

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi memang telah mampu merubah pola hidup masyarakat. Konsumsi yang dulunya merupakan sebuah kebutuhan biologis semata kini telah bertransformasi, bukan saja pada pemenuhan makanan melainkan sudah menjadi gaya hidup (*life style*) dan bahkan sudah dijadikan simbolisasi dari status sosial seseorang. Pemenuhan kebutuhan komoditas barang dan jasa, terutama komoditas pangan memang merupakan dimensi yang bersifat primer dalam kehidupan manusia. Meskipun demikian, manusia tidak dibiarkan menjejali dirinya dengan berbagai produk yang berseliweran yang tidak jelas asal-usul, komposisi bahan dan status hukum kehalalannya.<sup>1</sup>

Negara Indonesia dengan populasi umat Muslim terbesar di seluruh dunia merupakan suatu Negara dengan potensi pasar akan produk halal yang sangat menjanjikan. Menurut Data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 237,53 juta jiwa per 31 Desember 2021. Jumlah ini setara dengan 86,9% dari populasi tanah air yang mencapai 273,32 juta orang.<sup>2</sup>

Di Negara Indonesia itu sendiri konsumen Muslim dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk memeriksa dan menganalisis produk-produk

---

<sup>1</sup>Muhammad, Ibnu Elmi As Pelu, Label Halal; Antara Spiritual Bisnis dan Komoditas Agama, Malang: Madani, 2009, h. 1-2

<sup>2</sup> Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama; Kementerian Dalam Negeri, Jakarta; 2022

yang akan digunakan oleh konsumen muslim di Indonesia seperti LPPOM (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika), BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dan BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal). Lembaga tersebut bertugas untuk mengawasi berbagai produk yang akan beredar di masyarakat Indonesia dengan cara memberi logo/sertifikat halal pada setiap produknya, sehingga umat muslim yang ingin membeli produknya bisa memastikan kehalalannya dengan melihat logo halal pada produk yang ingin dibelinya.

Berkembangnya suatu bisnis yang terjadi saat ini, menyebabkan adanya persaingan dan kompetisi dalam suatu bisnis yang semakin ketat diantara kalangan perusahaan. Oleh sebab itu perusahaan harus mengikuti perubahan-perubahan kearah yang lebih maju dengan semakin meningkatkan berbagai inovasi agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Dalam era modern sekarang ini Gaya hidup di masyarakat sangat beragam dan yang menjadi salah satu kebutuhan penting di masyarakat khususnya pada konsumen Muslim di Indonesia yaitu kebutuhan akan suatu produk makanan yang dapat terjamin kehalalannya.

Beberapa penelitian telah membuktikan bahwa ternyata konsumen sering dihadapkan pada penjualan atau peredaran produk makanan olahan yang mengandung bahan haram atau dapat mengganggu kesehatan konsumen. Kasus-kasus besar yang berkaitan dengan kehalalan produk pangan telah terjadi di Indonesia dan telah merugikan banyak pihak, serta menimbulkan keresahan masyarakat. Maka dari itu adanya pelabelan halal dalam suatu produk dan jasa itu begitu penting bagi umat muslim khususnya.

Bagi seorang muslim, halal adalah sesuatu yang hal yang utama dalam pemilihan produk. Artinya, dalam setiap produk makanan yang dikonsumsi, konsumen muslim akan mencari informasi tentang suatu produk tersebut. Label halal dapat menjadi pertimbangan konsumen muslim saat membeli suatu makanan dan minuman karena dalam Islam umat muslim diwajibkan untuk mengonsumsi makanan dan minuman yang halal. Label halal dicantumkan pada kemasan produk sebagai jaminan produk tersebut halal untuk dikonsumsi. Secara teori maka, untuk pemeluk Islam yang taat, persepsi, sikap dan motivasi mereka menentukan pilihan produk makanan halal yang diwakili dengan label halal. Adapun produsen yang tidak mencantumkan label halal pada kemasannya dianggap belum mendapat persetujuan lembaga berwenang (LPPOM MUI) untuk diklasifikasikan kedalam produk yang halal atau diragukan kehalalannya. Keadaan label halal itu akan membuat konsumen muslim berhati-hati untuk memutuskan mengonsumsi atau tidak produk-produk tanpa label halal tersebut. Sehingga adanya label halal dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.<sup>3</sup>

Kesadaran konsumen muslim akan labelisasi produk halal merupakan salah satu akibat dari adanya pemahaman agama yang baik serta juga akibat dari edukasi yang dilakukan oleh lembaga yang berwenang seperti LPPOM, BPOM dan BPJPH kepada para produsen mengenai betapa pentingnya mempunyai sertifikat atau labelisasi halal pada produk yang akan dijual kepada masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya bergama Islam. Sehingga hal tersebut akan dapat

---

<sup>3</sup>Muchith A Karim, *Perilaku Konsumen Muslim Perkotaan dalam Mengonsumsi Produk Halal* (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2013), hlm. 3-5.

meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim yang peduli akan label halal maupun sertifikat halal pada produk yang akan dibeli dan dikonsumsi, dan label halal tersebut juga membuat konsumen muslim tidak ragu untuk membeli produk makanan kemasan lokal yang dapat terjamin kehalalannya.

Halal diartikan sebagai sesuatu yang baik, bersih dan tentunya boleh digunakan atau dikonsumsi oleh manusia. Dalam Q.S An-Nahl: 114-115 Allah SWT berfirman:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنُتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ \*  
 إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ  
 بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: “Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya. (114) Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (hewan) yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah, tetapi barangsiapa terpaksa (memakannya) bukan karena menginginkannya dan tidak pula melampaui batas, maka sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”. (115) – (Q.S An-Nahl: 114-115).

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu label halal. Pemberian label halal pada setiap kemasan produk bertujuan untuk memberikan kepastian status kehalalan produk tersebut dan untuk menentramkan batin konsumen muslim akan prosedur, bahan baku, dan pengolahan dari produk itu sendiri, sehingga konsumen tidak ragu untuk melakukan pembelian.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>Shilachul Alfinul Alim, M Kholid Mawardi Aniesa dkk., “Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei Pada Pelanggan Produk Zoya Muslim Di Kota Malang),” dalam Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Volume 62, No. 1, September 2018, hlm. 128.

Kabupaten Bandung Barat merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Barat yang banyak terdapat populasi penduduk yang beragama Islam. Menurut data Jabar Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil jumlah muslim yang ada di Kabupaten Bandung Barat 2021 sebanyak 1.752.500 jiwa dari 1.780.767 jiwa per tahun 2021. Oleh karena itulah penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Kabupaten Bandung Barat tepatnya di Kecamatan Cililin, karena di kecamatan ini banyak sekali terdapat populasi konsumen Muslim yang pastinya memiliki berbagai macam alasan tersendiri untuk membeli dan mengkonsumsi produk makanan halal, khususnya yaitu pada produk makanan dan minuman. Penulis tertarik untuk meneliti di lokasi tersebut. karena masyarakat Kecamatan Cililin tersebut ada fenomena atau masalah yang ada di kalangan populasi umat Muslimnya, yaitu di lokasi tersebut masih banyak umat Muslim yang tidak memperhatikan tentang kehalalan suatu produk yang ingin dibeli dan dikonsumsi bahkan ada sebagian kecil masyarakat di lokasi tersebut yang mengkonsumsi sesuatu yang haram seperti minuman keras. Masyarakat di lokasi tersebut cenderung lebih mementingkan indikator harga yang murah dan promosi menarik yang dilakukan produsen pada produk minuman, tanpa mengetahui minuman tersebut sudah bersertifikasi halal atau tidak.

Selain labelisasi halal, hal yang juga sangat penting dalam minat pembelian konsumen untuk membeli suatu produk juga dilihat berdasarkan kualitas pada suatu produk. Kualitas produk adalah menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan. Secara umum konsumen lebih cenderung untuk membeli suatu produk yang memiliki kualitas baik dan terjamin. Jika

konsumen menganggap bahwa kualitas suatu produk makanan kemasan lebih tinggi, maka konsumen tersebut akan membeli kembali produk makanan kemasan tersebut. Begitupun sebaliknya jika konsumen menganggap kualitas produk tidak terjamin, maka konsumen tersebut tidak akan membeli kembali produk makanan kemasan lokal tersebut. Sehingga jika seorang produsen menjual suatu produk makanan atau minuman dengan kualitas yang lebih rendah dan tidak sesuai dengan pangsa pasar yang ingin dituju, hal itu akan mengakibatkan kerugian, menyebabkan rendahnya nilai jual dan ketidakseimbangan dalam bersaing dengan para produsen lainnya.

Konsumen juga mempertimbangkan faktor kualitas produk yang akan mereka beli. Konsumen sekarang mulai selektif dalam memilih produk yang akan mereka beli. Mereka akan lebih menyukai produk yang menawarkan fitur-fitur yang memiliki kualitas yang terbaik, dan inovatif.<sup>5</sup> Konsumen akan menyukai dan memilih produk-produk yang berkualitas terbaik. Para manajer berupaya membuat produk-produk terbaik dan terus menerus memperbaiki produk-produk tersebut. Hal ini disebabkan konsumen menginginkan produk-produk yang diproduksi dengan baik dan memberikan penilaian tinggi terhadap kualitas.<sup>6</sup> Sehingga kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi kualitas produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Jelly potter merupakan salah satu produk makanan dan minuman yang sudah mempunyai label halal dalam kemasannya, yang menjaga kualitas produk

---

<sup>5</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, Diterjemahkan dari "Marketing Management" oleh Benyamin Molan, (Jakarta: PT Indeks, 2007), hlm. 180.

<sup>6</sup>Winardi, Entrepreneur Dan Entrepreneurship (Jakarta: Kencana, 2003), hlm. 277.

dan kualitas rasa agar menjadi produk makanan dan minuman yang digemari oleh banyak kalangan. Hal tersebut membuat produk jelly potter di gemari oleh banyak pihak terutama remaja. Konsumen yang membeli produk jelly potter yang mana semua mayoritas beragama Islam dapat menjadi perwakilan dari komunitas muslim dan juga bisa memilih produk yang mempunyai citra merek yang bagus. Konsumen merupakan salah satu komunitas yang dapat memilih produk-produk yang mereka konsumsi berdasarkan informasi yang mereka peroleh baik atau tidaknya untuk di konsumsi. Dengan adanya produk minuman ini, penulis tertarik melakukan penelitian guna melihat perilaku konsumen dalam pembelian produk Jelly Poter

Penulis telah melakukan wawancara dengan salah satu pemilik usaha Jelly Potter di Cililin Bandung Barat yaitu Pak Asep yang telah menjalankan usaha kurang lebih selama 2 tahun. Menurut beliau, penjualan Jelly Poter pada tahun 2021 mengalami kenaikan dan penurunan, penjualan pada bulan Januari sebanyak 50 konsumen, Februari 78 konsumen, Maret 100 konsumen, April 170 konsumen, Mei 250 konsumen, Juni 142 konsumen, Juli 150 konsumen, Agustus 140 konsumen, September 121 konsumen, Oktober 64 konsumen, November 287 konsumen, Desember 300 konsumen, oleh karena itu total konsumen yang dicapai sebanyak 11852 konsumen.

Beliau juga menjelaskan bahwa awal mula membuka usaha ini disaat pandemi sedang gencar-gencarnya. Dan Pak asep menjelaskan banyak usaha minuman yang buka usaha juga tanpa memperhatikan label halal yang hanya melakukan promosi dengan diskon dan sebagainya. Adapula usaha minuman yang

hanya berpatok di harga yang terjangkau tanpa memperhatikan kualitas produk minuman yang dijualnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Berkenaan dengan hal tersebut maka penulis memberikan judul pada penelitian ini **“Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dalam membeli Produk Jelly Potter”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diperoleh masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Label Halal terhadap keputusan pembelian pada produk Jelly Potter?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Jelly Potter?
3. Bagaimana pengaruh label halal dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk Jelly Potter?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada produk Jelly Potter.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Jelly Potter.



3. Untuk mengetahui pengaruh label halal dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk Jelly Potter.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan untuk berbagai pihak, diantaranya:

1. Kegunaan teoritik

Pembahasan yang telah diuraikan diatas terhadap permasalahan-permasalahan mengenai label halal dan kualitas produk diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi para pembaca mengenai pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk jelly potter. Adapun secara teori, ilmu pengetahuan dapat membawa perkembangan dan sebagai bahan pertimbangan yang dapat digunakan sekaligus rujukan terutama dalam study pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

2. Kegunaan praktik

Pada penelitian ini mahasiswa diharapkan dapat mengambil manfaat baik secara lisan ataupun tulisan, dapat menambah wawasan dan pengetahuan untuk kalangan masyarakat luas terutama bagi penulis. Serta orang yang ingin memperdalam ilmu Ekonomi Islam. Selain itu penelitian ini Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis mengenai ekonomi islam. Penelitian ini juga berguna sebagai syarat akademisi untuk menyelesaikan stara 1 jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung.



**uin**  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG