

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi sekarang ini cukup banyak bermunculan usaha kuliner yang banyak diminati oleh masyarakat di Indonesia, apalagi industri kuliner adalah industri yang tidak ada hentinya dan akan terus berkembang dan akan terus bermunculan inovasi dan kebaruannya, seperti sekarang ini cukup banyak usaha kuliner yang bermunculan dengan beragam ciri khas dan keunggulan masing masing khususnya di Indonesia (Anggraini & Saino, 2021).

Industri kuliner Indonesia berkembang dengan sangat cepat dan menjadi salah satu bisnis yang sangat diminati oleh masyarakat. Karena kuliner telah menjadi kebutuhan pokok sehari-hari, industri kuliner telah berkembang karena menjadi gaya hidup masyarakat. Hal ini menghasilkan lebih banyak usaha kuliner dengan variasi produk yang beragam, inovatif, dan kreatif. Indonesia adalah negara dengan banyak bisnis kuliner. Banyak rumah makan yang menyajikan mie sebagai hidangan utama, menunjukkan bahwa ini adalah peluang bagi bisnis. seperti Mie Gacoan yang sangat disukai oleh remaja dan selalu penuh (Puspitasari dkk., 2024).

Mie merupakan suatu makanan dimana cukup diminati penduduk Indonesia. Mulai anak kecil, remaja, dewasa, sampai orang tua, mereka merupakan penikmat dari makanan dimana terbuat dari bahan dasar tepung terigu ini. Olahan mie juga semakin banyak diminati ketika tren makanan bercita rasa pedas juga semakin meningkat. Oleh karena itu, olahan mie pedas mulai banyak hadir di Indonesia. Salah satunya adalah Mie Gacoan yang sudah banyak dikenal luas oleh masyarakat dan memiliki banyak sekali cabang yang ada di beberapa pulau di Indonesia. Mie Gacoan ini diminati oleh semua kalangan, terutama dikalangan muda. Hal itu sebab mie yang dibentuk mempunyai rasa yang unik serta pedas dimana menjadikan golongan muda mengalami ketertarikan guna mencoba serta mengkonsumsinya (Achsa, 2022).

Humaniora dkk., (2021) mengatakan bahwa mie gacoan adalah salah satu perusahaan ritel dalam bentuk gerai yang menjual produk berupa olahan mie, dimsum dan

berbagai macam minuman. Mie gacoan ialah sebuah merk dagang dari jaringan restaurant mie pedas no 1 di Indonesia, yang menjadi anak perusahaan PT Pesta Pora Abadi. Berdiri sejak awal tahun 2016, Mie Gacoan telah memiliki banyak cabang yang tersebar di beberapa provinsi ada di Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Kepulauan Bali, Sumatra Utara dan lainnya.

### Gambar 1. 1

#### Logo Halal Mie Gacoan



Sumber : Instagram MieGacoan

Pada awal bulan Desember 2022, Mie Gacoan mengumumkan di website resminya (<https://miegacoan.com/>) bahwa bahan baku yang digunakan telah menerima sertifikasi halal dan pada bulan juli 2023 mie gacoan sudah bersertifikasi halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. Tidak hanya itu, menu makanan dan minuman sudah tidak mengandung unsur-unsur kesetanan lagi. Para pelanggan tentunya senang karena ini membuat mereka tidak meragukan lagi bahwa makanan tersebut halal. Konsumen akan memeriksa semua informasi saat mereka memutuskan untuk membeli barang. Para pelanggan tentunya senang karena ini membuat mereka tidak meragukan lagi bahwa makanan tersebut halal. (Puspitasari dkk., 2024).

Menurut Harminingtyas & Noviana, (2021) sertifikasi halal adalah pembahasan yang berasal dari prinsip prinsip syariat islam, prosedur yang ditetapkan dapat membuktikan jika sebuah produk baik, aman, dan dapat dikonsumsi oleh penduduk muslim menurut syariat agama islam. Produk dapat dikatakan halal tidak hanya dari segi isinya saja tetapi juga dengan bagaimana cara mendapatkan dan proses bahan tersebut contohnya seperti penyembelihannya sesuai dengan hukum islam. Kepatuhan

masyarakat islam terhadap kesadaran mengikuti syariat dalam memilih produk yang akan dikonsumsi memiliki tingkat kesadaran yang berbeda beda.

Menurut Harminingtyas & Noviana, (2021) kesadaran halal merupakan salah satu pengetahuan yang ada pada konsumen muslim saat menemukan dan mengonsumsi produk halal yang sesuai pada syariat islam . Produk yang sudah memiliki sertifikasi halal dan memiliki logo halal pada kemasan produknya. Konsumen muslim dengan adanya logo halal pada kemasan produk ini menjadikan kesadaran lebih untuk teliti dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. bahan makanan merupakan bahan apa saja yang ada pada produk makanan dan peran teknologi informasi dan pengetahuan mempunyai peran yang cukup penting untuk umat muslim dalam memilih makanan apa saja yang akan dikonsumsi oleh mereka apakah aman dan memenuhi syarat sesuai syariat islam untuk mengonsumsi makanan tersebut.

Menurut Pramintasari & Fatmawati, (2017) kesadaran halal juga merupakan unsur yang ada didalam diri umat muslim dalam memahami realitas dan bagaimana mereka bertindak dan bersikap terhadap realitas. Kesadaran dalam konteks halal merupakan mengetahui tentang apa yang boleh atau baik dikonsumsi dan dimengerti tentang apa yang tidak boleh dan buruk dikonsumsi sesuai dengan aturan dalam syariat agama islam yang ada pada Al-Quran dan Hadits

Harga menurut Kotler Philip & Armstrong Gary, (2017) didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan pada suatu produk atau jasa. Atau harga sebagai nilai tukar konsumen untuk memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan Perusahaan mendapatkan laba dan keuntungan. Harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang yang akan didapatkan (Gunarsih dkk., 2021).

Keyakinan religius (*Religious Belief*) agama adalah sistem keyakinan dan praktik-praktik sekelompok orang yang menafsirkan dan merespon apa yang mereka rasakan adalah supranatural dan suci dalam(Johnstone, 2006). Schiffman & Kanuk, (2015) menegaskan bahwa anggota kelompok agama yang berbeda memutuskan suatu pembelian dipengaruhi oleh identitas agama mereka, orientasi , pengetahuan dan keyakinan. Setiap agama memiliki aturan (apa yang boleh dilakukan dan tidak) termasuk perilaku konsumsi (Pramintasari & Fatmawati, 2017).

Bagi umat Islam konsep halal menjadi suatu hal yang mutlak menurut ketentuan syariat, seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 172-173:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِنَّ كُنتُمْ لِيَّاهُ  
تَعْبُدُونَ (١٧٢)

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ ۖ فَمَن  
اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ (١٧٣)

*“Hai orang-orang yang beriman, makanlah diantara rizki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah(172). Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.(173)”*

Dan pada ayat ini jelas bahwa dalam Islam manusia dilarang mengkonsumsi produk yang tidak halal. Pada hal ini menunjukkan bahwa agama atau kepercayaan adalah sumber dari kesadaran seseorang dalam mengkonsumsi suatu produk.

Menurut Kotler & Keller, (2016) keputusan pembelian adalah konsep perilaku pembelian yang mana konsumen memutuskan untuk melakukan sesuatu atau bertindak untuk membeli produk atau jasa tertentu. Keputusan pembelian bisa juga diartikan sebagai pembeli membuat keputusan tentang merek apa yang akan dibeli oleh konsumen (Munawar & Rianto, 2023).

Bisa disimpulkan bahwa Keputusan pembelian adalah saat seorang pembeli mengetahui apa yang mereka butuhkan atau inginkan, konsumen memutuskan produk atau jasa mana yang akan mereka beli, tetapi juga melakukan pilihan dan mempertimbangkan lagi apa pilah mereka sebelum membuat keputusan.

Berdasarkan latar belakanag diatas , peneliti mencoba untuk mereplika penelitian dari (Puspitasari dkk., 2024). Perbedaan penelitan ini dengan penelitian sebelumnya adalah objek penelian yaitu Mie Gacoan di Indonesia , penambahan variabel harga dan sertifikasi halal. Adapun judul penelitian ini adalah: **“Pengaruh Sertifikasi Halal,**

## **Kesadaran Halal, Harga dan Keyakinan Religius terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Mie Gacoan”**

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan yang sudah dijelaskan diatas bahwa sertifikasi halal, kesadaran makanan halal, keyakinan religius itu berpengaruh atau tidak pada minat pembelian konsumen muslim pada produk makanan dan minuman Mie Gacoan, maka terbentuklah rumusan masalah yang terdiri dari pertanyaan seperti :

1. Apakah sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mie Gacoan?
2. Apakah kesadaran makanan halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Mie Gacoan?
3. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada produk Mie Gacoan?
4. Apakah keyakinan religius berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Mie Gacoan?

### **Tujuan penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk Mie Gacoan
2. Mengetahui pengaruh kesadaran makanan halal terhadap keputusan pembelian produk Mie Gacoan
3. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk Mie Gacoan
4. Mengetahui pengaruh keyakinan religius terhadap keputusan pembelian produk Mie Gacoan

### **Manfaat penelitian**

1. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman tentang sertifikasi halal, kesadaran makanan halal, harga dan keyakinan religius dalam keputusan pembelian produk yang sudah bersertifikasi halal dan agar lebih teliti lagi dalam pemilihan produk yang sudah bersertifikasi

halal dan yang belum dan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat muslim dalam mengkonsumsi produk halal.

## 2. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian ini, penulis dapat memperoleh pengetahuan dan pemahaman tentang sertifikasi halal, kesadaran makanan halal, harga, keyakinan religius dalam keputusan pembelian konsumen.

## Sistematika penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang pendahuluan yang dimana terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang penjabaran mengenai tinjauan Pustaka yang digunakan penelitian terdahulu dan menjelaskan teori yang digunakan dalam penelitian.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan dalam karya ilmiah yang terdiri dari: jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional, dan teknik analisis data.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah terkait dengan pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal, harga, dan keyakinan religius terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk minuman dan makanan mie gacoan.

### BAB V PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari keseluruhan penelitian, saran untuk pihak-pihak yang terkait