

**“ANALISIS PERBEDAAN TERHADAP PERSEPSI MAHASISWI
MUSLIM BERJILBAB DAN MAHASISWI MUSLIM TIDAK
BERJILBAB TERHADAP PRODUK KOSMETIK HALAL
WARDAH”**
(Studi Kasus : Mahasiswi Muslim Di Universitas Sriwijaya)



Skripsi Oleh
MELLY ANDRIANI
01011181419241
Manajemen

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana
Ekonomi*

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN

TINGGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2018

LEMBAR PERSETUJUAN KOMPREHENSIF

JUDUL SKRIPSI

**“ANALISIS PERBEDAAN TERHADAP PERSEPSI MAHASISWI
MUSLIM BERJILBAB DAN MAHASISWI MUSLIM TIDAK BERJILBAB
TERHADAP PRODUK KOSMETIK HALAL WARDAH”**

(Studi Kasus : Mahasiswi Muslim Di Universitas Sriwijaya)

Disusun Oleh :

Nama : Melly Andriani
NIM : 01011181419241
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal persetujuan

Dosen Pembimbing
Ketua

Tanggal :

15 Maret 2018



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP 195707141984031005

Anggota

Tanggal :

15 Maret 2018



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP 197407102008011011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI

**“ANALISIS PERBEDAAN TERHADAP PERSEPSI MAHASISWI
MUSLIM BERJILBAB DAN MAHASISWI MUSLIM TIDAK BERJILBAB
TERHADAP PRODUK KOSMETIK HALAL WARDAH”
(Studi Kasus : Mahasiswi Muslim Di Universitas Sriwijaya)**

Disusun oleh :

Nama : Melly Andriani
NIM : 01011181419241
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 21 Maret 2018, dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Seminar Komprehensif
Indralaya, 21 Maret 2018

Ketua



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP 195707141984031005

Anggota



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP 197407102008011011

Anggota



Drs. H. A. Widad, M.Sc
NIP 195512281981021002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP195707141984031005

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Melly Andriani
NIM : 01011181419241
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul :

**ANALISIS PERBEDAAN TERHADAP PERSEPSI MAHASISWI MUSLIM
BERJILBAB DAN MAHASISWI MUSLIM TIDAK BERJILBAB
TERHADAP PRODUK KOSMETIK HALAL WARDAH(Studi Kasus :
Mahasiswi Muslim Di Universitas Sriwijaya).**

Pembimbing :

Ketua : Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
Anggota : Welly Nailis, S.E., M.M
Tanggal Ujian : 21 Maret 2018

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat yang sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Inderalaya, 21 Maret 2018

Pembuat pernyataan



Melly Andriani
01011181419241

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

طَالِبُ الْعِلْمِ : طَالِبُ الْبِحَمَةِ ، طَالِبُ الْمِلْمِ : رُنُّنُ الْإِسْتِمْ وَيُعْطَى أَجْرُهُ مَعَ النَّبِيِّنَ

“Orang yang menuntut ilmu berarti menuntut rahmat : orang yang menuntut ilmu berarti menjalankan rukun Islam dan Pahala yang diberikan kepadanya sama dengan para Nabi”.

(HR. Dailani dari Anas r.a)

"Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua." (Aristoteles)

Selama kau masih melihat dengan matamu.

dan mendengar dengan telingamu.

Kamu mudah dibodohi.

Melihat dan mendengarlah dengan "ILMU"

(Gusdur)

Dengan mengucapkan alhamdulillah,

Kupersembahkan skripsi ini untuk:

Kedua Orang Tuaku Tercinta

Adik Tersayang Marsella

Sahabat dan Teman

Keluarga Besarku

Almamaterku

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Melly Andriani
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, tanggal lahir : Bolenglang, 10 Mei 1996
Agama : Islam
Status : Belum Kawin
Alamat Asal : Gg. Rambai, Kp. 16, Ds. Bungamas, Kec. Kikim Timur, Kab. Lahat. Handphone : 085238993511
Email : mellyandriani99@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

Level	Nama	Tahun
SD	SDN 03 Bungamas	2002-2008
SMP	MTs PP. Abdur Rohman	2008-2011
SMA	MA AL-AMAN Cimanggu	2011-2014

PENGALAMAN ORGANISASI DAN EKSTRAKURIKULER

No	Nama	Jabatan	Tahun
1	Keluarga Mahasiswa Nahdlatul Ulama	Bendahara II	2015-2016
2	Badan Otonom Ukhuwah FE UNSRI	Kestari	2015-2016
3	Ikatan Mahasiswa Manajemen	Anggota	2014-2015
4	Keluarga Mahasiswa Kikim Area	Anggota	2014-2018
5	Hadroh Swijaya Mustafa	Anggota	2016-2018

PENGALAMAN PELATIHAN

No	Nama	Penyelenggara	Tahun
1	KULIAH UMUM “Digital Marketing”	Universitas Sriwijaya	2015
2	ESQ Leadership Training	Universitas Sriwijaya	2015

PENGALAMAN SEMINAR

No	Nama	Penyelenggara	Tahun
1	Workshop Prestasi “Bisakah aku keliling Dunia”	UKM U-READ	2015

PENGALAMAN KEPANITIAAN

No	Nama	Penyelenggara	Tahun
1	Aswaja Youth Camp (AYC)	KMNU Unsri	2015-2017
2	Rapat Kerja KMNU	KMNU Unsri	2017
3	Syuro’ Akbar (SA)	Badan Otonom Ukhuwah FE UNSRI	2015
5	UIF (Ukhuwah Islamic Fair)	Badan Otonom Ukhuwah FE UNSRI	2016

PENGALAMAN PERLOMBAAN

No	Nama	Penyelenggara	Tahun
1	Juara 1 Syarhil Qur’an pada MTQ tingkat Universitas Sriwijaya	Universitas Sriwijaya	2014
2	Peserta Syarhil Qur’an pada MTQ tingkat Nasional di Universitas Indonesia	RISTEKDIKTI	2015
3	Juara 1 Syarhil Qur’an pada MTQ tingkat Universitas Sriwijaya	Universitas Sriwijaya	2016
4	Peserta Syarhil Qur’an pada MTQ tingkat Nasional di Universitas Brawijaya & Universitas Negeri Malang	RISTEKDIKTI	2017

5	Juara 2 Da'i/Da'iah pada Islamic Festival tingkat Kota Palembang	Fakultas Kedokteran Unsri	2015
6	Juara 2 MMIQ Wanita pada MTQ tingkat Kota Palembang	Kota Palembang	2017

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil‘alamin. Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Saya dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Analisis Perbedaan Terhadap Persepsi Mahasiswi Muslim Berjilbab dan Mahasiswi Muslim Tidak Berjilbab Terhadap Produk Kosmetik Halal Wardah (Studi Kasus: Mahasiswi Muslim Di Universitas Sriwijaya)”. Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Dalam penelitian skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulisan masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna, atas segala kekurangan dan ketidak sempurnaan penulis sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan guna menyempurnakan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat pembaca dan semua pihak yang membutuhkan dan semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala amal kebaikan kepada semua pihak yang telah banyak membantu, memberikan semangat dan dorongan serta do’a kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Allahhumma Aamiin.

Inderalaya, 21 Maret 2018

Melly Andriani
0101181419241

UCAPAN TERIMAKASIH

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai masalah dan kendala. Masalah dan kendala tersebut dapat diatasi berkat do'a, semangat dan bimbingan dari semua pihak. Maka dari itu penulis ingin menyampaikan banyak ucapan rasa terimakasih kepada :

1. **Bapak Prof. Dr. Anis Saggaf, M.S.C.E.**, selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. **Bapak Prof. Taufik S.E.,M.Si.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. **Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A**, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya.
4. **Bapak Welly Nailis, S.E., M.M.**, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya
5. **Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.**, selaku pembimbing 1 skripsi yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan saran, kritik serta semangat yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. **Bapak Welly Nailis, S.E.,M.M.**,selaku pembimbing 2 skripsi yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan saran, kritik serta semangat yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. **Bapak Drs. H. Islahuddin Daud, M.M.**, selaku penguji dalam ujian seminar proposal dan bapak **Drs. H. A. Widad, M.Sc** selaku penguji koprehensif yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan saran, kritik serta semangat yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. **Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi** Universitas Sriwijaya Terima kasih atas ilmu yang diberikan kepada saya semoga menjadi amal jariyah bagi bapak ibu dan semoga ilmu yang saya dapat senantiasa bermanfaat.
9. **Seluruh Staff Akademik, Staff Jurusan Manajemen, Staff Perpustakaan,** Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijayayang rela mengorbankan tenaga demi membantu kegiatan belajar mengajar selama

periode perkuliahan, juga berkenan menyiapkan dengan cepat tanggap keperluan akademik dari awal hingga akhir.

10. **Ayahanda Sudajat dan Ibunda Masnun Kardiana** terimakasih atas dukungan material, serta limpahan do'a kalian, juga cinta dan kasih sayang kalian yang luar biasa dalam membimbing anakmu ini dalam menyelesaikan studi juga mencapai cita-cita.
11. **Adik satu-satunya yang paling disayangi Marsella**, dalam ocehan kecil yang selalu jadi rame, terima kasih telah memberi teteh semangat dalam menyelesaikan masa studi ini.
12. **Seluruh Keluarga Besar Saya yang di pulau Jawa dan Sumatera** yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun material, juga telah mendo'akan kelancara penelitian ini.
13. **Guru-guruku dari SDN Negla & SDN 03 Bungamas, MTs PPAR, MA Al-Aman, juga PP RTQ Cimanggu**, mereka telah memberikan bimbingan juga do'a restu kepada penulis, sehingga ilmu yang telah diperoleh dari mereka dapat berguna bagi penulis.
14. **Seluruh sahabat Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya**, Uswatun I, Reni A, Puteri J, serta rekan-rekan perjuangan lainnya terkhusus sahabat seperjuangan konsentrasi Manajemen Pemasaran yang tak cukup dituliskan satu persatu Mereka telah banyak memberikan dukungan dan saran kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
15. **Sahabat organisasi KMNU, KMKA Unsri, BO Ukhuwah**, serta organisasi lainnya.
16. **Teman-teman satu asrama dan apartemen** Desi R, Reni A, Lia A, Arda, Sari, Aptrida, Meriwidya, Yoshi, Dek Mudrikah, Dek Laily dan juga teman teman lainnya yang tidak cukup dituliskan satu persatu yang senantiasa menjadi penghibur di saat proses pengerjaan skripsi.
17. **Terspesial** terimakasih kepada sahabat-sahabat jarak jauh Resa A, Nunung S, Elda F, Mey L.S, dan Septy Komala N.S, yang mendo'akan dan

memberi dukungan dengan senantiasa menyemangati penyelesaian skripsi ini.

18. **Semua pihak** yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan masukan yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga ketulusan serta bantuan dari semua pihak tersebut di atas kiranya mendapat balasan pahala yang berlimpah dari Allah SWT dan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua Allahumma Aamiin.

Indralaya, 21Maret 2018

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR.....	viii
UCAPAN TERIMA KASIH	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Perumusan Masalah Penelitian.....	9
1.3.Tujuan Penelitian	9
1.4.Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Praktis	9
1.4.2. Manfaat Teoritis.....	9
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN.....	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Pengertian Persepsi	10
2.1.2. Dimensi Persepsi.....	10
2.1.3. Proses Persepsi	12
2.1.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi	13
2.1.5. Kosmetika Halal.....	14
2.1.3. Pengertian Sertifikat Halal	16
2.2. Penelitian Terdahulu	17

2.3. Kerangka Pemikiran.....	21
2.4. Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	22
3.1.1. Subjek Penelitian.....	22
3.1.2. Objek Penelitian	22
3.1.3. Lokasi Penelitian.....	22
3.2. Desain Penelitian.....	23
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	23
3.4. Teknik Pengumpulan Data	24
3.5. Populasi dan Sampel	25
3.5.1. Populasi.....	25
3.5.2. Sampel	26
3.6. Instrumen Penelitian	27
3.7. Teknik Analisis Data	28
3.7.1. Uji Validitas	29
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	30
3.7.3. Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	31
3.7.4. Uji Dua Sampel Bebas Mann-Whitney	32
3.7.5. <i>Analysis of variance</i> (ANOVA)	34
3.8. Definisi Operasional Variabel	35
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan Kosmetik Wardah	37
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	38
4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan	39
4.1.4. Produk Kosmetik Wardah	39
4.1.5. Label Halal Produk Kosmetik Wardah.....	44
4.1.6. Kebijakan Halal Kosmetik Wardah	46
4.2. Hasil Instrumen Penelitian.....	47
4.2.1. Uji Validitas	47

4.2.2. Uji Reliabilitas.....	48
4.3. Analisis Data Deskriptif	49
4.3.1. Jenis Produk Wardah Yang Digunakan.....	49
4.3.2. Pakaian Mahasiswi muslim	50
4.3.3. Fakultas.....	51
4.3.4. Rata-Rata Pengeluaran Perbulan	51
4.3.5. Analisis Prilaku Responden.....	52
4.3.5.1. Perilaku Responden Berdasarkan Alasan Mengapa Memilih Produk Kosmetik Halal Wardah	53
4.3.5.2. Perilaku Responden Berdasarkan Siapa Yang Mempengaruhinya Dalam Memilih Produk Kosmetik Halal Wardah	54
4.3.5.3. Perilaku Responden Berdasarkan Apa Pertimbangan Memilih Produk Kosmetik Halal Wardah	55
4.3.5.4. Perilaku Responden Berdasarkan Kapan Pertamakali Memakai Produk Kosmetik Halal Wardah	56
4.3.5.5. Perilaku Responden Berdasarkan Bagaimana Tanggapan Setelah Memakai Produk Kosmetik Halal Wardah	58
4.4. Penilaian Responden.....	59
4.4.1. Penilaian Responden Terhadap Variabel Persepsi.....	60
4.5. Hasil Analisis Data.....	62
4.5.1. Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	62
4.5.2. Uji Dua Sampel Bebas Mann-Whitney	62
4.5.2. Uji Anova	66
4.6. Hasil Uji <i>Mann Whitney</i> : Mean Rank Pengeluaran Mahasiswi muslim	70
4.7. Implikasi Perusahaan	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1. Kesimpulan.....	74
5.2. Saran	74
5.3. Keterbatasan	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kriteria Penskoran Alternatif Jawaban Menggunakan Skala Likert	28
Tabel 3.2 Operasional Variabel	36
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan jenis produk Wardah yang digunakan	49
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pakaian yang dipakai	50
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan Fakultas	51
Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasarkan jumlah rata-rata pengeluaran	52
Tabel 4.7 Frekuensi Perilaku Responden Berdasarkan Alasan Mengapa Memilih Produk Kosmetik Halal Wardah	53
Tabel 4.8 Perilaku Responden Berdasarkan Siapa Yang Mempengaruhinya Dalam Memilih Produk Kosmetik Halal Wardah	54
Tabel 4.9 Frekuensi Perilaku Responden Berdasarkan Apa Pertimbangan Memilih Produk Kosmetik Halal Wardah	55
Tabel 4.10 Frekuensi Perilaku Responden Berdasarkan Kapan Pertamakali Memakai Produk Kosmetik Halal Wardah	56
Tabel 4.11 Frekuensi Perilaku Responden Berdasarkan Bagaimana Tanggapan Setelah Memakai Produk Kosmetik Halal Wardah	58
Tabel 4.12 Interval Kelas Variabel	60
Tabel 4.13 Tabel Penilaian Responden Terhadap Variabel Persepsi	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas K-S	62
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Mann Whitney</i>	58
Tabel 4.16 Hasil Mean Rank Mahasiswi Muslim	63
Tabel 4.17 Hasil <i>Descriptives</i> dan <i>Test of Homogeneity of Variances</i>	66
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>One Way ANOVA</i>	68
Tabel 4.19 Mean Rank Pengeluaran Mahasiswi Muslim	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Proyeksi Penduduk Indonesia Berdasarkan Sensus Penduduk 2010.....	1
Gambar 1.2 Produk Kosmetik Wanita Paling Populer di Indonesia Tahun 2016...	3
Gambar 1.3 Produk Wardah dengan Label Halal Resmi MUI	4
Gambar 2.1. Logo Sertifikat Halal MUI.....	17
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Perusahaan	39
Gambar 4.2 Kurva z tabel	65

ABSTRAK

“ANALISIS PERBEDAAN TERHADAP PERSEPSI MAHASISWI MUSLIM BERJILBAB DAN MAHASISWI MUSLIM TIDAK BERJILBAB TERHADAP PRODUK KOSMETIK HALAL WARDAH”

(Studi Kasus : Mahasiswi Muslim Di Universitas Sriwijaya)

Oleh :

Melly Andriani

01011181419241

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan ada tidak perbedaan persepsi antara mahasiswi muslim berjilbab dan mahasiswi muslim tidak berjilbab terhadap produk kosmetik halal Wardah. Metode penelitian dilakukan dengan cara membagikan kuesioner pada Mahasiswi muslim di Universitas Sriwijaya. Sampel penelitian ditentukan secara *purposive sampling* dengan kriteria Mahasiswi muslim yang berjilbab dan tidak berjilbab dan memakai produk Wardah. Uji Validitas menggunakan Korelasi *Product Moment*, Uji Reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* dan Uji Normalitas menggunakan Kolmogorof Smirnov. Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah uji non parametrik (Mann-Whitney U Test). Hasil penelitian menunjukkan nilai p lebih besar dari 0,05 ($0,253 > 0,05$) yang berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak, dan z hitung juga terletak di daerah H_0 diterima dengan nilai $-1,45 < 0,05$ bahwa tidak terdapat perbedaan antara mahasiswi muslim berjilbab dan mahasiswi muslim tidak berjilbab terhadap produk kosmetik halal Wardah.

Kata kunci: Persepsi, Mahasiswi Muslim, Produk Wardah

Ketua



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP.195707141984031005

Anggota



Welly Nailis, S.E., M.M

NIP 197407102008011011

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP.195707141984031005

ABSTRACT

"Analysis Difference Of Perception Muslim Students Veiled And Muslim Students Unveiled Of Cosmetic Products Halal Wardah"
(Case Study: Student Muslim at Sriwijaya University)

By:

Melly Andriani

01011181419241

This research aims to prove there is no difference in perception between the student Muslim headscarves and female students Muslims are not veiled against Wardah halal cosmetic products. The research method is done by distributing questionnaires on Muslim student at Sriwijaya University. The research sample is determined by purposive sampling with criteria veiled Muslim student and wear headscarves Wardah product. Validity using Correlation Product Moment, test reliability using Cronbach Alpha, and using Kolmogorof Smirnov normality test. The statistical method used to test the hypothesis is a non-parametric test (Mann-Whitney U test). The results showed the value of p greater than 0.05 ($0.253 > 0.05$), which means that H_0 is rejected and H_1 accepted, and z-count is also located in the area of H_0 received -1.45 value < 0.05 that there is no difference between a Muslim student headscarf and unveiled Muslim student against Wardah halal cosmetic products.

Keywords: Perception, Student Muslim, Wardah Products

Advisor I



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP.195707141984031005

Advisor I



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP 197407102008011011

Chief of
Management Departement



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP.195707141984031005

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Berdasarkan tingkat pertumbuhan populasi Indonesia pada tahun 2014 sebanyak 252 juta jiwa, pada tahun 2015 sebanyak 255 juta jiwa, pada tahun 2016 sebanyak 258 jiwa, pada tahun 2017 sebanyak 261 jiwa penduduk, dan pada tahun 2018 pertumbuhan populasi di Indonesia mencapai 265 juta jiwa (<https://www.bps.go.id>). Dapat dilihat pada gambar 1.1 Berdasarkan grafik tersebut populasi penduduk Indonesia dari tahun ketahun meningkat, dan dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penduduk Indonesia naik kurang lebih 3 juta jiwa setiap tahunnya. Berikut adalah proyeksi penduduk Indonesia :

Gambar 1.1 Grafik Proyeksi Penduduk Indonesia Berdasarkan Sensus Penduduk 2010



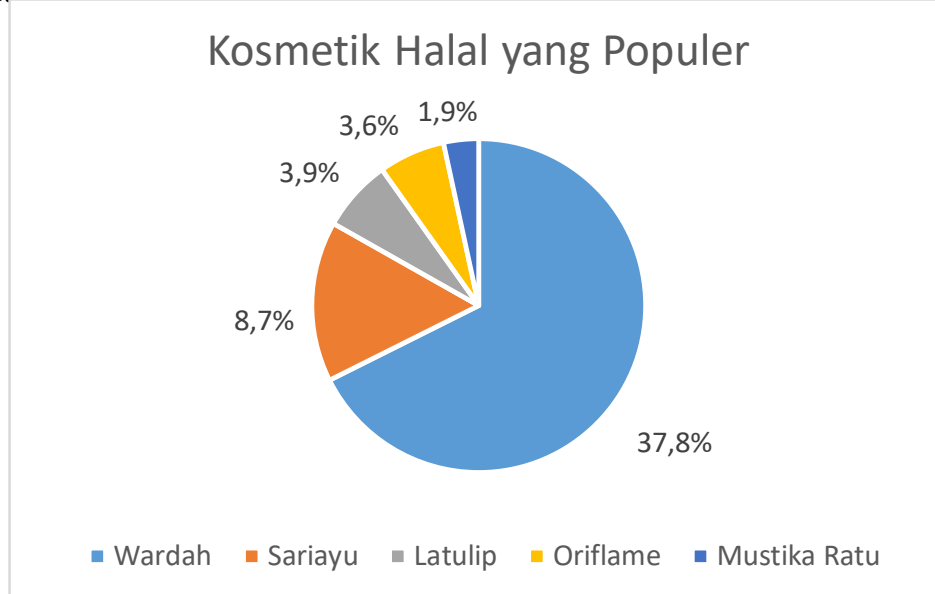
Sumber : (<https://www.bps.go.id>)

Dengan angka pertumbuhan yang cukup besar tersebut, maka Indonesia merupakan pasar yang potensial bagi perusahaan kosmetik. Hal ini terbukti dengan banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang kosmetik. Saat ini terdapat 760 perusahaan kosmetik skala besar, menengah dan kecil yang tersebar di wilayah Indonesia. Peluang ke depannya, diperkirakan pasar produk kosmetik halal akan segera naik daun. Diprediksi pasar kosmetik halal global pada tahun 2014 lalu sebesar US\$20 juta atau Rp 26,26 triliun dan diperkirakan meningkat dua kali lipat pada tahun 2019 (<https://id.linkedin.com>).

Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto, pernah mengatakan bahwa prospek industri kosmetik di dalam negeri masih cukup potensial mengingat Indonesia memiliki beragam tanaman herbal yang secara turun-temurun sudah banyak digunakan baik untuk kesehatan maupun kecantikan. Hal ini merupakan suatu kekuatan jika dapat dimanfaatkan secara maksimal, terutama dalam mendorong pertumbuhan industri kosmetik dan perekonomian nasional.

Kosmetik halal saat ini populer di Indonesia. Dan salah satu merek kosmetik halal yang paling populer di Indonesia adalah Wardah (<https://kumparan.com>). Berikut beberapa kosmetik halal wanita yang populer di Indonesia :

Gambar 1.2 Produk Kosmetik Wanita Paling Populer di Indonesia Tahun 2016



Sumber : (<https://kumparan.com>)

Suatu produk yang populer akan menjadi daya tarik tersendiri dibandingkan produk lain yang sejenis. Hal itulah yang terjadi pada produk kosmetik Wardah. Hasil survei *Frontier Consulting Group* menunjukkan bahwa beberapa produk merek Wardah (*Body Butter*, lipstik, lip gloss, blush on, eyeliner, BB Cream, bedak muka padat, dll) mampu menduduki posisi top brand pada tahun 2017. Top brand adalah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek terbaik pilihan konsumen (<http://www.topbrand-award.com>).

Seluruh produk Wardah yang berjumlah 200 macam telah mendapat sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Kosmetik halal Wardah telah mendapatkan sertifikasi halal dari MUI dengan Nomor: 00150010680899 sejak tahun 1995. Berikut beberapa Produk Wardah dengan label halal resmi dari MUI:

Gambar 1.3 Produk Wardah dengan Label Halal Resmi MUI



Sumber : (<http://www.wardahbeauty.com>)

Label halal pada produk Wardah, dimaksudkan untuk memberikan informasi atau keterangan bahwa produk tersebut telah lulus uji kehalalan oleh LPPOM-MUI. Label halal MUI yang resmi tertera pada kemasan produk berupa tulisan halal dalam tulisan arab yang berada dalam lingkaran dengan dikelilingi tulisan Majelis Ulama Indonesia.

Dalam ajaran Islam kata “halal” diperuntukkan bagi segala sesuatu yang baik dan bersih untuk dikonsumsi manusia. Allah telah menegaskan dalam penggalan QS. Al-Ma’idah ayat 3: “*Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah*”. Kata “memakan” berarti tidak hanya sesuatu yang dikonsumsi melalui mulut, namun juga mengonsumsi dalam artian menggunakan olahan babi untuk berbagai keperluan termasuk kosmetik (Shihab, 2012:15). Halal tidaknya suatu produk merupakan suatu hal yang paling mendasar bagi umat Islam.

Fatwa MUI nomor 26 Tahun 2013 juga mewanti-wanti: *“Produk kosmetika yang menggunakan bahan dari produk mikrobial yang tidak diketahui media pertumbuhan mikrobanya apakah dari babi, harus dihindari sampai ada kejelasan tentang kehalalan dan kesucian bahannya”*.

Menurut MUI (Majelis Ulama Indonesia) bahwa konsumen harus lebih selektif terhadap kehalalan suatu produk, hal tersebut dikarenakan produk kosmetik yang dinyatakan halal cenderung lebih aman dan terhindar dari kandungan bahan berbahaya (merkuri, kosmetik berbahan gelatin hewani (babi), Bahan kimia yang berbahaya, alkohol dan lainnya). Terutama konsumen wanita yang setiap harinya selalu mengkonsumsi kosmetik untuk menambah rasa percaya diri dalam berpenampilan.

Bagi penganut agama Islam, penekanan penggunaan produk halal sebenarnya telah melekat dalam ajaran agama. Penegasan ini tercantum dalam QS. Al-Baqarah ayat 173: *“Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Tetapi, barang siapa terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sungguh Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang”*.

Wardah didalam produknya memakai formula inovatif yang aman, halal, praktis, bahkan memenuhi kebutuhan dan selera setiap wanita. Sebagai kosmetika modern, kosmetik wardah diproduksi dengan formula yang aman dan halal, diciptakan untuk kenyamanan dan keamanan kullit wanita, seperti (<http://www.wardahbeauty.com/>):

- *Non-Comedogenic*, sehingga tidak menyumbat pori, tidak menimbulkan komedo dan jerawat.
- *Oil Control*, mencegah produksi minyak berlebih karena suhu panas.
- *UV Protection*, mencegah efek buruk sinar UV A dan B pada kulit.
- *Non Photosensitisasi*, tidak bereaksi terhadap cahaya karena zat pewarna yang digunakan aman

Hal tersebut senada dengan *Wardah Beauty Concept* yaitu :

- *Pure & Safe*: kosmetik Wardah dibuat dari bahan berkualitas dan terbukti aman serta halal,
- *Beauty Expert*: kosmetik Wardah diformulasikan oleh para ahli farmasi dan kecantikan yang menghadirkan produk berkualitas dengan inovasi terkini.
- *Inspiring Beauty*: kosmetik Wardah tidak hanya untuk tubuh akan tetapi juga untuk jiwa. Kosmetik Wardah mendorong setiap wanita untuk senantiasa percaya diri dan peduli terhadap sesama yang terkenal sebagai “kecantikan yang menginspirasi”.

Pengguna kosmetik halal, khususnya di kalangan mahasiswi yang menganut agama islam saat ini sedang tren. Dan dalam kenyataannya, mahasiswi muslim dari sudut cara berpakaian terbagi dalam dua kelompok: (1) mahasiswi muslim yang memakai jilbab dan (2) mahasiswi muslim yang tidak memakai jilbab.

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan, terdapat persepsi bahwa: kelompok masyarakat non-muslim mempersepsikan kosmetik halal sebagai sesuatu yang baik dan aman. Penelitian dengan judul “Persepsi Kelompok Masyarakat Non-Muslim terhadap Produk Kosmetik Berlabel Halal (Studi

Deskriptif Kualitatif tentang Persepsi Komunitas Mahasiswa Kristen “Persekutuan Mahasiswa Kristen” FISIP UNS terhadap Produk Kosmetik Berlabel Halal)”, menyimpulkan bahwa komunikasi interpersonal berperan dalam pembentukan persepsi PMK FISIP UNS terhadap kosmetik berlabel halal. PMK FISIP UNS mempersepsikan kosmetik halal sebagai sesuatu yang baik dan aman. (Aceh, 2016).

Dari persoalan tersebut, terlihat bahwa mahasiswi non-muslim mempersepsikan bahwa kosmetik halal itu baik dan aman untuk digunakan. Namun, belum ada penelitian ataupun pendapat ahli yang mengangkat tentang bagaimana persepsi mahasiswi muslim yang berjilbab dan mahasiswi muslim yang tidak berjilbab terhadap produk kosmetik halal yang berlabel halal. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik akan topik tersebut.

Pada penelitian ini, akan diteliti mengenai persepsi mahasiswi muslim terhadap produk kosmetik halal di Universitas Sriwijaya. Persepsi merupakan suatu proses yang ditempuh seseorang untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberi makna kepada lingkungan mereka (Robbins, 2003:160).

Dengan meneliti tentang persepsi, maka perlu diketahui bahwa ada delapan dimensi persepsi seseorang terhadap kualitas produk, diantaranya: “dimensi kinerja produk (*performance*), dimensi keterandalan produk (*reliability*), dimensi fitur produk (*feature*), dimensi daya tahan (*durability*) dimensi kesesuaian (*Conformance*), dimensi kemampuan diperbaiki (*Service ability*), dan dimensi keindahan tampilan produk (*Aesthetic*), dan dimensi kualitas yang dirasakan

(Perceived quality)” (Garvin, 1988). Kualitas produk yang dirasakan konsumen akan menentukan suatu persepsi terhadap kinerja perusahaan, yang pada akhirnya akan dapat diketahui bagaimana respon mahasiswa muslim yang berjilbab dan mahasiswa muslim yang tidak berjilbab di Universitas Sriwijaya tentang produk kosmetik halal Wardah yang diteliti.

Sasaran penelitian ini merupakan mahasiswa muslim Universitas Sriwijaya yang memakai produk Wardah. Karena, mahasiswa merupakan bagian di antara masyarakat luas dan menjadi pasar potensial untuk menjadi objek dalam riset pemasaran serta dapat mewakili dari pangsa pasar produk kosmetik Wardah.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti **“Analisis Perbedaan Terhadap Persepsi Mahasiswa Muslim Berjilbab dan Mahasiswa Muslim Tidak Berjilbab Terhadap Produk Kosmetik Halal Wardah (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Di Universitas Sriwijaya)”**.

1.2.Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: apakah ada perbedaan persepsi antara mahasiswi muslim berjilbab dan mahasiswi muslim tidak berjilbab terhadap produk kosmetik halal Wardah di Universitas Sriwijaya ?

1.3.Tujuan Penelitian

Untuk menganalisa ada tidaknya perbedaan persepsi antara Mahasiswi muslim berjilbab dan Mahasiswi muslim tidak berjilbab terhadap produk kosmetik halal Wardah di Universitas Sriwijaya.

1.4.Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang sangat berguna dengan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1.Manfaat Praktis

Bagi pembaca penelitian ini bermanfaat sebagai referensi untuk mendapatkan informasi mengenai perbedaan persepsi mahasiswi muslim pada kosmetik halal wardah untuk penelitian selanjutnya. Khususnya pada perusahaan–perusahaan yang akan memasarkan produknya, penelitian ini dapat sebagai sumber informasi.

1.4.2.Manfaat Teoritis

Bagi penulis penelitian ini berguna untuk menuangkan pengetahuan pemasaran yang telah diterima di kuliah khususnya yang berkaitan dengan persepsi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ahmad, Watik Pratiknya. (1991). *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kedokteran dan Kesehatan*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Arikunto, Suharsimi. (2004). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Bandung: Rineka Cipta.
- Bugin, Burhan. (2004). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Departemen Agama RI. (2010). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.: QS. Al-Baqarah/2:173. Hlm. 26. Bandung: Diponegoro.
- Departemen Agama RI. (2010). *Al-Qur'an...*, QS. Al-Ma'idah/5:3. Hlm. 107.
- Garvin, David A. (1988) *Managing Quality*, The New York Press.
- Ghozali, Imam dan John Castellan. (2002). *Statistik Non – Parametrik: Teori dan Aplikasi dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (4th ed.)*. Semarang: . Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Revisi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- G. Leon, Schiffman dan Lazar L Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh.
- Griffin, Jill. (2007). *Customer Loyalty*. Edisi Revisi. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi: keduabelas.
- Malhotra, Naresh K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation*. (6th ed). New jersey: Pearson Education.
- Riduwan dan Sunarto, H. (2010). “*Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Social, Ekonomi Komunikasi Dan Bisnis*”. Bandung: CV Alfabeta.
- Ridwan. (2007). *Skala Pengukuran Variabel - Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Robbins, Stephen P. (2003). *Perilaku Organisasi*, Jilid 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Santoso, singgih. (2001). *Latihan SPSS Statistik Non Parametrik* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono. (1996). *Pengantar Umum Psikologi*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Sarwono, Jonathan. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Shihab, Muhammad Quraish. (2012). *Tafsir al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian al-Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati, 2012), Vol. VII, hlm. 14-25. Diakses pada tanggal 30 Oktober 2017.
- Sofar dan Widiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. IN MEDIA. Jakarta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sundayana, Rostina. (2014). *Statistika penelitian pendidikan*. Bandung: Alfa Beta.
- Umar, Husein. (2003). *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.

Jurnal

- Ardelia, S dan Leiz S. (2013). “*Analisis Perbedaan Persepsi Antara Konsumen Pria dan Wanita Terkait Store Characteristics (Studi Kasus: Hypermart Depok Town Square)*”. Jurnal. Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Junaidi. (2015). *Persepsi Masyarakat untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syari'ah (Studi Kota Palopo)*. Jurnal Fokus Bisnis. Volume 14, No 02. STIE Muhammadiyah Palopo.
- Maharani, Rieska. (2017). *Analisis Perbedaan Persepsi Akademisi Akuntansi Terhadap Penerapan Mata Kuliah Akuntansi Syari'ah (Studi Kasus pada Universitas Muhammadiyah Surabaya)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol. 3, No. 1. Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surabaya.

- Maryani, R., Winda A., dan Wiwik T. (2011). *Perbedaan Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi Yang Sudah dan Yang Belum Bekerja Terhadap Praktik Earning Management*. Jurnal penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora. Vol. 13, No. 2, hal: 07-12, ISSN 0852-8349. Universitas Jambi.
- Nasution, A.A., Sunaryo, dan Alvin F. (2017). “*Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen tentang Kualitas Menggunakan Dimensi Performance, Reliability, Conformance dan Fit and Finish*”. Jurnal Manajemen, STIE Harapan Medan. Vol. 5, No. 2, pp. 24-34, ISSN 2355-1488.
- Purwati, A.A., dan Andri W. (2016). “*Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Produk Suku Cadang Sepeda Motor Aspira dan Federal di Provinsi Riau (Studi kasus pada PT Calispo Jaya Abadi Provinsi Riau)*”. Jurnal Manajemen STIE Pelita Indonesia. Vol.04, No.02, Juni 2016 EISSN - 2580-3743.

Skripsi

- Aditya, Elma Muncar. (2010). *Perbedaan Persepsi antara Mahasiswa Senior dan Jnior mengenai Profesi Akuntan (Pada Program S-1 Reguler dan Stransfer PTS “X”)*. Jurnal Ekonomi. Vol. 5, No. 2, hal: 95 – 103.
- Ramdhani, Iqbal M. (2014). *Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk International Brand Spare Part dan Local Brand Spare Part (Studi Kasus: Pada Toko Spare Part Nufi Motor Kudus)*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Setiawan, A.B. (2010). “*Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Atas Dimensi Kualitas Produk Handphone GSM (Global System For Mobile) dan CDMA (Code Divission Multiple Access) (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang)*”. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Wahyuni, Meika. (2015). *Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus pada PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Internet

- Badan Pusat Statistik. (2010). *Proyeksi penduduk indonesia*. (<https://www.bps.go.id>), diakses pada 2 November 2017.
- Kumparan. (2017). *Industri Kosmetik di Indonesia Semakin Cantik*. (<https://kumparan.com/nicha-muslimawati/industri-kosmetik-di-indonesia-semakin-cantik>). Internet. diakses pada tanggal 29 Oktober 2017.
- LinkedIn. (2017). *Studi Pemasaran Produk Kosmetik*. (<https://id.linkedin.com/pulse/studi-pemasaran-produk-kosmetik-2017-winda-mizwar-pratiwi-1>). Internet. diakses pada tanggal 27 Oktober 2017.
- MUI. (2000). *Keputusan Fatwa Musyawarah Nasional Majelis Ulama Indonesia, No: 2/MUNAS VI/MUI/2000 tentang Penggunaan Organ Tubuh, Ari-Ari, Air Seni Manusia Bagi Kepentingan Obat-Obatan dan Kosmetika*. Jakarta: Majelis Ulama Indonesia. diakses pada tanggal 30 Oktober 2017.
- MUI. (2007). *Surat Keputusan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia tentang Logo LPPOM MUI, No: SK10/Dir/LP POM MUI/XII/07*. Jakarta. Majelis Ulama Indonesia. diakses pada tanggal 30 Oktober 2017.
- MUI. (2009). *Keputusan Fatwa Musyawarah Nasional Majelis Ulama Indonesia, No: 11 Tahun 2009 tentang Hukum Alkohol*. Jakarta: Majelis Ulama Indonesia. diakses pada tanggal 30 Oktober 2017.
- MUI. (2013). *Surat Keputusan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia tentang Ketentuan Sistem Jaminan Halal, No: SK13/Dir/LPPOM MUI/III/13*. Jakarta. Majelis Ulama Indonesia. diakses pada tanggal 30 Oktober 2017.
- Top Brand Award. (2017). *Top Brand Index 2017 Fase 1*. (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1). Internet. diakses pada tanggal 27 Oktober 2017.
- Wardah. (2018). *Blogspot Wardah*. (<http://www.wardahbeauty.com/>). Internet. diakses pada tanggal 2 Januari 2018.