

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hal yang perlu diperhatikan ketika memastikan produk yang akan dikonsumsi adalah produk Halal kita perlu memperhatikan sertifikasi Halal produk tersebut. Pertambahan volume produk bersertifikat Halal mendorong asumsi dasar yang muslim lebih sadar akan pentingnya makanan Halal yang secara tidak langsung mengarah pada perluasan industri makanan Halal global. (Che Man, Sazili, 2010)

Sertifikasi Halal adalah jaminan keamanan yang telah melalui serangkaian proses pemeriksaan secara terperinci guna mendapatkan legalitas Halal serta menjadi parameter penjamin keamanan produk untuk dikonsumsi umat muslim. (Shaari, Arifin, 2010)

Seiring dengan peningkatan populasi muslim dan adanya aturan mengenai kewajiban mengonsumsi makanan Halal nyatanya tidak banyak berpengaruh terhadap minat beli konsumen muslim dalam memilih suatu produk dipasaran. Menurut Ismail Solihin (2013) Minat beli adalah ketertarikan seseorang terhadap suatu produk. Kondisi sebagian masyarakat yang awam tentang Halal bahkan cenderung bersikap masa bodoh dalam mengonsumsi suatu produk di pasaran.

Bagi seorang konsumen muslim, keHalalan merupakan suatu hal yang utama dalam memilih dan mengonsumsi suatu produk. Maka dalam setiap produk makanan yang akan dikonsumsi, para konsumen muslim akan senantiasa mencari informasi tentang produk tersebut. Maka dari itu setiap produsen makanan dalam memasarkan produknya harus senantiasa memberikan informasi kepada para

konsumen, salah satunya informasi tentang keHalalan produk tersebut. Konsep Halal telah banyak dikenal dan diterapkan di Indonesia, khususnya oleh umat muslim. Halal diartikan sebagai sesuatu yang baik, bersih dan tentunya boleh digunakan atau dikonsumsi oleh manusia. Dalam QS. Al-Baqarah: 168, Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا

خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

“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”. (Qs. Al-Baqarah: 168)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan manusia untuk mengonsumsi makanan yang Halal juga baik dari apa yang bisa manusia dapatkan di muka bumi ini. Ayat ini juga menjelaskan tentang larangan Allah SWT yaitu mengikuti langkah-langkah syaitan, hal tersebut merujuk pada mengonsumsi sesuatu yang haram.

Menurut Kotler dan Keller, keputusan pembelian didefinisikan sebagai keputusan untuk membeli atau tidak membeli produk melalui tahapan keputusan pembelian yaitu mengenali masalah dalam hal ini apa yang dibutuhkan oleh seorang konsumen, kemudian mencari informasi mengenai apa dan bagaimana kebutuhannya itu terpenuhi, kemudian mempertimbangkan dan mengevaluasi berbagai alternatif yang ada, hingga akhirnya memutuskan untuk membeli dan bagaimana

perilaku dan perasaan konsumen pasca melakukan pembelian produk tersebut. (Kotler, Keller, 2009) Konsumen melalui tahapan mengenali masalah dengan mencari tahu apa yang dibutuhkan oleh mereka, atau dalam tahapan keputusan pembelian disebut sebagai tahap pengenalan masalah. Menurut Rakhmawati sebagaimana yang dikemukakan oleh Cut Tari Fadila, saat ini konsumen sudah lebih sadar dan selektif dalam memilih dan memutuskan untuk membeli suatu produk. Konsumen akan memilih produk yang memiliki informasi kehalalan serta kelayakan untuk dikonsumsi.

Adapun menurut Abdurachman (2004) dalam penelitian terdahulu dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Kasus: Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur)”, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli, yaitu faktor kualitas, faktor brand/merek, faktor kemasan, faktor harga, faktor ketersediaan barang dan faktor acuan. Faktor harga dan acuan menjadi faktor yang dominan dalam minat beli. Untuk memperbaharui penelitian, maka penulis menambahkan indikator label halal sebagai faktor yang mempengaruhi minat beli.

Suatu produk yang memiliki kualitas yang baik tentunya memiliki suatu keunggulan tersendiri. Produk dengan kualitas yang baik akan memiliki tempat di hati para konsumen, dan juga akan selalu diutamakan oleh para konsumen. Sebagaimana dalam penelitian yang dilakukan oleh Zella Anggraeni dengan judul “Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah”, dalam penelitian tersebut diperoleh

hasil bahwa kualitas produk memiliki peluang besar dalam pengambilan keputusan pembelian seorang konsumen. (Anggraeni, 2017)

Maka dari itu, kualitas produk juga sama pentingnya dengan label halal, dan merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli atau menggunakan suatu produk. Suatu perusahaan yang memiliki kualitas yang baik pada produknya harus terus menjaga kualitasnya, dan juga untuk para perusahaan yang masih mengembangkan produk yang dimiliki, peningkatan kualitas adalah hal utama yang harus dilakukan.

Persaingan bisnis diantara para produsen makanan di kabupaten Garut sangat ketat, terutama produsen yang memproduksi makanan khas daerah. Hal tersebut terjadi karena, Garut merupakan kabupaten yang terkenal dengan produk makanan khas, maka bisa dipastikan banyak produsen yang memproduksi dan memasarkan makanan khas tersebut. Salah satu dari banyaknya makanan khas daerah garut adalah Dodol.

Produsen produk makanan khas daerah di kabupaten Garut sangat beragam, mulai dari usaha yang berskala mikro, kecil, menengah sampai kepada perusahaan yang sudah berskala besar. Penggolongan jenis perusahaan tersebut, ditinjau dari aspek kepemilikan modal, kapasitas produksi serta luas cakupan produksi.

Berdasarkan pemantauan penulis, ditinjau dari segi jenis produk yang dihasilkan oleh para produsen yang dimaksud, terdapat dua kategori produk yang dijadikan unggulan oleh pemerintah Kabupaten Garut, yaitu industri makanan dan non makanan. Industri makanan yang berkembang baik terdiri dari makanan yang berjenis: aneka dodol, kerupuk kulit, dorokdok, ranginang, kue kering dan berbagai

jenis makanan ringan lainnya. Sejak tahun 2009, yang ditandainya kelahiran produk baru dan diklaim sebagai oleh-oleh dari kabupaten Garut adalah produk dengan merek Chocodot, yang merupakan produk olahan dari dodol dikombinasikan dengan coklat, di bermunculan para produsen makanan oleh-oleh yang baru. Hal tersebut menurut analisis penulis sebagai akibat dari kesuksesan produk Chocodot yang ditinjau dari kepopuleran di berbagai media serta perkembangan usaha Chocodot yang cukup signifikan.

Produk oleh-oleh kabupaten Garut dari kategori makanan yang menjadi primadona dan sudah terkenal di kalangan masyarakat Indonesia adalah produk dodol. Hal ini disebabkan di kabupaten Garut begitu banyak produsen yang menghasilkan dodol dengan berbagai jenis dan rasa sejak puluhan tahun yang lalu sampai saat ini. Usaha yang dijalankan oleh pengusaha dodol biasanya dilakukan secara turun-temurun dari keluarganya, begitu juga dengan berbagai pengusaha oleh-oleh lainnya seperti usaha kulit, kerupuk kulit dan lain-lainnya status kepemilikan dan manajemennya lebih cenderung dikelola oleh manajemen keluarga.

Salah satu perusahaan yang dianggap memiliki nilai historis dalam perkembangan sejarah Garut sebagai “kota dodol” dan kini telah menjadi pemimpin pasar di industri dodol Garut, adalah perusahaan yang menghasilkan dodol Garut merek PICNIC yang sudah berdiri sejak 50 tahun lebih yang lalu dan sekarang berperan sebagai produsen dodol terbesar di kabupaten Garut.

Produsen Dodol di Kabupaten Garut

Tabel 1 Produsen Dodol garut

No.	Merk/Produsen
1	Aji Rasa
2	Cipta Rasa
3	Pusaka 1
4	Sumber Rejeki
5	Kaya Rasa
6	Ganda Rasa
7	Boga Rasa
8	99
9	Lingga Rasa

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Di tengah stagnasi pasar dodol yang cenderung kurang mengalami pertumbuhan, bahkan dirasakan oleh bagian pemasar dari PT. Herlinah Cipta Pratama, Bapak Ayek, yang mengatakan: “sekitar tahun 2008, pasar untuk dodol Garut khususnya jenis PICNIC yang klasik, mengalami suatu penurunan dari segi penjualan”, di lain pihak muncullah suatu gagasan baru dari seorang pemuda Garut yang bernama Kiki Gumelar untuk membuat suatu oleh-oleh terbaru dari kabupaten Garut. Produk yang diciptakan oleh Kiki tersebut pada awal kemunculannya berjenis coklat batang yang dikombinasikan dengan dodol serta diberi merek Chocodot, yang merupakan singkatan dari chocolate with dodol Garut.

Dodol garut yang diproduksi oleh PT. Ciptarasa memiliki keunggulan tersendiri, salah satunya sudah memiliki label halal dan memiliki kualitas yang baik. Akan tetapi, keputusan konsumen dalam membeli produk dodol garut tidak hanya berdasarkan pada pencantuman label halal dan kualitas produk saja. Ada pula dijumpai dodol garut yang tidak memiliki label halal dan kualitas yang bermutu, namun dengan berbagai keunggulan lain yang ditawarkan dan hal tersebut dapat memenuhi kebutuhan, keinginan ataupun selera seorang konsumen, yang pada akhirnya konsumen muslim banyak lebih memilih produk tersebut daripada produk dodol garut yang sudah memiliki label halal. Dengan banyaknya produsen yang memproduksi dodol garut dengan berbagai keunggulan tersendiri, memberikan semacam pilihan atau alternatif kepada para konsumen dalam memutuskan pembelian dodol garut. Maka, penulis tertarik untuk meneliti bagaimanakah pengaruh label halal dan kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan seorang konsumen dalam membeli produk dodol garut Ciptarasa.

Dengan perihal tersebut maka saya sebagai penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN KHAS DAERAH GARUT DI PT. HERLINAH CIPTA PRATAMA”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk PT. Herlinah Cipta Pratama?

2. Apakah labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk PT. Herlinah Cipta Pratama?
3. Apakah kualitas produk dan labelisasi halal secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk PT. Herlinah Cipta Pratama?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk PT. Herlinah Cipta Pratama.
2. Untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap minat beli konsumen pada produk PT. Herlinah Cipta Pratama.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan labelisasi halal secara simultan terhadap minat beli konsumen pada produk PT. Herlinah Cipta Pratama.

D. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari berbagai pihak, diantaranya adalah:

a. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dalam menerapkan yang berkaitan dengan analisis faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada produk PT. Herlinah Cipta Pratama dan juga dapat membandingkan teori yang didapat dari perkuliahan dengan apa yang terjadi di lapangan.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberi informasi sehingga dapat dijadikan acuan kedepannya dalam mengambil keputusan, khususnya dalam menetapkan harga dan kualitas produk yang sesuai dengan yang diharapkan atau dibutuhkan oleh konsumen sehingga dapat terjalin persaingan yang baik demi tercapainya tujuan perusahaan. Umumnya berupa strategi yang dapat menambah dan meningkatkan minat beli konsumen pada produk PT. Herlinah Cipta Pratama.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini menjadi bahan referensi untuk mengembangkan penelitian yang sudah ada. Khususnya yang berkaitan dengan analisis faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.

