmetik yang diinginkan?, adalah sebesar 82% untuk kategori jawaban iya, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Merek memberikan jaminan kualitas dan memudahkan dalam pembelian.
2. Semakin terkenal merek itu, maka semakin mudah mendapatkan apa yang diinginkan.

---

<sup>69</sup> Lampiran 9

Tabel 11  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 8

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	22	22%
Tidak	78	78%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>70</sup>

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 8 yaitu apakah harga kosmetik berlabel halal sering memberikan potongan harga kepada pelanggannya?, adalah sebesar 78% untuk kategori jawaban tidak, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Tidak selalu.
2. Relatif, potongan harga diberikan pada saat-saat tertentu ataupun even-even tertentu.

Tabel 12  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 9

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	12	12%
Tidak	88	88%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>71</sup>

---

<sup>70</sup> Lampiran 9

<sup>71</sup> Lampiran 9

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 9 yaitu apakah harga yang ditetapkan produk kosmetik berlabel halal lebih murah dibandingkan harga produk kosmetik yang lain?, adalah sebesar 88% untuk kategori jawaban tidak, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Kualitas menentukan harga.
2. Sebagian produk harganya lebih mahal.
3. Banyak jenis kosmetik yang tidak berlabel halal harganya jauh lebih murah.

Tabel 13  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 10

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	70	70%
Tidak	30	30%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>72</sup>

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 10 yaitu apakah kemasan produk kosmetik berlabel halal dapat memenuhi sasaran berupa keamanan?, adalah sebesar 70% untuk kategori jawaban iya, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Perusahaan akan mempertimbangkan keamanan karena ada label halal.
2. Tambahan keterangan dari MUI (Majelis Ulama Indonesia).

---

<sup>72</sup> Lampiran 9

Tabel 14  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 11

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	81	81%
Tidak	19	19%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>73</sup>

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 11 yaitu apakah kemasan produk kosmetik berlabel halal mempunyai ciri khas dibandingkan dengan produk kosmetik pesaing?, adalah sebesar 81% untuk kategori jawaban iya, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Tercantumnya label halal pada kemasan produk.
2. Bebas dari bahan yang berbahaya.

Tabel 15  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 12

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	80	80%
Tidak	20	20%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>74</sup>

<sup>73</sup> Lampiran 9

<sup>74</sup> Lampiran 9

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 12 yaitu apakah dengan berbagai kemasan yang ditawarkan produk kosmetik berlabel halal, memudahkan Anda dalam pembelian?, adalah sebesar 80% untuk kategori jawaban iya, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Macam menunjukkan variasi.
2. Semakin jelas penggunaannya.
3. Tidak ada ketentuan untuk kemasan yang berbeda pada produk halal.

Tabel 16  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 13

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	58	58%
Tidak	42	42%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>75</sup>

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 13 yaitu apakah label halal menjadi simbol bagi jaminan kualitas, keamanan dan higienitas?, adalah sebesar 58% untuk kategori jawaban iya, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Label halal diberikan MUI dengan melihat kualitas, keamanan dan higienitas.
2. Perusahaan akan memperhatikan kualitas, keamanan dan higienitas.
3. Label halal menjadi taruhan, jika perusahaan tidak melakukan hal tersebut di atas.

---

<sup>75</sup> Lampiran 9

Tabel 17  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 14

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	84	84%
Tidak	16	16%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>76</sup>

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 14 yaitu apakah label memudahkan Anda memperoleh informasi tentang produk kosmetik yang akan dibeli?, adalah sebesar 84% untuk kategori jawaban iya, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Label menunjukkan bahan yang terkandung dalam kosmetik.
2. Ada info yang bisa menginformasikan mengenai produk tersebut.
3. Untuk mengetahui kualitas produk.

Tabel 18  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 15

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	59	59%
Tidak	41	41%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> Lampiran 9

<sup>77</sup> Lampiran 9

Tabel 17  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 14

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	84	84%
Tidak	16	16%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>76</sup>

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 14 yaitu apakah label memudahkan Anda memperoleh informasi tentang produk kosmetik yang akan dibeli?, adalah sebesar 84% untuk kategori jawaban iya, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Label menunjukkan bahan yang terkandung dalam kosmetik.
2. Ada info yang bisa menginformasikan mengenai produk tersebut.
3. Untuk mengetahui kualitas produk.

Tabel 18  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 15

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	59	59%
Tidak	41	41%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> Lampiran 9

<sup>77</sup> Lampiran 9

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 15 yaitu apakah informasi yang tertera di label menyakinkan Anda untuk melakukan pembelian?, adalah sebesar 59% untuk kategori jawaban iya, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Memastikan bahan yang berbahaya tidak ada.
2. Info pada label itu penting.

Tabel 19  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 16

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	57	57%
Tidak	43	43%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>78</sup>

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 16 yaitu apakah Anda selalu mengumpulkan informasi tentang produk kosmetik yang akan Anda beli?, adalah sebesar 57% untuk kategori jawaban iya, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Sebagai pertimbangan.
2. Untuk keamanan dan hasil optimal.
3. Memudahkan pembelian.

---

<sup>78</sup> Lampiran 9

Tabel 20  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 17

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	66	66%
Tidak	34	34%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>79</sup>

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 17 yaitu apakah jika ingin membeli produk kosmetik, kosmetik berlabel halal merupakan pilihan yang selalu Anda inginkan?, adalah sebesar 66% untuk kategori jawaban iya, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Lebih aman dan lebih terjamin.
2. Ingin hasil yang terbaik.
3. Terbuat dari bahan yang tidak berbahaya.
4. Sesuatu yang baik pasti memberikan akibat yang baik.

Tabel 21  
Penilaian Informan Terhadap Item Pertanyaan 18

Kategori	Frekuensi	Persentase
Iya	76	76%
Tidak	24	24%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2012<sup>80</sup>

<sup>79</sup> Lampiran 9

<sup>80</sup> Lampiran 9

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa persentase penilaian informan terhadap item pertanyaan 18 yaitu apakah Anda melakukan perbandingan dengan produk kosmetik lain, sebelum melakukan pembelian produk kosmetik berlabel halal?, adalah sebesar 76% untuk kategori jawaban iya, sebagai berikut beberapa alasan yang dikemukakan:

1. Pertimbangan dalam pembelian.
2. Untuk mendapatkan hasil yang optimal.
3. Untuk mengetahui banyak informasi tentang produk kosmetik.

#### **B. Analisis Label Halal Pada Produk Kosmetik Dalam Perilaku Konsumen di STAIN Purwokerto**

Melihat dari pengetahuan masyarakat muslimah di STAIN Purwokerto sebagai konsumen yang telah menilai mengenai produk kosmetik berlabel halal, menunjukkan bahwa mereka peduli akan kehalalan suatu produk yang akan ataupun sudah dikonsumsi oleh mereka. Dalam hal ini adalah konsumsi kosmetik. Mereka tidak hanya berfikir terpenuhinya keinginan dan kebutuhan dari sisi fungsionalnya saja, tetapi kehalalan suatu produk menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Sesuai yang ditegaskan dalam al-Qur'an.

Firman Allah SWT:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا...<sup>81</sup>

Artinya: "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi...".<sup>82</sup>

<sup>81</sup> Q.S. al-Baqarah (2): 168.

<sup>82</sup> Yayasan Penyelenggara Penerjemah al-Qur'an, *al-Qur'an al-Karim...*, hlm. 32.

Kehalalan merupakan salah satu batasan bagi manusia untuk memaksimalkan kegunaan. Kehalalan suatu barang konsumsi merupakan antisipasi dari adanya keburukan yang ditimbulkan oleh barang tersebut. Memperhatikan label halal yang tertera di kemasan produk adalah salah satu cara agar bisa merasa nyaman, aman dan terjamin. Mereka meyakini bahwa sesuatu yang halal pasti akan memberikan akibat yang baik. Yang halal pasti baik dan aman. Kemudian mereka pun akan mencari informasi-informasi tentang produk yang akan dibeli sebelum membuat keputusan pembelian. Seperti lewat brosur, iklan di televisi maupun lewat media yang lain. Bahkan menjadi pengguna produk kosmetik berlabel halal tersebut, untuk membuktikan kebenarannya.

Kemudian ketika sudah terjun langsung di lapangan label yang merupakan bagian dari produk yang bertugas untuk mampu memberikan informasi kepada konsumen sangat membentuk perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Dari label maka akan diperoleh informasi-informasi penting seperti siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana harus digunakan, bagaimana cara menggunakan dengan aman. Sehingga konsumen bisa yakin untuk melakukan pembelian.

Dalam hal ini, dengan adanya label halal dari MUI konsumen percaya dan yakin akan hasil yang diharapkan, yaitu hasil yang terbaik. Sehingga konsumen pun merasakan lebih aman.

Berikut ini adalah rincian dari analisis penyajian data yang tersebut di atas:

*Pertama*, produk kosmetik berlabel halal banyak diketahui oleh konsumen muslimah. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslimah memperhatikan produk yang akan dikonsumsi. Sesuai dengan kaidah konsumsi Islam bagian bidang amaliah, dimana seorang muslim tidak akan mengonsumsi melainkan yang halal dan selalu menjauhi yang haram dan syubhat.

*Kedua*, produk kosmetik berlabel halal tidak memberikan hasil yang optimal. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslimah memutuskan untuk melakukan pembelian dengan sikap yaitu kecenderungan pada suatu hal yang disukai atau tidak disukai. Dengan kata lain dengan melihat kecocokan atau ketidakcocokan akan produk tersebut. Perilaku konsumen muslimah di atas termasuk dalam tipe konsumen membeli untuk mengurangi kecocokan, dimana konsumen akan memperhatikan informasi yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

*Ketiga*, produk kosmetik berlabel halal terbuat dari bahan-bahan pilihan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslimah mengetahui akan syarat kehalalan suatu produk di antaranya; tidak mengandung babi dan bahan-bahan dari babi; tidak berasal dari bahan-bahan yang diharamkan, seperti darah dan lain sebagainya; tidak mengandung khamr.

*Keempat*, produk kosmetik berlabel halal memiliki mutu yang terbaik dibandingkan produk kosmetik yang lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslimah banyak melihat dari sisi kemanfaatannya bukan hanya dari sisi kepuasan saja.

*Kelima*, produk kosmetik berlabel halal mereknya tidak terkenal. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen muslimah masih banyak yang belum mengenal produk kosmetik berlabel halal tersebut. Kriteria merek yang harusnya mudah diucapkan, dikenal dan diingat, belum cukup untuk bisa menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Label halal yang tertera dikemasan pun belum dapat berfungsi sebagaimana mestinya, yaitu salah satunya sebagai alat promosi.

*Keenam*, produk kosmetik berlabel halal reputasi perusahaannya dapat dipercaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslimah percaya akan informasi yang diketahuinya karena perusahaan tersebut pastinya sudah terdaftar di MUI dan lulus uji dari Departemen Kesehatan.

*Ketujuh*, merek memudahkan untuk mendapatkan produk kosmetik yang diinginkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian konsumen muslimah mengetahui merek dan terbantu dengan adanya merek walaupun didalam Islam sendiri tidak menjelaskan tentang aturan merek.

*Kedelapan*, kosmetik berlabel halal tidak sering memberikan potongan harga kepada pelanggannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketika konsumen muslimah melakukan pembelian, harapan akan manfaat materialpun ingin didapatkan seperti murahnya harga, *discount* dan sebagainya.

*Kesembilan*, harga yang ditetapkan produk kosmetik berlabel halal tidak lebih murah dibandingkan harga produk kosmetik lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslimah sangat memperhatikan akan jaminan kualitas dan keamanan dari produk yang ditawarkan.

*Kesepuluh*, kemasan produk kosmetik berlabel halal dapat memenuhi sasaran berupa keamanan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslimah percaya akan informasi yang tertera di label halal pada kemasan sebagai bukti adanya keterangan dari MUI. Label halal dibuat oleh MUI dengan tujuan untuk memberikan jaminan keamanan pada konsumen pada umumnya, baik muslim maupun non muslim.

*Kesebelas*, kemasan kosmetik berlabel halal mempunyai ciri khas dibandingkan dengan produk kosmetik pesaing. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslimah mengetahui produk kosmetik berlabel halal yaitu dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan.

*Kedua belas*, dengan berbagai kemasan yang ditawarkan produk kosmetik berlabel halal, memudahkan dalam pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslimah ingin bertindak ekonomis tanpa pemborosan. Sudah jelas penggunaannya. Islam mengajarkan dalam berkonsumsi tidak boleh boros dan berlebihan.

*Ketiga belas*, label halal menjadi simbol bagi jaminan kualitas, keamanan dan higienitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslimah menggunakan norma subjektif yang berarti setiap konsumen muslimah adalah hakim yang memutuskan pilihannya akan memberikan *masalah* atau tidak pada dirinya, tanpa dipengaruhi oleh orang lain.

*Keempat belas*, label memudahkan memperoleh informasi tentang produk kosmetik yang akan dibeli. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslimah memperhatikan label yang tertera pada kemasan. Label yang

dimaksudkan di atas termasuk ke dalam dua jenis label yaitu: *brand label* (nama merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan), *descriptive label* (label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, pembuatan, perhatian, kinerja produk dan karakteristik-karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk).

*Kelima belas*, informasi yang tertera di label meyakinkan untuk melakukan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslimah mempunyai kebutuhan akan informasi, terutama tentang fungsi label sendiri yang menjelaskan beberapa hal mengenai produk yaitu siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana harus digunakan, bagaimana harus digunakan dengan aman.

*Keenam belas*, konsumen muslimah selalu mengumpulkan informasi tentang produk kosmetik yang akan dibeli. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslimah jeli dalam pemilihan kosmetik, terutama manfaat yang akan didapatkan. Sesuai dengan salah satu karakteristik *masalah* yaitu manfaat fisik dan psikis berupa keamanan dan kesehatan.

*Ketujuh belas*, jika ingin membeli produk kosmetik, kosmetik berlabel halal merupakan pilihan yang diinginkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslimah selektif dalam memilih dan melakukan pembelian kosmetik. Dalam kaidah syari'ah ilmiah dinyatakan bahwa seorang muslim harus mengetahui hukum-hukum syari'ah yang berkaitan dengan apa yang dikonsumsi.

*Kedelapan belas*, konsumen muslimah melakukan perbandingan dengan produk kosmetik lain, sebelum melakukan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslimah menjadikan hal tersebut sebagai kontrol perilaku yaitu suatu persepsi terhadap sejauhmana perilaku tertentu dapat dikontrol, agar tidak melampaui batas anggaran (melakukan pemborosan). Lebih mengutamakan yang menjadi prioritas.

## BAB V PENUTUP



### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa label halal pada produk kosmetik membentuk perilaku konsumen di STAIN Purwokerto, dalam membuat keputusan pembelian. Konsumen muslimah di STAIN Purwokerto peduli akan kehalalan suatu produk. Label menjadi sumber informasi penting yang dibutuhkan konsumen muslimah untuk lebih jeli dan selektif dalam pemilihan dan pembelian suatu produk. Dalam hal ini label halal menyakinkan dan menumbuhkan rasa percaya konsumen muslimah tentang produk kosmetik berlabel halal, percaya aman dan terjamin kualitasnya. Setelah konsumen muslimah banyak mengetahui tentang produk kosmetik berlabel halal mereka memastikan pilihan kosmetik yang diinginkan adalah kosmetik berlabel halal. Walaupun sekarang ini masih kurang diminati dan masih kalah terkenal dengan produk kosmetik yang lain. Konsumen muslimah akan lebih mengutamakan kebutuhan prioritas.

### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka mengharuskan penyusun untuk memberikan sarannya sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label halal pada produk kosmetik membentuk perilaku konsumen di STAIN Purwokerto, hal tersebut ditunjukkan dengan kepedulian akan kehalalan produk yang akan dibeli. Untuk itu sebagai konsumen muslimah diharapkan bisa lebih selektif lagi dalam melakukan pembelian produk yang diinginkan.
2. Bagi pihak perusahaan yang terkait diharapkan dapat mempertahankan kepercayaan konsumen dan meningkatkan nilai dari kualitas produk yang ditawarkan agar konsumen merasa lebih yakin untuk melakukan pembelian dan tidak beralih ke produk lain.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai perilaku konsumen pada produk kosmetik berlabel halal, untuk lebih dapat mengembangkan lebih dalam dari hasil penelitian sebelumnya, sehingga memperkaya pengetahuan tentang perilaku konsumen, khususnya konsumen muslimah dan melibatkan informan yang lebih besar sehingga mendapatkan hasil yang lebih baik.

### **C. Kata Penutup**

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, akhirnya penyusun dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "Label Halal Pada Produk Kosmetik Dalam Perilaku Konsumen di STAIN Purwokerto".

Penyusun ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat selesai pada waktunya.

Penyusun menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak yang dengan ikhlas memberikan bimbingan, saran dan kritiknya, mustahil penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini.

Namun demikian dengan keterbatasan pengetahuan dan wawasan yang penyusun miliki, maka penyusun menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu penyusun sangat mengharapkan saran serta kritik yang membangun guna kempurnaan skripsi ini. Penyusun juga berharap, bahwa dengan skripsi ini penyusun dapat menyumbangkan sebuah wacana keilmuan bagi mahasiswa STAIN Purwokerto dan masyarakat umum.

Akhirnya dengan iringan doa dan harapan penyusun, semoga skripsi ini bermanfaat bagi diri penyusun khususnya dan pembaca pada umumnya, dan dapat menambah wacana keilmuan untuk kita. Amin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek, "The Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, (online), Vol.50, p. 179-211, (<http://www.hse.ru>, 1991, diakses 31 Januari 2012).
- Alwi, Hasan, 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi 3, Jakarta: Balai Pustaka.
- Arikunto, Suharsimi, 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan, 2004. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- 'Ali bin Hajar 'Asqalani, Ahmad bin, 1996. *Fathul Bārī bi Syarah: Şaḥīh al Bukhari*, Bairut:Dār al Fikr.
- Dahlan, Abdul Aziz, 1996. *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve.
- Ferrinadewi, Erna, "Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya", <http://puslit.petra.ac.id>, (online), (2005), diakses 09 Mei 2011.
- Fer, *Haram, Kosmetik dari Sodium Heparin dan Plasenta*, REPUBLIKA, 23 Januari 2004, (online), ([www.halalguide.info](http://www.halalguide.info), 2010, diakses 19 Mei 2011).
- Hadi, Sutrisno, 2004. *Metodologi Research*, Jilid 2, Yogyakarta: ANDI.
- Ibnu Hajar al 'Asqalani, al Imam al Hafizh, 2010. *Fathul Bārī Syarah: Şaḥīh al Bukhari*, terj. Amiruddin, Jakarta: Pustaka Azzam.
- James F. Engel, dkk., 2010. *Perilaku Konsumen*, terj. Budiyanto, Jakarta: Binarupa Aksara.
- John C. Mowen dan Michael Minor, 2002. *Perilaku Konsumen*, terj. Lina Salim, Edisi 5, Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Leon G Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, 2004. *Perilaku Konsumen*, terj. Zoelkifli Kasip, Edisi 7, Jakarta: Indeks.
- LPPOM-MUI, 2011. *Daftar Belanja Produk Halal*, Edisi No 89, (online), ([www.mui.or.id](http://www.mui.or.id), 2011, diakses 15 Juni 2011).

- Marhayani dan Eka Laniasti Sihite, "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Sikap Konsumen pada *Green Product Cosmetics* (Studi Kasus pada Puri Ayu Martha Tilaar Sun Plaza Medan)", *Jurnal Manajemen Bisnis*, (online), Vol. 1, No. 1, (<https://repository.usu.ac.id>, 2008, diakses 25 November 2011).
- Moleong, Lexy J., 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Muflih, Muhammad, 2006. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Muhammad, 2004. *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta: BPFE.
- Mustafa Edwin Nasution, dkk., 2006. *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII, 2008. *Ekonomi Islam*, Edisi 1, Yogyakarta: RajaGrafindo Persada.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*, terj. Benyamin Molan, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: INDEKS.
- Setiadi, Nugroho J., 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Edisi 1, Bogor: Kencana.
- Soejono dan Abdurrahman, 1997. *Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: ALFABETA.
- Syafi'i, Ali, *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Atribut Produk Pond's White Beauty Facial Foam (Survei pada Mahasiswa SI Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto)*, Skripsi Tidak Diterbitkan, Purwokerto: Unsoed Purwokerto, 2005.
- Tjiptono, Fandy, 2001. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI.
- Tri, *Sertifikat Halal MUI Paling Ketat di Dunia*, REPUBLIKA, 06 Mei 2005, (online), (<http://rol.republika.co.id>, 2008, diakses 06 Februari 2012).
- Wan's, *Halal dan Thayyib: Indonesia Jadilah Produsen, Jangan Hanya Konsumen...!!!*, (online), (<http://islamicconomics.wordpress.com>, 2010, diakses 15 April 2011).
- Yayasan Penyelenggara Penerjemah al-Qur'an, 2002. *al-Qur'an al-Karim dan Terjemahnya Departemen Agama RI*, Semarang: Karya Toha Putra.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
JURUSAN SYARI'AH

Alamat : Jl. Jend.A.Yani No. 40.A Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 635553 Purwokerto [www.stainpurwokerto.ac.id](http://www.stainpurwokerto.ac.id)

Nomor : Sti.23/J.Sya/PP.009/ 29 / 2011  
Lamp : -  
Hal : Permohonan Izin Riset Individual

Purwokerto, 05 November 2011

Kepada Yth :  
Kepala Bakesbangpol dan Linmas  
Kabupaten Banyumas  
di  
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Saudara berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa kami sebagai berikut:

Nama : Rokiyah  
NIM : 072323025  
Semester /Prodi : IX / Ekonomi Islam  
Tahun Akademik : 2011/2012  
Alamat : Karangduwur, RT 06/04 Kec. Ayah. Kab. Kebumen  
Judul : Pengaruh Atribut Produk Kosmetik Terhadap Perilaku Konsumen Muslim di STAIN Purwokerto

Riset (Penelitian) tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Tempat/Lokasi : STAIN Purwokerto  
Obyek : Perilaku Konsumen Muslim  
Tanggal Penelitian : 01-31 Desember 2011  
Metode Penelitian : Wawancara, Dokumentasi dan Angket

Demikian permohonan ini kami buat, atas perhatian dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Ketua Jurusan Syariah  
  
Drs. H. Syaiful M. Ag.  
NIP. 19630910 199203 1 005

Tembusan Yth:

1. Pembantu Ketua 1 STAIN Purwokerto
2. Kasubag MIKWA STAIN Purwokerto
3. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
JURUSAN SYARI'AH

Alamat : Jl. Jend.A.Yani No. 40.A Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 635553 Purwokerto [www.stainpurwokerto.ac.id](http://www.stainpurwokerto.ac.id)

Nomor : Sti.23/J.Sya/PP.009/290/2011  
Lamp : -  
Hal : Permohonan Izin Riset Individual

Purwokerto, 05 November 2011

Kepada Yth :  
Kepala Bakesbangpol dan Linmas  
Kabupaten Banyumas  
di  
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Saudara berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa kami sebagai berikut:

Nama : Rokiyah  
NIM : 072323025  
Semester /Prodi : IX / Ekonomi Islam  
Tahun Akademik : 2011/2012  
Alamat : Karangduwur, RT 06/04 Kec. Ayah. Kab. Kebumen  
Judul : Pengaruh Atribut Produk Kosmetik Terhadap Perilaku Konsumen Muslim di STAIN Purwokerto

Riset (Penelitian) tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Tempat/Lokasi : STAIN Purwokerto  
Obyek : Perilaku Konsumen Muslim  
Tanggal Penelitian : 01-31 Desember 2011  
Metode Penelitian : Wawancara, Dokumentasi dan Angket

Demikian permohonan ini kami buat, atas perhatian dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Ketua Jurusan Syariah  
  
Drs. H. Syarif, M.Ag.  
NIP. 19630910 199203 1 005

Tembusan Yth:

1. Pembantu Ketua 1 STAIN Purwokerto
2. Kasubag MIKWA STAIN Purwokerto
3. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
JURUSAN SYARIAH

Alamat : Jl. Jend.A.Yani No. 40.A Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 635553 Purwokerto [www.stainpurwokerto.ac.id](http://www.stainpurwokerto.ac.id)

Nomor : Sti.23/J.Sya/PP.009/2011  
Lamp : -  
Hal : Permohonan Izin Riset Individual

Purwokerto, 05 November 2011

Kepada Yth :  
**Kepala BAPEDA**  
**Kabupaten Banyumas**  
di  
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Saudara berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa kami sebagai berikut:

Nama : Rokiyah  
NIM : 072323025  
Semester /Prodi : IX / Ekonomi Islam  
Tahun Akademik : 2011/2012  
Alamat : Karangduwur, RT 06/04 Kec. Ayah. Kab. Kebumen  
Judul : **Pengaruh Atribut Produk Kosmetik Terhadap Perilaku Konsumen Muslim di STAIN Purwokerto**

Riset (Penelitian) tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Tempat/Lokasi : STAIN Purwokerto  
Obyek : Perilaku Konsumen Muslim  
Tanggal Penelitian : 01-31 Desember 2011  
Metode Penelitian : Wawancara, Dokumentasi dan Angket

Demikian permohonan ini kami buat, atas perhatian dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

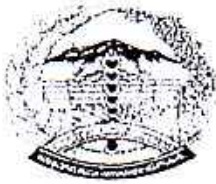
Wassalamu'alaikum Wr. Wb



**Dr. Siti Syarifah, M.Ag.**  
NIP. 19630910 199203 1 005

Tembusan Yth:

1. Pembantu Ketua I STAIN Purwokerto
2. Kasubag MIKWA STAIN Purwokerto
3. Arsip



PEMERINTAH KABUPATEN BANYUMAS  
BADAN KESATUAN BANGSA, POLITIK DAN  
PERLINDUNGAN MASYARAKAT

Jl. Prof. Dr. Soeharso No. 45 Tel. (0281) 633776 Fax. (0281) 641950  
PURWOKERTO

**SURAT REKOMENDASI PENELITIAN**

Nomor: 070 /1313/ XI /2011

- I. Dasar
1. Surat Gubernur Jawa Tengah No. 070.1/265 Tanggal 20 Februari 2004 Perihal Penyederhanaan Prosedur Ijin Penelitian, Riset, KKN, PK
  2. Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 27 Tahun 2009 tentang Pembentukan, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Banyumas.
- II. Membaca : Surat dari Ketua Jurusan Syaria'ah STAIN Purwokerto, tanggal : 05 November 2011, nomor : St.23/J.Sya/PP.009/290/2011, hal : Permohonan Izin Riset Individual
- III. Pertimbangan : Bahwa kebijakan mengenai suatu kegiatan ilmiah dan pengabdian kepada masyarakat perlu dibantu pengabdiannya.
- IV. Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Badan Kesatuan Bangsa, Politik dan Perlindungan Masyarakat Kabupaten Banyumas, menyatakan tidak keberatan atas pelaksanaan sesuatu kegiatan ilmiah dan pengabdian kepada masyarakat dalam wilayah yang dilakukan oleh:

Nama : **ROKIYAH**  
Alamat : Nagasari RT 06 RW 04 Desa Karangduwur Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Kebangsaan : Indonesia  
Judul Penelitian : **Pengaruh Atribut Produk Kosmetik Terhadap Perilaku Konsumen Muslim Di STAIN Purwokerto**  
Bidang : Ekonomi  
Lokasi Penelitian : STAIN Purwokerto  
Lama berlakunya : 3 (Tiga) bulan  
Pengikut : -  
Penanggung jawab : Drs. Syufa'at, M.Ag.

**DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :**

1. Pelaksanaan kegiatan dimaksud tidak dilaksanakan untuk tujuan lain yang dapat berakibat melakukan tindakan pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Sebelum melaksanakan kegiatan dimaksud, terlebih dahulu melaporkan kepada kepala wilayah setempat;
3. Mentaati segala ketentuan dan peraturan-peraturan yang berlaku, juga petunjuk-petunjuk dari pejabat yang berwenang;
4. Apabila masa berlaku Surat Rekomendasi ini sudah berakhir, sedang pelaksanaan kegiatan belum selesai, perpanjangan waktu harus diajukan kepada Instansi Pemohon.

DIKELUARKAN DI  
PADA TANGGAL

PURWOKERTO  
9 November 2011



**TEMBUSAN :**

1. Kepala BAPPEDA Kab. Banyumas.
2. Arsip (Bidang Faspol).



PEMERINTAH KABUPATEN BANYUMAS  
**BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH  
(BAPPEDA)**

Jln. Prof. Dr. Soeharso No. 45 Telp. (0281) 632548 Fax. 641715 Purwokerto

**SURAT IZIN PENELITIAN**

Nomor : 070.1/ 01023/ XI / 2011

- I. Membaca : 1. Surat dari Ketua Jurusan Syari'ah STAIN Purwokerto; nomor : Stt.23/J.Sya/PP.009/290/2011 tanggal 5 November 2011 Hal : Permohonan Izin Riset Individual  
2. Surat Rekomendasi Penelitian Kepala Bakesbangpollinmas Kabupaten Banyumas nomor : 070.1/1313/XI/2011 tanggal : 9 November 2011
- II. Menimbang : Bahwa kebijaksanaan mengenai kegiatan ilmiah dan pengabdian kepada masyarakat perlu dibantu pengembangannya.
- III. Memberikan izin kepada :
1. Nama : ROKIYAH
  2. Alamat : Nagasari RT 06 RW 04 Desa Karangduwur Kecamatan Ayah Kebumen
  3. Pekerjaan : Mahasiswi
  4. Judul Penelitian : **PENGARUH ATRIBUT PRODUK KOSMETIK TERHADAP PERILAKU KONSUMEN MUSLIM DI STAIN PURWOKERTO**
  5. Bidang : Ekonomi
  6. Lokasi Penelitian : STAIN Purwokerto
  7. Lama Berlaku : 3 bulan 9 November 2011 s/d 9 Februari 2012
  8. Penanggung Jawab : Drs. Syufa'at, M.Ag.
  9. Pengikut : orang
- IV. Untuk melaksanakan kegiatan ilmiah dan pengabdian kepada masyarakat di wilayah Kabupaten Banyumas dengan ketentuan sebagai berikut :
- a. Pelaksanaan kegiatan dimaksud tidak dilaksanakan untuk tujuan lain yang dapat berakibat melakukan tindakan pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku.
  - b. Sebelum melaksanakan kegiatan dimaksud, terlebih dahulu melaporkan kepada penguasa setempat.
  - c. Menaatii segala ketentuan dan peraturan-peraturan yang berlaku juga petunjuk-petunjuk dari pejabat pemerintah yang berwenang.
  - d. Apabila masa berlaku Surat Izin Penelitian sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan kegiatan belum selesai, perpanjangan waktu harus diajukan kepada instansi pemohon.
  - e. Setelah selesai pelaksanaan kegiatan dimaksud menyerahkan hasilnya kepada Bappeda Kabupaten Banyumas Up. Bidang Penelitian, Pengembangan dan Statistik Bappeda Kabupaten Banyumas.

DIKELUARKAN DI : PURWOKERTO  
PADA TANGGAL : 9 November 2011

An. Kepala BAPPEDA KABUPATEN BANYUMAS  
KEPALA BIDANG PENELITIAN, PENGEMBANGAN DAN STATISTIK  
Ub. Kasubid Penelitian dan Pengembangan



TEMBUSAN disampaikan kepada Yth. :

1. Kepala Bakesbangpollinmas Kab. Banyumas;
2. Ketua Jurusan Syari'ah STAIN Purwokerto;
3. Kepala Dinperindagkop Kab. Banyumas;
4. Arsip (Bidang Litbang dan Statistik Bappeda Kabupaten Banyumas).



KEMENTERIAN AGAMA  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
JURUSAN SYARI'AH

Alamat : Jl. Jend.A.Yani No. 40.A Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 635553 Purwokerto [www.stainpurwokerto.ac.id](http://www.stainpurwokerto.ac.id)

**SURAT PERINTAH**

Nomor: Sti.23/J.Sya/PP.009/308/2011

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Jurusan Syari'ah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto dengan ini memberikan perintah tugas kepada:

Nama : Rokiyah  
NIM : 072323025  
Semester/ Prodi : IX/EI  
Tahun Akademik : 2011-2012

Diperintahkan untuk melaksanakan tugas riset individual untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi pada tingkatannya, dengan ketentuan sebagai berikut:

Obyek : Perilaku Konsumen Muslim  
Tempat/ Lokasi : STAIN Purwokerto  
Tanggal Penelitian : 01-31 Desember 2011  
Metode Penelitian : Wawancara, Dokumentasi dan Angket

Demikian surat perintah ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : 17 November 2011

Ketua Jurusan Syari'ah  
  
Drs. H. Syufa'at, M.Ag  
NIP. 19630910 199203 1 005

Tembusan Yth:

1. Pembantu Ketua I
2. Kasubag MIKWA
3. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Telp.0281-635624 Fax.636553 Purwokerto 53126

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: Sti.23/Mikwa/PP.009/003/2012

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Achmad Djunaidi, SE, M.Si.  
NIP : 19700220 199803 1 002  
Pangkat/Golongan : Penata Tk.I (III/d)  
Jabatan : Kasubbag Mikwa  
Institusi : STAIN Purwokerto

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama : Rokiyah  
NIM : 272323025  
Smt/Prodi : IX/ Ekonomi Islam  
Tahun Akademik : 2011/2012  
Alamat : Karangduwur RT 06/04 Kec. Ayah Kab. Kebumen  
Judul : Pengaruh Atribut Produk Kosmetik Terhadap Perilaku  
Konsumen Muslim di STAIN Purwokerto.

Adalah benar-benar telah melaksanakan tugas riset individual pada tanggal 01 s/d 31 Desember 2011 di STAIN Purwokerto.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Purwokerto  
Pada Tanggal : 20 Januari 2012



Kasubbag Mikwa,

Achmad Djunaidi, SE, M.Si.  
19700220 199803 1 002



KEMENTERIAN AGAMA  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)  
PURWOKERTO  
JURUSAN SYARIAH

Alamat: Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Telp. 0281-635624 Fax. 636553  
Purwokerto 53126

SURAT KETERANGAN

Sti. 23/J.Sya/PP.00.9/ 323 /2011

Yang bertanda tangan di bawah ini Ketua Jurusan Syariah, menerangkan bahwa :

Nama : Rokiyah  
NIM : 072323025  
Semester : IX  
Prodi : Ekonomi Islam

Mahasiswa tersebut benar-benar telah melaksanakan ujian komprehensif pada hari : Rabu, 23 November 2011 dengan nilai C+.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.



Purwokerto, 24 November 2011

Dis. Syafa'at, M.Ag.  
NIP. 19630910 199203 1 005



KEMENTERIAN AGAMA  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
JURUSAN SYARI'AH

Alamat : Jl. Jend.A.Yani No. 40.A Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 635553 Purwokerto [www.stainpurwokerto.ac.id](http://www.stainpurwokerto.ac.id)

**REKOMENDASI MUNAQOSYAH**

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi dari mahasiswa:

Nama : Rokiyah  
NIM : 072323025  
Jurusan/Prodi/Semester : Syari'ah/EI/IX  
Angkatan Tahun : 2007  
Judul Skripsi : Pengaruh Atribut Produk Kosmetik Terhadap Perilaku  
Konsumen Muslim di STAIN Purwokerto.

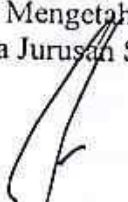
Menerangkan bahwa skripsi mahasiswa tersebut telah siap dimunaqosyahkan setelah yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik yang telah ditetapkan.

Demikian surat keterangan ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mengikuti ujian komprehensif.

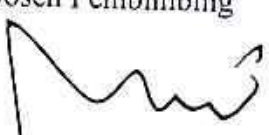
*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Dibuat di : Purwokerto  
Pada Tanggal : 24 Januari 2012

Mengetahui  
Ketua Jurusan Syari'ah

  
Drs. H. Syufa'at, M.Ag.  
NIP. 19630910 199203 1 005

Dosen Pembimbing

  
Ahmad Dahlan, M.S.I  
NIP. 19731014 200312 1 002

## Lampiran 8

### Deskripsi Struktur Organisasi STAIN Purwokerto

#### a) Unsur Pimpinan

Unsur Pimpinan yaitu Ketua dan Pembantu Ketua, yang tugasnya memimpin dan membantu penyelenggaraan pendidikan, penelitian, pengabdian kepada masyarakat, dan membina tenaga kependidikan, mahasiswa, dan tenaga administrasi sekolah tinggi, serta hubungannya dengan lingkungannya.

Pimpinan STAIN Purwokerto masa bakti 2010-2014 adalah sebagai berikut:

Ketua	: Dr. A. Luthfi Hamidi, M.Ag.
Pembantu Ketua I	: Drs. Rohmad, M.Pd.
Pembantu Ketua II	: Drs. H. Ansori, M.Ag.
Pembantu Ketua III	: Dr. Abdul Basit, M.Ag.

#### b) Unsur Senat Sekolah Tinggi

Senat STAIN merupakan badan normatif dan perwakilan tertinggi, yang terdiri dari guru besar, ketua, pembantu ketua, ketua jurusan, wakil dosen, dan unsur lain (kepala P3M, kepala Pusat Bahasa dan Budaya). Adapun komposisi Senat STAIN Purwokerto periode 2010-2014 adalah sebagai berikut:

Ketua	: Dr. A. Luthfi Hamidi, M.Ag.
Sekretaris	: Drs. Asdlori, M. Pd.I.
Anggota	:
1)	Dr. Hj. Naqiyah, M.Ag.
2)	Drs. H. Fathul Aminudin A., M.M.

- 3) Kholid Mawardi, M.Hum.
- 4) Drs. Rohmad, M.Pd.
- 5) Drs. H. Ansori, M.Ag.
- 6) Dr. Abdul Basit, M.Ag.
- 7) Drs. Zainal Abidin, M.Pd.
- 8) Drs. H. Syufa'at, M.Ag.
- 9) Drs. Munjin, M.Pd.I.
- 10) Drs. Muhammad Irsyad, M.Pd.I.
- 11) H. Supriyanto, Lc., M.S.I.
- 12) Drs. Jonkenedi, M.Pd.I.
- 13) Drs. H.M. Mukti, M.Pd.I.
- 14) Drs. H. Khariri, M.Ag.
- 15) Drs. H.Masyhud, M.Ag.
- 16) Drs. Hj.Mahmudah, M.Pd.I.
- 17) H. A. Sangid, B.Ed., M.A.

c) Unsur Pelaksana Akademik

Jurusan merupakan unsur pelaksana akademik yang melaksanakan pendidikan akademik dan profesional dalam cabang ilmu, teknologi, dan kesenian yang dipimpin oleh seorang Ketua Jurusan, dengan dibantu oleh Sekretaris, Ketua Program Studi, dan Kepala Laboratorium.

Jurusan di STAIN Purwokerto terdiri dari tiga jurusan, yaitu Jurusan Tarbiyah (Pendidikan), Jurusan Dakwah (Komunikasi) dan Jurusan Syari'ah (Hukum Islam).

Susunan Pimpinan Jurusan Tarbiyah Periode 2010-2014 adalah sebagai berikut:

Ketua	: Drs. Munjin, M.Pd.I.
Sekretaris Jurusan	: Drs. Amat Nuri, M.Pd.

Ketua Prodi PAI	: Sumiarti, M.Ag.
Ketua Prodi PBA	: M. Misbah, M.Ag.
Ketua Prodi KI	: Rohmat, M.Ag., M.Pd.
Ketua Prodi PGMI	: Siswadi, M.Ag.
Ketua Prodi Laboratorium	: Drs. Yuslam, M.Pd.

Susunan Pimpinan Jurusan Dakwah Periode 2010-2014 adalah sebagai berikut:

Ketua	: Drs. Zainal Abidin, M.Pd.
Sekretaris Jurusan	: Drs. Amat Nuri, M.Pd.I.
Ketua Prodi BKI	: Nasrudin, M.Ag.
Ketua Prodi KPI	: H. Khusnul Khotimah, M.Ag.
Ketua Prodi Laboratorium	: Enung Asmaya, M.A.

Susunan Pimpinan Jurusan Syari'ah Periode 2010-2014 adalah sebagai berikut:

Ketua	: Drs. H. Syufa'at, M.Ag.
Sekretaris Jurusan	: Iin Solikhin, M.Ag.
Ketua Prodi AS	: Dr. H. Suraji, M.Ag.
Ketua Prodi MUA	: Dr. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
Ketua Prodi EI	: Ahmad Dahlan, M.S.I.
Ketua Program D III MPS	: H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
Ketua Prodi Laboratorium	: M. Bahrul Ulum, S.H., M.H.

**Susunan Pertanyaan Wawancara**

**Petunjuk Pengisian!**

- a. Berilah jawaban pertanyaan berikut, dengan cara memberi tanda silang (X) pada nomor jawaban yang tersedia.
- b. Contoh produk kosmetik berlabel antara lain: **Wardah, Muntaz, Fadila dan Camilla.**

**Pertanyaan!**

- 1. Apakah Anda mengetahui produk kosmetik berlabel halal?
  - a. Iya
  - b. TidakAlasannya.....  
.....
- 2. Apakah produk kosmetik berlabel halal memberikan hasil yang optimal?
  - a. Iya
  - b. TidakAlasannya.....  
.....
- 3. Apakah produk kosmetik berlabel halal terbuat dari bahan-bahan pilihan?
  - a. Iya
  - b. TidakAlasannya.....  
.....
- 4. Apakah produk kosmetik berlabel halal memiliki mutu terbaik dibandingkan produk kosmetik yang lain?
  - a. Iya
  - b. TidakAlasannya.....  
.....
- 5. Apakah produk kosmetik berlabel halal mereknya terkenal?
  - a. Iya
  - b. TidakAlasannya.....  
.....
- 6. Apakah produk kosmetik berlabel halal reputasi perusahaannya dapat dipercaya?
  - a. Iya
  - b. Tidak





## Hasil Wawancara

No	Pertanyaan	Jumlah Jawaban		Alasan
		Iya	Tidak	
1.	Apakah Anda mengetahui produk kosmetik berlabel halal?	79	21	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui dari iklan di Televisi.</li> <li>• Mengetahui dari brosur promosi.</li> <li>• Adanya tulisan halal pada kemasan.</li> <li>• Sudah menjadi pengguna produk kosmetik berlabel halal yaitu wardah.</li> </ul>
2.	Apakah produk kosmetik berlabel halal memberikan hasil yang optimal?	42	58	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tergantung pada kecocokan dan tidaknya jenis kulit pengguna.</li> <li>• Banyak jenis kosmetik yang tidak berlabel halal juga mampu memberikan hasil yang optimal.</li> <li>• Tidak pernah menggunakan jenis produk kosmetik berlabel halal.</li> </ul>
3.	Apakah produk kosmetik berlabel halal terbuat dari bahan-bahan pilihan?	37	27	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sudah pasti terbuat dari bahan pilihan dan alami sesuai dengan kriteria halal.</li> <li>• Sebagai pertanggungjawaban atas label halal yang tertera pada kemasan.</li> <li>• Tidak mengandung alkohol dan bahan kimia yang berbahaya.</li> </ul>
4.	Apakah produk kosmetik berlabel halal memiliki mutu terbaik dibandingkan produk kosmetik yang lain?	51	49	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sudah terjamin kualitasnya.</li> <li>• Lebih natural dan cocok untuk semua jenis kulit.</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terbukti banyak yang merasa cocok memakai kosmetik berlabel halal.</li> </ul>
5.	Apakah produk kosmetik berlabel halal mereknya terkenal?	49	51	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masih kalah terkenal dari jenis produk kosmetik lain yang tidak berlabel halal.</li> <li>• Banyak konsumen yang belum mengenal produk kosmetik berlabel halal.</li> <li>• Kurang diminati konsumen.</li> <li>• Kurang gencar iklannya (promosi).</li> </ul>
6.	Apakah produk kosmetik berlabel halal reputasi perusahaannya dapat dipercaya?	77	23	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perusahaan dituntut untuk memperkuat citra perusahaan.</li> <li>• Perusahaan akan menjaga kredibilitasnya.</li> <li>• Sudah mendapat izin dari Departemen Kesehatan dan terdaftar di LP POM MUI.</li> </ul>
7.	Apakah merek memudahkan Anda untuk mendapatkan produk kosmetik yang diinginkan?	82	18	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merek memberikan jaminan kualitas.</li> <li>• Merek memudahkan dalam pembelian.</li> <li>• Semakin terkenal merek itu, maka semakin mudah mendapatkan apa yang diinginkan.</li> </ul>
8.	Apakah produk kosmetik berlabel halal sering memberikan potongan harga kepada pelanggannya?	22	78	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak selalu.</li> <li>• Relatif, potongan harga diberikan pada saat-saat tertentu ataupun even-even tertentu</li> </ul>
9.	Apakah harga yang ditetapkan produk kosmetik berlabel halal lebih murah dibandingkan harga produk kosmetik yang lain?	12	88	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas menentukan harga.</li> <li>• Sebagian produk harganya lebih mahal.</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyak jenis kosmetik yang tidak berlabel halal harganya jauh lebih murah.</li> </ul>
10.	Apakah kemasan produk kosmetik berlabel halal dapat memenuhi sasaran berupa keamanan?	70	30	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perusahaan akan mempertimbangkan keamanan karena ada label halal.</li> <li>• Tambahkan keterangan dari MUI (Majelis Ulama Indonesia).</li> </ul>
11.	Apakah kemasan produk kosmetik berlabel halal mempunyai ciri khas dibandingkan dengan produk kosmetik pesaing?	81	19	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tercantumnya label halal pada kemasan produk.</li> <li>• Bebas dari bahan yang berbahaya.</li> </ul>
12.	Apakah dengan berbagai macam kemasan yang ditawarkan produk kosmetik berlabel halal, memudahkan Anda dalam pembelian?	80	20	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Macam menunjukkan variasi.</li> <li>• Semakin jelas penggunaannya.</li> <li>• Tidak ada ketentuan untuk kemasan yang berbeda pada produk halal.</li> </ul>
13.	Apakah label halal menjadi simbol bagi jaminan kualitas, keamanan dan higienitas?	58	42	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Label halal diberikan MUI dengan melihat kualitas, keamanan dan higienitas.</li> <li>• Perusahaan akan memperhatikan kualitas, keamanan dan higienitas.</li> <li>• Label halal menjadi taruhan, jika perusahaan tidak melakukan hal tersebut di atas.</li> </ul>
14.	Apakah label memudahkan Anda memperoleh informasi tentang produk kosmetik yang akan dibeli?	84	16	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Label menunjukkan bahan yang terkandung dalam kosmetik.</li> <li>• Ada info yang bisa menginformasikan mengenai produk tersebut.</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untuk mengetahui kualitas produk.</li> </ul>
15.	Apakah informasi yang tertera di label menyakinkan Anda untuk melakukan pembelian?	59	41	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memastikan bahan yang berbahaya tidak ada.</li> <li>• Info pada label itu penting.</li> </ul>
16.	Apakah Anda selalu mengumpulkan informasi tentang produk kosmetik yang akan Anda beli?	57	43	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sebagai pertimbangan.</li> <li>• Untuk keamanan dan hasil optimal.</li> <li>• Memudahkan pembelian.</li> </ul>
17.	Apakah jika ingin membeli produk kosmetik, kosmetik berlabel halal merupakan pilihan yang selalu Anda inginkan?	66	34	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebih aman dan lebih terjamin.</li> <li>• Ingin hasil yang terbaik.</li> <li>• Terbuat dari bahan yang tidak berbahaya.</li> </ul>
18.	Apakah Anda melakukan perbandingan dengan produk kosmetik lain, sebelum melakukan pembelian produk kosmetik berlabel halal?	76	24	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertimbangan dalam pembelian.</li> <li>• Untuk mendapatkan hasil yang optimal.</li> <li>• Untuk mengetahui banyak informasi tentang produk kosmetik.</li> </ul>



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT (P3M)**  
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Telp. 0281-635624 Fax. 636553 Purwokerto 53126

**SERTIFIKAT**

NO. Stt.23/P3M/PP.06/081/2010

Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (P3M) STAIN Purwokerto menerangkan bahwa:

Nama : Rokiyah  
NIM : 072323025  
Jurusan / Prodi : Syari'ah/ EI  
Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mahasiswa STAIN Purwokerto Tahun 2010 di:  
Desa : Mrebet  
Kecamatan : Lambur  
Kabupaten : Purbalingga

Mulai tanggal 14 Juli 2010 sampai 15 Agustus 2010 dan dinyatakan "LULUS", dengan nilai 82 (A-).  
Sertifikat ini diberikan sebagai bukti bahwa mahasiswa tersebut telah mengikuti KKN dan sebagai syarat mengikuti ujian munaqasyah skripsi.



Purwokerto, 25 Oktober 2010  
Kepala P3M,

*Dr. M. Irsyad, M.Pd.I.*  
Dr. M. Irsyad, M.Pd.I. &  
NIP. 19681203 199403 1 003



KEMENTERIAN AGAMA  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO  
Laboratorium Jurusan Syarifah

Jl. Jend. A. Yani No. 40 A. Telp. 0281-635624 Fax. 636553 Purwokerto 53126

SERTIFIKAT

Sti. 23/Lab. Sya/PPL.Sya/047/2011

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia PPL/PKL Jurusan Syari'ah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto pada tanggal 9 April 2011 menerangkan bahwa :

Nama : 072323025  
NIM : Rockiyah  
Jurusan/Prodi : Syari'ah/Ekonomi Islam

Telah mengikuti PPL Jurusan Syari'ah STAIN Purwokerto Tahun Akademik 2010/2011 di :

Bank Muamalah Indonesia Cabang Gombang

Mulai dari tanggal 24 Januari sampai dengan 4 Maret 2011 dan dinyatakan LULUS dengan nilai A.

Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti PKL Jurusan Syari'ah STAIN Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian munaqosyah skripsi.

Purwokerto, 20 April 2011

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Syari'ah

Ka. Lab. Jurusan Syari'ah/  
Ketua Panitia PPL Syari'ah



Drs. H. Syufa'at, M.Ag  
NIP. 19630910 199203 1 005



M. Baehrul Ulum, SH, M.Hum.  
NIP. 19750510 199903 2 002



الجامعة الإسلامية الحكومية بوروروكرتو  
وحدة لخدمة اللغة

عنوان: شارع جندرال أحمد يابى. رقم ٢٨١. هاتف ٢٣٥٢٢٤ - بوروروكرتو ٥٣١٢٦

## التهنئة

الرقم : ٢٠٠٨/٠٨/٣٧.T.A.II/U.Bhs/Sti. 23

منحت إلى الاسم  
المولود في  
رقم القيد  
التي حصل على النتيجة فهم المسموع  
فهم العبارات و التراكيب  
فهم المفردات و النصوص و القواعد  
مجموع

ركية :  
كيبومين، ٣٠ نوفمبر ١٩٨٧  
رقم القيد : ٠٧٢٣٣٠٢٤ :  
٥٦ :  
٥٥ :  
٤٥ :  
٥٢٠ :

في اختيارة المهارات اللغوية العربية التي قامت بها الوحدة لخدمة اللغة في التاريخ ١٤ يونيو ٢٠٠٨

بوروروكرتو : ٢ أغسطس ٢٠٠٨  
رئيس الوحدة  
من  
سوبريانتي، M.SI  
رقم الموظف : ١٤٠٦٩٠٦٩١



STATE COLLEGE OF ISLAMIC STUDIES  
(STAIN) PURWOKERTO  
LANGUAGE SERVICE UNIT

Address : A. Yani Street Number 40 A Phone : 0281 - 635624 Fax. 0281 - 636553 Purwokerto

**C E R T I F I C A T E**

Number: St.23/U.Bhs/ T.E.I.31/VIII/2008

This is to certify that

Name : Rokiyah

Place, date of birth : Kebumen, November 30<sup>th</sup> 1987

Student Number : 072323024

Has taken TOEFL- test Prediction with paper based organized by Language Service Unit of STAIN Purwokerto on January 16<sup>th</sup> 2008 with obtained result as follows:

- |                                     |       |
|-------------------------------------|-------|
| 1. Listening Comprehension          | : 43  |
| 2. Structure and Written Expression | : 45  |
| 3. Reading Comprehension            | : 43  |
| Obtained Score                      | : 436 |

This TOEFL- test Prediction was held in STAIN Purwokerto

Purwokerto, August 5<sup>th</sup> 2008  
Head of Language Service Unit



# Sertifikat

**BACA TULIS AL-QUR'AN DAN PRAKTEK PENGAMALAN IBADAH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PURWOKERTO  
GELOMBANG II TH. AKADEMIK 2007 - 2008**

Nomor : STI.26/K/PUBP/202 /VI / 2008

Diberikan kepada :

*Rokiyah / 072323025*

.....  
Sebagai tanda yang bersangkutan telah lulus  
dalam *Ujian Baca tulis Al-Qur'an dan Praktek Pengamalan Ibadah*  
yang diselenggarakan oleh Pengelola Ujian BIA dan PPI STAIN Purwokerto.  
Purwokerto, 7 Juni 2008

Pengelola Ujian BIA dan PPI STAIN Purwokerto

*Soeny Susandra, M. Ag*  
Koordinator,



NIP : 150 290 690



DEPARTEMEN AGAMA  
 SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**UPT KOMPUTER**  
 Alamat : Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40 A Telp. 0281 - 635624 Fax. 636553 Purwokerto 53126

**SKALA PENILAIAN**

NILAI	EKUIVALENSI	KETERANGAN
A	90 - 100	SANGAT MEMUASKAN
B	80 - 89	MEMUASKAN
C	60 - 79	CUKUP
D	< 59	KURANG

**MATERI PENILAIAN**

MATERI	NILAI
Microsoft Word	B
Microsoft Excel	B

**SERTIFIKAT**

Nomor : Sti-23/UPT Komp- 516/III/2010

Diberikan kepada :

**ROKIYAH**

**NIM : 072323025**

lahir pada tanggal : 30 November 1987 di Kebumen  
 Sebagai tanda yang bersangkutan telah mengikuti dan menempuh Ujian Akhir Komputer pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto Program Microsoft Office yang diselenggarakan oleh UPT Komputer STAIN Purwokerto pada tanggal 16 Juli 2009



01 Pebruari 2010

Sriyanto, M.Si  
 NIP. 19750907 19903 1 002

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Identitas Diri

Nama : Rokiyah  
Tempat/Tanggal Lahir : Kebumen, 30 November 1987  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Nikah/Belum Nikah : Belum Nikah  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Nama Orang Tua  
a. Ayah : Rasmu  
b. Ibu : Tuyem  
Alamat : Desa Karangduwur Rt 06 Rw 04, Kec. Ayah, Kab.  
Kebumen

### Riwayat Pendidikan

SD Negeri I Karangduwur	Lulus Tahun 2000
MTs Negeri Rowokele	Lulus Tahun 2003
MA Salafiyah Kebumen	Lulus Tahun 2006
S1 STAIN Purwokerto	Lulus Tahun 2012

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sesungguhnya.

Purwokerto, 17 Januari 2012



Rokiyah  
NIM. 072323025