

# **BAB I**

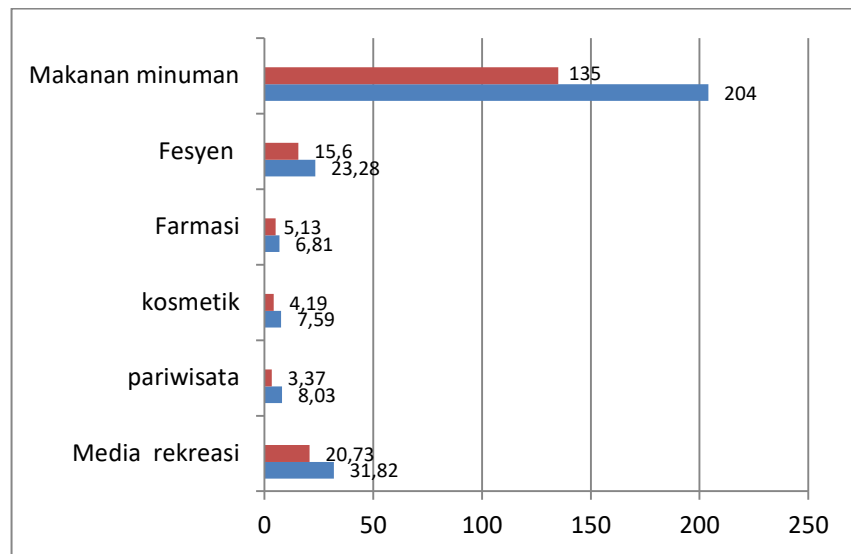
## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Saat ini, konsumen dikelilingi oleh berbagai pilihan produk, termasuk makanan kemasan. Untuk memastikan kualitas dan status kehalalan produk tersebut, konsumen bisa melakukan beberapa langkah, seperti memeriksa label pada kemasan. Makanan kemasan adalah salah satu jenis produk yang populer dan mudah ditemukan di minimarket maupun supermarket. Konsumsi makanan kemasan telah menjadi kebiasaan umum di masyarakat. Meskipun banyak produk makanan kemasan yang beredar, tidak semuanya memiliki label halal, terutama produk impor. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk berhati-hati dalam memilih makanan kemasan (Susanti, 2021). Komitmen Majelis Ulama Indonesia (MUI) akan terus meneliti dan memberikan label halal pada berbagai jenis makanan olahan di berbagai daerah untuk mendapatkan kepastian tentang status pangan konsumsi makanan halal. Makanan halal merupakan makanan yang sesuai dengan hukum Islam baik untuk bahan baku, penggunaan zat aditif dan proses pembuatan sehingga makanan dapat dikonsumsi oleh umat Islam dengan baik dan benar. Makanan yang dikonsumsi mungkin terkontaminasi dengan beberapa zat yang dicurigai haram yang mengakibatkan kehalalan makanan menjadi diragukan atau dipertanyakan.

Dapat diketahui pada sumber data databoks nilai konsumsi produk halal indonesia per sektor (2020 & 2025) mengalami peningkatan dalam sektor makanan dan minuman.

**Gambar 1. 1: Peningkatan dalam sektor makanan dan minuman**



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>

Berdasarkan data dari diagram di atas, konsumsi produk halal di Indonesia diperkirakan akan mencapai US\$282 miliar pada tahun 2025, menurut Dinar Standard. Angka ini menunjukkan kenaikan sebesar 53% dibandingkan dengan US\$184 miliar pada tahun 2020.

Dari segi sektor, makanan dan minuman menyumbang kontribusi terbesar dalam konsumsi tersebut. Pada tahun 2020, konsumsi makanan dan minuman halal di Indonesia mencapai US\$135 miliar, menjadikannya sebagai negara konsumen terbesar di dunia dalam kategori ini. Proyeksi menunjukkan bahwa konsumsi sektor makanan dan minuman halal di Indonesia akan meningkat menjadi US\$204 miliar pada tahun 2025.

Kontributor kedua terbesar dalam konsumsi adalah sektor media dan rekreasi, yang pada tahun 2020 mencapai US\$20,73 miliar. Konsumsi sektor ini diperkirakan akan meningkat menjadi US\$31,82 miliar pada tahun 2025. Sebaliknya, sektor konsumsi terkecil adalah pariwisata, yang mengalami dampak negatif paling parah akibat pandemi, dengan nilai konsumsi halal sebesar hanya US\$3,37 miliar pada tahun 2020.

Di sisi lain, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dari Kementerian Agama telah menetapkan label halal yang berlaku di seluruh Indonesia. Penetapan label ini diatur dalam Keputusan Kepala BPJPH No. 40/2022 mengenai Penetapan Label Halal.

Produk halal adalah produk yang memenuhi kriteria kehalalan sesuai dengan Syariat Islam, yaitu: tidak mengandung babi atau bahan-bahan yang berasal dari babi; tidak mengandung bahan-bahan terlarang seperti yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran, dan sebagainya; menggunakan bahan dari hewan yang halal yang disembelih sesuai dengan prosedur syariat Islam; serta memastikan bahwa tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan, dan transportasinya harus bebas dari penggunaan untuk babi atau barang haram lainnya, dan jika pernah digunakan untuk hal tersebut, harus dibersihkan sesuai dengan aturan syariat Islam; serta tidak mengandung khamar dalam makanan dan minuman. (Izuddin Ahmad, 2018)

Menurut Alfian (2017), Label Halal adalah tanda atau bukti tertulis yang menjamin bahwa suatu produk memenuhi standar kehalalan. Tanda

ini dapat berupa tulisan "Halal" dalam huruf Arab, huruf lainnya, serta motto dari Menteri, yang dikeluarkan setelah produk menjalani pemeriksaan halal oleh lembaga pemeriksa halal yang ditunjuk oleh MUI, serta mencakup fatwa halal dan sertifikat halal dari MUI. Labelisasi halal merujuk pada praktik mencantumkan label atau pernyataan "halal" pada kemasan produk sebagai indikasi bahwa produk tersebut halal. Untuk memperoleh label halal, produk harus mendapatkan sertifikasi dari Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI), yang merupakan lembaga resmi yang menentukan status kehalalan produk.

Dengan adanya sertifikat halal dan label halal pada produk, secara hukum dapat dipastikan bahwa produk tersebut memenuhi standar kehalalan. Namun, hal ini tidak menjamin bahwa produk yang tidak memiliki sertifikat atau label halal pada kemasannya otomatis haram untuk dikonsumsi (Al., 2016).

Selain label halal, salah satu faktor penting bagi konsumen Muslim dalam memilih produk adalah kesadaran halal dari konsumen itu sendiri. Kesadaran merupakan pemahaman tentang suatu hal yang memberikan informasi untuk masa depan. Kesadaran ini, yang dipengaruhi oleh budaya dan norma agama, dapat memengaruhi keputusan dalam pembelian. Kesadaran halal diperoleh melalui pemahaman mengenai apa yang diperbolehkan untuk dikonsumsi oleh umat Islam, seperti makanan, minuman, dan produk lainnya. Kesadaran ini juga bisa diperoleh dari

berbagai pihak Melalui informasi mengenai pentingnya mengonsumsi makanan halal dan dampak kesehatan dari memilih makanan yang tidak sesuai, konsumen dapat lebih memahami pilihan mereka. Dengan semakin ketatnya persaingan antara merek, perusahaan perlu memperbaiki strategi mereka untuk menarik minat konsumen (Salsabila, 2023).

Filterisasi masyarakat dalam hal produk halal tidak hanya berkaitan dengan keharusan mengonsumsi makanan yang halal, tetapi juga merupakan bagian dari usaha untuk menjaga kualitas makanan yang diberikan oleh para produsen (Ambalia, 2014). Oleh karena itu, keberlakuan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang mewajibkan sertifikasi halal, menjadi salah satu faktor yang mendorong peningkatan kesadaran akan halal. Hal ini berlaku baik bagi produsen yang harus memastikan produk mereka halal, maupun bagi masyarakat yang semakin menyadari pentingnya mengonsumsi produk yang memiliki jaminan kehalalan. Sebagai akibatnya, industri makanan dan minuman menjadi lebih peduli terhadap proses manufaktur dan sumber bahan produk yang halal dan masyarakat muslim lebih sadar halal. Dalam konteks kehalalan, kesadaran halal mencakup pemahaman umat Muslim tentang isu-isu yang terkait dengan konsep halal (Shaari, 2010). Kesadaran ini didasarkan pada pemahaman seorang Muslim tentang definisi halal, pengetahuan tentang prosedur penyembelihan yang benar, dan prioritas untuk mengonsumsi makanan yang halal (Yunus, 2014).

Pentingnya kesadaran dalam membentuk perilaku konsumen berkaitan dengan cara memandang, berpikir, dan berperilaku terhadap apa yang mereka konsumsi dan gunakan (Ambalia, 2014). Kesadaran ini bervariasi antar seseorang, dan dipengaruhi oleh faktor intrinsik dan ekstrinsik (Windisukma, 2015). menyatakan Kesadaran halal intrinsik menekankan pentingnya aspek kehalalan dalam konsumsi sehari-hari yang muncul dari dalam diri seseorang, seperti keyakinan pribadi, pengetahuan, dan preferensi terhadap makanan halal. Sementara kesadaran halal ekstrinsik lebih terkait dengan pemilihan produk halal yang dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, seperti paparan media dan label produk.

Seseorang yang memiliki kesadaran halal intrinsik akan dengan sungguh-sungguh memastikan bahwa makanan yang dikonsumsinya benar-benar halal (Windisukma, 2015). Hal ini disebabkan oleh pengaruh tingkat literasi dan pengetahuan tentang halal, keyakinan dalam ajaran agama, dan preferensi terhadap makanan dan minuman yang halal. Individu dengan tingkat kesadaran intrinsik yang tinggi bersedia meluangkan waktu untuk memahami konsep halal dalam Islam, dan tidak hanya memandang dari segi visual atau penampilan fisik suatu produk.

Sebaliknya, kesadaran halal ekstrinsik merupakan bentuk kesadaran dalam pemilihan produk halal yang sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal dan penampilan luar diri seseorang, seperti eksposur media dan label pada produk itu sendiri (Windisukma, 2015). Seseorang dengan kesadaran ekstrinsik cenderung menilai sesuatu

berdasarkan penampilannya. Contohnya, dalam memilih produk konsumsi, mereka akan fokus pada informasi yang menunjukkan bahwa makanan atau minuman tersebut memenuhi standar kehalalan. Mereka merasa cukup yakin hanya dengan melihat label halal pada produk tersebut. Oleh karena itu, peran media dan label halal menjadi sangat signifikan dalam meningkatkan kesadaran ekstrinsik di kalangan masyarakat Muslim.

Pengetahuan produk halal merupakan pengetahuan seseorang tentang pengalaman dan informasi akan halal, haram dan persepsi (Fadilah, 2020). Pengetahuan produk merupakan serangkaian kumpulan informasi akurat yang tersimpan dalam ingatan konsumen yang sesuai dan mencerminkan pengetahuannya tentang suatu produk. Konsumen yang memiliki pengetahuan lebih tentang suatu produk cenderung berpikir lebih realistis saat memilih produk yang mereka inginkan (Suarjana & Suprapti.). Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk halal merupakan sekumpulan informasi mengenai suatu produk halal, yang nantinya informasi tersebut sebagai bahan pertimbangan selanjutnya.

Mengonsumsi makanan halal bagi masyarakat muslim bukan hanya sekadar mencari produk yang higienis dan terjangkau secara finansial, tetapi juga mengedepankan aspek kehalalannya. Namun, karena keterbatasan pengetahuan, banyak konsumen Muslim hanya memandang kehalalan dari informasi yang tertera pada kemasan produk. Untuk menjaga dan melindungi konsumen Muslim, diperlukan lembaga yang dapat memberikan jaminan bahwa produk yang berlabel halal telah

mendapatkan sertifikasi halal, menandakan pengakuan resmi bahwa produk tersebut memenuhi standar kehalalan (Era Susanti, 2018).

Hal ini terkait dengan perintah Allah SWT kepada manusia sebagaimana yang tercantum dalam Al Qur'an, Surat Al Maidah {5}: 88.

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya : “dan makanlah makanan yang halal lagi baik (thayib) dari apa yang telah dirizkikan kepadamu dan bertaqwalah kepada Allah dan kamu beriman kepada-Nya”

Menjalankan perintah Allah SWT untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik adalah kewajiban bagi setiap masyarakat muslim. Perintah ini ditempatkan pada tingkat yang sama dengan bertaqwa kepada Allah SWT, Hal ini juga dinyatakan dalam ayat lain, seperti yang terdapat dalam Surat Al-Baqarah [2]: 168.

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

Artinya : “Wahai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah- langkah syetan; karena sesungguhnya syetan itu adalah musuh yang nyata bagimu”

Indonesia juga merupakan negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam terbesar di Asia Tenggara yakni sebesar 207.176.162 jiwa



([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)). Jumlah penduduk muslim di Indonesia yang banyak tersebut merupakan pasar potensial bagi perusahaan khususnya makanan. Meskipun masing-masing konsumen muslim memiliki kadar kepatuhan terhadap syariah yang berbeda-beda tergantung tingkat religiusitas mereka, secara umum konsumen muslim akan memiliki sikap yang positif terhadap produk-produk yang menggunakan pendekatan halal dalam proses pemasaran mereka, (Othman, 2007). Kehalalan sebagai parameter utama dalam proses pemilihan produk umat muslim wajib memastikan semua produk yang dimakannya merupakan produk yang halal, untuk mengetahui halal tidaknya suatu produk dapat dilihat kemasannya jika terdapat label halal dari MUI maka bisa dipastikan bahwa produk tersebut dijamin kehalalannya (Islamiyanto, 2021).

kesadaran halal merupakan salah satu hal yang harus di perhatikan oleh masyarakat untuk mencari dan mengkonsumsi makanan. Sementara Pengetahuan tentang produk halal membantu seseorang memahami bagaimana perilaku konsumen, sebab pengetahuan produk halal membantu seseorang mengevaluasi yang menjadi jaminan kehalalan produk yang akan dikonsumsi (Rosidi, 2018). Oleh karena itu, Masyarakat harus memahami dan memiliki pengetahuan tentang produk halal agar mampu mengetahui produk makanan kemasan yang sudah mendapatkan label halal dan yang belum mendapatkan label halal. Masyarakat saat ini menikmati beragam pilihan makanan yang tersedia, dan hal yang sama berlaku untuk produk makanan kemasan. Karena mayoritas masyarakat

Indonesia menganut agama Islam, menjaga kejelasan status kehalalan produk yang masuk ke pasar menjadi prioritas penting. Karena banyak produk makanan kemasan yang beredar, namun tidak semuanya produk memiliki label halal, terutama produk impor. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk berhati-hati dalam memilih dan mengkonsumsi produk makanan kemasan (Susanti, 2021). Peneliti juga sering melihat produk-produk makanan kemasan di supermarket maupun minimarket masih tergolong banyak yang belum memiliki label halal . Untuk itu kesadaran dan pengetahuan masyarakat penting dalam memilih dan mengkonsumsi produk makanan kemasan tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian lebih dalam mengenai **“Analisis kesadaran dan Pengetahuan Halal Masyarakat Pada Produk Makanan Kemasan**

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, maka rumusan masalah yang akan dilakukan penelitian :

1. Bagaimana kesadaran halal masyarakat dalam mengkonsumsi produk makanan kemasan?
2. Bagaimana pengetahuan halal masyarakat pada produk makanan kemasan?

### **C. Tujuan Penelitian**

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

1. Untuk mengetahui bagaimana kesadaran halal masyarakat dalam mengkonsumsi produk makanan kemasan?
2. Untuk mengetahui bagaimana pengetahuan halal masyarakat pada produk makanan kemasan?

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat teoritis**

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa UIN SGD Bandung dan dapat digunakan sebagai referensi tambahan untuk memperdalam pemahaman tentang pentingnya label dan kesadaran halal dalam konsumsi produk.

Bagi peneliti di masa depan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk studi-studi selanjutnya yang berkaitan dengan tema yang sama, serta membantu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan yang ada dalam penelitian ini.

#### **b. Manfaat Praktisi**

1. Bagi Penulis

Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan baik di bidang akademik maupun penelitian,

serta sebagai referensi tambahan terkait kesadaran masyarakat dan penerapan label halal pada produk. Penelitian ini juga merupakan cerminan dari upaya penulis dalam menerapkan teori dan pengetahuan yang telah dipelajari selama perkuliahan.

## 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada perusahaan mengenai tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk tanpa label halal. Informasi ini diharapkan dapat membantu manajemen perusahaan dalam mempertimbangkan keputusan untuk menambahkan label halal pada produk mereka.

