

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Di dunia mayoritas populasi muslim pada saat ini telah mencapai angka milyar. Menurut Kettani (2010) pada tahun 2020 diperkirakan populasi muslim akan mencapai pada angka 2,049 miliar.

**Tabel 1. 1. Estimasi Populasi Muslim Dunia pada 2020**

<b>Benua</b>	<b>Populasi</b>	<b>Muslim (%)</b>	<b>Jumlah muslim</b>	<b>Rasio Muslim (%)</b>
Asia	4,737,480,856	30.68	1,453,601,910	70.94
Africa	1,302,294,870	41.64	542,322,842	26.47
Eropa	741,164,497	5.77	42,735,724	2.09
Amerika	1,053,854,176	0.94	9,931,849	0.48
Osenia	41,274,369	1.29	530,669	0.03
World	7,876,068,770	26.02	2,049,122,995	100

Sumber: Kettani (2010)

Pada tabel 1 diatas Benua asia menduduki posisi terbesar dengan persentase 70.94% dan Benua Afrika menduduki posisi kedua dengan persentase sebesar 26.47% dari populasi muslim di seluruh dunia yang diperkirakan mencapai 2,049 milyar jiwa. Menurut Kettani (2010) tiap tahunnya populasi muslim tumbuh secara berkala sebesar 1,75%, jadi pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya pertumbuhan yang pesat tiap tahun pada jumlah populasi umat muslim.

Di Indonesia sendiri sebagian besar penduduknya adalah pemeluk agama Islam. Islam sendiri merupakan ajaran yang bersifat integral, maksud dari sifat integral yaitu merupakan sifat asli dari Islam. Integralistik Islam terletak pada ajarannya, yaitu ajaran yang mencakup seluruh aspek kehidupan. Tidak ada satu aspek pun yang terlepas dari ajaran Islam. Islam mengatur semua hal yang berkaitan dengan aspek jasmani maupun aspek rohani. Islam memberi aturan bagaimana berhubungan dengan Allah dengan benar, bagaimana berhubungan dengan sesama manusia dengan baik, dan keseimbangan hubungan dengan alam lingkungannya. Ada lima rukun islam yang harus dilakukan bagi setiap muslim yaitu Shahadah, Sholat, Zakat atau amal, Puasa (dibulan ramadhan) dan Haji (bagi yang mampu).

Jenis makanan apapun yang ada di dunia ini halal untuk dimakan kecuali yang dilarang oleh Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW untuk dimakan. Islam mengajarkan terhadap umatnya untuk memakan apa saja makanan yang halal dan baik. Arti dari makanan yang “halal” adalah makanan yang didapat atau diperoleh dari usaha yang diridhai Allah. Sedangkan makanan yang baik adalah yang bermanfaat bagi tubuh, atau makanan bergizi.

Makanan yang terlihat lezat dan enak pun belum tentu baik bagi tubuh, dan bisa jadi makanan tersebut bisa membahayakan kesehatan. sebaliknya makanan yang hukumnya tidak halal atau haram bisa mengganggu kesehatan rohani. Daging yang diperoleh dari makanan haram, akan dibakar di hari kiamat dengan api neraka. Aturan yang membahas tentang makanan Halal ini ditemukan dalam Qur'an dan Sunnah, sebagaimana tercatat dalam kitab hadis

Menurut Bernama (2009) kata halal berasal dari bahasa Arab yang berarti "diizinkan". Halal berarti segala sesuatu yang diperbolehkan berdasarkan Syariah. Setiap makanan yang dimakan atau minuman yang diminum dianggap halal kecuali dilarang dalam Qur'an .

Dikalangan negara mayoritas muslim maupun negara non muslim, makanan halal menjadi bisnis yang menguntungkan (Ahmad *et al.*, 2013). Menurut Aliman dan Othman (2007) Indonesia menjadi pasar yang potensial bagi produsen barang dan jasa yang halal karena populasi penduduk Indonesia yang merupakan mayoritas Muslim. Permintaan akan produk dan layanan halal pada segmen pasar telah meningkat dan bahkan telah unggul dan banyak mendapatkan keuntungan (Fischer, 2008), meskipun masing-masing konsumen muslim mempunyai kadar ketaatan terhadap syariah yang berbeda-beda tergantung tingkat religiusitas mereka. Pada umumnya konsumen muslim akan memiliki sikap positif terhadap proses pemasaran mereka yang menggunakan pendekatan halal terhadap produk-produk mereka.

Pasar makanan muslim tidak bisa lagi diremehkan, baik dari segi ekonomi maupun nilai pasar. Alasan utama untuk pernyataan ini adalah pertumbuhan cepat populasi Muslim di seluruh dunia baik saat ini maupun yang diproyeksikan. Menurut Pew Research Center (2015) menunjukkan bahwa Islam adalah agama yang mempunyai populasi sekitar 1,8 miliar di dunia. Jumlah Muslim semacam itu menyiratkan potensi pasar untuk industri Muslim dan juga negara lain. Pertumbuhan populasi Muslim diproyeksikan menjadi 35% dalam dua dekade ke depan, meningkat dari 1,6 miliar di tahun 2010 menjadi 2,2 miliar pada tahun

2030. Jumlah ini akan menjadi sekitar 26,4% dari populasi dunia yang diproyeksikan sekitar 8,3 miliar. Pertumbuhannya diperkirakan akan stabil sehingga pada tahun 2050, populasi Muslim kemungkinan akan tumbuh menjadi 2,6 miliar atau sekitar 30% dari populasi dunia yang diproyeksikan.

Menurut Thomson Reuters (2014), Pada tahun 2013 pasar makanan halal Muslim telah mencapai 17,7% dari total ukuran pasar global yang memiliki nilai \$1,292 miliar dan Pasar Muslim mencapai \$ 2,001 miliar pada tahun 2013 atau sekitar 12% dari ukuran pasar dunia. Ini juga memprediksi jumlahnya akan meningkat hingga \$ 3.735 miliar pada tahun 2019. Menurut Mustafar dan Borhan (2013) Sangat penting bagi Muslim yang melestarikan prinsip-prinsip Islam, seperti mempertimbangkan produk halal, mencapai masalah untuk individu dan masyarakat dan bersikap sederhana, untuk menjaga pola konsumsi mereka.

Dengan meningkatnya jumlah dari populasi muslim di Indonesia, perlu adanya pemeriksaan lebih lanjut tentang studi dalam konteks makanan halal . Bagi konsumen muslim, produk halal sangat penting untuk mendapatkan pengakuan sebagai simbol dari keamanan,kebersihan,dan berkualitas tinggi (Merican, 1995). Inilah waktunya untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen muslim secara lebih mendalam sehingga nanti hasilnya dalam pasar produk dapat memperkuat posisi Indonesia. Hasil penelitian yang dilakukan Jusmaliani dan Nasution (2009) yang berjudul *Aspek Religiusitas dalam Perilaku Konsumen: faktor-faktor penentu konsumsi daging halal*, menjelaskan bahwa kontrol perilaku dan ketersediaan daging halal memiliki efek yang signifikan terhadap makanan halal. 80% respondennya dalam

penelitian ini menandakan bahwa mereka sangat setuju terhadap pentingnya daging halal bagi mereka.

Kesadaran halal merupakan tingkat pengetahuan yang dimiliki konsumen muslim untuk mencari dan mengkonsumsi produk halal yang sesuai dengan syariat islam (Shaari dan Arifin., 2010). Adanya kesadaran pada muslim ditandai dengan adanya pengetahuan mengenai proses penyembelihan, pengemasan makanan, dan kebersihan makanan sesuai dengan hukum islam.

Menurut Bonne *Et al* (2009) penelitian tentang makanan halal dan pola konsumsi oleh komunitas Muslim pada dasarnya signifikan. Mengukur sikap konsumen yang tepat, terutama umat Islam, terhadap pembelian makanan halal, niatnya masih dipertanyakan dan karena itu perlu adanya penelitian lebih lanjut (Lada *et al.*, 2010; Bonne *et al.*, 2009; Ahmed, 2008).

Tampaknya sektor halal membutuhkan penelitian tambahan lebih lanjut terkait dengan rantai pasokan Produk makanan halal, yang menantang keprihatinan argumentatif peraturan pemerintah dan prinsip-prinsip yang didasarkan pada filsafat Islam di pasar internasional (Jonathan dan Wilson, 2012). Peneliti lain juga mencatat pentingnya peran pemerintah dalam menjaga sertifikasi halal sebagai jawaban permintaan produk yang cepat di Indonesia sejak saat ini praktik legalisasi bodi untuk industri halal sangat terbatas (Rasyid, 2010).

Yunus *et al.* (2013) telah melakukan penelitian yang menyatakan bahwa kesadaran halal suatu muslim mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen pada suatu produk. Hal ini bertentangan dengan pra-survei yang dilakukan peneliti kepada 30 responden dimana 20 responden menyatakan

konsumen tidak begitu peduli mengenai proses produksi suatu produk apakah sudah memenuhi aturan islam atau tidak.

Dari hasil penelitian di atas menimbulkan adanya research gap. Penelitian ini mencoba untuk meneliti lagi kemungkinan adanya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat beli pada produk halal. Meskipun sampai saat ini makanan halal sudah tersedia secara luas dan banyak laporan penelitian tentang pasar makanan halal, tetap saja ada kelangkaan perkembangan teori penelitian tentang membeli makanan halal (Alam dan Sayuti, 2011).

Di daerah Demak sendiri banyak masyarakatnya yang memeluk agama islam, tetapi tak sedikit juga yang memeluk agama lain. Hal itu dibuktikan dengan adanya tempat beribadah seperti masjid, gereja, dan klenteng. Meskipun banyak masyarakat di Kab demak yang beragama islam, tetapi tingkat religiusitas dan kesadaran halal masyarakatnya masih perlu di teliti lebih lanjut. Alasannya karena banyak masyarakat yang membeli makanan dan minuman halal hanya karena ingin mencoba. Misalnya produk samyang, dulu sebelum berlabel Halal dari MUI banyak sekali masyarakat yang berlomba-lomba untuk mencoba padahal masih belum jelas hukum dari makanan tersebut. Contoh lain banyak sekarang restoran yang menyajikan menu daging sapi dan daging babi dalam satu tempat, padahal kita tahu bahwa daging babi adalah makanan yang diharamkan. Meskipun kita tidak langsung makan daging babi itu, tapi tempat seperti piring, pemanggangan dan alat makan lainnya masih terkena najisnya. Hal itu seharusnya membuat konsumen lebih waspada dalam memilih makanan yang dikonsumsi. Meskipun masyarakat Demak sendiri kebanyakan memasak dan mengolah ikan sendiri, tak

bisa dipungkiri bahwa masih banyak juga masyarakat Demak yang bepergian untuk belanja dan makan di kota lain.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti berniat untuk meneliti lebih dalam tentang **“RELIGIUSITAS, KESADARAN HALAL, DAN MINAT BELI PRODUK HALAL (Studi Empirik Pada Pelanggan Makanan Halal Di Kabupaten Demak)”**

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yakni :

1. Bagaimana pengaruh Religiusitas dan dimensi-dimensinya terhadap Kesadaran Halal?
2. Bagaimana pengaruh Religiusitas terhadap Minat Beli?
3. Bagaimana pengaruh Kesadaran Halal terhadap Minat beli?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Religiusitas dan dimensi-dimensinya terhadap Kesadaran Halal.
2. Untuk mengetahui pengaruh Religiusitas terhadap Minat Beli.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kesadaran Halal terhadap Minat beli.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

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

- Manfaat teoritis

Di harapkan dapat memberikan manfaat teoritis, setidaknya berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia pendidikan khususnya konsentrasi pemasaran yang meneliti tentang pemasaran, sehingga dapat memberikan kontribusi bagi kepentingan akademis yang diharapkan menambah wawasan sebagai referensi dalam penelitian penelitian yang sejenis.

- Manfaat praktis

##### **1. Bagi peneliti**

Menambah wawasan penulis mengenai kehalalan suatu produk untuk selanjutnya menjadi acuan untuk memilih produk yang terjamin kehalalannya.

##### **2. Bagi Lembaga Pendidikan**

Sebagai masukan guna meningkatkan kualitas lembaga pendidikan yang ada dan dapat menjadi pertimbangan untuk diterapkan di lembaga-lembaga pendidikan sebagai solusi terhadap permasalahan pendidikan yang ada.

##### **3. Bagi ilmu pendidikan**

Sebagai bahan referensi dalam ilmu pendidikan sehingga dapat menambah wawasan dan bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan

bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut terhadap penelitian yang sejenis.