

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan pengetahuan terus mengalami kemajuan, salah satunya mengenai produk apa yang dibeli dan menjadi pilihan untuk dikonsumsi. Oleh karena itu pentingnya informasi yang jelas dan transparan mengenai produk yang dikonsumsi dan beredar di tengah masyarakat semakin meningkat. Menjaga nilai halal merupakan sesuatu yang cukup penting dan harus dilakukan sebagai prioritas utama. Meskipun Indonesia memiliki mayoritas penduduk beragama Islam, untuk peredaran sebagian produk di masyarakat luas masih belum dijamin kehalalannya. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif dari pemerintah dalam mengawasi produk-produk yang dapat dianggap haram yang sudah tersebar dikalangan masyarakat luas. Keberadaan produk yang belum memiliki label halal yang digunakan oleh penduduk muslim Indonesia merupakan suatu hal yang sangat disayangkan (Maryana & Suparto, 2020). Maka wajar apabila masyarakat Indonesia kurang begitu khawatir terhadap penyebaran produk yang bisa jadi belum semuanya memenuhi standar kehalalan (Rochmanto, 2014).

Penjelasan di atas memberikan gambaran konsistensi data, sebagaimana sesuai dengan data yang ada pada laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC), Indonesia adalah negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia, yaitu 240,62 juta jiwa atau 86,7% pada tahun 2023, dari populasi nasional yang

totalnya 277,53 juta jiwa. Angka Pakistan dan India lebih kecil dibandingkan dengan angka ini (Annur, 2023). Namun demikian fokus pemerintah mengenai halal *lifestyle* harus terus ditingkatkan, walaupun data terbaru menyebutkan bahwa Indonesia telah menduduki peringkat ke 2 dan pada peringkat pertama masih diduduki oleh Malaysia berdasarkan *State of the Global Islamic Economy* (SGIE) report pada 31 Maret 2022 (Kemenag, 2022). Penggunaan label halal pada produk merupakan tindakan untuk memberikan keyakinan bahwa produk tersebut telah memenuhi persyaratan kehalalan sesuai dengan hukum islam, label halal ini diberikan oleh lembaga yang berwenang dengan tujuan untuk memberikan jaminan terkait kehalalan produk (Fatmawati, 2017).

Sekarang ini berkumpul dan terlibat dalam percakapan seringkali dilakukan di kafe, kedai kopi, atau warung. Kegiatan seperti berkumpul, nongkrong, dan ngopi berulang-ulang dilakukan, membentuk suatu pola konsumsi baru bagi masyarakat. Banyak sekali produk-produk kopi yang saat ini muncul dan beredar di hampir semua tempat, mulai dari produk lokal hingga produk-produk kopi impor. Hal ini diperkuat dengan data yang di ungkap oleh *International Coffee Organization* (ICO), konsumsi kopi di Indonesia mencapai rekor terbesarnya pada periode 2020/2021, angkanya menjadi yang terbesar kelima di dunia dengan 5 juta kantong berukuran 60 kilogram (Ali, 2022).

Salah satu produk kopi yang ramai diminati masyarakat saat ini yaitu *Coffee Beer*. *Coffee Beer*, merupakan minuman yang diproduksi secara lokal di Indonesia, lebih tepatnya berasal dari Jombang, Jawa Timur, Banyak yang mungkin berpikir

bahwa kopi ini mengandung alkohol hanya dari namanya, tetapi sebenarnya tidak ada alkohol dalam racikan kopi tersebut, sehingga aman untuk dikonsumsi sesuai aturan halal (Fitria, 2022).

Bagi umat Islam, mengonsumsi produk yang halal dan baik merupakan suatu kewajiban, karena tindakan tersebut adalah bentuk pengabdian dan ketakwaan umat Islam kepada Allah Swt. Mengonsumsi produk atau menggunakan jasa yang halal adalah perintah dari Tuhan yang Maha Esa yang harus ditaati oleh setiap umat Islam. Perintah terkait konsumsi ini dijelaskan dalam ayat 168 dari Surat Al-Baqarah yang umat Islam :

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

Artinya : *“Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.”*

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa sebagai manusia, kita seharusnya mampu memilah antara yang haram dan halal. Kita tidak diperkenankan untuk melegalkan yang haram atau melarang yang halal. Barang yang halal dianggap sebagai sesuatu yang baik dan tentu bermanfaat ketika dikonsumsi. Manusia dilarang untuk mengonsumsi barang yang haram karena jelas bahwa dalam barang yang haram terdapat bahaya yang merugikan ketika dikonsumsi. *Center of Halal Lifestyle and Consumer Studies (CHCS)* melakukan penelitian terhadap konsumen Muslim

mengenai pentingnya mengonsumsi makanan halal, dan hasilnya menunjukkan bahwa 72,5% konsumen Muslim menganggap mengonsumsi makanan halal sebagai hal yang penting.

Untuk mengetahui apakah suatu produk halal atau tidak, diperlukan perspektif dari pihak yang memiliki otoritas dan kepercayaan. Dalam hal ini, yang dimaksud adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI), meskipun *Coffe Beer* tidak mengandung alkohol dan bahkan produsen mengklaim telah mendapatkan izin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Hingga saat ini, MUI belum memberikan sertifikasi halal untuk minuman asal Jombang ini.

Sebanyak 2.171 sertifikat halal (SH) telah dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama (Kemenag) sejak awal Januari 2023 (Kemenag, 2023). Data ini masih sangat kecil dibanding dengan jumlah produk yang belum memiliki label halal. Hal ini mengindikasikan bahwa kesadaran terkait penandaan sebagai produk halal atau sertifikasi halal di Indonesia masih sangat rendah. Fenomena ini menciptakan suatu kejanggalan tersendiri, mengingat jumlah Muslim yang dominan di Indonesia, namun tingkat kesadaran atau kepedulian terhadap kehalalan produk di kalangan Muslim masih minim.

Persentase produk yang memiliki label halal hanya sekitar 20%, sementara 80% sisanya tidak mencantumkan label halal. Angka ini mengkhawatirkan, mengingat Indonesia seharusnya dapat mencapai 99% produk dengan lisensi halal, mengingat mayoritas penduduknya adalah Muslim. Jarak yang signifikan antara angka

sebenarnya dan target tersebut menunjukkan adanya masalah yang perlu diidentifikasi terkait penyebab fenomena ini (Doli & Ritonga, 2005).

Permasalahan utama di Indonesia adalah minimnya kesadaran individu terhadap pengetahuan mengenai produk halal. Hingga saat ini, masyarakat sering membeli produk tanpa memiliki pemahaman yang memadai terkait produk yang beredar di lingkungan mereka. Umumnya, persepsi terhadap makanan halal hanya terbatas pada pemahaman bahwa komposisi yang dipakai pada produk itu dianggap halal, tanpa memperhatikan asal-usul produk, proses distribusi, dan cara penyimpanannya yang juga perlu diperhatikan untuk memastikan kehalalannya. Oleh karena itu, MUI mengharuskan para pelaku usaha di bidang makanan atau produsen makanan untuk mendaftarkan usahanya dan memasang label halal pada kemasan produk mereka.

Dalam tambahan ketentuan yang terdapat di kitab suci Al-qur'an, diketahui bahwa peraturan yang dicatat mewajibkan adanya kehalalan produk bagi konsumen, salah satunya adalah Undang-Undang Jaminan Produk Halal No. 33 tahun 2014, yang menyatakan bahwa sertifikasi halal adalah pengakuan atas kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis dari MUI. Produsen harus memastikan makanan dan minuman yang mereka jual telah mendapatkan sertifikasi halal. Dalam konteks ini, peran sertifikasi halal memiliki dampak positif pada kesadaran akan produk halal. Meskipun Undang-undang nomor 33 tahun 2014 telah diterapkan, faktanya masih terdapat sejumlah produk beredar tanpa label halal.

Kesadaran yang dimiliki ini mencerminkan bahwa di Indonesia, permintaan konsumen terhadap makanan atau produk halal sangat tinggi. Oleh karena itu, pemerintah bertanggung jawab untuk mengawasi pelaksanaan Sertifikasi Halal pada semua produk. Partisipasi pemerintah dalam proses sertifikasi ini diharapkan bisa memberikan rasa aman dan nyaman kepada masyarakat ketika mengonsumsi produk berlabel halal, menghilangkan kekhawatiran terkait kehalalan produk yang akan dikonsumsi.

Pengetahuan tentang produk halal menjadi salah satu penyebab yang memengaruhi pandangan dan kebiasaan konsumen dalam membuat keputusan pembelian suatu produk. Sementara itu, tingkat religiusitas atau tingkat kesadaran dapat diartikan sebagai ukuran sejauh mana seorang konsumen berkomitmen terhadap prinsip-prinsip agama yang dianutnya (Sari, 2021). Terkait produk minuman yang memiliki label halal, baik itu minuman penyegar, penambah energi atau semacamnya. Salah satu yang sudah dibahas diatas yaitu kopi yang pada saat ini memiliki peminat yang sangat tinggi, seperti yang sudah disampaikan bahwa *Coffee Beer* saat ini memiliki banyak sekali peminat dan memiliki konsumen di berbagai daerah.

Minuman ini merupakan racikan kopi legendaris, karena sudah dibuat pertama kali pada 1963. *Coffee beer* pertama kali oleh sebuah perusahaan lokal bernama Agung Ngoro. Dikutip dari situs web resmi Agung Ngoro, *Coffee Beer* ini sudah mendapat izin edar dari BPOM, sehingga aman untuk dikonsumsi. *Coffee Beer* merupakan minuman yang diracik dengan perpaduan kopi, gula pasir, air CO<sub>2</sub>

karamel dan soda. Jadi tidak ada campuran bir atau minuman alkohol sama sekali meskipun menggunakan nama 'bir.' Rasanya manis, ringan dan menyegarkan. Minuman ini dikemas menggunakan botol kaca berwarna hijau gelap. Sekilas, tampilan kemasannya mirip dengan minuman alkohol pada umumnya. *Coffee Beer* awalnya hanya dikenal oleh masyarakat Jombang saja. Kemudian banyak pendatang yang penasaran sehingga mereka datang dan mencicipi minuman kopi tersebut. Kemudian *coffee Beer* banyak dipromosikan lewat media sosial hingga menjadi populer hingga ke kota-kota besar termasuk Jakarta (Fitria, 2022).

Sampai saat ini produk *Coffee Beer* belum memiliki sertifikat atau label halal, hal tersebut bukan karena *Coffee Beer* ini mengandung bahan yang memabukan namun karena penggunaan nama pada produk ini yaitu “*Beer*” yang memiliki makna minuman beralkohol, maka dari itu walaupun *Coffee Beer* sudah mengantongi izin BPOM namun MUI sendiri belum memberikan sertifikat halal pada produk ini. Dengan permasalahan yang ada sebenarnya *Coffee Beer* ini bisa mendapatkan sertifikasi halal dengan mengganti nama pada produknya, kasus ini sebenarnya sama seperti Mie Gacoan yang semula belum mendapat sertifikat halal karena penamaan menu yang mengandung makna tidak baik dalam islam sehingga menggantinya ke nama yang lain agar mendapatkan sertifikasi halal dari MUI. Namun tentunya hal ini tidak mudah dikarenakan penamaan *Coffee Beer* sendiri sudah melekat pada konsumennya.

Keyataanya masyarakat luas belum sepenuhnya memahami informasi tentang *Coffee Beer*, juga benar dalam hal skala kewaspadaan atau skala Kesadaran

individu terhadap hal yang bakal mereka konsumsi masih amat sedikit. Selain itu, pengetahuan tentang kepastian kehalalan suatu barang atau produk pada kemasan, label halal juga belum sepenuhnya diperhatikan oleh masyarakat saat membuat keputusan pembelian.

Dari uraian latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana tingkat pengaruh pengetahuan dan kesadaran halal masyarakat terhadap keputusan pembelian produk *Coffe Beer*. Maka judul skripsi ini ialah : **“Pengaruh Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal dan Religiusitas Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Coffee Beer*”**

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dapat disimpulkan dari uraian pada latar belakang sebagai berikut :

1. Apakah pengetahuan halal masyarakat berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Coffee Beer*?
2. Apakah kesadaran halal masyarakat berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Coffee Beer*?
3. Apakah Religiusitas masyarakat berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Coffee Beer*?
4. Apakah pengetahuan halal, kesadaran halal dan religiusitas masyarakat berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Coffee Beer*?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan halal masyarakat terhadap keputusan pembelian produk *Coffee Beer*
2. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran halal masyarakat terhadap keputusan pembelian produk *Coffee Beer*
3. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas masyarakat terhadap keputusan pembelian produk *Coffee Beer*
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, kesadaran, dan religiusitas masyarakat terhadap keputusan pembelian produk *Coffee Beer*

### D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, diantaranya:

1. Bagi Akademisi

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Dapat dijadikan referensi untuk memperdalam pemahaman tentang betapa pentingnya memiliki pengetahuan dan kesadaran akan kehalalan saat penggunaan suatu produk.

2. Untuk peneliti selanjutnya

Diharapkan bahwa penelitian ini dapat berfungsi sebagai sumber acuan tambahan bagi penelitain mendatang yang berkaitan dengan tema ini dan memungkinkan perbaikan serta penyempurnaan terhadap kelemahan yang ada dalam penelitian ini

### 3. Untuk Penulis

Untuk peneliti diharapkan bahwa penelitian ini dapat menambahpengetahuan luas, baik untuk lingkup akademik dan penelitian, serta menjadi referensi tambahan dalam proses pembelian dan penggunaan label halal dalam produk. Penelitian ini mencerminkan penerapan teori dan pengetahuan yang penulis pelajari selama kuliah.

### 4. Bagi Perusahaan

Diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan rekomendasi untuk perusahaan juga memberikan kontribusi untuk perusahaan serta saran dan pertimbangan tambahan dalam pembelian produk *Coffee Beer* pada masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan pengetahuan, Kesadaran dan religiusitas dalam mempengaruhi keputusan untuk membeli produk yang memiliki label halal.