

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Di dalam islam mengajarkan bahwa Halal dan haram merupakan bagian dari hukum *syara'* dan bertentangan satu sama lain, oleh karena itu dilarang dalam Islam. Yang haram dianggap haram, sedangkan yang halal mengacu pada hal-hal yang diperbolehkan. Setiap muslim dianjurkan untuk sebisa mungkin tetap berpegang pada makanan dan minuman yang halal (*thayyib*) yaitu baik dan sehat. Dalam konteks halal, umat Islam dituntut untuk berusaha semaksimal mungkin untuk mengonsumsi makanan halal karena Islam memiliki hukum diet untuk konsumsi makanan. Selain itu, alasan utama dibalik makanan halal ialah untuk diterima di kalangan non-muslim baik dari segi keamanan, kebersihan, kualitas makanan maupun kesehatan. Oleh karena itu, kesadaran halal memiliki pengaruh besar dalam menjelaskan niat untuk membeli sebuah produk halal (Aziz dan Chok, 2013).

Berdasarkan data *Worldpopulationreview*, negara Indonesia adalah negara yang memiliki mayoritas penduduk yang memeluk agama islam. Hal ini juga didukung dengan laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)* yang menyebutkan bahwasanya Indonesia adalah negara dengan penduduk muslim terbesar pada tahun 2021, yakni sebanyak 231 juta jiwa. Dengan banyaknya mayoritas penduduk muslim tersebut, menjadikan produsen dapat

melakukan dalam upaya pemilihan sebuah produk makanan yang sesuai dengan kebutuhan.

Industri halal adalah salah satu bisnis dengan pertumbuhan tercepat di pasar global. Hal ini termasuk dari segi keuangan, pariwisata, layanan dan makanan. Sektor makanan memiliki standar umum yang sama dengan banyak sektor konvensional lainnya dalam hal pemasarannya, tetapi bagaimanapun memiliki serangkaian implikasi yang eksplisit (Jonathan dan Wilson, 2012). Pangan merupakan kebutuhan mendasar yang harus dipenuhi oleh masyarakat. Oleh karena itu, makanan adalah bagian paling penting dalam kehidupan manusia yang dapat menjadi potensi pasar untuk makanan halal. Makanan halal merupakan aspek yang menjanjikan. Sebagian orang khawatir dengan kehalalan makanan yang mereka konsumsi.

Kategori yang diperbolehkan untuk dikonsumsi oleh hukum Islam seperti yang tercantum didalam Al-Qur'an atau Al-Hadits adalah makanan yang halal dan tayyiban. (Kusnandar, 2016). Dalam prinsip di agama islam, makanan dibagi menjadi dua jenis yaitu makanan halal yang diperbolehkan dan non-halal (haram) yang tidak diperbolehkan. Makanan halal adalah jenis atau komponen dalam dunia industri makanan yang paling diakui. Oleh karena itu, produsen makanan halal memfokuskan untuk mendistribusikan produknya kepada negara dengan populasi yang memiliki penduduk muslim yang besar. Pertumbuhan populasi muslim adalah salah satu faktor penting yang memengaruhi pertumbuhan dan perkembangan pasar makanan halal (Varinlid dkk, 2016). Makanan halal selalu menempatkan sebuah logo halal agar konsumen dapat

mengerti apakah produk yang dikonsumsi halal ataupun haram. Tidak hanya logo halal yang penting bagi konsumen untuk mengidentifikasi produk halal tetapi juga kesadaran akan kehalalan. Kesadaran dalam memilih dan mencari tahu indikator makanan yang halal adalah suatu cermin atau langkah pertama dari proses pembelian, terutama bagi konsumen yang tidak berpengalaman dengan produk atau layanan akan menjadi akrab dengannya. Dalam konteks halal, kesadaran konsumen akan kehalalan memengaruhi keputusan mereka untuk membeli produk makanan halal.

Makanan halal saat ini menjadi salah satu industri yang berkembang pesat, khususnya di negara Indonesia. Hal ini membuat produk makanan seperti mie instan yang memiliki logo halal selalu menjadi andalan untuk mengisi perut kosong baik saat di rumah maupun di luar rumah. Hal tersebut yang membuat pengolahan makanan berkemasan atau biasa disebut dengan mie instan sekarang wajib memiliki logo dan sertifikasi halal. Salah satunya produk Mie Samyang yang menggunakan kemasan bungkus plastik yang disertai dengan logo halal dengan memberikan foto menggunakan media sosial Instagram agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat Indonesia. Harga dari Mie Samyang yang dijual mulai dari Rp15.000,00 untuk kemasan kecil dan Rp30.000,00 untuk kemasan besar.



Sumber: Instagram @samyangfoods_indonesia

Gambar 1. 1 Mie Samyang beserta Logo Halal

Produk Mie Samyang lebih banyak menggunakan media sosial Instagram, mulai dari mengunggah foto maupun video produk dan harganya. Postingan dari Mie Samyang akan di-branding dengan semenarik mungkin baik melalui feeds atau tatanan postingan produk yang terdapat di Instagram.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kesadaran Halal, Logo Halal, dan Sikap Terhadap Perilaku Membeli Melalui Niat Beli Konsumen Mie Samyang**” Penelitian ini merupakan replikasi murni dari penelitian yang dilakukan oleh Abdalla Mohamed Bashir (2019) dan menggunakan alat analisis *Structural Equation Model* (SEM) melalui program *Software Analysis of Moment* (AMOS).

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kesadaran halal konsumen berpengaruh ke niat beli konsumen terhadap pembelian produk makanan halal?
2. Apakah logo halal berpengaruh ke niat beli konsumen terhadap pembelian produk makanan halal?
3. Apakah sikap konsumen berpengaruh ke niat beli konsumen terhadap produk makanan halal?
4. Apakah niat beli konsumen berpengaruh terhadap perilaku pembeliannya terhadap produk makanan halal?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan membuktikan pengaruh kesadaran halal terhadap niat beli konsumen terhadap pembelian produk makanan halal
2. Menganalisis dan membuktikan pengaruh logo halal terhadap niat beli konsumen pada pembelian produk makanan halal
3. Menganalisis dan membuktikan pengaruh sikap terhadap niat beli konsumen terhadap pembelian produk makanan halal
4. Menganalisis dan membuktikan pengaruh niat beli konsumen terhadap perilaku pembelian produk makanan halal

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki berbagai manfaat untuk berbagai kalangan meliputi:

Keuntungan Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam manajemen pemasaran, khususnya yang terlibat dalam perilaku konsumen dan khususnya mereka yang tertarik pada bagaimana pelabelan halal memengaruhi perilaku pembelian pelanggan.

2. Keuntungan yang Bermanfaat

Selain memberikan informasi tentang dampak label halal terhadap keputusan pembelian konsumen, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi produsen makanan sebagai faktor material dalam proses produksi makanan halal.

3. Keunggulan Kebijakan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi yang akan membantu pemerintah dan organisasi lain untuk lebih peduli terhadap masalah konsumsi produk halal. karena Muslim merupakan bagian terbesar dari penduduk Indonesia.

1. Manfaat Teoritis

Piharapan dari penelitian ini dapat memberikan bahan masukan bagi semua pihak yang berminat terhadap bidang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen, khususnya mengenai pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Harapan dari penelitian ini dapat berguna bagi para produsen makanan sebagai bahan pertimbangan dalam proses produksi makanan halal serta dapat memberikan informasi mengenai pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Manfaat Kebijakan

Harapan dari penelitian ini agar dapat menjadi bahan masukan bagi pemerintah dan beberapa instansi agar lebih peduli terhadap masalah konsumsi akan produk halal. Karena mayoritas penduduk Indonesia sebagian besar beragama Islam.