

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia di muka bumi ini mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda dan tidak terbatas. Mulai dari sandang, pangan, papan. Bagi Masyarakat muslim, produk bersertifikat halal merupakan hal yang penting karena konsumen akan memperhatikan label halal yang tertera pada produk yang ditawarkan di pasar. Umat islam meyakini dengan mengonsumsi produk halal maka penggunaannya akan bermanfaat dan menyehatkan. Halal dan haram dalam Islam merupakan bagian dari hukum syara yang saling bersebrangan. Halal disebutkan dengan apa yang dibolehkan, sedangkan haram mengacu pada hal yang dilarang. Muslim hanya membolehkan mengonsumsi makanan/minuman itu halal dan semaksimal mungkin thayyib (baik dan menyehatkan). Sebaliknya kita dilarang mengonsumsi makanan/minuman yang haram. (Murni & Fajrina, 2020)

Umat Islam adalah penganut agama Islam, yang beriman dan hidup berdasarkan ajaran Nabi Muhammad SAW. Terdapat lebih dari dua miliar umat Islam di seluruh dunia, menjadikan Islam sebagai agama terbesar kedua di dunia, setelah Kristen. Faktanya, banyak peneliti memproyeksikan jumlah umat Islam akan melebihi jumlah umat Kristen pada tahun 2050. Negara dengan jumlah umat Islam terbesar secara keseluruhan adalah Indonesia, yang merupakan rumah bagi sekitar

231 juta umat Islam. Jumlah ini merupakan 86,7% dari populasi Indonesia dan hampir 13% dari total populasi Muslim dunia.

Di kawasan Asia, sebanyak 65% populasi manusia beragama Islam. Dengan yang paling luas sebarannya di Asia Selatan dengan persentase 35,6%, Asia Tenggara 13,8%, Barat Asia sebesar 12,7%, Asia Tengah sebesar 3,4%, dan Asia Timur sebesar 1,5%. Berdasarkan Kerajaan Laporan Islamic Strategic Studies Center (RISSC) bertajuk *The Muslim 500* edisi 2022, ada 237,560 juta umat Islam di Indonesia. Angka ini menjadikan Indonesia menjadi a negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Jumlah ini setara dengan 86,7% dari total penduduk di Indonesia

TABEL 1.1

Populasi umat islam di 8 negara

di bawah ini menunjukkan total populasi umat Islam di 8 negara pada tahun 2022. Negara-negara tersebut adalah Turki, Iran, Mesir, Nigeria, Bangladesh, India, Pakistan, dan Indonesia.

NO	NEGARA	JUMLAH PENDUDUK
1.	Indonesia	237.558.000
2.	Pakistan	213.265.000
3.	India	206.112.893
4.	Bangladesh	150.150.000
5.	Nigeria	99.910.000
6	Mesir	91.800.000
7.	Iran	83.488.991
8.	Turki	71.097.883

Sumber : Pusat Studi Strategis Islam Kerajaan (RISSC)

Berdasarkan data di atas yang diperoleh dari *The Royal Islamic Studies Center* (RISSC), pada tahun 2022 menjadi negara dengan jumlah penduduk muslim tertinggi Indonesia dengan jumlah penduduk 237.558.000 jiwa, sedangkan Turki di posisi kedelapan dengan total penduduk Jumlah penduduk beragama Islam sebanyak 71.097.883 jiwa

Islam banyak membahas tentang sistem norma, nilai, dan etika manusia dalam berinteraksi satu sama lain. Islam dalam salah satu ajarannya menjelaskan bahwa perilaku dan nilai moral seorang individu hendaknya didasarkan pada kriteria yang telah dinyatakan dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk, ajaran agama yang dianut konsumen dapat mempengaruhi perilaku konsumsinya. Oleh karena itu, karena umat islam mempunyai peraturan yang jelas mengenai produk halal atau haram, maka konsumen muslim akan menghindari non-halal atau produk yang tidak jelas kehalalannya.

Selama dua tahun terakhir, pertumbuhan industri halal mengalami peningkatan. Perkembangan ini disebabkan oleh besarnya populasi umat islam di seluruh penjuru dunia sehingga berdampak langsung terhadap meningkatnya permintaan terhadap produk halal. Kemudian, perkembangan zaman yang ditandai dengan munculnya era globalisasi yang juga telah merambah dunia bisnis dan perdagangan, sehingga mendorong negara-negara di dunia untuk membangun sarana dan prasaran di setiap Kawasan yang disebut pasar. Pasar yang dibangun dan

yang memproduksi produk itu juga harus halal. Sedangkan dalam ajaran hukum islam tidak diperbolehkan bagi mereka yang umat islam mengkonsumsi produk tertentu karena kualitasnya.

Dengan adanya label halal ini memungkinkan konsumen muslim untuk mengecek produk yang mana boleh mereka konsumsi, termasuk yang mempunyai label halal di kemasannya. Konsumen muslim harus berhati-hati untuk memutuskan apakah akan mengkonsumsi produk yang tidak memiliki label halal terlepas dari apakah suatu produk memiliki label halal, pembelian tersebut dilakukan untuk kepentingan konsumen itu sendiri. Tentu saja, di sisi konsumen hal ini berlaku persepsi yang berbeda dalam memutuskan membeli produk. Beberapa orang mungkin tidak peduli apakah produk tersebut halal atau tidak sementara yang lain masih menganut prinsip ini. (Iranita, 2017)

Selain informasi halal atau tidaknya suatu produk, hal penting lainnya yang perlu diperhatikan dalam membeli atau memilih suatu produk adalah kualitas produk tersebut. Keterkaitan Masyarakat terhadap suatu produk yang berkualitas menunjukkan kesadaran Masyarakat untuk memilih produk yang berkualitas baik. Kualitas suatu produk inilah yang menjadi motivasi konsumen untuk membelinya karena suatu produk yang berkualitas dapat memenuhi kebutuhan konsumen tersebut dan merupakan salah satu faktor yang memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian.

Faktor lain menjadi daya tarik konsumen untuk pembelian produk adalah harga, karena faktor harga juga dapat menjadi faktor penentu keputusan pembelian konsumen. Harga dapat didefinisikan sebagai jumlah yang dibebankan untuk produk atau jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk memperoleh manfaat karena memiliki, menggunakan, atau mengkonsumsi suatu produk.

Harga yang dikeluarkan konsumen untuk pembelian produk seiring pesatnya perkembangan memunculkan beberapa jenis alat pembayaran non-tunai, seperti yang berbasis kartu (ATM, kartu kredit, atau kartu debit). Pembayaran non-tunai/*cashless* melalui kliring dan *Real Time Gross Settlement* (RTGS), dalam hal lain naiknya kegiatan ekonomi mendorong pesatnya kebutuhan alat pembayaran non-tunai. Alat atau sistem pembayaran meningkatkan pembayaran non-tunai dalam lingkup masyarakat menandakan bahwa jenis pembayaran ini lebih disukai oleh masyarakat dibanding pembayaran tunai. Faktornya, ialah biaya transaksi yang rendah, tenaga dan waktu yang dikeluarkan lebih minimum, tidak ada kendala waktu dan tempat dalam bertransaksi, juga di dukung berkembangnya informasi dan telekomunikasi. Adanya perkembangan dan penggunaan teknologi dan tumbuhnya perekonomian mengakibatkan volume dan nilai transaksi pada pembayaran non-tunai akan terus meningkat.

Menurut (Dan et al., 2010) dijelaskan bahwa meningkatnya pembayaran non-tunai berimbas pada berkurangnya permintaan uang kartal dan M1, tetapi hingga saat ini besarnya efek peningkatan pembayaran non-tunai pada perekonomian (GDP dan inflasi) oleh karena itu, menarik untuk dilakukan penelitian mengenai permasalahan ini, terutama untuk mengetahui sejauh mana dampak peningkatan pembayaran non-tunai yang diukur dengan menggunakan model-model yang tepat.

Perilaku konsumen merupakan bidang studi yang luas dan mengacu pada keputusan pembelian setiap hari dan konsumsi barang dan jasa untuk membeli suatu

produk (Putra et al., 2023). Banyak konsumen tidak menyadari faktor-faktor yang mendorong mereka untuk mengambil keputusan tersebut mengenai produk, layanan, atau merek tertentu. Sangat menarik untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, bagaimana seseorang atau konsumen dipengaruhi adanya faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian pada suatu barang atau jasa tertentu.

Pada mulanya konsumen mencoba barang mana yang akan dikonsumsinya, lalu ia hanya memilih barang yang menjanjikan utilitasnya lebih besar. Dengan memilih suatu produk konsumen membuat perkiraan mengenai uang yang tersedia dan dapat dibelanjakan. Kemudian, konsumen menganalisis bahwa harga komoditas yang berlaku untuk mengambil keputusan mengenai komoditas yang sebaiknya mereka konsumsi. Perilaku konsumen sebagian besar dipengaruhi oleh faktor ekonomi, faktor ekonomi yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu, pendapatan pribadi, pendapatan keluarga, ekspektasi pendapatan, asset likuid (Ramya & Ali, 2016)

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan pembayaran non-tunai/*cashless* dengan judul **”Pengaruh Faktor Ekonomi dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Dengan Pembayaran Non-Tunai/*Cashless*”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pendapatan keluarga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk halal dengan pembayaran non-tunai/cashless?
2. Apakah aset likuid berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk halal dengan pembayaran non-tunai/cashless?
3. Apakah labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk halal dengan pembayaran non-tunai/cashless?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui apakah pendapatan keluarga dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk halal dengan menggunakan pembayaran non-tunai/cashless
2. Untuk mengetahui apakah aset likuid dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk halal dengan menggunakan pembayaran non-tunai/cashless
3. Untuk mengetahui apakah labelisasi halal dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk halal dengan menggunakan pembayaran non-tunai/cashless

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pikiran dan dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya mengenai faktor ekonomi dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk halal dengan menggunakan pembayaran non-tunai/cashless

2. Manfaat Praktis

Memberikan informasi dan pemahaman terkait faktor ekonomi dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk halal dengan menggunakan pembayaran non-tunai/cashless.