

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Makanan merupakan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi di atas kebutuhan lainnya, namun makanan bukan hanya sekedar kandungan nutrisi dan jumlah kalori yang dikonsumsi untuk melakukan pekerjaan tetapi sesuatu yang sangat kompleks (Thompson et al., 2020). Makanan dalam kajian budaya tidak dilihat hanya sebagai bahan yang dikonsumsi hanya karena kandungan nutrisi dan total kalori untuk memenuhi kebutuhan energi individu untuk melakukan melakukan aktivitasnya. Namun, makanan memiliki banyak peran dan melekat pada aspek sosial, agama, dan ekonomi yang diyakini dan dipraktikkan di semua kelompok masyarakat. Makanan di semua kelompok masyarakat digunakan sebagai media komunikasi atau menyampaikan pesan, meyakinkan dan menekankan sesuatu (Anderson, 2010 dalam Hasan dkk;2021).

Budaya didefinisikan sebagai keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan sebagai identitas diri dengan belajar (Koentjaraningrat, 1985 dalam Hasan dkk; 2021). Lebih lanjut bahwa semua aktivitas manusia yang ia butuhkan, ciptakan, gunakan dan bagaimana dan di mana ia hidup atau tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan kelangsungan hidup menjadi penting dan menjadikannya bagian dari kebudayaan suatu kelompok masyarakat tertentu termasuk kegiatan yang berkaitan dengan makanan seperti memilih bahan makanan, mengolah, menyajikan dan kegiatan makan itu sendiri yang memiliki tata cara atau cara-cara

tertentu yang dilakukan pada waktu-waktu tertentu sebagai sesuatu yang diperoleh melalui proses belajar bagi individu dalam suatu masyarakat (Arnot, 2011 dalam Hasan dkk;2021).

Bagi seorang muslim, produk pangan yang aman tidak hanya produk pangan yang bebas dari cemaran kimia atau mikrobiologis, tetapi juga ada aspek yang esensial yaitu aman dalam arti bebas dari bahaya bahan produk yang diragukan atau dilarang dalam syariat Islam.

Dampak dari mengkonsumsi makanan haram sebenarnya tidak terlihat jelas karena kontaminasi kimiawi atau mikrobiologis, yang dapat menyebabkan berbagai masalah kesehatan. Kerentanan mengonsumsi makanan haram dapat berdampak pada ketenangan pikiran seorang Muslim. Sebagai efek sampingnya, ketika sebuah produk terkontaminasi dengan barang atau bahan yang dilarang oleh hukum Islam, konsumen Muslim akan menghindari produk tersebut dan mengalami kerugian finansial dan kepercayaan konsumen yang cukup besar.

Pada pertengahan 2022, jumlah penduduk Indonesia telah mencapai 275,77 juta jiwa. Menurut jurnal The Royal Islamic Strategic Studies Center (RISSC) atau Mabda bertajuk The Muslim 500 edisi 2022, jumlah umat Islam Indonesia mencapai 231,06 juta jiwa. Jumlah ini setara dengan 86,7% dari total penduduk Indonesia. Oleh karena itu, banyak produk bersertifikat halal di Indonesia mulai dari makanan, minuman, pakaian, peralatan rumah tangga hingga produk elektronik.

Di Indonesia, konsep halal telah diimplementasikan dalam kehidupan bermasyarakat, dimana kehalalan produk menjadi kriteria utama bagi konsumen

Muslim Indonesia dalam memilih dan mengonsumsi suatu produk. Selain itu, masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam seharusnya lebih sadar akan produk yang halal dan layak dikonsumsi sesuai dengan syariat Islam.

Di sisi lain, meningkatnya kesadaran beragama di dalam dan di antara umat Islam di Indonesia mendorong mereka untuk menuntut agar semua produk yang dikonsumsi terjamin kehalalannya. Akibatnya, mereka akan lebih memilih produk yang bersertifikat halal. Dengan kata lain, situasi ini mendorong mereka untuk mengadopsi gaya hidup halal.

Makanan merupakan kebutuhan manusia yang sangat penting untuk bertahan hidup. Meskipun demikian, seorang Muslim harus memperhatikan setiap aspek dari makanan yang akan dikonsumsi, mulai dari komposisi hingga cara menyantapnya sesuai dengan syariat Islam. Terutama dalam hal kehalalan makanan tersebut.

Tidak boleh berburu dan mengumpulkan dengan cara yang haram, contohnya berjudi dan mengambil hak orang lain seperti korupsi, menipu, mencuri karena makanan yang akan dikonsumsi tidak boleh mengandung unsur yang diharamkan. Kemudian, cara mengonsumsi makanan juga harus sesuai dengan syariat, seperti membaca doa terlebih dahulu, tidak makan dan minum sambil berdiri, makan dengan tangan kanan, dan tidak makan berlebihan.

Menurut Kurniawan (dalam Hasanah dan Avilla, 2020: 256) Kebutuhan pokok manusia adalah sandang, pangan dan papan. Kebutuhan pangan yang semula hanya perlu dipenuhi agar kenyang dan berenergi untuk beraktivitas, berubah perannya menjadi gaya hidup. Kebutuhan pangan telah berubah menjadi industri

kuliner yang tidak hanya menyediakan rasa tetapi juga kebutuhan manusia lainnya untuk bersosialisasi dan mengaktualisasikan.

Dari pemilihan makanan tersebut dapat menjadi tolak ukur bagaimana gaya hidup penikmat makanan tersebut. Pemilihan makanan tidak hanya didasarkan pada sesuatu yang baik dan buruk, tetapi sebagai bentuk identitas dan strata sosial yang ingin dibangun oleh khalayak. Salah satu bentuk identitas yang ingin dibentuk oleh generasi muda Indonesia saat ini adalah identitas sebagai penggiat budaya Korea, yang ditunjukkan dengan mengonsumsi makanan Korea (Hasanah dan Avilla, 2020: 257).

Label halal pada suatu produk merupakan parameter utama bagi produk pangan yang akan memasuki pasar yang banyak dihuni umat Islam. Bagi konsumen muslim untuk mengetahui produk kemasan yang baik dan halal adalah dengan memperhatikan label halal yang tertera pada produk. Oleh karena itu, label halal pada makanan kemasan harus diperhatikan dengan sangat hati-hati oleh perusahaan dan konsumen muslim.

Sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim, Indonesia tentunya memiliki perangkat hukum yang mengatur status halal-haram suatu produk. Persyaratan sertifikat halal diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Halal, Pasal 4, yang menyatakan bahwa semua pangan yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.

Sertifikat halal adalah sertifikat yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang mengakui kehalalan suatu produk berdasarkan fatwa halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (UU No.

33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 1).

Dengan globalisasi, muncullah perusahaan internasional, yang membuat dunia tampak tanpa batas. Dalam perdagangan internasional, beberapa perusahaan sebagai produsen komoditas dan jasa dari satu negara bersaing dengan perusahaan produksi dari negara lain untuk menarik konsumen. Di era modern ini, persaingan bisnis menjadi semakin ketat, sehingga mendorong perusahaan untuk berlomba-lomba memberikan layanan yang kreatif untuk menarik minat konsumen agar membeli produk mereka.

Banyak produsen yang menciptakan berbagai macam produk, namun dengan kualitas yang berbeda-beda. Produk yang dijual harus memiliki manfaat yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kepentingan perusahaan adalah agar produknya laku di pasaran dan mampu bersaing dengan produk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak selalu mampu mengartikulasikan informasi yang disampaikan, karena sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu produk, pada dasarnya seorang konsumen akan melakukan proses pengambilan keputusan terlebih dahulu. Proses pengambilan keputusan merupakan tahap ketika konsumen memutuskan suatu produk tertentu yang menurutnya paling baik (Nurhuda, 2019:1).

Kualitas produk harus menjadi perhatian utama perusahaan atau produsen, karena berkaitan erat dengan kepuasan konsumen yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran produk perusahaan. Tingkat kemampuan merek atau produk tertentu untuk melakukan fungsi tertentu dinyatakan dengan kualitas.

Pada abad kedua puluh satu, masakan Korea semakin dikenal luas oleh masyarakat umum. Sebagai bagian dari strategi pembangunan ekonomi mereka, Korea memperkenalkan hidangan tradisional. Seiring dengan berkembangnya budaya Korea (korean wave) di berbagai negara, khususnya Indonesia, makanan Korea mulai dikenal oleh masyarakat luas, selain makanan Barat yang mengglobal seperti industri makanan cepat saji (Lupitasari, dkk, 2020: 2).

Di Indonesia salah satunya adalah Bandung yang dikenal sebagai pusat industri kreatif, dimana Jalan Cihampelas pernah menjadi maskot industri kreatif di bidang fashion. Maka mulailah terjadi pergeseran peta industri kreatif di Kota Kembang ini, dari sandang menjadi pangan. Wisatawan yang datang ke Bandung kini tidak lagi menggunakan factory outlet sebagai tujuan utama, dan mulai beralih ke wisata kuliner di Kota Bandung (Johan, 2017: 1).

Bisnis kuliner merupakan jenis bisnis yang populer di Bandung, mulai dari yang sangat sederhana hingga yang sangat unik dengan tampilan yang berbeda. Alhasil, pengusaha kuliner harus bisa mengembangkan ide-ide baru dengan cita rasa di setiap makanannya agar konsumen lebih tertarik untuk mengunjunginya. Untuk membuat pelanggan terkesan, pengelola bisnis harus mengembangkan strategi untuk menyenangkan dan membangun antusiasme konsumen ke dalam pengalaman mengonsumsi produk dan jasa. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dibandingkan dengan eksekutif perusahaan lainnya.

Sebagian besar bisnis akan gagal jika mereka tidak dapat memperoleh kepercayaan pelanggan; potensi penjualan yang tak terhitung jumlahnya hilang ketika merek gagal menegaskan hubungan yang lebih dalam dengan calon pembeli.

Ketika Anda mendapatkan kepercayaan dan kesetiaan konsumen, Anda memiliki lebih banyak keleluasaan untuk membuat keputusan seperti menaikkan harga. Menyediakan produk dan layanan berkualitas tinggi adalah salah satu cara untuk membantu konsumen menghargai dan percaya pada semua yang ditawarkan.

Memperbaiki manajemen perusahaan juga dapat membantu pelanggan terhubung dengan produsen. Seperti berita atau postingan media sosial yang menampilkan pembaruan dan foto-foto tentang apa yang sedang dikerjakan oleh karyawan. Jika pelanggan mulai memiliki ketertarikan, ini akan membantu mereka terhubung dengan produk yang ditawarkan.. Cara tersebut juga dapat membangun loyalitas dan apresiasi dari konsumen. Memahami nilai loyalitas pelanggan akan sangat penting ketika mencoba membangun bisnis (Caramela, Sammi:2023).

Kualitas produk penting karena hal ini memengaruhi keberhasilan perusahaan dan membantu membangun reputasinya di pasar pelanggan. Ketika perusahaan dapat menciptakan produk berkualitas tinggi yang terus memenuhi permintaan pelanggan, hal ini dapat mengurangi biaya produksi, pengembalian investasi yang lebih tinggi, dan meningkatkan pendapatan.

Kualitas produk juga penting bagi pelanggan yang bergantung pada perhatian perusahaan terhadap detail dan permintaan pelanggan. Perusahaan menciptakan produk untuk memenuhi kebutuhan di pasar, dan konsumen mengharapkan produk untuk memenuhi kebutuhan tersebut seperti yang diiklankan oleh perusahaan. Mereka menginginkan produk yang membantu mereka menjalin hubungan dengan suatu merek sehingga mereka tahu bahwa mereka dapat mengandalkan penawaran perusahaan. Produk yang berkualitas memberi pelanggan cara yang aman dan

efektif untuk menyelesaikan masalah mereka.

Sebelum Anda memutuskan strategi kualitas produk, penting untuk meneliti faktor-faktor yang dapat memengaruhi kualitas produk Anda sehingga Anda tahu di mana Anda perlu melakukan perubahan. Kemudian, Anda dapat menentukan area perbaikan dan mengidentifikasi elemen-elemen yang menentukan manajemen kualitas produk. Pertimbangkan konsep-konsep berikut untuk membuat strategi untuk memantau kinerja dan kesuksesan

Kualitas produk Anda dimulai dari cara Anda memproduksinya. Setelah perusahaan merancang konsep produk, tim produksi menentukan jenis dan jumlah sumber daya yang mereka butuhkan.

Beberapa faktor yang dapat memengaruhi kualitas produk termasuk teknologi dan bahan untuk pembuatan produk, ketersediaan tenaga kerja, serta transportasi, penyimpanan, dan distribusi produk. Menggunakan faktor-faktor ini saat membuat strategi dapat membantu perusahaan Anda mengembangkan produk berkualitas tinggi yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan menghasilkan pendapatan secara efisien.

Menurut data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), bisnis kuliner di Indonesia, dalam bentuk restoran dan kafe, cukup besar, yaitu 5,55 juta unit (Richard, 2019). Hal ini juga dipengaruhi oleh tingkat konsumsi masyarakat Indonesia yang tinggi. Menurut Putra (2019), konsumsi rumah tangga meningkat sebesar 5,05 persen pada tahun 2018. Restoran dan kafe cepat saji kini tidak hanya dapat dijumpai di kota-kota besar, tetapi juga di banyak kota kecil di seluruh Indonesia (Andayani, 2019: 1).

Bagaimana seorang konsumen dengan pendapatan terbatas dapat memutuskan barang dan jasa mana yang akan dibeli? Maka kita harus mengetahui tentang keputusan pembelian dengan memahami perilaku konsumen dalam 2 langkah. Yang pertama adalah preferensi konsumen/selera konsumen. Ini menjelaskan alasan mengapa konsumen memilih satu produk daripada yang lain. Kedua, keterbatasan anggaran, konsumen tentu akan mempertimbangkan harga.

Konsumen memiliki batasan pendapatan yang membatasi jumlah barang yang mereka beli (Pindyck dan Rubinfeld, 2012:72). Menurut Nitisusastro (dalam Nurhuda, 2019), keputusan pembelian adalah “pemilihan suatu pilihan dari dua atau alternatif pilihan”. Menurut Bei & Chiao (2001), proses keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal. Faktor internal yang sering disebut dengan konsumen memiliki pengaruh yang cukup signifikan. Psikologi konsumen seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, citra merek, promosi, dapat menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Nurhuda, 2019:2).

Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya sama, namun proses pengambilan keputusan pada setiap orang akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidup. Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian. Istilah keputusan pembelian dapat diartikan sebagai perilaku konsumen yang bertujuan untuk menentukan proses berkembangnya keputusan pembelian barang dan jasa yang ditawarkan.

Sebagai tindakan pengambilan keputusan yang meliputi keputusan tentang

jenis dan manfaat produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang merek, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang penjual, dan keputusan tentang waktu pembuatan. pembelian dan cara pembayaran. Melakukan pembelian berdasarkan kebutuhan dan keinginan mengenai kualitas produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen merupakan suatu hal yang penting. Pengalaman konsumen saat melakukan proses pembelian akan menentukan apakah konsumen melakukan pembelian kembali atau tidak (Daulay, 2017:2).

Berdasarkan data salah satu situs *e-commerce* di Indonesia, kategori makanan beku pada periode 1-18 Februari 2021 berhasil membukukan total penjualan Rp 11,7 miliar dengan total transaksi lebih dari 448 ribu. Ada beberapa produk makanan beku Korea yang mendapat penjualan terbanyak di *e-commerce* pada periode tersebut, seperti topokki, rabokki, dan bakmie. Topokki beku yang hadir dengan berbagai topping dan saus menjadi jawaban bagi seseorang yang menginginkan makanan Korea yang nyaman.

Dalam periode penjualan tersebut, Topokki Ter-*worth it* dari Koreakeun meraih penjualan sebesar Rp. 128,8 juta, yang menjadikannya sebagai produk makanan beku khas Korea dengan penjualan tertinggi pada periode tersebut. Rabokki beku juga mengalami peningkatan penjualan. Perpaduan mie dan tteokbokki ini digemari oleh masyarakat Indonesia yang berhasil meraih penjualan

sebesar Rp. 120,9 juta pada periode yang sama. Lalu Bakmie juga menyusul sebagai makanan beku dengan penjualan tertinggi di urutan ketiga. Bakmie ini dijual dalam bentuk paket, setiap paket berisi Bakmie sapi frozen dengan total penjualan sebesar Rp. 63 juta (Septyan:2022).

Selain memperhatikan kehalalan suatu produk, konsumen muslim Indonesia juga dituntut untuk memilih produk yang baik untuk dikonsumsi. Produk yang baik dapat diartikan sebagai produk yang aman saat dikonsumsi, bebas dari pencemaran fisik dan zat pencemaran yang dapat merugikan tubuh. Secara tidak langsung konsumen muslim cenderung kritis dalam memperhatikan kualitas barang yang akan dibeli.

Potensi pasar yang besar ini menandakan bahwa minat masyarakat Indonesia terhadap makanan Korea cukup tinggi. Sebagai produsen yang menghadapi persaingan bisnis, Mujigae hendaknya memperhatikan aspek-aspek yang akan menjadi tolok ukur keputusan pembelian produk Mujigae, antara lain pelabelan halal dan kualitas produk.

Masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam wajib mengonsumsi makanan yang tentunya memiliki label halal. Sebagai seorang muslim, Anda harus memperhatikan aspek kehalalan dari produk yang Anda konsumsi. Pelanggan juga selalu memperhatikan aspek label halal dan kualitas produk yang disukai konsumen

sehingga melakukan pembelian. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti mengenai **“Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mujigae”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk Mujigae?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Mujigae?
3. Bagaimana pengaruh labelisasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Mujigae?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk Mujigae.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Mujigae.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh labelisasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Mujigae.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat terus memberikan pengetahuan tambahan dan wawasan yang lebih dalam mengenai dampak dari persyaratan labelisasi halal dan kualitas produk terhadap niat beli.

- b. Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi para peneliti di masa depan yang memiliki ketertarikan pada subjek yang relevan.
 - c. Peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat membantu dan memfasilitasi data peneliti lain dalam meningkatkan penelitian mereka.
 - d. Melalui hasil penelitian ini, peneliti berharap dapat membantu dan mempermudah data peneliti lain dalam memperkuat penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang luas dan mendalam kepada penulis (peneliti), khususnya mengenai tema penelitian yang diangkat, yaitu pengaruh label halal, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini digunakan sebagai salah satu syarat kelulusan pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat diaplikasikan oleh institusi sebagai referensi untuk meningkatkan pemahaman dalam karya tulis ilmiah baik mengenai pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, serta sebagai bahan perbandingan dalam penelitian- penelitian selanjutnya.

- c. Bagi produsen, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai relevansi pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, sehingga berdampak pada tingginya tingkat permintaan konsumen terhadap produk perusahaan. Dan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan yang bergerak di bidang kuliner, khususnya yang benuansa Korea Selatan, dengan membuat mereka lebih sadar akan peluang pemasaran dan memungkinkan mereka untuk meningkatkan kualitas penawaran mereka.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dengan memberikan pencerahan kepada mereka mengenai label halal pada produk mujigae dan memberikan wawasan tentang pentingnya memilih produk bersertifikat halal.
- e. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian yang tepat di masa depan.