

INTISARI

DESAIN KOMERSIAL KOSMETIK HALAL DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *WOMEN PERFORMANCE MAINTENANCE (WPM)*

Oleh

Dwi Nastiti

17/422556/PMU/09433

Perusahaan kosmetik harus mampu bersaing bagaimana menciptakan sebuah inovasi baru yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Produk kosmetik halal adalah katagori produk halal yang ikut berkembang. Hal ini terlihat dari data yang diambil dari *State of The Global Islamic Economy 2014-2015* menyebutkan bahwa dari lima indikator tren bisnis halal pada bidang industri yang terus menunjukkan kemajuanya salah satunya yaitu produk kosmetik halal. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat pengetahuan, niat dan keberadaan karakteristik wanita Indonesia yang dibutuhkan oleh produk kosmetik halal. Hal ini perlu dilakukan untuk mengetahui karakterisik wanita Indonesia yang sesuai dengan pangsa pasar produk kosmetik halal agar perusahaan mengetahui desain komersial produk kosmetik halal yang dibutuhkan.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diolah menggunakan metode *Women Performance Maintenance (WPM)*. Sampel penelitian ini berjumlah 433 responden yaitu wanita Indonesia yang berumur lebih dari 18 tahun. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pertama, wanita Indonesia cenderung sangat mengetahui tentang kosmetik halal. kedua sebagian besar wanita Indonesia sangat berniat untuk membeli produk halal dimasa depan. Ketiga, produk kosmetik halal harus memenuhi karakteristik wanita Indonesia seperti sikap wanita yang menganggap penting produk kosmetik halal, penampilan wanita yang mengandalkan kosmetik halal sebagai alat untuk menambah kepercayaan, iman wanita yang mempercayai bahwa produk kosmetik halal menjaga amanah yang baik dan profesionalisme wanita Indonesia yang mendapatkan kepuasan batin ketika membeli porduk kosmetik halal.

Kata kunci : Komersial, Kosmetik halal, Women Performance Maintenance

ABSTRACT

HALAL COMMERCIAL DESIGN USING A WOMEN PERFORMANCE MAINTENANCE (WPM) APPROACH

Oleh

Dwi Nastiti

17/422556/PMU/09433

Cosmetics companies must be able to compete on how to create an innovation that can provide satisfaction for consumers. Halal cosmetic products are categories of halal products that are developing. This can be seen from the data taken from the State of the Global Islamic Economy in 2014-2015, stating that of the five indicators of halal business trends in the industrial sector that continue to show the improvement, one of them is halal cosmetic products. The purpose of this study was to analyze the level of knowledge, intentions, and existence of the characteristics of Indonesian women needed by halal cosmetic products. This needs to be done to determine the characteristics of Indonesian women by the market share of halal cosmetics products so that companies know the commercial designs of halal cosmetics products that are needed.

This study uses primary data that is processed using the Women Performance Maintenance (WPM) method. The sample of this study was 433 respondents, namely Indonesian women aged more than 18 years. The results of the study concluded that first, Indonesian women tend to be very knowledgeable about halal cosmetics. secondly, most Indonesian women intend to buy halal products in the future. Third, halal cosmetics products must meet the characteristics of Indonesian women such as the attitude of women who consider important halal cosmetics products, the appearance of women who rely on halal cosmetics as a tool to increase trust, the faith of women who believe that halal cosmetics products maintain a good mandate and professionalism of Indonesian women who get inner satisfaction when buying halal cosmetic products.

Keywords: Commercial, Halal Cosmetics, Women Performance Maintenance