

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, sektor halal menjadi tren global, Pernyataan tersebut dibuktikan dengan prospek industri halal yang terus naik per tahunnya. Menurut Global Islam Report (2019), sekitar 1.8 miliar umat Islam mengkonsumsi halal. Konsumen oportunistik di industri halal tumbuh 5.2% setiap tahunnya, dengan total seluruh belanja konsumen mencapai \$2.2 triliun. Jumlah ini diprediksi bakal terus naik setiap tahunnya.

Indonesia ialah salah satu negara yang paling potensial dalam pengembangan industri halal. Pasti potensi yang sangat besar tersebut disebabkan oleh besarnya jumlah masyarakat muslim di Indonesia berpacu kepada Data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) menunjukkan ada 277,75 juta orang yang tinggal di Indonesia. Dibandingkan dengan 273,32 juta pada waktu yang sama tahun lalu, angka ini naik sebesar 4,43 juta. Hingga akhir tahun sebelumnya, 241,7 juta penduduk Indonesia beragama Islam. Jumlahnya mencapai 87,02% dari total populasi negara. 12,7% umat Islam di seluruh dunia berada di Indonesia. Berdasarkan perkiraan 273 juta orang, komunitas Muslim mencakup 87,2% dari keseluruhan populasi Indonesia (World community Review, 2020). Permintaan barang halal sangat besar karena besarnya komunitas Muslim. Pasar industri halal diperkirakan akan mencapai puncaknya di Indonesia. Faktanya, Indonesia menghabiskan total 218,8 miliar USD pada tahun 2017 pada pembelian barang halal (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2019). Sektor halal memainkan

peran penting dalam menaikkan perekonomian. Dengan demikian, bisnis halal di Indonesia berkembang.

Berdasarkan pada hasil di atas yakni penduduk Indonesia mayoritas muslim dimana halal dan haram ialah dua hal yang sangat penting dalam menentukan makanan bagi umat muslim, sehingga label halal yang bisa memvalidasi mana makanan halal dan mana makanan non halal. Setiap Muslim menjunjung tinggi makanan halal, percaya yakni makanan halal bisa membawa berkah sekaligus menyehatkan bagi manusia. Halal ialah hal utama yang wajib disembah umat Islam agar selalu ada di jalan yang benar. Selain itu, halal juga dicantumkan dalam Al-Quran dan Hadits. Islam memerintahkan kita agar selalu makan dan minum apa pun yang halal dan baik di muka bumi ini, termasuk obat-obatan, kosmetik, dan barang-barang lainnya yang dicantumkan dalam Al-Quran surah al-baqarah 168 dan sesuai dengan kehendak Allah. Namun saat ini, cukup mudah untuk menemukan label halal pada makanan yang dikemas dan di tempat makan ternama.

Konsep kehalalan dalam kehidupan sudah diterapkan dalam bermasyarakat tujuannya agar mencapai kemaslahatan dan kebarakahan itu sendiri. Halal diperuntukan untuk sesuatu yang baik maupun bersih serta haram diperuntukan agar hal yang buruk ataupun yang lainnya. Sama seperti halnya makanan, umat muslim diwajibkan agar mengkonsumsi makanan halal seperti yang mana Allah telah jelaskan dalam Q.S Al-baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Wahai Manusia makanlah apa yang ada di bumi yang halal lagi baik dan janganlah engkau mengikuti langkah-langkah syaitan, sesungguhnya ialah musuh bagimu yang nyata”.

Menurut tafsiran yang dikemukakan oleh Ibnu ‘Abbās mengklaim yakni sekelompok orang yang meliputi dari Bani Saqif, Bani Amir bin Sa'sa'ah, Khuza'ah, dan Bani Mudli menjadi subyek turunnya ayat ini. Mereka melarang memakan berbagai macam hewan berdasarkan keinginannya sendiri. Misalnya, mereka memotong telinga unta betina yang dinamai *bahīrah* setelah lima kali hamil, dan telinga domba yang dinamai *wasīlah* setelah dua kali hamil satu jantan dan satu betina sehingga anak laki-laki tersebut tidak layak agar dikonsumsi dan harus dipersembahkan kepada berhala. Namun Allah tidak melarang mengonsumsi hewan jenis ini (Al-Qur'an, 2023).

Lalu menurut Quraish shihab dalam tafsir al-misbah yakni ayat ini diawali dengan kata *يا ايها الناس* yang mana berarti wahai manusia, jadi pada intinya ayat ini tidak hanya menyeru kepada umat muslim saja melainkan seluruh manusia yang berada dimuka bumi ini. Selain itu, bumi disiapkan oleh Allah SWT bagi semua orang, baik yang beriman maupun tidak. Ialah pelanggaran terhadap perintah Allah SWT untuk siapapun yang mencoba memonopoli hasil demi kepentingan kelompok kecil, suku, agama, ras, bangsa, atau wilayah mereka sendiri dengan mengorbankan orang lain. Oleh karena itu, setiap orang dipersilakan mengonsumsi makanan halal dan sehat (Shihab, 2002). Elemen utama yang mempengaruhi kecenderungan pelanggaran Muslim agar melakukan pembelian ialah adanya label halal; namun,

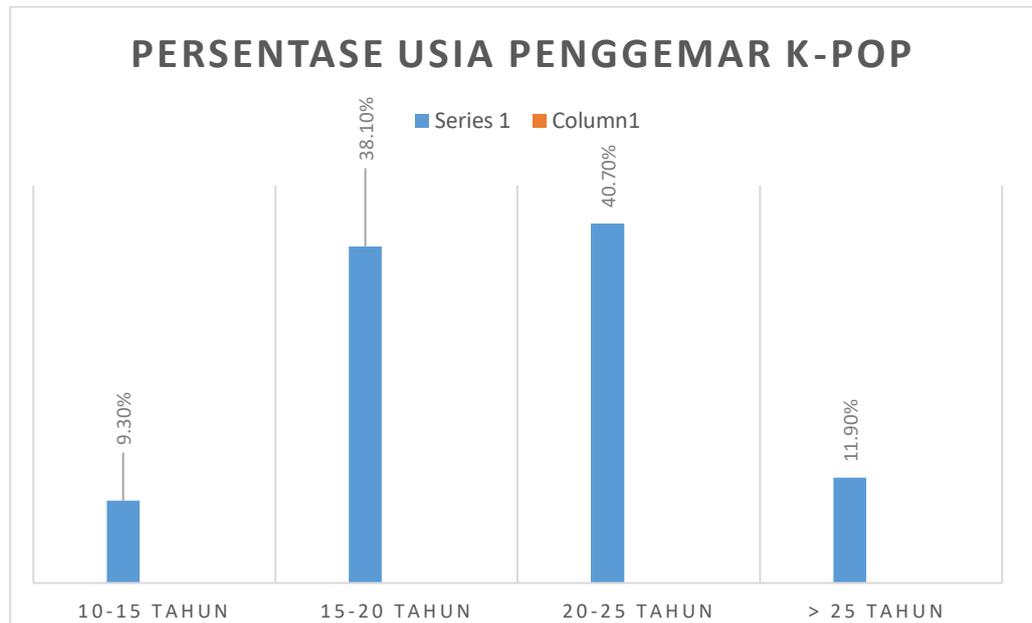
harga ialah faktor penting lainnya yang bisa mempengaruhi keputusan konsumen (Sihotang, 2020).

Selain daripada label halal adapun harga hal-hal yang harus diperhitungkan oleh pelanggan. Bagi seorang pengusaha, harga ialah pertimbangan yang sangat penting dalam membeli sebuah produk bagi yang ingin berusaha karena harga bisa menetapkan maju mundurnya sebuah usaha tersebut. Selain itu, elemen lain harga ialah unsur yang mempengaruhi pilihan pelanggan untuk membeli sebuah produk. Ketika biaya sebuah barang atau jasa ialah jumlah yang dibebankan agar itu, atau jumlah uang yang konsumen harus perdagangkan agar membeli atau memanfaatkannya (Armstrong & Kotler, 2001). Pencantuman harga memiliki dampak besar pada keputusan pembelian pelanggan karena menentukan perilaku konsumen. Secara umum, konsumen kurang tertarik agar membeli barang dengan harga lebih tinggi, sedangkan konsumen dengan harga lebih murah akan lebih cenderung membeli barang tersebut (Suprayitno, 2010). Oleh karenanya, perusahaan harus menetapkan harga berdasar kepada pangsa pasar sehingga penjualan produk dan pangsa pasar meningkat.

Selanjutnya citarasa ialah sebuah pilihan konsumen dalam membeli sebuah makanan, citarasa salah satu indikator yang mempengaruhi adopsi sebuah produk oleh pelanggan ialah kesesuaiannya sebagai makanan. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memaksimalkan citarasa setiap makanan. Salah satu faktor penentu utama keberhasilan perusahaan dalam industri makanan ialah hal ini. Jika produk makanan higienis dianggap tidak menarik atau bahkan diremehkan, konsumen

mungkin akan sulit mempercayai klaim manfaat kesehatan dan kepraktisannya. Citarasa (*taste*) menikmati atau mencicipi (*gustation*) ialah rasa makanan yang bisa diidentifikasi oleh lidah. Rasa yang paling dekat dengan makanan dialami oleh lidah karena indera perasa ialah garda terdepan dalam jalur penyerapan makanan ke dalam tubuh manusia. Berdasarkan hasil penelitian (Njoto, 2016) selera mempunyai peranan besar dalam mempengaruhi penilaian mengenai apa yang akan dibeli. Pemilihan rasa melibatkan perbedaan antara rasa makanan dan faktor lainnya.

Keputusan konsumen dalam membeli sebuah makanan dihadapkan oleh berbagai macam pilihan makanan yang sangat membingungkan dimana pada era saat ini sangat banyak sekali pilihan ataupun macam-macam makanan, salah satu opsi dalam memilih makanan pada saat ini banyak faktor konsumen agar memilih ataupun membeli sebuah makanan diantaranya, makanan berlabel halal, harga, citarasa, kualitas, kemasan dan lain sebagainya. Namun hal yang terpenting disini bagi umat Islam yaitu makanan yang berlabelkan halal yang mana menjadi pembeda dari segi identitas sebuah makanan tersebut. Salah satu makanan yang paling diminati saat ini yaitu makanan asal korea yakni tteokbokki dimana generasi muda sangat terpengaruh dengan hadirnya idol asal korea dengan meniru apa yang mereka lakukan seperti halnya membeli makanan-makanan korea, *dance cover*.



Sumber: Diolah oleh penulis, 2024

Gambar 1.1 Persentase Usia Penggemar K-pop

Berdasar pada data diatas yakni di Indonesia, 92,1% penggemar K-pop ialah perempuan. Berdasarkan data diatas, usia dewasa awal ialah rentang usia yang khas bagi para pecinta K-pop. Sesuai dengan studi (Boon & Lamore, 2001) menunjukkan yakni 75% orang di masa dewasa awal memiliki minat yang besar terhadap selebriti dalam kehidupan mereka, termasuk idola musik, bintang film, dan sejenisnya. Hal ini sejalan dengan hadirnya makanan instan yang dikemas berbentuk kemasan. Sehingga banyak dari *k-popers* yang memilih makanan instan yang mudah ditemukan agar bisa dinikmati serta ditiru dari apa yang dilakukan oleh idol k-popnya.

Kehalalan, harga dan citarasa produk sangat berpengaruh pada keputusan pembeli. Sebagai contoh Tteokbokki kemasan dari PT Animo Resto Primera, yang mana tteokbokki kemasan sudah memiliki label halal serta memiliki harga yang ekonomis hal ini sangat layak agar menjadi komponen penelitian. Tujuan dari

penelitian ini ialah agar mengumpulkan data yang lebih tepat, didukung oleh bukti ilmiah, tentang bagaimana labelisasi halal, harga dan citarasa mempengaruhi keputusan konsumen agar membeli produk tertentu. Melakukan penelitian ilmiah sangatlah penting. Itu sebabnya dilakukan penelitian ilmiah yang dilakukan dengan langsung terjun kepada konsumen tteokbokki kemasan pada komunitas K-popers sebagai populasi. Atas dasar latar belakang tersebut peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA DAN CITARASA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN TTEOKBOKKI KEMASAN PADA KOMUNITAS K-POPERS”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, jadi peneliti merumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah labelisasi halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen pada pembelian Tteokbokki kemasan?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen pada pembelian Tteokbokki kemasan?
3. Apakah citarasa berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen pada pembelian Tteokbokki kemasan?
4. Apakah Label halal, harga dan cita rasa berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen pada pembelian Tteokbokki kemasan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, jadi tujuan dilakukannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Agar mengetahui pengaruh labelisasi halal secara parsial terhadap keputusan konsumen pada pembelian Tteokbokki kemasan.
2. Agar mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan konsumen pada pembelian Tteokbokki kemasan.
3. Agar mengetahui pengaruh citarasa secara parsial terhadap keputusan konsumen pada pembelian Tteokbokki kemasan.
4. Agar mengetahui pengaruh label halal, harga dan citarasa secara simultan terhadap keputusan konsumen pada pembelian Tteokbokki kemasan.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, jadi manfaat penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan perusahaan mengetahui seberapa penting label halal, harga dan citarasa terhadap keputusan konsumen, sehingga perusahaan bisa mengoptimalkan informasi ini guna mewujudkan makanan yang jelas kehalalannya serta harganya.

2. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi wawasan bagi akademisi yang minat dalam manajemen pemasaran terutama dalam perilaku konsumen serta bisa menambah wawasan serta pengetahuan mengenai manajemen pemasaran dalam bidang perilaku konsumen terkhusus kepada Labelisasi halal dan harga.

3. Bagi penulis

Menambah keilmuan, wawasan dan pengetahuan bagi penulis dalam manajemen pemasaran terkhusus mengenai pengaruh labelisasi halal dan harga pada keputusan konsumen dalam membeli tteokbokki kemasan ini. Selain daripada itu, penelitian ini berguna bagi penulis agar memperoleh gelar strata 1 (S1) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

4. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan bagi konsumen seberapa penting label halal, harga dan citarasa dalam memutuskan suatu putusan dalam menentukan pembelian sebuah produk. Sehingga konsumen dapat mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum kepada pembelian produk.

