

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Jumlah penduduk muslim yang meningkat di seluruh dunia bersama dengan peningkatan pendapatan di negara-negara mayoritas muslim yang menunjukkan tren yang menguntungkan telah menyebabkan peningkatan yang signifikan dalam permintaan produk halal di seluruh dunia. Jika sebelumnya produk halal dianggap terbatas dan tidak menguntungkan, saat ini produk halal telah menjadi komoditas utama yang digunakan beberapa negara untuk meningkatkan pendapatan mereka.

Kata "halal" berasal dari bahasa Arab dan berarti sesuatu yang diizinkan atau sesuai dengan hukum Islam (Issa, Z., 2009; Borzooei dan Maryam, 2013). Istilah "haram" berarti sesuatu yang dilarang atau tidak diizinkan (Issa, Z., 2009). Halal dan haram tidak hanya berkaitan dengan tindakan konsumen tetapi juga dengan semua tindakan masyarakat, seperti perdagangan yang harus bebas dari riba dan penipuan.

Pada tahun 2022, Indonesia akan kembali menjadi negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Laporan oleh Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC) menunjukkan bahwa populasi muslim di Indonesia sebanyak 237,56 juta orang, atau 86,7% dari populasi nasional. Mereka juga setara dengan 12,30% dari 1,93 miliar orang muslim di seluruh dunia (Rizaty, 2022).

Salah satu negara dengan mayoritas penduduk muslim adalah Indonesia. Menurut World Population Review, pada tahun 2020, jumlah penduduk muslim di Indonesia akan mencapai 229 juta orang, atau sekitar 87,2 persen dari 273,5 juta orang, atau sekitar 13% dari total populasi dunia. Ini menunjukkan bahwa Indonesia adalah tempat yang bagus untuk produk halal. Bagi pelanggan Muslim, status halal suatu produk sangat penting karena berkaitan dengan kehidupan spiritual mereka. Mereka sadar bahwa melakukan hal-hal yang melanggar aturan agama, seperti menggunakan produk yang tidak halal, akan berdampak pada kehidupan mereka selain kehidupan ini. Kehidupan (lanjutan) Ketika produk dijual yang diduga

mengandung zat yang tidak halal, bahkan perusahaan besar dapat kehilangan banyak pangsa pasar dalam waktu singkat.

Di Indonesia, banyak bisnis Syari'ah telah berkembang bersama dengan banyaknya industri baru. Ini termasuk bank syari'ah, hotel syari'ah, rumah makan syariaah, dan sebagainya. Meskipun banyak bisnis sudah Syari'ah, tidak semua memiliki sertifikat halal, meskipun sertifikat halal sangat penting bagi masyarakat Indonesia, yang merupakan mayoritas muslim di dunia. Sertifikasi halal akan memungkinkan orang muslim unruk memilih makanan halal tanpa khawatir tentang kandungan halalnya. Sertifikat halal, yang merupakan syarat untuk label halal, diberikan kepada produk pangan, tiga obat-obatan, dan kosmetik dengan tujuan untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa merek yang memiliki sertifikat halal menjamin bahwa proses dan kandungannya tidak mengandung zat yang dilarang oleh agama Islam.

Laporan Data posisi industri halal SGIE 2023 juga mencatatkan bahwa Indonesia secara aktif telah menjalin kemitraan dengan beberapa negara secara global untuk menyediakan layanan jaminan produk halal. Misalnya, dijalinnya kerja sama jaminan produk halal antara Indonesia dan Republik Islam Iran melalui penandatanganan nota kesepahaman (MoU). Sebelumnya, Indonesia juga telah menandatangani kerja sama JPH dengan lima negara, yakni Chile, Argentina, Hungaria, Belarus, dan Turki.

"Termasuk berbagai upaya kita melalui kepemimpinan G20, di mana BPJPH tahun lalu telah menginisiasi forum Halal 20 (H20), yang merupakan tonggak penting dalam pengembangan ekosistem dan industri halal global, serta wadah kemitraan halal global." sebut Aqil.

GIEI 2023 menyebutkan impor produk halal oleh negara anggota OKI yang mencakup sektor halal berupa makanan-minuman, fashion, farmasi, dan kosmetik, mencapai nilai USD359 miliar di 2022. Angka ini diperkirakan akan tumbuh di level 7,6% CAGR menjadi USD492 miliar pada tahun 2027.

Industri halal merupakan kegiatan industri yang cara pengolahan, transaksi, dan produk mengikuti syariat islam. Adapun sektor-sektor yang di naungi diantaranya halal food, halal fashion, travel, dan halal finance. Halal industri ini

berkembang secara pesat salah satunya di Indonesia dimana, Indonesia sendiri penduduknya mayoritas beragama Islam berdasarkan sensus penduduk pada tahun 2021 sekitar 237,53 juta jiwa. Angka ini tidaklah sedikit dibanding Negara-negara yang lain. Sehingga tidak heran jika industri halal menjadi pendorong dalam pertumbuhan ekonomi dunia. Konsumsi produk halal di Indonesia pada tahun 2019 mencapai US\$144 miliar dan menjadikan sektor pariwisata ramah muslim menduduki posisi ke-6 dunia dengan nilai US\$11,2 miliar. Pencapaian ini dapat terus meningkat seiring berjalannya tahun. Namun saat ini, industri halal di Indonesia masih didominasi oleh sektor pangan dan kosmetik padahal sektor-sektor yang lainnya juga tidak kalah penting dan perlu dikembangkan. Perkembangan industri halal di Indonesia mempunyai rintangan dan tantangan salah satunya pada kualitas SDM (Sumber Daya Manusia). Minimnya pelaku industri halal yang memiliki sertifikat halal dalam mengembangkan usahanya dan juga tantangan pada daya saing produk lokal yang lebih dulu berkembang di Indonesia.

"Ini peluang emas yang harus kita manfaatkan secara optimal, sebab Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pusat ekonomi Islam global. Yang diperlukan selanjutnya adalah bagaimana kita terus melanjutkan berbagai upaya strategis yang tepat agar Indonesia dapat mewujudkan potensi tersebut." tandas Aqil.

"Juga, meningkatkan sinergi kolaborasi baik di dalam negeri maupun secara internasional. Khususnya, sinergi dengan pelaku usaha dan asosiasi pelaku usaha di dalam negeri, serta dengan berbagai jejaring di tingkat global." pungkasnya.

Aqil juga memaparkan kemajuan-kemajuan yang telah dilakukan BPJPH dalam membangun ekosistem halal di Tanah Air. Selain terus melakukan perbaikan regulasi JPH, BPJPH terus berupaya melakukan digitalisasi proses layanan registrasi dan sertifikasi halal dengan implementasi teknologi AI dan blockchain, dan memperkuat ekosistem JPH dengan penambahan jumlah Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LP3H), penguatan kualitas dan kuantitas SDM layanan halal seperti Pendamping PPH, Auditor Halal, Penyelia Halal dan sebagainya.

Dengan sertifikasi halal, masyarakat muslim harus lebih berhati-hati saat memilih produk makanan yang mengandung bahan kimia atau bahan baku yang dilarang oleh syariat Islam, seperti daging babi. Banyak kasus yang beredar seperti baso yang mengandung daging babi atau bumbu masakan yang mengandung minyak babi.

Dalam dunia yang semakin kompetitif, bisnis harus mampu memahami dan berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan setiap klien. Saat ini, bisnis kuliner berkembang dengan cepat, yang menghasilkan persaingan ketat. Semua perusahaan berusaha untuk mengalahkan perusahaan lain. Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk membuat rencana pemasaran yang tepat selain memperebutkan kemenangan dalam persaingan yang ketat tersebut. Seiring berjalannya waktu, berbagai produk baru masuk ke pasar.

Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk membuat produk yang memiliki karakteristik unik dan memiliki kualitas yang unik. Empat hal yang harus diperhatikan dari citra merek dan kualitas produk tersebut. Ketika pelanggan memutuskan untuk membeli suatu produk, mereka harus mempertimbangkan kembali merek dan kualitas produk tersebut. Merek yang dipilih konsumen tergantung pada citra merek yang tertanam dalam produk tersebut, sehingga pelanggan dapat mengetahui apakah citra merek tersebut baik atau buruk.

Citra adalah tanggapan langsung pelanggan terhadap kualitas yang berkaitan dengan merek atau perusahaan. Sifat fisik dan lambang perusahaan, seperti barang dan jasa, gedung, dan sebagainya, membentuk citra perusahaan. Citra menjelaskan bagaimana masyarakat melihat produk dan perusahaannya (Indrasari, 2019).

Menurut Kotler dan Keller dalam Venessa & Arifin (2017), persepsi merek dipegang oleh pelanggan digambarkan sebagai kelompok orang yang memiliki kepentingan yang sama dalam pikiran pelanggan dan selalu diingat saat slogan diucapkan.

Dunia pemasaran saat ini semakin kompetitif karena banyak jenis produk yang tersedia dengan berbagai kualitas dan inovasi. Teknologi marketing semakin canggih, sehingga semakin mudah untuk melakukan inovasi terbaru. Dengan daya saing yang tinggi, perusahaan harus tetap eksis untuk terus beroperasi dan

mengembangkan produk baru. Perusahaan harus mengembangkan bisnisnya dengan tujuan menghasilkan uang dan memperkuat eksistensi mereknya dalam persaingan.

Menurut Nano (2020), ada berbagai macam makanan dan minuman dari segi rasa, bentuk, dan penampilannya yang unik dan menarik. Ini dapat mencuri perhatian pembeli dan membuat mereka tertarik dan penasaran (Nano, 2020).

Dalam Islam, setiap orang yang beragama Islam diharuskan untuk menjaga kesehatan tubuh mereka dengan mengonsumsi makanan dan minuman yang halal dan thoyyib. Makanan dan minuman yang diizinkan untuk dikonsumsi menurut Islam disebut sebagai halal dan thoyyib, tergantung pada jenis makanan dan cara memperolehnya. Menurut fuqaha, halal secara zatnya dan prosesnya. Makanan juga disebut thoyyib jika aman dan tidak menimbulkan masalah jika dikonsumsi, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, dan bermanfaat bagi tubuh. Sesuai dengan apa yang dikatakan Allah SWT dalam ayat 168 surah Al-Baqarah, yang mengatakan:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتَ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”

Kotler (2010) menyatakan bahwa ada sejumlah variabel yang memengaruhi minat beli konsumen. Faktor pertama, citra merek, sangat penting bagi perusahaan dan konsumen, karena citra merek yang baik akan menguntungkan perusahaan. Oleh karena itu, jika citra merek suatu produk positif di mata konsumen, konsumen akan tertarik dan ingin membeli produk tersebut sesuai kebutuhannya. Faktor kedua adalah kualitas produk, yang mencakup kualitas produk dan kemampuan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan, sehingga kualitas produk yang baik akan meningkatkan permintaan pelanggan untuk membeli produk tersebut. Faktor ketiga adalah harga produk, yang merupakan ukuran dari seberapa besar atau kecil nilai

kepuasan pembeli dengan produk tersebut. Menurut Ahmad, Tumbel, dan Kalangi (2020), penelitian ini hanya mengambil sebuah gambar merek dan label halal yang mempengaruhi minat beli konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2012), citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dimiliki oleh konsumen, seperti yang tercermin dalam hubungan yang tertanam dalam ingatan mereka. Citra merek adalah persepsi konsumen terhadap merek suatu produk, yang dibentuk dari informasi yang diperoleh konsumen dari pengalaman mereka menggunakan produk tersebut. Citra merek yang kuat dapat memberikan bank keunggulan yang signifikan dibandingkan dengan bank lain.

Pemerintah dan DPR telah Menyusun Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) yang kemudian dirincikan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Landasan hukum yang dibuat pemerintah tersebut menunjukkan peran negara dalam memberikan dan memfasilitasi kepastian hukum sebagai bentuk tanggung jawab.

Mixue Ice Cream and Tea adalah sebuah perusahaan waralaba yang menjual eskrim sajian lembut dan minuman teh asal Zhengzhou, Henan, Tiongkok dan didirikan pada bulan Juni 1997. Hingga 2023, sedikitnya 21.581 gerai Mixue telah beroperasi di Tiongkok dan sedikitnya 12 negara lainnya di AsiaPasifik. Perusahaan ini sepenuhnya dimiliki oleh Zhang Bersaudara. Mixue telah hadir di Indonesia sejak tahun 2020 dengan gerai pertamanya di Cihampelas Walk, Kota Bandung dan saat ini memiliki lebih dari seribuan gerai di seluruh Indonesia. Produk ini telah mendapatkan sertifikasi halal oleh Majelis Ulama Indonesia sejak awal 2023.

Dengan sertifikat nomer sertifikat ID00410001326911122 atas nama PT Zhisheng Pacific Trading (MIXUE) yang berlaku sampai dengan tanggal 16 Februari 2027. Kehalalan produk Mixue di Indonesia dijamin setelah LPPOM MUI mengeluarkan ketetapan halal bahan baku dan kesucian proses produksi pada 10 Februari 2023. Sebelumnya, masyarakat Indonesia mempertanyakan belum adanya sertifikasi halal dalam produk yang dijual Mixue. Menurut PT Zhisheng Pacific Trading yang membawa Mixue ke Indonesia, sejak tahun 2021 Mixue mengupayakan proses sertifikasi halal agar konsumen tidak khawatir dalam

membeli produk ini. Namun, prosesnya terkendala oleh tahapan konsultasi halal yang harus dilaksanakan terlebih dahulu di negara asal dikarenakan 90% bahan bakunya merupakan hasil impor, sumber bahan baku yang tidak terpusat seluruhnya di satu wilayah, serta pandemi Covid-19 dan karantina wilayah di Tiongkok menyebabkan terhambatnya proses pengurusan. Menanggapi hal tersebut, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama RI meminta Mixue tidak boleh memasang logo halal sebelum sertifikat halal diterbitkan (Autor, 2023).

Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung merupakan sekumpulan pelajar yang juga konsumen dari pada produk mixue. Terlebih mahasiswa di UIN Sunan Gunung Djati Bandung mayoritas beragama muslim. Seyogyanya para mahasiswa ini akan lebih memperhatikan aspek kehalalan suatu cita merk produk yang mereka makan. Oleh karenanya, saya selaku penulis memandang jika mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung sangat cocok dijadikan objek penelitian untuk melihat seberapa cita merk dan label halal pada sebuah produk minuman menjadi pertimbangan mereka dalam memilih produk. Sehingga penulis mengambil judul Pengaruh Citra Merk dan Label Halal terhadap Minat Beli pada produk *Mixue* (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang secara parsial, maka peneliti merumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah citra merk berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada produk *mixue* studi pada mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
2. Apakah label halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada produk *mixue* studi pada mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
3. Apakah citra merk dan label halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada produk *mixue* studi pada mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah secara parsial, maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merk terhadap minat beli pada produk *Mixue*. Studi Pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djadi Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap minat beli pada produk *Mixue*. Studi Pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djadi Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merk dan label halal terhadap minat beli pada produk *mixue*. Studi Pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djadi Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan
Penelitian ini diharapkan perusahaan mengetahui seberapa penting label halal serta harga terhadap keputusan konsumen/pembeli, sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan informasi ini guna mewujudkan makanan yang jelas akan kehalalannya serta harganya.
2. Bagi akademis
Penelitian ini diharapkan menjadi wawasan bagi akademisi yang minat dalam manajemen pemasaran terutama dalam perilaku konsumen serta dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai manajemen pemasaran dalam bidang komunikasi dan perilaku konsumen terkhusus kepada Labelisasi halal dan harga.
3. Bagi Program Studi Ekonomi Syariah dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam ilmu pengetahuan serta menambah wawasan dan ilmu untuk mahasiswa yang melakukan penelitian dengan objek atau masalah yang sama dan melakukan penelitian lebih lanjut.