

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berdasarkan data dari laporan bulanan data sosial ekonomi Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia tahun 2014, jumlah penduduk di Indonesia sesuai dari hasil Sensus Penduduk tahun 2010 (SP2010) berjumlah 237,6 juta orang dan berdasarkan agama jumlah penduduk Indonesia yang beragama Islam berjumlah 207.176.162 jiwa. Bersumber dari hal tersebut, maka mayoritas penduduk di Indonesia adalah penganut ajaran agama Islam. Dalam ajaran Islam memiliki aturan-aturan dan cara-cara tersendiri dalam mengkonsumsi serta menggunakan suatu produk atau biasa disebut dengan istilah halal. Berdasarkan hal tersebut, maka setiap produsen yang ada harus dapat memenuhi kebutuhan dan hak konsumen terutama bagi konsumen muslim.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia tahun 2014 menyebutkan dari 237,6 juta orang penduduk Indonesia, 119,6 juta orang adalah laki-laki dan 118,0 juta orang perempuan. besarnya penduduk perempuan tersebut, maka Indonesia merupakan suatu ceruk pasar yang besar untuk pemenuhan kebutuhan perempuan termasuk produk kosmetik. Salah satu produsen yang memperhatikan mengenai masalah kebutuhan produk khusus bagi konsumen muslim di Indonesia adalah Wardah.

Kosmetik Wardah berawal dari kepedulian seorang wanita lulusan Farmasi ITB yang peduli terhadap kehalalan produk kosmetika yang beredar di pasaran Indonesia, maka terciptalah produk kosmetika halal sesuai dengan ketentuan

syariah Islam yakni kosmetik Wardah. Wardah itu sendiri berarti bunga mawar, dan produk kosmetik Wardah ini mengantongi sertifikat halal MUI serta memberikan jaminan kebaikan produk. Halal menurut LPPOM MUI (2005:42) adalah boleh. Pada kasus makanan, kebanyakan makanan termasuk halal kecuali secara khusus disebutkan dalam Al Qur'an atau Hadits, sedangkan haram adalah sesuatu yang Allah SWT melarang untuk dilakukan dengan larangan yang tegas.

Perlunya penciptaan produk kosmetik halal ini, karena menurut Iranita (2013:2) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa masyarakat saat ini mengkonsumsi suatu produk tidak lagi terlalu memperhatikan kehalalan suatu produk. Konsumen kebanyakan hanya berpikiran secara sempit bahwa produk yang secara langsung diproduksi dari bahan baku yang tidak halal (alkohol atau babi misalnya) adalah haram. Padahal untuk memproduksi suatu produk tidak hanya berdasarkan bahan baku saja tapi juga mulai dari tata cara produksi, bahan-bahan tambahan ataupun unsur-unsur lainnya yang menyertai produksi produk tersebut juga haruslah halal. Padahal dalam ajaran syariat Islam, tidak diperkenankan bagi kaum muslim untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu karena substansi yang dikandungnya atau proses yang menyertainya.

Memproduksi produk halal adalah bagian dari tanggungjawab perusahaan kepada konsumen muslim. Di Indonesia, untuk memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk yang dikonsumsi adalah halal, maka perusahaan perlu memiliki Sertifikat Halal MUI. Menurut Nanung Danar Dono salah seorang dosen Fakultas Peternakan UGM Yogyakarta dan merupakan PhD student di College of Medical, Veterinary, dan Life Sciences, Univ. Glasgow, Scotland UK dalam

makalahnya tentang Daftar Beberapa Produk Makanan Haram Atau Diragukan Kehalalannya Berdasarkan Syariat Islam memberikan contoh kasus yakni pada kosmetik La-Tulipe produksi (PT. Rembaca – Sidoarjo, Jawa Timur), Musk by Alyssa Ashley, St Yves, dan Snow White Lily pernah dilaporkan oleh Majalah Jurnal Halal (sekitar tahun 2004) menggunakan plasenta manusia. Plasenta (organ dalam) manusia haram dipergunakan sebagai bahan kosmetika. Dalam Munas ke-4 tahun 2000, Komisi Fatwa MUI telah mengeluarkan fatwa mengenai keharaman penggunaan kembali organ tubuh yg telah keluar dari tubuh manusia. Oleh karena itu, *placenta*, *amniotic liquid* (air ketuban), *collagen* (kolagen) yang berasal dari tubuh manusia HARAM dipakai dalam kosmetik maupun obat. Setelah itu, akhirnya pada tahun 2009, PT. Rembaca mengganti plasenta manusia dengan fito-plasenta (plasenta tanaman), sehingga La Tulipe sekarang telah mendapatkan Sertifikat Halal dari LPPOM MUI Propinsi Jawa Timur (Dono, 2008:2).

Salah satu produsen kosmetik yang sejak awal konsisten menyasar pengguna kosmetik muslim di Indonesia dan telah memiliki sertifikasi halal adalah produk kosmetik Wardah. Secara aturan, produk kosmetik Wardah telah memenuhi aturan hak konsumen muslim. Tetapi meskipun demikian, ditemukan beberapa pengguna yang masih menggunakan produk kosmetik lain yang tidak memperhatikan apakah produk tersebut halal atau tidak.

Sertifikasi label halal secara aturan bukanlah hal yang mudah karena harus melalui prosedur-prosedur atau tahapan tertentu. Sistem Jaminan Halal (SJH) sendiri mulai diberlakukan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) pada tahun 2005, sebagai

suatu sistem yang menjamin kepada MUI atas kehalalan produk suatu perusahaan sepanjang masa perusahaan itu memegang Sertifikat Halal MUI. Untuk memudahkan perusahaan memahami, menyusun dan mengimplementasikan sistem ini di perusahaannya, maka LPPOM MUI menerbitkan buku panduan edisi IV dengan judul “Panduan Umum Sistem Jaminan Halal” (Panduan Umum Sistem Jaminan Halal, 2008).

Produk-produk kosmetik selain Wardah yang sudah memiliki sertifikasi halal dari MUI adalah Ristra, La Tulipe, Marcks’ Venus, Sariayu, Biokos, Caring Colors, PAC, Mustika Ratu, Moors, Mustika Puteri, Biocell, Rivera, Theraskin, dan Freya. Sesuai dari ketentuan MUI, masa berlaku Sertifikat Halal adalah dua tahun. Selama masa tersebut, perusahaan harus dapat memberikan jaminan kepada MUI dan konsumen Muslim bahwa perusahaan senantiasa menjaga konsistensi kehalalan produknya. Oleh karena itu LPPOM MUI mewajibkan perusahaan untuk menyusun suatu sistem yang disebut Sistem Jaminan Halal (SJH) dan terdokumentasi sebagai Manual SJH. Manual ini disusun oleh produsen sesuai dengan kondisi perusahaannya.

Salah satu tanggung jawab perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip yang ditegakkan dalam operasional SJH adalah tanggung jawab untuk mensosialisasikan baik di lingkungan perusahaan maupun masyarakat luas. Salah satu departemen perusahaan yang mempunyai tanggungjawab untuk mensosialisasikan SJH tersebut adalah departemen *Public Relations* (PR) karena menurut Ruslan (2005:15) menyebutkan bahwa salah satu tugas PR ialah ”apa dan bagaimana” dan bertindak sebagai nara sumber informasi (*source of*

informations), dan saluran informasi (*channel of informations*). *Public Relations* (PR) sendiri merupakan salah satu fungsi manajemen yang berperan untuk memperlancar jalannya penyebaran informasi, mengenai publikasi melalui kerjasama dengan para stakeholder. Perusahaan yang mampu menggunakan *public relations* secara efektif akan lebih mudah menjual produknya, merekrut dan mempertahankan stafnya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti pengaruh tingkat pengetahuan tentang pesan halal terhadap tingkat kepercayaan mahasiswi UII Yogyakarta pada produk Kosmetik Wardah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti mengajukan rumusan masalah sebagai berikut: “apakah ada pengaruh tingkat pengetahuan tentang pesan label halal terhadap tingkat kepercayaan mahasiswi UII Yogyakarta pada produk Kosmetik Wardah?”

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan tentang pesan label halal kosmetik Wardah terhadap tingkat kepercayaan mahasiswi UII Yogyakarta pada produk kosmetik Wardah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian dari penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan tentang kekuatan pesan label halal terhadap tingkat kepercayaan.

2. Manfaat Praktis

Hasil studi dari penelitian ini dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi praktisi PR untuk memperhatikan hak konsumen terutama konsumen muslim.

E. Kerangka Konsep

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu melalui penginderaan manusia, misalnya indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Indera manusia yang memberikan sumbangan terbesar pada pengetahuan diperoleh melalui indera mata dan telinga (Notoatmodjo, 2003:3), dan halal menurut LPPOM MUI (2005:42) adalah boleh. Pada kasus makanan, kebanyakan makanan termasuk halal kecuali secara khusus disebutkan dalam Al Qur'an atau Hadits, sedangkan haram adalah sesuatu yang Allah SWT melarang untuk dilakukan dengan larangan yang tegas.

Berdasarkan uraian teori tersebut, maka pengetahuan tentang produk halal adalah hasil dari tahu melalui penginderaan manusia mengenai penggunaan atau konsumsi produk sesuai dengan aturan didalam Al Qur'an atau Hadits. Memproduksi produk halal adalah bagian dari tanggungjawab perusahaan kepada konsumen muslim. Di Indonesia, untuk memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk yang dikonsumsi adalah halal, maka perusahaan perlu memiliki Sertifikat Halal MUI.

Sesuai dengan prinsip-prinsip tentang hukum halal dan haram menurut LPPOM MUI (2005:42) adalah:

1. Pada dasarnya segala sesuatu halal hukumnya.

2. Penghalalan dan pengharaman hanyalah wewenang Allah SWT semata.
3. Mengharamkan yang halal dan menghalalkan yang haram termasuk perilaku syirik terhadap Allah SWT.
4. Sesuatu yang diharamkan karena ia buruk dan berbahaya.
5. Pada sesuatu yang halal sudah terdapat sesuatu yang dengannya tidak lagi membutuhkan yang haram.
6. Sesuatu yang mengantarkan kepada yang haram maka haram pula hukumnya.
7. Menyiasati yang haram, haram hukumnya.
8. Niat baik tidak menghapuskan hukum haram.
9. Hati-hati terhadap yang syubhat agar tidak jatuh ke dalam yang haram.
10. Sesuatu yang haram adalah haram untuk semua.

Adapun dasar hukum halal yang dipakai berdasarkan AL QUR'AN adalah (LPPOM MUI (2005:42-44):

1. Al-Baqarah 168 : “ Hai sekalian umat manusia makanlah dari apa yang ada di bumi ini secara halal dan baik. Dan janganlah kalian ikuti langkah-langkah syetan. Sesungguhnya ia adalah musuh yang nyata bagi kalian”.
2. Al-Baqarah 172-173 : “Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepada kalian dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kalian menyembah. Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagi kalian bangkai, darah, daging babi dan binatang yang disembelih atas nama selain Allah. Barang siapa dalam keadaan terpaksa, sedangkan ia tidak berkehendak dan tidak melampaui batas, maka

tidaklah berdosa. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Pengasih”.

3. Al-Anam 145 : “Katakanlah, saya tidak mendapat pada apa yang diwahyukan kepadaku sesuatu yang diharamkan bagi yang memakannya, kecuali bangkai, darah yang tercurah, daging babi karena ia kotor atau binatang yang disembelih dengan atas nama selain Allah. Barangsiapa dalam keadaan terpaksa sedangkan ia tidak menginginkannya dan tidak melampaui batas, maka tidaklah berdosa. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Pengasih”.
4. Al-Maidah 3 : “Diharamkan bagi kalian bangkai, darah, daging babi, hewan yang disembelih dengan atas nama selain Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas kecuali yang kalian sempat menyembelihnya. Dan diharamkan pula bagi kalian binatang yang disembelih di sisi berhala”.
5. Al-Maidah 90-91 : “Wahai orang-orang yang beriman sesungguhnya meminum khamr, berjudi, berkorban untuk berhala, mengundi nasib dengan panah adalah perbuatan keji termasuk perbuatan syetan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kalian mendapat keberuntungan. Sesungguhnya syetan itu hendak menimbulkan permusuhan dan perbencian di antara kalian lantaran meminum khamr dan berjudi dan menghalangi kalian dari mengingat Allah dan shalat, maka apakah kalian berhenti dari mengerjakan pekerjaan itu.”

6. Al-Maidah 96 : “Dihalalkan untuk kalian binatang buruan laut dan makanannya”.
7. Al-A'raf 157 : “Dia menghalalkan kepada mereka segala yang baik dan mengharamkan kepada mereka segala yang kotor”

Adapun hal-hal halal yang perlu diperhatikan dalam kosmetik menurut (Dono, 2008:5) adalah:

1. Kolagen dan elastin

Kolagen yaitu sejenis protein jaringan ikat yang liat dan bening kekuning-kuningan. apabila kena panas, kolagen akan mencair menjadi cairan yang agak kental seperti lem. Kolagen dan elastin merupakan hal penting untuk proses pertumbuhan sel/jaringan (regenerasi), makanya kolagen sangat penting untuk proses regenerasi sel, menjaga kelenturan kulit, serta mencegah kekeriputan kulit. Karena fungsinya yang sangat signifikan pada peremajaan kulit, maka saat ini kedua macam protein tersebut banyak dipakai sebagai bahan kosmetik. Kolagen memiliki efek melembabkan karena kolagen tidak larut air, tetapi sebaliknya, mampu menahan air. Oleh karena itu, senyawa protein ini banyak dipakai pada produk-produk pelembab. Selain untuk beberapa fungsi di atas, kolagen juga penting untuk menjaga kekebalan tubuh, serta mencegah infeksi dan alergi. Kemampuan kolagen tersebut disebabkan karena kolagen memiliki antigen yang bersifat imunogenik. Antigen yang imunogenik ini mampu berikatan dengan antibodi spesifik, tetapi juga mampu menghasilkan antibodi spesifik terhadap antigen. Kolagen bisa berasal dari sapi atau babi. Oleh karena itu, harus dipastikan apakah kolagen dan elastin tersebut berasal dari hewan haram (babi) atau bukan.

2. Ekstrak plasenta

Saat ini di pasaran banyak beredar kosmetika berplasenta. Kosmetika berplasenta memiliki efek yang signifikan untuk mencegah penuaan kulit, serta mampu meremajakan kulit, mengatasi keriput kulit, menghaluskan dan melembutkan kulit, dan membuat kulit lebih nampak segar sebagaimana layaknya kulit bayi. Plasenta adalah organ tubuh yang berkembang pada saat manusia atau hewan mengandung anaknya. Ketika janin masih berada dalam kandungan, janin belum mampu makan dan minum sebagaimana manusia yang sudah lahir. Plasenta ini berisi zat-zat gizi dan zat-zat pertumbuhan yang sangat dibutuhkan bayi sebagai makanan. Pemasukan nutrisi (zat gizi) ke dalam tubuh si bayi dilakukan melalui saluran plasenta yang bermuara pada pusar. Pada saat bayi dilahirkan, plasenta ikut keluar. Saluran yang menghubungkan antara plasenta dan pusar bayi dipotong. Plasenta (dikenal pula dengan istilah 'ari-ari') memiliki bobot sekitar 600 g dengan diameter 16-18 cm, mengandung 200 ml darah yang mengisi cairan spon. Plasenta kaya akan darah dan protein (albumin), hormon (oestrogen), serta senyawa lain (DNA dan RNA). Albumin sendiri adalah senyawa pengganti plasma darah yang mengandung γ -globulin, immuno globulin (IgA dan IgG), dan asam amino.

Hasil riset menunjukkan bahwa zat-zat tersebut terbukti cukup efektif untuk merawat kulit, seperti mencegah kerut, mencegah penuaan dini, dan mempertahankan kesegaran kulit. Bahkan di Jepang dan Switzerland, kolagen dan plasenta manusia telah lama dimanfaatkan sebagai bahan dasar pembuatan kosmetika.

LPPOM MUI Pusat pernah menemukan beberapa perusahaan kosmetika menggunakan plasenta manusia. Kosmetika dan obat-obatan yang terbuat dari plasenta binatang yang diharamkan atau dari manusia hukumnya haram. Kosmetika

dan obat-obatan yang terbuat dari plasenta binatang yang halal hukumnya adalah halal (Fatwa MUI No. 2, Munas IV 30 Juli 2000).

3. Cairan Amnion

Cairan amnion (*amniotic liquid*) adalah cairan ketuban yang berada di sekitar janin dalam kandungan yang berfungsi melindungi janin dari benturan fisik. Pada saat kelahiran, selaput ketuban pecah dan cairan amnion keluar mendahului janin. Selain sebagai *buffer*, cairan ini juga berfungsi sebagai pelicin (*lubricant*) pada saat janin dilahirkan. Keuntungan penggunaan cairan amnion kurang lebih sama dengan plasenta, tetapi penggunaannya terbatas pada pelembab, lotion rambut, shampo, serta produk perawatan kulit dan kepala. Apabila berasal dari saluran reproduksi (rahim) manusia dan atau hewan haram, maka produk kosmetika ini tidak boleh dipakai.

4. Lemak

Lemak dan turunannya (terutama Gliserin) banyak dipakai sebagai bahan baku pembuatan kosmetika, seperti pada pembuatan : lipstik, sabun mandi, krim, lotion (*facial lotion, hand & body lotion*). Penggunaan kosmetika yang mengandung lemak diyakini banyak membantu menghaluskan kulit. Tentunya tidak menjadi masalah apabila bahan lemak yang dipergunakan berasal dari hewan yang dihalalkan. Akan tetapi, apabila lemak (dan turunannya) yang dipakai adalah lemak hewan yang diharamkan (babi), maka penggunaan kosmetika berlemak babi tersebut tentunya juga diharamkan.

5. Vitamin

Vitamin A, B1, B3, B6, B12, D, E, dan K banyak dipakai dalam kosmetika. Produsen kosmetika menganggap vitamin mampu mensuplai kebutuhan gizi bagi kulit. Meskipun demikian, Stanley R. Milstein, Ph.D. (Direktur FDA Divisi Kosmetika) tidak menemukan adanya bukti klinis bahwa vitamin dapat mensuplai gizi secara

langsung melalui kulit. Vitamin-vitamin tersebut di atas memiliki sifat tidak stabil. Oleh karena itu, agar keadaannya tidak berubah-ubah, vitamin harus distabilkan dengan bahan pelapis tertentu (*coated agents*).

Bahan penstabil yang sering dipakai di antaranya adalah gelatin, karagenan, gum arab, atau pati dimodifikasi. Gelatin umumnya berasal dari tulang sapi atau babi. Apabila bahan pelapis yang dipakai adalah gelatin, maka harus diperhatikan apakah berasal dari produk nabati atau dari produk hewani. Selanjutnya, apakah berasal dari hewan halal atau hewan haram.

6. Asam Alfa Hidroksi

Asam Alfa Hidroksi (AHA) adalah suatu senyawa kimia yang sangat berguna untuk mengurangi keriput dan memperbaiki tekstur kulit. Kosmetika yang menggunakan AHA akan membuat kulit terasa lebih halus, kenyal, dan mantap. Senyawa AHA banyak macamnya. Salah satu senyawa AHA yang banyak dipakai pada industri kecantikan adalah asam laktat (*lactic acid*). Dalam pembuatannya, senyawa ini menggunakan media yang berasal dari hewan. Oleh karena itu, harus dipastikan apakah media yang dipergunakan adalah hewan halal atau hewan haram.

7. Hormon

Untuk memberikan hasil yang lebih memuaskan, pada beberapa produk kosmetika sering ditambahkan hormon, seperti : hormon estrogen, ekstrak timus, maupun hormon melantonin. Hormon-hormon yang sering dipakai adalah *animal origin hormone* (hormon yang berasal dari hewan). Oleh karena itu, harus kita pastikan apakah hormon yang dipergunakan berasal dari hewan halal atau hewan haram. Jika berasal dari hewan haram, maka tentu tidak boleh kita pakai.

Pengetahuan tentang halal dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, menurut Notoatmodjo (2003:18) faktor yang mempengaruhi terbentuknya pengetahuan

yaitu pendidikan, informasi/media massa, sosial budaya dan ekonomi, lingkungan, pengalaman dan usia.

Berdasarkan hal tersebut, maka salah satu faktor yang mempengaruhi pengetahuan tentang produk halal terutama pada kosmetik Wardah adalah informasi atau mas media massa. Dampak mas media massa dalam penelitian ini dijelaskan dengan teori SOR (*stimulus organism respon*). Menurut pendapat Larry Shore dalam *Mass Media For Development And Examination of Access, Exposure and Impact* pengertian *media exposure* yaitu (Shore, 1980: 26):

“Media Exposure is more complicated than acces because it’s deal not only white whether a person is actually range of the particular mass media, but also whether a person is actually expose to the message. Expose is hearing, seeing, reading or more generally experiencing with least a minimal amount of interest the media message”

Pengertian tersebut di atas menegaskan bahwa seseorang tidak dapat dikatakan mengekspos media apabila ia hanya terlibat dalam lingkungan fisik media. *Media Exposure* akan ada apabila khalayak secara sungguh-sungguh membuka diri terhadap pesan-pesan yang diberikan media. Bentuk nyata dari *media exposure* adalah mendengar, melihat, menonton, membaca atau ikut membaurkan diri (*experiencing*) dengan isi media. Apabila melihat, mendengar, membaca pesan dikatakan sebagai wujud nyata dari keberadaan *media exposure* seseorang, maka jelaslah bahwa *media exposure* merupakan perilaku audiens dalam menggunakan media. Dengan kata lain Shore (1980), masih dalam bukunya tersebut memandang *media exposure* sebagai perilaku komunikasi.

Selanjutnya Effendi (1990:10) menjelaskan bahwa terpaan media atau keterdedahan (*exposure*) adalah intensitas keadaan khalayak di mana terkena

pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media. Pendapat tersebut memandang *media exposure* sebagai perilaku menerima pesan dari media dengan cara membaca, mempelajari, mendengar dan menonton. Kemudian dengan adanya *media exposure*, isi pesan suatu media mampu untuk menerpa audiens dimana hasil dari terpaan isi media tersebut menghasilkan tindakan yang bervariasi.

Kosmetik Wardah melalui media massa memberikan pesan kepada konsumennya. Berkat *media exposure* yang dilakukan maka tingkat pengetahuan tentang produk halal semakin tinggi. *Media exposure* itu sendiri dianggap sebagai perilaku menerima pesan dari media dengan cara membaca, mempelajari, mendengar dan menonton. Kemudian dengan adanya *media exposure*, isi pesan suatu media mampu untuk menerpa audiens dimana hasil dari terpaan isi media tersebut menghasilkan tindakan yang bervariasi. Untuk penelitian ini isi pesan media terutama produk halal.

Sesuai dengan ketentuan-ketentuan di atas, perusahaan berusaha untuk menginformasikan bahwa produk yang dihasilkan tersebut benar-benar halal dan suci dikonsumsi. Saat perusahaan mampu dengan baik menginformasikan sertifikasi halal tersebut maka tingkat kepercayaan konsumen akan semakin tinggi bahwa produk yang dihasilkan benar-benar halal sesuai dengan aturan.

Kepercayaan menurut Yousafzai *et al* (2003:847) merupakan pondasi dari bisnis. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain/mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Kepercayaan telah dipertimbangkan sebagai katalis dalam

berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan.

Menurut Mayer *et al.* (1995:711-712) faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Ketiga faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi dan mengotorisasi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksis dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi. *Ability* meliputi kompetensi, pengalaman, pengesahan institusional, dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan.

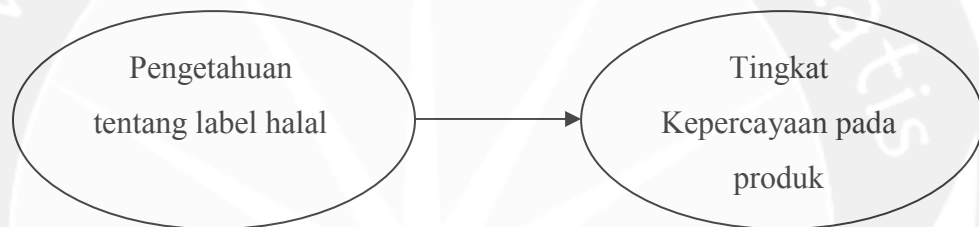
b. Kebaikan hati (*Benevolence*)

Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Profit yang diperoleh penjual dapat dimaksimumkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan semata-mata mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen. *Benevolence* meliputi perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima.

c. Integritas (*Integrity*)

Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak. *Integrity* dapat dilihat dari sudut kewajaran (*fairness*), pemenuhan (*fulfillment*), kesetiaan (*loyalty*), keterus-terangan (*honestly*), keterkaitan (*dependability*), dan kehandalan (*reliability*).

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti dapat membuat suatu kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar 1.

Kerangka penelitian

F. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti dapat mengajukan hipotesis sebagai berikut: “Ada pengaruh tingkat pengetahuan tentang pesan label halal terhadap tingkat kepercayaan mahasiswi UII Yogyakarta pada produk Kosmetik Wardah”.

G. Definisi operasional variabel

Tabel 1
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Aspek	Indikator	Tingkat Pengukuran
1.	Pengetahuan tentang label halal	Bahan dasar	- Bahan baku yang digunakan	Interval
		Sertifikasi halal	- Kepemilikan sertifikasi halal	Interval
2.	Tingkat kepercayaan pada produk	kemampuan (<i>ability</i>),	- kompetensi organisasi - kemampuan menyediakan - jaminan keamanan	Interval
		kebaikan hati (<i>benevolence</i>),	- perhatian - empati, - keyakinan - daya terima.	Interval
		integritas (<i>integrity</i>).	- kewajaran (<i>fairness</i>) - pemenuhan (<i>fulfillment</i>) - kesetiaan (<i>loyalty</i>) - keterus-terangan (<i>honestly</i>) - keterkaitan (<i>dependability</i>) - kehandalan (<i>reliabilty</i>)	Interval

H. Metode Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei.

Metode survei dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dalam pengumpulan datanya.

Metode survei terdiri dari dua jenis yaitu deskriptif dan eksplanatif, dan penelitian ini merupakan penelitian eksplanatif. Penelitian eksplanatif yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa (Singarimbun dan Effendi, 1989:5). Tipe

penelitian eksplanatif sesuai dengan penelitian ini yang menyoroti hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesa penelitian.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif yaitu riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan (Kriyantono 2008 : 55). Dalam penelitian ini, menghasilkan data kuantitatif yakni data yang diperoleh dari responden secara tertulis dari kuesioner.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang disusun dan harus diisi oleh responden, bentuk kuesioner adalah kuesioner tertutup dan dilengkapi dengan alternatif jawaban. Penyebaran kuesioner akan disebarlangsung oleh peneliti kepada mahasiswi UII.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian seluruh mahasiswi UII Yogyakarta.

b. Sampel

Sampel adalah sekelompok orang yang ada di dalam populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswi UII yang beragama muslim dan pernah menggunakan kosmetik Wardah. Adapun alasan mahasiswi UII yang beragama muslim dan pernah menggunakan kosmetik Wardah digunakan karena saat pernah menggunakan responden mengetahui

tentang kosmetik Wardah. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 89 responden. Menurut Roscoe (dalam Sugiyono, 2009:129) dijelaskan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 responden.

c. Teknik penarikan sampel

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini dipilih melalui teknik *accidental sampling*, jadi yang ditemui dan cocok sebagai sampel dapat diambil sebagai sampel penelitian.

5. Pengujian Kuesioner

a. Uji Validitas

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005:45). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik Product Moment, yang rumusnya sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

b. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun rumus reliabilitas adalah sebagai berikut (Ghozali, 2005:60):

$$\alpha_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sum \sigma^2} \right)$$

dimana:

α_{11} = reliabilitas instrumen

k	= banyak butir pertanyaan
σb^2	= varian total
σt^2	= jumlah varian butir

6. Teknik Analisis Data

Untuk membuktikan apakah variabel independent (X) dan variabel dependent (Y) serta mengetahui derajat pengaruh dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear. Adapun rumus untuk analisis regresi linier sederhana ini adalah :

$$Y = a + bX + e.$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

Untuk memudahkan analisis maka data yang diperoleh, dianalisis dengan program SPSS. Setelah itu dilanjutkan dengan pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis ini digunakan rumus uji t-test dan F (F – test). Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis regresi linear sederhana. Sedangkan uji hipotesis dengan uji F digunakan dengan menguji fit atau tidaknya suatu model penelitian. Signifikansi diperoleh jika variabel independen berpengaruh secara nyata dan begitupun sebaliknya (Hadi, 1991:59). Pengambilan keputusan uji F dilihat dari perbandingan probabilitas (sig) dengan taraf nyatanya (0,05), yaitu jika probabilitas > 0,05 maka H_0 diterima dan jika probabilitas < 0,05 maka hipotesis diterima.