

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dizaman modern ini banyak perusahaan produk makanan berlomba-lomba mengeluarkan produk makanan yang mengandung bahan-bahan yang berlabel halal terhadap produk makanan yang dibuatnya untuk dikonsumsi oleh masyarakat luas. Makanan yang halal sangat penting untuk produk makanan karena kebanyakan masyarakat sekarang lebih memilih produk makanan yang telah memiliki sertifikasi halal yang telah dikeluarkan pemerintah. Dikeluarkannya sertifikasi halal bertujuan untuk memberikan rasa nyaman kepada konsumen tentang makanan yang higienis tidak mengandung bahan-bahan yang menggunakan sertifikasi yang tidak halal. Di agama Islam juga mengajarkan bahwa setiap umat muslim agar menjauhi produk makanan yang mengandung tidak halal contohnya (mengandung babi, daging anjing), disamping itu juga makanan yang mengandung tidak halal akan mengakibatkan efek buruk bagi tubuh manusia. Dengan dikeluarkannya produk makanan yang bersertifikasi halal ini agar membuat konsumen merasa aman, nyaman dan higienis bersih dari produk yang dibelinya.

Tabel 1.1
Pencapaian Sertifikasi halal LPPOM MUI



Sumber :LPPOM MUI

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pada tahun 2013 jumlah perusahaan mencapai 829 perusahaan sedangkan perusahaan yang memiliki produk yang dimiliki oleh 829 perusahaan tersebut mencapai 35.753 produk adapun dari produk tersebut hanya 1.075 produk yang memiliki sertifikasi halal. Dari gambar diatas menunjukkan bahwa dari tahun 2013-2017 terjadi peningkatan jumlah perusahaan namun hanya beberapa produk dari perusahaan tersebut yang memiliki sertifikasi halal. Hal inilah yang menjadi pendorong peneliti untuk mengkaji ulang penelitian karena banyak perusahaan yang belum memiliki sertifikasi halal.

Adapun jumlah perusahaan yang melakukan registrasi halal di LPPOM MUI yang belum terealisasi diantaranya sebagai berikut :

Tabel 1.2
Jumlah perusahaan dalam proses sertifikasi halal tahun 2012-2017

Tahun	Total Registrasi
2012	569
2013	2.050
2014	2.339
2015	2.627
2016	3.090
2017	340

Sumber :LPPOM MUI

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa masih terdapat banyak perusahaan yang belum mengantongi sertifikasi halal karena LPPOM MUI belum merealisasi proses sertifikasi halal tersebut. Salah satu agama dengan makanan halal adalah agama Islam. Ini adalah agama yang diatur oleh peraturan dan adat istiadat yang dibangun di atas lima lapangan utama, yang harus diperhatikan setiap muslim: shahadah atau menyaksikan; Salat atau doa, zakat atau amal, atau puasa dan haji atau ziarah. Di Selain itu, umat Islam harus memantau seperangkat resep diet yang dimaksudkan memajukan kesejahteraan mereka. Aturan ini ditemukan dalam Quran dan Sunnah, praktek Nabi Muhammad (P.B.U.H), sebagaimana tercatat dalam kitab hadis. Halal adalah kata yang berasal dari bahasa Arab yang berarti halal atau diijinkan. Halal berarti hal-hal yang diperbolehkan atau halal menurut

Syariah. Setiap bisa dimakan atau Item makanan minum dianggap halal sampai atau kecuali dilarang dalam kitab suci.

Ditinjau dari kaidah agama Islam, konsep halal adalah merupakan hal yang sangat penting dalam kaidah islam karena dengan memakan makanan yang tidak halal dapat menjadikan seseorang akan ingkar dalam janji allah. Dengan memakan makanan yang halal seseorang akan lebih percaya dan mentaati perintah allah.

Aziz dan Vui, (2013) Halal berarti disetujui dan disahkan dalam syariat Islam (Alquran Surat Albaqarah 168-169). karena ini, umat islam siap membeli makanan untuk dimakan harus berajarkan syariat islam nan yang sudah disetujui. Kejadian itu dimulai asal muasal dengan meningkatnya permintaan makanan halal yang telah memiliki label Halal di penjuru bumi.

Aziz dan Vui, (2013) Dipandang dari syariat islam, menu makanan yang tidak mengandung babi menjadi perkara nan penting untuk semua umat yang beragama islam. Halal disimpulkan membenarkan atau disetujui dalam syariat Islam (Alquran Surat Albaqarah 168-169). Karena itu, umat islam hendaknya memilih makanan buat disantap seperti demi anjuran akidah yang sudah pernah diperoleh. faktor itu diindikasi semakin ramainya ajakan makanan halal yang telah mempunyai dokumen Halal pada banyak negara.

Dari perspektif pengetahuan produk tentang produk halal, mengungkapkan pendapat tingkatan kepekaan konsumen di Indonesia terhadap kehalalan produk yang ada masih kurang dan cenderung individu/tidak peduli dengan sekitar. Masyarakat di Indonesia lebih banyak menutup mata. Hal itu menunjukkan

tingkat penilaian konsumen masih dalam kategori egois dengan cara sendiri-sendiri belum membela secara keseluruhan. Tidak ada rasa peduli terhadap konsumen yang lain. Padahal, menurutnya, tujuan yayasan lembaga konsumen Indonesia adalah untuk meningkatkan tingkat pengetahuan keseluruhan terhadap masyarakat dan rasa peduli ke setiap konsumen lainnya.

Dilihat dari sektor penjualan, (Alam dan sayuti,2011) berpendapat pasar konsumen Islam yang paling cepat berkembang di dunia. Pertama, dapat dikatakan dengan tujuan keyakinan agama islam yaitu adalah kebersihan sebagian dari iman mencantumkan yang pertama bersih,sehat dan nyaman. Kedua, mendapatkan sanjungan yang baik dari penduduk seluruh dunia dapat menerima produk berlabelkan halal melalui pertukaran budaya.

Dari segi pengetahuan produk tentang produk halal, Dyah Indrianti dari YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) mengungkapkan tingkat kepekaan pelanggan di Indonesia kepada kehalalan produk yang ada masih kurang dan cenderung tidak peduli satu sama lain. pelanggan di Indonesia cenderung lempar batu, sembunyi tangan. Menurut Dyah, banyak di antara pelanggan yang terkadang tidak mau untuk berpartisipasi secara nyata. Contohnya, ketika diajak untuk mengikuti desakan penyediaan produk halal melalui jalur hukum. Pada kebanyakan mereka menghindar. Lebih parahnya lagi banyak di antara mereka yang sebelumnya menyatakan mendukung, ketika dicek ulang ternyata memberikan nomor telepon yang palsu/hoax. Hal ini mengindikasikan tingkat kesadaran konsumen masih dalam kategori membela secara individual belum membela secara bersama-sama. Belum ada rasa kepedulian terhadap pelanggan

yang lain. Padahal, menurutnya, misi YLKI adalah untuk meningkatkan kesadaran bersama-sama masyarakat dan rasa kepedulian dari para pelanggan tersebut (Republika Online, 2009: 2).

Dari sektor penjualan, pasar konsumen Islam yang paling cepat berkembang di dunia. Pertama, dapat disimpulkan dengan antusiasme yang tinggi dan akidah agama yang lebih jernih, sehat, dan nyaman. Kedua, mendapat respon baik dalam melegalkan produk halal oleh semua masyarakat di dunia melalui penyatuan budaya. Pada pasar makanan halal, ajakan semakin melampaui pasokan. Pasar terkuat untuk produk halal adalah Asia Tenggara dan Timur Tengah dengan basis konsumen Muslim diperkirakan 1,9 miliar, tersebar di 112 negara. Rata-rata, perdagangan pangan halal dunia diperkirakan US \$ 150 juta per tahun (Alam dan Sayuti, 2011: 14) .

Menurut Ferrinadewi (2015: 45), salah satu cara sales membedakan produknya dengan kompetitor adalah dengan memberikan keunikan produk yang spesial, oleh karena itu penting bagi sales untuk melihat sejauh manakah keunikan produknya mampu menghantarkan kebutuhan psikologi yang diharapkan pelanggan. Sebagai seorang muslim, sudah seharusnya untuk mengawasi label halal yang terdapat pada produk yang akan kita beli.

Halal secara keyakinan adalah label yang memberikan informasi kepada pengguna produk berlabel tersebut, bahwa produknya sudah terbukti halal dan bahan makanan yang digunakannya yang dikandungnya tidak berisi unsur-unsur yang diharamkan secara syariat sehingga produk tersebut boleh dikonsumsi (Sujana, 2013: 1). persepsi halal dalam kehidupan masyarakat Indonesia telah

banyak dikenal dan digunakan khususnya umat Islam. Halal diterapkan bagi segala sesuatu yang baik dan bersih yang dimakan atau dikonsumsi oleh manusia menurut akidah islam. Lawan halal adalah haram yang berarti tidak diperbolehkan atau dilarang menurut akidahumat muslim. pelanggan Islam cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga berwenang (Sumarwan, 2011: 209).

Berdasarkan uraian diatas, seorang peneliti ingin mengetahui pengetahuan seseorang terhadap pengaruh religiusitas dan pengetahuan produk halal terhadap penilaian produk halal dan minat pembelian produk halal. Adapun variabel yang diambil beberapa adalah religiusitas, pengetahuan produk, penilaian produk, minat beli. Judul yang akan diambil dari penelitian ini adalah **:Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan produk halal terhadap Penilaian produk halal dan Minat pembelian produk halal (studi kasus pada industri makanan)**

1.2 Rumusan masalah

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah religiusitas intrinsik berpengaruh terhadap penilaian produk halal?
2. Apakah religiusitas ekstrinsik berpengaruh terhadap penilaian produk halal?
3. Apakah pengetahuan produk halal berpengaruh terhadap penilaian produk halal ?
4. Apakah religiusitas intrinsik berpengaruh terhadap minat beli produk ?
5. Apakah religiusitas ekstrinsik berpengaruh terhadap minat beli produk ?

6. Apakah pengetahuan produk halal berpengaruh terhadap minat beli produk?
7. Apakah penilaian produk halal berpengaruh terhadap minat beli produk ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh religiusitas intrinsik terhadap penilaian produk halal
2. Untuk mengetahui pengaruh dan menganalisis religiusitas ekstrinsik terhadap penilaian produk halal
3. Untuk mengetahui pengaruh dan menganalisis pengetahuan produk halal terhadap penilaian produk halal
4. Untuk mengetahui pengaruh dan menganalisis religiusitas intrinsik terhadap minat beli produk
5. Untuk mengetahui pengaruh dan menganalisis religiusitas ekstrinsik terhadap minat beli produk
6. Untuk mengetahui pengaruh dan menganalisis pengetahuan produk halal terhadap minat beli produk
7. Untuk mengetahui pengaruh dan menganalisis penilaian produk halal berpengaruh terhadap minat beli produk

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat, antara lain:

1. **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat memberi tambahan pengetahuan dan mendapatkan ilmu mengenai faktor yang paling mempengaruhi minat beli produk halal oleh konsumen di Indonesia.

2. **Manfaat Praktis**

- a) **Bagi Peneliti**

observasi ini merupakan penghubung kepada pengkaji demi meningkatkan pengetahuan di keahlian penelitian dan meningkatkan teori menyinggung isu yang menjadi inti investigasi. Tanpa pengecualian, investigasi ini bisa dipakai seseorang demi memperluas jam terbang di jurusan pemasaran dengan mempraktekkan atas pemahaman yang sudah pernah diterima sepanjang periode pembelajaran.

- b) **Bagi Pelaku Usaha**

Keputusan observasi ini mungkin sebagai acuan dan alasan yang rasional pengutipan kesimpulan dalam merancang maupun kan taktik penjualan makanan yang mengandung keabsahannya.