

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK DAN LABEL HALAL
WARDAH PADA GERAJ DINA KOSMETIKA UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

(Studi Kasus Di Desa Sidomulyo Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin)



SKRIPSI SARJANA S1
Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E)

RENITA DIAN UTAMI
642019007

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

2023

PENGANTAR SKRIPSI

PENGANTAR SKRIPSI

Hal: Pengantar Skripsi

Kepada Yth. Bapak Dekan
Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Palembang
Di-

Palembang

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

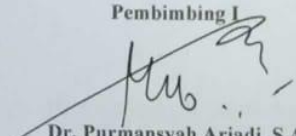
Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka skripsi yang di tulis oleh saudari Renita Dian Utami (642019007) yang "STRATEGI PEMASARAN PRODUK DAN LABEL HALAL WARDAH PADA GERAI DINA KOSMETIKA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus di Desa Sidomulyo Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin)" sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqosah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Maka dengan ini kami ajukan skripsi tersebut agar dapat diterima dengan baik. Demikian atas segala perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

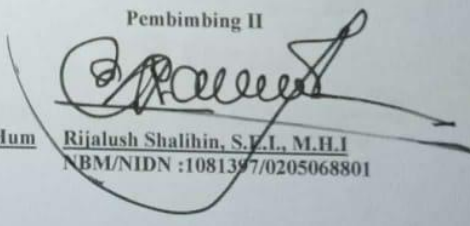
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Palembang, 9 Januari 2023

Pembimbing I


Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag., M.Hum
NBM/NIDN : 731454/0215126904

Pembimbing II


Rijalush Shalihin, S.E.L., M.H.I
NBM/NIDN : 1081397/0205068801

SURAT PENGESAHAN

SURAT PENGESAHAN

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK DAN LABEL HALAL
WARDAH PADA GERAI DINA KOSMETIKA UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus di Desa Sidomulyo Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuwangi)**

Yang ditulis oleh saudara Renita Dian Utami (642019007)
Telah di munaqosahkan dan dipertahankan
Di depan panitia penguji skripsi
Pada tanggal 16 Maret 2023

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E)
Palembang, 16 Maret 2023
Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Palembang

Panitia Penguji Skripsi

Ketua

Dr. Rulitawati, S.Ag., M.Ed.
NBM/NIDN:895938/0206057201



Sekretaris

Helvadi, S.H., M.H.
NBM/NIDN:995861/0218036801

Penguj I

M. Jauhari, S.E., M.Si
NBM/NIDN:1096413/0231106903

Penguj II

Hendri Nur Alam, S.E., M.Si
NBM/NIDN:1231101/0222108202

Mengesahkan

Dekan Fakultas Agama Islam



Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag., M.Hum
NBM/NIDN:731454/0215126904

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Renita Dian Utami
Nim : 642019007
Fakultas/Prodi : Agama Islam/ S-1 Ekonomi Syari'ah
Judul : **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK DAN LABEL HALAL WARDAH PADA GERAI DINA KOSMETIKA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus di Desa Sidomulyo Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin)”**.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, jika terdapat karya orang lain saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat, apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, 9 Januari 2023



Renita Dian Utami
NIM. 642019007

MOTTO

قُلْ يَوْمَ أَعْمَلُوا عَلَىٰ مَكَانَتِكُمْ إِنِّي عَمِلٌ فَسَوْفَ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Hai kaumku, bekerjalah sesuai dengan keadaanmu, sesungguhnya aku akan bekerja (pula), maka kelak kamu akan mengetahui (Q.S Az-Zumar:39)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Untuk karya yang sederhana ini, ku persembahkan untuk:

- ❖ Tuhan yang Maha Agung, yang dalam setiap sujud syukurku slalu mengadu kepadamu dan atas takdirmu telah kau jadikan ku manusia yang senantiasa berfikir, berilmu, beriman, dan selalu bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi langkah awal bagiku untuk meraih cita-citaku.
- ❖ Kedua orang tuaku, kakak-ku dan mbak-ku tersayang yang telah memberikan dukungan moril dan materil serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan ku, karena itu terimalah persembahan bakti dan cintaku untukmu.
- ❖ Terima kasih buat diriku sendiri yang sudah mau dan mampu bertahan, berjuang, berusaha sekuat mungkin, terima kasih banyak sudah bisa sampai dititik ini, dan bisa mneyelesaikan skripsweet ini.
- ❖ Untuk sahabat-sahabatku tercinta terima kasih sudah slalu ada baik suka maupun duka kita lalui bersama-sama semoga persahabatan kita tetap abadi, perjuangan kita masih panjang.
- ❖ Almamater hijau dan merah yang aku banggakan.

ABSTRAK

RENITA DIAN UTAMI. 642019007. Skripsi dengan judul “**STRATEGI PEMASARAN PRODUK DAN LABEL HALAL WARDAH PADA GERAI DINA KOSMETIKA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus di Desa Sidomulyo Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin)**”. Permasalahan yang menjadi kajian dalam skripsi ini adalah sebagai berikut: Bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan yang digunakan Gerai Dina Kosmetika pada perspektif Ekonomi Islam dan Apakah label halal berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian pada produk Wardah terhadap minat beli di Gerai Dina Kosmetika pada perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Desa Sidomulyo Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan pada Gerai Dina kosmetika untuk meningkatkan penjualan pada perspektif ekonomi Islam dan mengetahui langsung pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada produk wardah. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yaitu untuk memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan yang akan diteliti secara jelas dan tegas. Adapun responden yang di wawancarai berjumlah 6 orang. 1 pemilik toko dan 5 Customer. Teknik pengumpulan data dalam skripsi ini yaitu Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa Strategi Pemasaran produk yang digunakan pada Gerai Dina kosmetika yaitu melalui pelayanan secara langsung dan melalui media sosial seperti WhattsApp, Facebook, Instagram, Youtube dll. Dari beberapa media sosial yang digunakan whatsapp menghasilkan pendapatan paling banyak terhadap pemilik Gerai. Dan pemilik gerai mengaku volume penjualannya naik sebesar 90%. Dan Label halal mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk Wardah pada Gerai Dina kosmetika terhadap minat beli, dimana masyarakat selalu mengutamakan produk dengan label halal.

Kata kunci :Strategi pemasaran, Produk, Label, Halal.

ABSTRACT

RENITA DIAN UTAMI. 642019007. Thesis with the title "**MARKETING STRATEGY OF WARDAH HALAL PRODUCTS AND LABELS AT DINA COSMETICS OUTLETS TO INCREASING SALES OF ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE (Case Study in Sidomulyo Village, Muara Padang District, Banyuasin Regency)**". The problems that are studied in this thesis are as follows: How is the marketing strategy to increase sales used by Dina Cosmetics Outlet from an Islamic Economic perspective and Does the halal label directly influence purchasing decisions on Wardah products on buying interest at Dina Cosmetics Outlet from an Islamic Economic perspective (Case Study in Sidomulyo Village, Muara Padang District, Banyuasin Regency). This study aims to determine the marketing strategy used at Dina Cosmetics outlets to increase sales from an Islamic economic perspective and to find out directly the effect of the halal label on purchasing decisions on wardah products. This research is a type of qualitative research, namely to obtain a complete picture of a matter according to the view that will be examined clearly and decisively. The respondents who were interviewed amounted to 6 people. 1 shop owner and 5 customers. Data collection techniques in this thesis are Observation, Interview and Documentation. The results of this study prove that the product marketing strategy used at Dina cosmetics outlets is through direct and through social media such as WhatsApp, Facebook, Instagram, Youtube etc. Of the several social media used, WhatsApp generates the most revenue for outlet owners. And the outlet owner admitted that his sales volume had increased by 90%. And the halal label has a positive influence on purchasing decisions on Wardah products at Dina Cosmetics outlets on buying interest, where people always prioritize products with halal labels.

Keywords: Marketing strategy, Product, Label, Halal.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan, kasih sayang, rahmat dan karunia-Nya kepada seluruh makhluk ciptaan-Nya yang slalu memberikan kemudahan dan rezeki sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK DAN LABEL HALAL WARDAH PADA GERAJ DINA KOSMETIKA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus di Desa Sidomulyo Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin)”**. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan dan panutan bagi seluruh umat islam.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E) di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang. Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan yang ada agar berhasil sebagaimana mestinya. Namun penulis menyadari sepenuhnya bahwa selesainya penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan ini setinggi-tingginya kepada:

- ❖ Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
- ❖ Bapak Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag., M.Hum, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

- ❖ Bapak Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag., M.Hum, selaku pembimbing I dan Bapak Rijalush Shalihin, S.E.I., M.H.I selaku pembimbing II, yang telah meluangkan waktu dan mencurahkan pikiran untuk memberikan dan pengarahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Bapak M. Jauhari, S.E., M.Si selaku Ketua dan Ibu Rina Dwi Wulandari, S.E., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.
- ❖ Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.
- ❖ Ibu Dina Kosmetika selaku Agen Wardah di Desa Sidomulyo Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin.
- ❖ Kedua orang tua, kakak dan mbak ku tersayang yang selalu memberikan semangat dan kasih sayangnya dan do'a restu untuk keberhasilan ini.
- ❖ Sahabat-sahabat seperjuanganku yang selalu bersama-sama saling memberikan semangat dan dukungan selama proses penulisan skripsi.
- ❖ Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah angkatan 2019 yang tidak bisa ku sebutkan satu persatu.
- ❖ Last but not least, I wanna thank me I wanna thank me for believing in me I wanna thank me for doing all this hard work I wanna thank me for having no days off I wanna thank me for never quitting I wanna thank me for just being me at all times.

Semoga bimbingan dan bantuan yang telah diberikan dapat bermanfaat dan menjadi amal di sisi Allah SWT Aamiin. Dengan kerendahan hati peneliti

mengharapkan kritik dan saran dan masukan yang bersifat membangun penulis dengan harapan demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi wabarakatuh.

Palembang, 12 Maret 2023



Renita Dian Utami
Nim.642019007

DAFTAR ISI

Halaman

PENGANTAR SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Fokus Penelitian	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN YANG RELEVAN	10
A. Landasan Teori	10
1. Pengertian Strategi Pemasaran	10
2. Pengertian Produk	13
3. Pengertian Label.....	17

4. Pengertian Halal	19
5. Meningkatkan Penjualan	33
B. Penelitian Yang Relevan	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
A. Pendekatan Penelitian.....	42
B. Situasi Sosial dan Subjek Penelitian	43
a. Situasi sosial.....	43
b. Subjek penelitian.....	44
C. Jenis Penelitian dan Sumber Data	44
D. Teknik Pengumpulan Data	45
E. Teknik Analisis Data.....	46
F. Uji Keterpercayaan Data	48
G. Rencana dan Waktu Penelitian.....	50
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	51
B. Temuan Penelitian dan Pembahasan	61
BAB V PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Logo Halal Majelis Ulama Indonesia.....	25
Gambar 2.2 Label Halal Resmi Majelis Ulama Indonesia	26
Gambar 2.3 Label halal tanpa nama lembaga yang menjaminnya :	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi di Gerai Dina Kosmetika	54
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Pemerintah Desa	56
Gambar 4.2 Gambar Iklan Sosial Media.....	64
Gambar 4.2 Iklan Media Cetak	64
Gambar 4.2 Label Halal Pada Produk Wardah	73

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Data Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama	28
Table 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian yang Relevan.....	39
Table 4.1 Data Selisih Jumlah Penduduk	53
Table 4.2 Data Informasi Wawancara	61
Table 4.3 Macam-Macam Produk Kosmetik Wardah	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Era revolusi 4.0 sekarang ini perkembangan ekonomi di Indonesia semakin ketat dan menuntut perusahaan untuk dapat memiliki keunggulan dalam bersaing. Pada tahun 2014 Indonesia telah mengalami peningkatan ekonomi diatas pertumbuhan ekonomi dunia. Dan pertumbuhan ini tidak lepas dari peran pengusaha didalamnya.¹

Indonesia merupakan salah satu pasar produk kosmetik yang cukup potensial dan menjanjikan bagi para produsen yang ingin berkembang dalam industri kosmetik. Kementerian Perindustrian menargetkan pertumbuhan industri kosmetik untuk terus meningkat dari tahun ketahun. Hal ini dipicu karena meningkatnya trend kebutuhan masyarakat terhadap produk kecantikan, sehingga pemerintah optimis jika kosmetik dapat berkembang pada pasar nasional maupun pada pasar dunia. Oleh karena itu produsen kosmetik dalam negeri dituntut dapat memenuhi selera konsumen jika tidak ingin kalah bersaing dengan produk impor.

Namun, pada kenyataannya produk kosmetik dalam negeri mengalami penurunan peminat yang menyebabkan penyebaran kosmetik lokal di Indonesia

¹ Indana Zulfa, “*Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah Cosmetic*”, (Malang : Jurnal Mahasiawi Ekonomi Uin Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017) hal 1.

pada tahun 2020 terjadi penurunan. Pada tahun 2020 terdapat tingkat penyebaran kosmetik lokal berada pada angka 56,23% lebih rendah dibanding tahun 2019 sebesar 64,36%. Perkembangan pasar industri pertahun terus meningkat, hal ini berdampak pada semakin banyak bermunculan merek kosmetik yang baru sehingga menimbulkan persaingan usaha yang semakin ketat dan memaksa para pelaku bisnis untuk bisa selalu survive.²

Perusahaan yang bergerak pada industri serupa akan berlomba dalam meningkatkan inovasi pada produknya agar kebutuhan akan kosmetik terpenuhi. Persaingan tidak hanya terjadi antara perusahaan kosmetik lokal saja, namun juga terdapat persaingan dengan perusahaan kosmetik luar. Badan Pusat Statistik tahun 2020 menyatakan bahwa perusahaan kosmetik lokal kalah saing dibandingkan dengan perusahaan kosmetik impor.³

Tahun 2020 pada triwulan pertama, nilai impor pada industri kosmetik menembus angka 4,44 Triliyun yang mengalami kenaikan sebesar 15,2% dari tahun sebelumnya yang hanya sebesar 8,12% pada 21,9 Triliyun. Tidak heran bahwa para perusahaan industri kosmetik melakukan impor dengan cara berbondong-bondong untuk masuk ke Indonesia sebab jumlah segmen pasar yang juga tidak main-main banyaknya dan menjadi daya tarik tersendiri bagi para industri kosmetik luar.

Wardah kosmetik berawal dari sebuah inspirasi, inspirasi untuk menjadi bagian penting dari kehidupan wanita Indonesia dan Wardah ingin memenuhi itu

² Yanti, Novrita Dewi., Darwanto, *Anlisis Pengaruh Labelisasi Halal Dan Digital Selling Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal* (Diponegoro: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islami.,2020) hal 2.

³ Yanti, Novrita Dewi., Darwanto, *Anlisis Pengaruh Labelisasi Halal Dan Digital Selling Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal* (Diponegoro: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islami.,2020) hal 3.

semua. PT. Paragon Tecnology and Innovation dengan nama awal PT. Pusaka Tradisi Ibu yang berdiri pada tanggal 28 Februari 1985. Perusahaan ini didirikan oleh pasangan suami istri Drs. H. Subakat Hadi M.Sc dan Dra. Hj. Nurhayati Subakat,Apt.

Wardah kosmetik menjadi terobosan pertama kosmetik halal di Indonesia sejak 1995 dan mendapat sertifikat halal MUI dengan No. 00150010680899 dan mendapat International Halal Award dari World Halal Council sebagai pelopor kosmetik halal di Dunia. ⁴

Saat ini penampilan seseorang menjadi salah satu faktor penting dalam berbagai aspek kehidupan seperti gaya hidup dan pekerjaan. Berbagai cara dilakukan produsen dalam upaya pemilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen agar konsumen tertarik dengan produk yang diproduksi sehingga merasa butuh untuk kemudian mengkonsumsinya.

Salah satu cara yang harus dilakukan oleh banyak perusahaan agar produk yang diproduksi dapat dikenal adalah dengan memperkenalkan produk ke khalayak umum. Hal ini ditujukan supaya dapat menghasilkan pendapatan yang maksimal. Melakukan suatu komunikasi pemasaran dengan meminta dukungan para selebriti untuk menjadi brand ambassador atau bisa disebut model iklan produk adalah cara yang mumpuni.⁵

Dengan mengkonsumsi produk dengan bahan-bahan yang halal artinya kita telah sesuai dengan syariat Islam. Maka dari itu kita sebagai umat muslim

⁴ The Paragon Way, (Jakarta: PT. Paragon Technology and Innovation) hlm.10

⁵ Yanti, Novrita Dewi., Darwanto, *Anlisis Pengaruh Labelisasi Halal Dan Digital Selling Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal* (Diponegoro: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islami.,2020) hal 2-6

mempunyai perasaan yang tenang dengan mengkonsumsi produk yang halal, terutama saat beribadah. Selain persepsi yang menjadikan konsumen itu paham atau tidaknya dengan konsumen yang berlabelkan halal, minat beli juga bisa menjadi suatu mediasi sebelum terjadinya keputusan untuk membeli. Minat beli adalah suatu kecenderungan jiwa dan daya gerak yang mendorong seseorang untuk merasa tertarik dan juga senang.⁶

Dalam Al-Quran mewajibkan umat muslim untuk mengkonsumsi sesuatu yang bersifat halal dan baik, dijelaskan dalam Al-Quran surah Al-Maidah :88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya : "Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya".⁷

Penduduk Indonesia beragama Islam mencapai 209,12 juta jiwa dengan persentase sebesar 87% dari total populasi penduduk Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020. Data tersebut membuat Indonesia mampu untuk melakukan konsep halal dalam kehidupan masyarakat dan sudah sewajarnya menempatkan produk halal sebagai suatu hal yang penting dalam konsumsi. Konsep halal dinilai bisa meningkatkan minat beli konsumen produk kosmetik. Hal ini dikarena produk yang telah memiliki labelisasi halal dipercaya aman dan tidak dikhawatirkan menimbulkan masalah kulit dikemudian hari.

Labelisasi halal yang tertera pada produk kosmetik halal tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli. Hal ini terjadi karena masih kurangnya kesadaran

⁶ Ahmadi,(1998).*Psikolog Pendidikan*. Angkasa,Bandung.

⁷ Departemen Agama Republik Indonesia, Al-quran Tajwid dan Terjemah, Bogor. 2007, hal. 122.

responden terhadap konsumsi produk yang memiliki labelisasi halal. Responden penelitian menyatakan bahwa tidak menjadikan produk kosmetik halal sebagai pertimbangan utama dalam memilih produk kosmetik karena dinilai susah untuk mendapatkan produk berlabel halal. Oleh sebab itu, ada atau tidaknya labelisasi halal yang tertera pada produk tidak akan mengubah pilihan konsumen dalam mengkonsumsi produk kosmetik.⁸

Menurut Lembaga Pengkajian Pangan, obat-obatan, dan kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) yang dimaksud dengan produk yang halal adalah sebuah produk yang telah memenuhi syarat kehalalan sebagai syariat islam yaitu: tidak mengandung bahan-bahan yang diharapkan seperti babi, atau dari organ tubuh manusia atau dari jenis kotoran lainnya. LPPOM-MUI mengungkapkan bahan-bahan yang merupakan titik kritis kehalalan dalam kosmetik diantaranya: Pertama, lemak dan turunannya, yang biasanya sebagai bahan pembuat lipstik, sabun, krim dan lotion yang berasal dari hewan. Kedua, kolagen dan elastin berguna menjaga kelenturan kulit yang berasal dari hewan. Ketiga ekstrak placenta dan amnion (cairan ketuban) biasanya digunakan untuk peremajaan kulit dan diperoleh dari hewan dan dari zat lain yang diperoleh dari hewan.⁹

Salah satunya Gerai Dina Kosmetika dengan pemilik Gerai bernama Dina Prastyana dan gerai ini berdiri sekitar 2 tahun-an. Gerai ini didirikan yang pertama, karena dia sudah lama bekerja di sebuah gerai kosmetik Wardah yang kemudian

⁸ Yanti, Novrita Dewi, Darwanto. (2020). "Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Dan Digital Selling Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal". Diponegoro: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islami. hal 7-16.

⁹ Desiriyani, Yulita Eka Putri. (2019). "Persepsi Konsumen Pengguna Produk Kosmetik Brand Focallure Ditinjau Dari Ekonomi Islam ". Bengkulu: Jurnal Ekonomi Syari'ah. hal 3.

berlanjut berjualan secara online dan akhirnya dia memutuskan untuk membuka sebuah Gerai kosmetik. Kedua, karena di Desa di Sidomulyo Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin belum ada Gerai khusus tentang kosmetika maka dari itu keputusan yang tepat jika dia mendirikan sebuah Gerai Dina Kosmetika.

Seorang wirausaha atau yang saat ini lebih dikenal dengan istilah entrepreneur ialah seseorang yang bisa membawa perubahan, inovasi dan ide baru. Penerapan sistem ini ialah proses yang rumit, riset yang banyak, dan dapat memberikan dampak yang besar. Sebuah usaha tidak bisa mengandalkan satu aspek saja tetapi mengelola barang antara yang satu dan lainnya. Saat ini model bisnis baru muncul sebagai inovasi dari pemasaran konvensional bergeser ke pemasaran secara modern yaitu media digital.

Di era teknologi saat ini, model bisnis baru muncul sehingga inovasi dari pemasaran konvensional bergeser ke pemasaran modern yaitu media digital. Proses jual beli konvensional yang mengharuskan penjual dan pembeli bertatap muka kini tidak lagi seperti itu karena munculnya trend pemasaran yang baru. Munculnya online shop, platform e-commerce dan e-business lainnya yaitu bukti bahwa masyarakat saat ini menginginkan kemudahan dalam mendapatkan apa yang diinginkan. Pengguna media digital untuk bisnis juga tidak hanya sekedar kegiatan pemasaran tambahan saja, tetapi juga merupakan mekanisme komunikasi terintegrasi dengan memanfaatkan kekuatan jejaring manusia melalui platform.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh Gerai Dina Kosmetika secara berkesinambungan melalui Whatsapp, Facebook, Instagram, Youtube untuk meningkatkan penjualan dan memenangkan persaingan. Pemilik gerai harus

memikirkan bagaimana kegiatan pemasaran produknya jauh sebelum produk dihasilkan sampai produk tersebut di gunakan oleh costumer untuk mencapai tujuannya. Pemilik gerai mengarahkan kegiatan usahanya dengan baik sehingga dalam jangka panjang penjual mendapatkan keuntungan yang diharapkan. Pemilik gerai juga harus menciptakan dan membina hubungan baik dengan costumer. Oleh karena itu, keberhasilan berdagang ialah ditentukan oleh ketepatan produk yang dihasilkannya dalam memberikan kepuasan kepada costumer.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti secara mendalam tentang **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK DAN LABEL HALAL WARDAH PADA GERAJ DINA KOSMETIKA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus di Desa Sidomulyo Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin).**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan yang digunakan Gerai Dina Kosmetika pada perspektif Ekonomi Islam?
2. Apakah label halal berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian pada produk Wardah terhadap minat beli di Gerai Dina Kosmetika pada perspektif Ekonomi Islam ?

C. Fokus Penelitian

Adapun untuk penelitian ini peneliti fokus pada Gerai Dina Kosmetika di Desa Sidomulyo Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin. Agar penelitian ini terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan maka penulis membatasi masalah penelitian ini pada strategi pemasaran produk dan label halal

wardah pada Gerai Dina Kosmetika untuk meningkatkan penjualan perspektif ekonomi islam di Desa Sidomulyo Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin dan apakah label halal berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian pada produk Wardah terhadap minat beli pada Gerai Dina Kosmetika perspektif Ekonomi Islam di Desa Sidomulyo Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan yang digunakan Gerai Dina Kosmetika pada perspektif Ekonomi Islam.
2. Untuk mengetahui apakah label halal berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian pada produk wardah terhadap minat beli di Gerai Dina Kosmetika pada perspektif Ekonomi Islam.

Adapun kegunaan dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Penulis
Penelitian ini diharapkan dapat membantu penulis sebagai bahan pembelajaran di kemudian hari apabila penulis menjadi seorang pemasar di perusahaan kosmetik. Kemudian, di harapkan dapat menjadi bekal untuk menjadi seorang pemasar yang baik.
2. Bagi Fakultas
Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan sumber ilmu pengetahuan bagi mahasiwa atau mahasiwi mengenai bagaimana strategi pemasaran yang digunakan pada Gerai Dina Kosmetik untuk meningkatkan

penjualan perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Desa Sidomulyo Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin).

3. Bagi Pemilik Toko

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pemasaran penjualan pada Gerai Dina Kosmetika untuk meningkatkan penjualan perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Desa Sidomulyo Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin).

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Kepada penulis atau peneliti selanjutnya yaitu dapat menjadi rujukan, sumber informasi dan bahan referensi peneliti selanjutnya agar bisa lebih di kembangkan lagi dalam materi-materi yang lainnya untuk meningkatkan kualitas pembelajaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi. (1998). *Psikolog Pendidikan*. Angkasa Bandung.
- Bar, Ahmad Asad. (2015) *Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Pelaksanaan Jual Beli Toko Di Pasar Desa Catur Tunggal Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Kemring Ilir*. Palembang: *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Fatah Palembang*.
- Bulan,T.And Rizal,M. (2016). *Pengaruh Leblisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang*. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*,5(1), pp.431-439.
- Burhanuddin.(2011). *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikat Halal*. Uin-Maliki Press, Malang.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran Tajwid dan Terjemah*, (Bogor 2007)
- Desiriyani, Yulita Eka Putri. (2019). *Persepsi Konsumen Pengguna Produk Kosmetik Brand Focallure Ditinjau Dari Ekonomi Islam*. Bengkulu: *Jurnal Ekonomi Syari'ah*.
- Djakfar, Muhammad. (2013). *Hukum Bisnis*.Uin-Maliki Press, Malang.
- Djakfar, Muhammad.(2013). *Hukum Bisnis*.Uin-Maliki Press, Malang.
- H.R Ibnu Majah (No. 3358) dan At-Tirmidzi (No.1648) *Kitab Makanan*.
Hadits Ahmad No. 17649 Hadits An-Nu'man bin Basyir dari Nabi Shalallahu'alaihi wasallam.*Kitab Musnad Penduduk Kufah*.
<http://www.ireappos.com/news/id/pengertian-produk-menurut-para-ahli/>
<http://sidomulyo18-kec-mpa-banyuasinkab.go.id/profil/>
<https://images.app.goo.gl/TNsR8wsADxMchEez7>
<https://images.app.goo.gl/TNsR8wsADxMchEez7> \
<https://Shareoneayat.com/hadits-ahmad-17649>
<https://www.binaracademy.com/blog/pengertian-focus-grup-discussion-dan-tahapannya>
- Indana Zulfa. (2017). *Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian pada Produk Wardah Cosmetic*. *Jurnal Mahasiawi Ekonomi Uin Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Khotler, Philip., dan Keller, Kevin Lane. (2008) Penerjemah: *Benyamin Molan, Manajemen Pemasaran*, (PT. Macanan Jaya Cemerlang)
- Miru, Ahmadi. (2007). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Moleong, Lexy J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nadrotul, Ulya. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada PT. Bhirawa Stee*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, P.21. Available At: [http://eprints.Perbanas.ac.id/163/I/Artikel Ilmiah. Pdf](http://eprints.Perbanas.ac.id/163/I/Artikel%20Ilmiah.Pdf)
- Qardhwi, Muhammad Yusuf. (1993). *Halal Dan Haram Dalam Islam*. PT. Bina Ilmu, Semarang.

- Rulli Nasrullah. (2017). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Sandi, Prima S.A Et Al. (2011). *Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Minuman Berenergi*. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. 1 No. 02. Oktober.
- Sari,E. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Marketing Strategy Analysis To Improve Competitive Advantage)*. *Jurnal Ekbis*, 22(1),p. 107.doi:10.30736/je.v22i1.700.
- Setyorini, Effendi, dan Santoso. (2016). *Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix And Qspm (Case Study; Ws Restaurant Soekarno Hatta Malang)*” *Industrial: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustry*, 5 (1), Pp 46-53, doi : 10.21776/ Ub. Industria. 2016.005.01.6
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, Danang. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Suwarman, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen, Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. *Ghalia Indonesia*, Bogor.
- The Paragon Way, (Jakarta: PT. Paragon Technology and Innovation).
- Tjipto, Afandi. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Utami, Wahyu Budi. (2013). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survey Pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah Di Outlet Wardah Griya Muslim An-Nisa Yogyakarta)*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Social Dan Hamuniora UIN Sunan Kalijaga.
- Wawancara, dengan Gunarti, tanggal 7 Desember 2022, pukul 15.00 WIB di Rumah beliau.
- Wawancara, dengan Ibu Dina Prastyana, tanggal 7 Desember 2022, pukul 08.30 WIB di Gerai Dina Kosmetika.
- Wawancara, dengan Ibu Pretty, tanggal 7 Desember 2022, pukul 16.00 WIB di Rumah beliau.
- Wawancara, dengan Ibu Risma, tanggal 7 Desember 2022, pukul 17.00 WIB di Rumah beliau.
- Wawancara, dengan Ibu Sukesih, tanggal 7 Desember 2022, pukul 08.45 WIB di Gerai Dina Kosmetika.
- Wawancara, dengan Ibu Yuyun, tanggal 7 Desember 2022, pukul 09.40 WIB di Gerai Dina Kosmetika.
- Wijaya, H. (2001). *Pelabelan Panganan. di Dalam: Hardiyansah,Atmojo SM,Editor. Pengendalian Mutu Dan Keamanan Pangan*. Jakarta: Perhimpunan Peminat Gizi dan Pangan (Pergizi Pangan) Indonesia, Perhimpunan Ahliteknologi Pangan Indonesia (Patpi) Dan Institute Pertanian Bogor, Bekerjasama Dengan Proyek CHN3, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi.

www.halalmui.org dan <https://www.liputan6.com/news/read/4910659/mui-angkat-suara-soal-logo-halal-terbaru-yang-mirip-gambar-wayang>
Yanti Novrita Dewi., Darwanto. (2020). *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Dan Digital Selling Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islami.