

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan pasar prospektif untuk sejumlah barang atau produk dan merupakan rumah bagi salah satu populasi Muslim terbesar di dunia. Di Indonesia, setiap produk diperiksa dengan cermat, dengan perhatian khusus diberikan pada bagian-bagian penyusunnya. Agama mayoritas masyarakat yang tinggal di nusantara menjadi salah satu alasan dilakukannya hal tersebut. Populasi umat Islam di Indonesia saat ini semakin selektif dalam memilih barang halal. Sebagaimana kita ketahui, masyarakat muslim memerlukan pemenuhan kebutuhan dasar melalui produk yang akan dikonsumsi.¹

Sebagai kebutuhan primer, Manusia memerlukan pangan, sandang, keamanan, perlindungan, dan hak milik antara lain agar dapat bertahan hidup. Kebutuhan ini sudah mendarah daging dalam eksistensi dan kondisi manusia.

Karena mereka membeli berbagai jenis makanan dan minuman, masyarakat muslim tentunya sangat memperhatikan merk, label, dan kemasan produk yang mereka konsumsi. Dalam ajaran Islam, memilih produk dengan hati-hati sangat penting, terutama jika produk tersebut halal, sehingga memiliki manfaat spiritual.

Hal tersebut membuat orang muslim lebih berhati-hati dalam memilih barang dagangan yang sesuai dengan hukum Islam. Disebabkan fakta bahwa

¹ Isna Ahyar, 'Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada C'bezt Fried Chicken Cabang Sinjai)', 2022.

halalan produk yang dikonsumsi oleh orang muslim adalah masalah yang tetap dan tidak dapat diperdebatkan, penting bagi kita untuk mempelajari masalah produk halal, terutama di negara-negara yang memiliki mayoritas penduduk muslim. Dalam agama Islam, makanan dapat disebut halal jika sesuai dengan syari'at Islam. Mengonsumsi hewan atau tumbuhan apa pun secara umum diperbolehkan jika Alquran atau Hadits tidak melarangnya. Boleh jadi ada sesuatu yang haram karena mudharat atau berbahaya bagi manusia. Allah SWT berfirman dalam surat al-Baqarah 168:

لَا يَأْكُلُ النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ
(١٦٨)

Terjemahnya: “Wahai manusia, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh setan itu musuh nyata bagimu.”

Menurut Djati Widodo dalam Ahyar, konsumen adalah individu yang berperan baik sebagai subjek maupun objek konsep utama pengembangan produk. Konsumen juga akan menilai kualitas produk dari sudut pandang industri, selain faktor lainnya. Dari sudut pandang ini, menyadari apa yang diinginkan pelanggan sangat penting bagi keberhasilan setiap produk yang dipasarkan.²

Hal ini menunjukkan bahwa pendorong utama lingkungan pembelian dan penjualan perekonomian serta tingkat kualitas produk adalah pelanggan.

² Ahyar.

Membangun kenyamanan dan kepercayaan konsumen merupakan model bisnis untuk memulai kegiatan ekonomi komunal.

Sebagaimana dinyatakan Sunyoto dalam Permana, “Label produk biasanya memuat informasi tentang produk, dimulai dengan nama, jenis pangan, komposisi, produsen, tanggal produksi, dan label halal. Harga, tanggal kadaluarsa, dan penambahan kandungan nutrisi adalah di antara faktor-faktor lain yang mempengaruhi label”.³

Makanan yang bersertifikat halal memberikan kesan pertama yang baik dan membangkitkan kepercayaan konsumen, khususnya komunitas Muslim. Hal ini membuat orang merasa aman dan nyaman saat makan. Dalam pengaturan ini, barang dibeli dan dijual secara menguntungkan tanpa harus khawatir akan protes produk halal. Indonesia memiliki lembaga yang mengurus sertifikasi produk halal yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). BPJPH merupakan lembaga yang dibentuk atas amanat dari UU No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.⁴

Berdasarkan keputusan menteri agama No 982 tahun 2019 Tentang Layanan Sertifikasi Halal dalam penyelenggaraan proses sertifikasi halal BPJPH bekerjasama dengan majelis ulama Indonesia (MUI) untuk melakukan penetapan kehalalan produk serta lembaga pengkajian pangan, obat-obatan, dan kosmetik MUI (LPPOM MUI) untuk melakukan pemeriksaan dan menguji kehalalan produk sesuai dengan ketentuan undang-undang. BPJPH

³ Seno Loano Permana, ‘Hubungan Antara Presepsi Labelling Halal Dengan Keputusan Membeli Produk Eskrim Di Kota Jambi’, 2024.

⁴ Halal Center, ‘Lembaga Pemeriksa Halal’ <<http://lph.radenfatah.ac.id/index.php/tentang-kami/#:~:text=Sedang Pasal 817 menyebutkan%2C BPJPH,dan pelaporan pelaksanaan di bidang>> [accessed 18 March 2024].

juga memiliki kewajiban untuk sosialisasi, edukasi, dan publikasi produk halal kepada masyarakat.⁵

Hal ini menandakan karena dengan hadirnya lembaga ini maka kualitas setiap produk yang ada di Indonesia terjamin. Selain itu, masyarakat mendapat kepercayaan yang tinggi dari lembaga ini dalam memilih dan mengonsumsi makanan. Secara umum, produk pangan yang memiliki label halal akan memudahkan masyarakat dalam menentukan apakah produk tersebut menarik atau tidak. Terlebih lagi, bisnis pangan saat ini tengah dilanda kegelisahan dan harus merebut kepercayaan konsumen dengan menggunakan label tersebut.

Label halal sangatlah penting dalam suatu produk makanan kemasan, karena terdapat produk yang memiliki unsur yang haram atau berbahaya, oleh karena itu konsumen dalam membeli makanan kemasan lebih teliti dalam memilih produk yang dimana produk tersebut aman dan terjamin kehalalannya. Label halal suatu produk berfungsi sebagai jaminan kualitas dan kebersihannya, menanamkan kepercayaan konsumen dan berpotensi mempengaruhi niat pembelian mereka. Konsumen muslim dan non muslim menyukai produk halal, hal ini disebabkan oleh persepsi keamanan produk. Komunitas mayoritas Muslim di Indonesia memberikan pengaruh yang signifikan terhadap sikap dan perilaku penduduk setempat mengenai label halal itu sendiri dengan memberikan edukasi kepada mereka tentang topik-

⁵ Rahma Fatika Hamidah, 'Efektivitas Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Dalam Menerbitkan Sertifikat Halal', 2022.

topik seperti kesehatan, sanitasi, dan bahan kimia yang aman untuk dikonsumsi.⁶

Seseorang membuat keputusan pembelian tergantung minatnya. Minat beli dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu pertama promosi, promosi adalah salah satu kegiatan pemasaran yang penting dalam upaya mempertahankan kontinuitas serta meningkatkan kualitas penjualan, namun penelitian tentang promosi sudah banyak dilakukan sehingga tidak menjadi variabel pertimbangan dalam penelitian ini. Kedua harga, menurut Gitosudarmo harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapat sebuah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya, ketiga lokasi, lokasi menurut Lupiyoadi merupakan suatu tempat dimana hasil produk perusahaan berada dan lokasi berpengaruh penting dalam kesuksesan suatu usaha karena lokasi akan berpengaruh terhadap besarnya pasar potensial bagi perusahaan. Kemudian keempat kualitas produk, menurut Kotler & Armstrong kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya yaitu durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.⁷

Dalam kualitas produk terdapat label yang mana label merupakan sebuah tanda pengenal atau identitas suatu produk dimana melalui label dapat diketahui berbagai informasi mulai dari brand, petunjuk, kualitas, dan lain sebagainya. Yang menjadi focus peneliti dalam penelitian ini adalah label

⁶ R. Golnaz and others, 'Non-Muslims' Awareness of Halal Principles and Related Food Products in Malaysia', *International Food Research Journal*, 17.3 (2010), 667–74.

⁷ Pitri Nora Ninggolan and Heryenzus, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam', 2017, 139–55.

yakni label halal pada produk. Promosi, harga, lokasi, tidak menjadi variabel pertimbangan dikarenakan sudah banyak penelitian yang meneliti tentang hal tersebut.

Label halal menjadi pertimbangan penulis karena halal menjadi isu menarik saat ini karena berbagai alasan salah satunya yaitu produk halal dianggap memiliki standar kesehatan dan kebersihan yang lebih tinggi, dan juga konsep halal kini telah meluas ke sektor-sektor lain seperti farmasi, kosmetik, fasion, parawisata, dan perbankan. Dari hal tersebut menunjukkan bahwa halal bukan hanya sebagai kebutuhan religius tetapi juga tren global yang mencerminkan perubahan nilai konsumen dan dinamika pasar.

Toko madani Minimarket merupakan toko yang terletak di Wilayah Batu Merah Atas, dengan nama yang islami, pegawai yang mayoritas muslim, dan berlokasi di pemukiman dengan mayoritas penduduk muslim, memainkan peran penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk yang berlabel halal. Di lingkungan ini, konsumen cenderung memiliki pengetahuan yang baik tentang arti dan pentingnya label halal, karena sensitivitas terhadap aspek keagamaan dalam pemilihan produk. Keberadaan toko dengan karakteristik islami ini juga membangun kepercayaan konsumen bahwa produk yang dijual di sana sesuai dengan standar halal yang ketat, sesuai dengan keyakinan dan nilai-nilai agama mereka. oleh karena itu peneliti memilih kualitas produk dalam hal ini label halal karena toko tersebut menyediakan produk yang tentunya harus memiliki label halal jika ingin menarik minat konsumen.

Penelitian Kurniaputri menunjukkan bahwa label halal mempengaruhi kecenderungan konsumen untuk membeli karena sertifikasi halal menetapkan kualitas tertinggi yang dinyatakan sebagai pilihan terbaik bagi klien. Loyalitas merek akan timbul dari adanya jaminan kehalalan.⁸ Pelanggan yang memiliki opini positif terhadap suatu perusahaan dan secara konsisten membeli dari waktu ke waktu dikatakan loyal.⁹ Maka dari itu pembeli bisa menetap dan yakin akan suatu produk dimana pembeli merasa terjamin akan kebutuhannya dalam hal ini apa yang dibeli sudah halal dan layak dikonsumsi. Hal tersebut akan membuat pembeli lebih setia dan memilih produk tersebut bahkan jika ada produk serupa yang lebih murah, pembeli akan tetap memilih produk tersebut karena telah dijamin dengan sertifikasi halal.

Toko madani minimarket menyediakan berbagai produk yang dibutuhkan dalam sehari-hari oleh masyarakat. Toko Madani Minimarket Kota Ambon yang sama seperti minimarket pada umumnya yang menyediakan produk-produk yang dibutuhkan masyarakat yang dapat membeli dengan jumlah yang kecil dengan harga terjangkau. Produk-produk yang terdapat didalamnya di beli dari luar kota dan ada juga produk dari luar negeri.

Selanjutnya pada Toko Madani Minimarket yang menyediakan berbagai makanan kemasan yang telah diberi label halal. Toko ini diminati

⁸ Mega Rachma Kurniaputri, 'Brand Equity Dan Labelisasi Halal Dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Produk Lifebuoy', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6.3 (2020), 450 <<https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1200>>.

⁹ Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015).

masyarakat untuk berbelanja mulai dari mahasiswa hingga masyarakat setempat. Dari observasi awal, peneliti mendapat 2 pendapat berbeda yakni, pendapat pertama membeli makanan kemasan tertentu karena terdapat label halal di kemasan tersebut kemudian pada pendapat kedua tidak terlalu memperhatikan label halal tersebut. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Toko Madani Minimarket Kota Ambon”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Pencantuman Label Halal Pada Produk Makanan Kemasan Berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Madani Minimarket Kota Ambon?

C. Tujuan Penelitian

1. untuk mengetahui apakah label halal pada makanan kemasan berpengaruh terhadap minat konsumen berbelanja di Toko Madani Minimarket Kota Ambon.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana minat pembelian konsumen di Toko Madani Minimarket dipengaruhi oleh label halal pada produk makanan kemasan. Peneliti dapat menggunakan teori yang mereka kembangkan melalui penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Pembaca dapat mengetahui lebih jauh temuan penelitian ini mengenai dampak label halal produk makanan kemasan terhadap minat konsumen melakukan pembelian di Toko Madani Minimarket Kota Ambon. sehingga pembaca dapat menyesuaikan kembali dalam penentuan, perencanaan dan pemasaran dalam memenuhi keinginan konsumen agar tercipta penjualan yang baik.

