

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

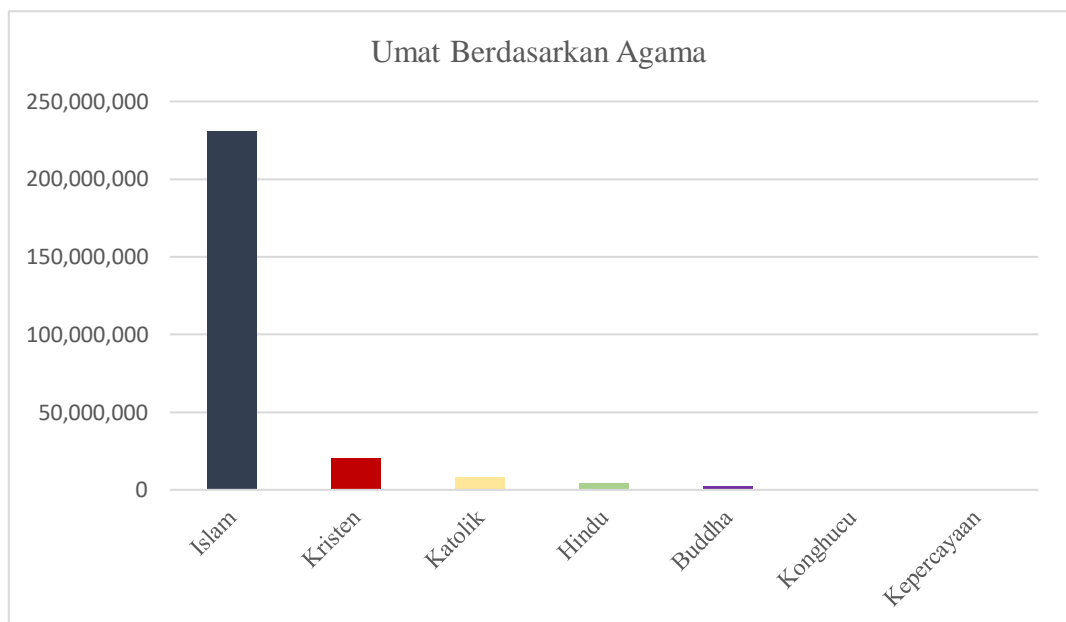
#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Tingkat jumlah penduduk di Indonesia yang merupakan salah satu negara di Asia Tenggara dapat dikatakan cukup tinggi. Berdasarkan data sensus penduduk pada juni 2021, jumlah keseluruhan penduduk Indonesia menurut pernyataan Kemendagri sebanyak 272.229.372 jiwa (Dukcapil, 2021). Dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 137.521.557 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 134.707.815 jiwa (Dukcapil, 2021). Disamping itu, dengan banyaknya jumlah penduduk terdapat adanya beragam kepercayaan mulai dari Islam, Hindu, Budha, Kristen, Konghucu. Adanya beragam kepercayaan, dapat membuat penduduk Indonesia tetap saling dapat menghormati satu sama lain.

Dengan adanya berbagai macam kepercayaan yang ada di Indonesia, islam merupakan agama dengan tingkat pemeluk agama yang terbanyak. Total keseluruhan dari jumlah penduduk agama islam di Indonesia adalah sebanyak 231,069,932 jiwa dari total keseluruhan jumlah penduduk Indonesia (Kemenag, 2022). Hal tersebut dapat dikatakan jika mayoritas penduduk Indonesia merupakan muslim. Menurut Diamant (2019) dalam (Setiawan & Mauluddi, 2019) negara yang termasuk dari penyumbang jumlah pemeluk agama islam salah satunya adalah Indonesia dengan total 12,6%. Banyaknya pemeluk agama islam yang semakin berkembang dari tahun ketahun dapat menjadi suatu potensi pasar.

Menurut Pew Research Center (2011) dalam (Setiawan & Mauluddi, 2019) perkembangan muslim dari tahun ke tahun dapat menjadi potensi pasar yang besar, kemungkinan pada tahun 2070 islam merupakan suatu agama dengan pemeluk agama terbanyak di dunia.

**Gambar 1.1 Populasi Agama di Indonesia**



*Sumber data : (Kemenag, 2022)*

Bagi orang muslim, suatu keharusan dalam mengkonsumsi produk halal. Menurut Al-Ghazali (2007) dalam (Nurhasah et al., 2017) penyebab dari adanya suatu produk dapat dikatakan haram dapat berasal dari bahannya seperti babi, darah, khamr, alkohol, dsb, selain itu juga dapat berasal dari proses pengolahannya serta asal harta yang didapatkan dalam memperoleh bahan makanan tersebut. Dalam mengkonsumsi suatu produk halal dapat berupa makanan atau minuman mereka

perlu benar-benar memastikan mengenai kepastian dari produk tersebut, apakah yang mereka konsumsi termasuk halal atau haram. Berdasarkan apa yang sudah dijelaskan oleh Allah SWT dalam al-qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168 mengenai kewajiban mengkonsumsi makanan halal. Dengan adanya ketentuan dari ayat tersebut, mengkonsumsi makanan serta minuman halal merupakan suatu kewajiban dalam kehidupan sehari-hari. Suatu produk dapat dikatakan halal jika seluruh rangkaian proses pembuatannya serta bahan-bahan yang digunakan berdasarkan ketentuan dari syariat islam (Ahmed et al., 2018).

Dalam beberapa tahun terakhir, terdapat beberapa penelitian mengenai produk makanan halal pada sikap konsumen muslim (Windiana & Putri, 2021). Melihat adanya pertumbuhan pemeluk agama islam yang semakin berkembang sehingga mengakibatkan adanya kenaikan permintaan pada produk halal. Bagi pandangan muslim, makanan halal merupakan suatu hal yang yang dapat terjamin kemanannya, terutama mengenai bahan serta bagaimana cara makanan tersebut diolah. Dalam pemilihan makanan halal, terdapat faktor yang menyebabkan kesediaan muslim untuk melakukan pembelian pada produk halal. Selama beberapa tahun terakhir, cukup banyak yang telah meneliti pada faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar produk halal salah satunya pada niat konsumen dan sebagainya (Ahmed et al., 2018). Menurut Ali et al., (2018) dalam (Setiawan, 2019) Pada akhir-akhir ini penelitian yang memilih segmen muslim pada penelitiannya khususnya pada makanan halal cukup berkurang.

Semakin berkembangnya tingkat pemeluk agama islam di Indonesia dapat berdampak pada kenaikan permintaan produk halal yang dapat menjadi potensi

pasar bagi sebuah bisnis. Dengan adanya perkembangan bisnis mulai banyak bisnis yang bermunculan dengan menawarkan produk halal. Untuk tetap bertahan di antara persaingan bisnis yang ketat, perusahaan berlomba-lomba dalam menguasai pasar. Akan tetapi diantaranya terdapat beberapa bisnis yang melakukan kecurangan untuk mendapatkan omset yang tinggi serta menguasai pasar. Namun dalam mencapai hal tersebut, masih terdapat bisnis yang tidak memperhatikan kualitas produk yang diproduksi apakah produk tersebut layak dikonsumsi serta proses pengolahan dan bahan pembuatannya memenuhi syariat islam (Pramintasari & Fatmawati, 2017).

Perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, konsep mengenai mengkonsumsi makanan halal tidak hanya bagi muslim saja. Sedangkan agama selain islam mulai mengkonsumsi produk halal tersebut. Bagi mereka, suatu produk yang halal dapat terjamin dari segi kualitas, kesehatan, serta keamanan. Alasan tersebut dapat muncul karena mereka tidak khawatir mengenai produk tersebut ketika mengkonsumsinya. Masing-masing individu memiliki berbagai macam tingkat kesadaran yang berbeda antara satu sama lain mengenai kesadaran dalam mengkonsumsi produk yang sesuai syariat islam (Harminingtyas & Noviana, 2021).

Menurut Rezai et al., (2012) dan Rajagopal et al., (2011) dalam (Ahmed et al., 2018) masih terdapat beberapa muslim yang asal memilih makanan halal. Bahkan mereka menganggap semua produk makanan yang beredar di Indonesia merupakan makanan yang halal. Mereka tidak memikirkan mengenai apakah bahan penggunaan makanan tersebut berasal dari bahan yang halal, proses pengolahan yang sesuai syariat islam karena adanya pengetahuan yang terbatas tentang

kehalalan suatu produk. Menurut Ali et al., (2018) dalam (Setiawan & Mauluddi, 2019) kemudahan dalam memperoleh kehalalan suatu produk di Indonesia. Seringkali konsumen mengabaikan kehalalan produk tersebut ditambah sulitnya konsumen dalam mengenali kehalalan suatu produk bahkan setelah mengkonsumsinya.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen muslim dalam melakukan kesediaan pembelian pada produk makanan halal (Ahmed et al., 2018). Seperti persepsi konsumen dalam persepsi kegunaan mengenai produk halal. Menurut Athapaththu & Kulathunga (2018) dalam (Asmarina, 2021) persepsi manfaat dapat diartikan sebagai suatu kepercayaan seseorang terhadap informasi yang didapatkan sehingga memudahkan dalam merasakan manfaat yang diperoleh. Menurut Lada et al., (2009) dalam (Setiawan & Mauluddi, 2019) suatu produk halal yang bersertifikat dapat berarti jika makanan tersebut telah melalui serangkaian proses yang ketat mengani kebersihan serta sanitasi. Bagi masyarakat muslim, suatu makanan yang halal merupakan makanan yang terjamin kebersihannya. Sehingga menurut pandangan muslim, mereka tidak perlu khawatir dalam mengkonsumsinya.

Kepedulian pada halal dapat terjadi dapat terjadi karena adanya penyebab dari suatu hal yang mengakibatkan munculnya rasa peduli terhadap makanan yang akan dikonsumsi. Menurut Bonne et al., (2007) dalam (Pramintasari & Fatmawati, 2017) tingkat akulturasi maupun agama dalam berbagai makanan yang dikonsumsi dapat mempengaruhi kesadaran produk halal. Selain itu, kepedulian makanan halal oleh muslim juga dapat mempengaruhi dalam memilih makanan halal. Sehingga

dapat diperkuat dengan terdapatnya logo halal yang tertera pada makanan tersebut. Karena mereka percaya jika serangkaian proses pengolahan makanan tersebut terjamin kualitasnya serta kehalalannya.

Sikap seseorang dapat mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Menurut Rezai et al., (2010) dalam (Setiawan & Mauluddi, 2019) suatu sikap serta kontrol mengenai makanan halal dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih makanan halal. Menurut Afendi et al., (2014) dalam (Khan et al., 2019) sikap, norma, serta perilaku kontrol dapat menjadi sebuah faktor dalam melakukan kesediaan membayar produk halal. Hal tersebut tidak hanya berlaku bagi muslim saja, akan tetapi non muslim juga dapat terpengaruh dengan adanya sikap terhadap makanan halal.

Religiusitas dapat menjadi salah satu faktor untuk melakukan kesediaan membayar sebuah produk. Menurut Schiffman & Kanuk (2015) dalam (Pramintasari & Fatmawati, 2017) keyakinan dan identitas agama dapat mempengaruhi sekelompok agama yang berbeda dalam melakukan pembelian suatu produk. Pada dasarnya setiap agama memiliki peraturan yang harus ditaati dan dihindari salah satunya pada makanan, hal tersebut juga berlaku bagi orang muslim. Pemilihan produk makanan halal juga dapat sebagai bentuk muslim dalam menaati syariat islam (Mashudi & Fahlevi, 2021).

Bahan produk dapat juga mempengaruhi kesediaan konsumen dalam membeli produk makanan (Harminingtyas & Noviana, 2021). Apakah mengandung unsur bahan yang memenuhi kriteria dibutuhkan sesuai kondisi saat ini atau tidak.

Hal tersebut juga berlaku bagi makanan halal, makanan tidak dapat dianggap sebagai halal jika bahan yang digunakan tidak sesuai syariat islam.

Tingkat permintaan sertifikasi halal dapat diartikan sebagai banyaknya tingkat permintaan konsumen terhadap sertifikasi halal pada produk yang dijual. Selain itu, sertifikasi halal juga merupakan suatu hal yang didapatkan berdasarkan keseluruhan proses rangkaian produksi dari awal sampai akhir yang berasal dari adanya pernyataan atau pengakuan resmi yang berasal dari lembaga resmi agama (Setiawan & Mauluddi, 2019). Sertifikasi halal juga dapat mencerminkan jika produk tersebut baik serta terjamin keamanannya karena sesuai syariat pada seluruh rangkainya sehingga dapat dikonsumsi oleh muslim (Harminingtyas & Noviana, 2021).

Menurut Ambali et al., (2014) dalam (Pramintasari & Fatmawati, 2017) Salah satu bentuk pengetahuan dasar dalam mengetahui serta memilih produk halal adalah dengan adanya sertifikasi halal pada produk tersebut. Hal ini sesuai berdasarkan kuesioner sederhana yang telah disebar kepada 18 responden, hasil menunjukkan jika responden memilih produk halal berdasarkan sertifikasi atau logo halal yang tertera. Dengan penduduk Indonesia yang mayoritas agama islam, menjadikan produk makanan yang dipasarkan mencantumkan sertifikasi halal.

Terdapat banyaknya produk makanan halal yang beredar di pasar Indonesia. Salah satunya adalah dari brand ABC. PT Heinz ABC Indonesia merupakan perusahaan yang memenuhi kebutuhan rumah tangga atau dalam kehidupan sehari-hari (Indonesia, 2021). Dengan memiliki visi dalam menjadikan setiap makanan

memiliki rasa yang lezat bagi setiap keluarga di Indonesia (Indonesia, 2021). Produk dari PT Heinz ABC Indonesia mulai dari saos, kecap, sirup, makanan kaleng, makanan, minuman. Bahkan produk ABC juga dikenal luas hampir seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Salah satu produk dari PT Heinz ABC yang dikenal adalah sardines ABC yang memiliki tiga varian rasa yaitu ekstra pedas, cabai, dan tomat (Indonesia, 2021). Bagi sebagian orang yang memiliki aktifitas padat atau bahkan malas keluar rumah, sardines kaleng dapat menjadi salah satu pilihan menu makanan bagi mereka. Makanan instan kaleng tersebut juga tergolong mudah pengolahannya ketika akan mengkonsumsinya hanya tinggal dipanaskan sebentar kemudian siap dinikmati. Sardines ABC juga tergolong untuk produk yang bernutrisi karena dalam setiap kemasannya terkandung 60% ikan sardines (Indonesia, 2021).

**Gambar 1.2 Produk PT Heinz ABC**



*Sumber : (Indonesia, 2021)*

Alasan memilih penelitian ini dengan objek produk sardines dari PT Heinz ABC karena banyaknya produk makanan halal yang beredar di masyarakat menjadikan masyarakat terkadang asal dalam membeli sebuah produk makanan.



Selain itu produk dari sardines ABC juga tergolong sebagai salah satu sarden kalengan yang terenak (detikFood, 2012). Bahkan Sardines ABC merupakan top brand ikan sarden kaleng dari tahun 2015 sampai 2021. Sehingga pentingnya untuk mengetahui faktor yang menjadikan kesediaan dalam membayar produk makanan halal seperti persepsi manfaat sertifikasi halal, kepedulian pada halal, sikap, religiusitas, bahan produk, dan sertifikasi halal (Ahmed et al., 2018). Bagi sebagian orang ada waktunya mereka lebih memilih makanan instan dari pada mengolah makanan sendiri atau membeli dari luar. Hal tersebut dapat disebabkan terdapat rasa malas, atau padatnya aktifitas. Oleh karena itu makanan instan seperti sardines dapat menjadi penolong ketika lapar. Bahkan hal tersebut juga dapat berlaku bagi beberapa mahasiswa. Padatnya aktifitas dari kampus atau pengaruh cuaca seperti hujan mengakibatkan rasa malas untuk memasak atau keluar mencari makan, sehingga lebih memilih untuk mengkonsumsi makanan instan. Agar makanan instan yang mereka tetap bernutrisi, oleh karena pada beberapa mahasiswa lebih memilih untuk mengkonsumsi sardines kaleng.

**Tabel 1.1 Top Brand Ikan Sarden Kaleng 2021**

<b>BRAND</b>	<b>TBI 2021</b>	
ABC	47.9%	<b>TOP</b>
Botan	21.1%	<b>TOP</b>
Gaga	8.4%	
Maya	7.2%	
Pronas	5.2%	

**\*Kategori offline dan online**

*Sumber : (Award, 2021)*

Berdasarkan mengenai uraian yang telah dijelaskan, penelitian ini akan melakukan sebuah analisis mengenai persepsi manfaat pada sertifikasi halal, kekhawatiran pada halal, sikap, religiusitas, bahan produk, serta luas permintaan sertifikasi halal. Penelitian ini merupakan replikasi murni dari penelitian sebelumnya yang dilakukan (Ahmed et al., 2018). Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objeknya dimana pada penelitian sebelumnya objek penelitian di Pakistan. Alat analisis yang digunakan pada penelitian sebelumnya menggunakan partial least squares (PLS) teknik pemodelan persamaan struktural (SEM) dengan menggunakan SPSS dan SMartPLS versi 3.2.3. Penelitian menggunakan objek penelitian pada Sardines ABC dengan objek penelitian yang dituju yaitu seluruh mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian yang dilakukan melakukan eksplorasi mengenai faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar produk makanan halal. Faktor tersebut berupa persepsi manfaat pada sertifikasi halal, kepedulian pada halal, sikap, religiusitas, bahan produk, dan tingkat permintaan sertifikasi halal.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan adanya latar belakang yang telah dijelaskan, dapat diuraikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi manfaat sertifikasi halal berpengaruh terhadap kesediaan membayar produk makanan halal?

2. Apakah kepedulian pada halal berpengaruh terhadap kesediaan membayar produk makanan halal?
3. Apakah sikap berpengaruh terhadap kesediaan membayar produk makanan halal?
4. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap kesediaan membayar produk makanan halal?
5. Apakah bahan produk berpengaruh terhadap kesediaan membayar produk makanan halal?
6. Apakah tingkat permintaan sertifikasi halal berpengaruh terhadap kesediaan membayar produk makanan halal?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat sertifikasi halal terhadap kesediaan membayar produk makanan halal.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepedulian pada halal terhadap kesediaan membayar produk makanan halal.
3. Untuk mengetahui pengaruh sikap pada halal terhadap kesediaan membayar produk makanan halal.

4. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap kesediaan membayar produk makanan halal.
5. Untuk mengetahui pengaruh bahan produk terhadap kesediaan membayar produk makanan halal.
6. Untuk mengetahui pengaruh tingkat permintaan sertifikasi halal terhadap kesediaan membayar produk makanan halal.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini menambah pengalaman khususnya dibidang penelitian serta tema terkait penelitian ini. Selain itu, penelitian ini menambah wawasan di bidang pemasaran serta dapat mengimplementasikan dari teori yang didapat selama perkuliahan.

2. Bagi Pihak Lain

Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta informasi yang dapat bermanfaat.