

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini jumlah umat islam di dunia semakin meningkat. Menurut Juniwati & Maghribi (2022) berdasarkan data *World Population Review* tahun 2021, Indonesia merupakan negara dengan umat islam terbesar di dunia dengan jumlah penduduk muslim sebanyak 276 juta jiwa atau 87,2% dari seluruh total penduduk Indonesia. Fakta ini menyebabkan Indonesia berpotensi besar untuk menjadi negara yang layak dalam pengembangan industri halal.

Setiap muslim dalam memenuhi kebutuhan hidup dituntut untuk selalu berpedoman pada Al-Quran dan As-Sunnah. Umat muslim dituntut selektif dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk halal yang akan dikonsumsi, karena itulah dalam melakukan keputusan pembelian harus memperhatikan kehalalan suatu produk. Agama islam sebagai pedoman dan prinsip hidup, sudah seharusnya diikuti oleh semua umat muslim dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, termasuk ketika akan memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian produk yang akan dikonsumsi dan digunakan (Jaiyeoba et al., 2020).

Allah SWT menerangkan dalam Al-Quran di surah Al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi “Wahai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. Ayat ini menjelaskan bahwa umat muslim seharusnya memiliki pengetahuan produk yang

halal dan haram. Al-Quran juga menjelaskan dalam surah Al-Ma'idah Ayat 3 yang berbunyi “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu sembelih. Dan (diharamkan pula) yang disembelih untuk berhala”. Surah-surah dalam Al-Quran yang menjelaskan tentang makanan yang halal dan haram ini sudah seharusnya umat muslim mempunyai pengetahuan tentang produk sebelum melakukan keputusan pembelian.

Produk yang beredar di masyarakat semakin banyak sehingga mengharuskan umat Islam selektif agar mengetahui informasi tentang produk-produk yang akan dikonsumsi. Memiliki pengetahuan produk merupakan hal yang sangat penting sebelum melakukan keputusan pembelian. Tingkat pengetahuan produk yang rendah akan menyebabkan konsumen tidak menyadari apa yang mereka tidak ketahui dan tidak percaya diri dalam melakukan keputusan pembelian (Annisa dan Wijaya, 2019). Dibutuhkan edukasi dari berbagai pihak untuk mengedukasi konsumen yang memiliki pengetahuan produk halal yang rendah.

Menjadi seorang Muslim tidak menjamin seseorang memiliki pengetahuan produk halal yang memadai. Konsumen muslim yang memiliki pengetahuan produk halal tinggi maupun rendah dapat dengan cepat mengambil keputusan dengan cara melihat logo halal dari MUI. Menurut Musthofa & Buhanudin (2021) konsumen yang memiliki pengetahuan halal rendah dapat menggunakan kepercayaan, sedangkan konsumen Muslim yang memiliki pengetahuan produk halal yang memadai cenderung untuk tidak mengambil keputusan sampai mereka

mengetahui secara pasti bahwa apa yang akan mereka konsumsi merupakan makanan yang halal.

Jumlah penduduk Muslim Indonesia yang banyak menyebabkan pada besarnya kebutuhan berbagai ragam produk halal. Hal ini dikarenakan kesadaran konsumen muslim semakin meningkat tentang produk halal dan sertifikasi halal yang harus menjadi perhatian bagi perusahaan yang menargetkan konsumen muslim sebagai pangsa pasarnya (Juniwati, 2019). Menurut Yunitasari & Anwar (2019) mengkonsumsi makanan halal menjadi kewajiban bagi setiap umat muslim dan merupakan bentuk keyakinan dalam masyarakat Indonesia yang beragama islam.

Menurut Yusoff & Adzharuddin (2017) seorang muslim seharusnya memiliki pemahaman dan kewaspadaan terhadap konsep halal dan haram, konsumen muslim harus memperhatikan kandungan dan komposisi makanan atau produk apapun saat melakukan keputusan pembelian. Terbatasnya sumber informasi produk menyebabkan rendahnya tingkat kesadaran halal. Kemajuan industri halal di Indonesia dapat didorong dengan meningkatkan kesadaran masyarakat muslim akan pentingnya mengkonsumsi produk halal (Fathoni, 2021).

Di Negara Indonesia terdapat perlindungan konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999. Di Indonesia juga terdapat lembaga khusus yang bertugas untuk mengawasi produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen muslim Indonesia yaitu Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan–Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Lembaga ini mengawasi produk yang

beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal, sehingga produk yang telah memiliki sertifikat halal tersebut dapat memberi label halal pada produknya (Susanti dkk., 2018). Produk yang tidak mencantumkan label halal dianggap belum mendapatkan sertifikasi halal dari LPPOM-MUI sehingga produk tersebut masih diragukan kehalalannya.

Tabel 1.1 Nilai Penjualan Mi Instan di Indonesia (2017-2021)

Nama Data	Value (dalam US\$ miliar)
2017	2,63
2018	2,7
2019	2,73
2020	2,92
2021	3,03

Sumber: Katadata.co.id (Pahlevi, 2022)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui nilai penjualan mi instan di Indonesia meningkat dalam lima tahun terakhir. Menurut Pahlevi (2022) dari data *World Instant Noodles Association*, Indonesia merupakan Negara dengan konsumsi mi instan terbesar kedua di dunia, pada tahun 2021 Indonesia menghabiskan 13,27 miliar bungkus mi instan. Produk mie merupakan produk substitusi bahan pangan utama yang digemari dikalangan masyarakat mulai dari anak-anak hingga dewasa. Salah satu usaha kuliner mie yaitu Mie Gacoan, usaha kuliner ini merupakan tempat makan kesukaan konsumen yang suka makanan pedas, selain itu terdapat keunikan dari nama menu yang ditawarkan karena menggunakan nama-nama hantu, tujuannya untuk memicu rasa penasaran konsumen agar mengkonsumsinya (Nuraini dan Novitaningtyas, 2022).

Mie Gacoan memberikan menu yang bervariasi dan tempat yang nyaman, sehingga banyak pelanggan yang rela mengantre untuk membeli Mie Gacoan. Beberapa pelanggan merasa puas karena dengan harga yang terjangkau mereka sudah dapat mengonsumsi makanan enak, hal ini membuat pelanggan tidak merasa kecewa saat melakukan keputusan pembelian terhadap Mie Gacoan (Salsabila dkk., 2022)

Tabel 1.2 Jumlah Cabang Mie Gacoan (2021)

Nama Kota	Jumlah Outlet
Malang	6
Surabaya	8
Yogyakarta	8
Semarang	7
Solo	5
Bandung	5
Cirebon	1
Bali	6
Bogor	1
Depok	1
Jakarta	1
Kota Lainnya	5

Sumber: Miegacoan.com

Berdasarkan data pada tabel 1.2 Mie Gacoan pada tahun 2021 telah memiliki beberapa cabang yang tersebar di beberapa daerah di Indonesia, dengan total sebanyak 54 cabang. Pada Tabel 1.2 terdapat 5 cabang yang berada di daerah lainnya yaitu pada beberapa daerah atau kota kecil di Indonesia, salah satunya berada di Kabupaten Tuban, Jawa Timur. Mie Gacoan di Tuban buka pertama kali pada 24 Oktober 2020, meskipun Mie Gacoan bukan usaha mie pedas yang pertama kali ada di Tuban namun Mie Gacoan dapat bersaing dalam dunia usaha dibidang kuliner. Meskipun banyak pilihan tempat kuliner mie di Tuban nyatanya Mie

Gacoan cukup mendapat tempat di hati konsumennya, hal ini terbukti sejak *grand opening* hingga saat ini selalu ramai oleh konsumennya.

Produk Mie Gacoan belum memiliki sertifikat halal, menurut Fitria (2022) Mie Gacoan tidak dapat diberi label halal karena belum memenuhi salah satu kriteria Sistem Jaminan Halal (SJH) yang berkaitan dengan nama produknya. Corner (2022) dalam akun instagram Halalcorner menjelaskan bahwa Mie Gacoan tidak dapat disertifikasi halal karena dalam menu produk Mie Gacoan terdapat nama-nama yang tidak diperbolehkan dalam pengajuan sertifikasi halal restoran. Nama yang tidak diperbolehkan yaitu pada menu mie Iblis dan mie Setan, selain itu minumannya juga menggunakan nama setan seperti es genderuwo, es tuyul, es pocong, dan es sundel bolong.

Mie Gacoan pada tanggal 1 Februari 2023 melalui laman twitter resminya telah merilis nama-nama terbaru untuk menunya (Kiaranisa, 2023). Pergantian nama ini dilakukan Mie Gacoan sebagai upaya untuk memenuhi kriteria sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Nama menu Mie Gacoan yang sebelumnya menyeramkan diganti dengan nama-nama bertemakan permainan tradisional anak-anak. Nama menu yang sebelumnya mie angel dirubah menjadi mie suit, mie setan menjadi mie hompimpa, mie iblis menjadi mie gacoan, es genderuwo menjadi es gobak sodor, es tuyul menjadi es teklek, es pocong menjadi es petak umpet, dan es sundel bolong berubah nama menjadi es sluku bathok.

Kesadaran halal dapat dilihat dari pemahaman seorang muslim tentang apa itu halal, proses produksi, pengemasan dan bahan yang terkandung didalam produk

(Saputra dan Tresnati, 2020). Sebagai seorang muslim yang memiliki kesadaran halal harus mempertimbangkan sebelum membeli produk Mie Gacoan yang belum memiliki sertifikasi halal. Sandaran dalil untuk memperkuat tidak diperbolehkannya sertifikasi halal untuk Mie Gacoan yaitu berdasarkan Al-Quran surat Al-A'raf ayat 157 yang berbunyi "Dia menghalalkan yang thayyibat untuk mereka, dan Dia mengharamkan al-khabaits". Menyebut sesuatu yang Allah halalkan dengan menggunakan istilah sesuatu yang Allah benci, perbuatan semacam ini termasuk meremehkan aturan Allah dan tidak menggunakan hukum-hukum-Nya. Dan ini bertentangan dengan sikap taqwa kepada Allah (Fatwa Islam, no. 23475).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Puspaningrum & Walujo (2021) tentang keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh pengetahuan produk dan variabel lainnya menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk secara parsial maupun simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian lainnya yang dilakukan Annisa & Wijaya (2019) juga menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Khairunnisa dkk., (2022) yang menyatakan variabel pengetahuan produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian terdahulu dari Firdaus dkk., (2022) tentang keputusan pembelian dipengaruhi oleh kesadaran halal dan variabel lainnya menunjukkan bahwa variabel kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial maupun simultan. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang

dilakukan Juniwati (2019) yang menyatakan bahwa variabel kesadaran halal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Munir dkk., (2019) yang menyatakan bahwa kesadaran halal berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Permasalahan terhadap keputusan pembelian disebabkan karena konsumen tidak terlalu yakin terhadap kesadaran halal pada dirinya, hal ini terlihat dari pengetahuan produk terhadap makanan halal seperti produk atau bahan-bahan yang digunakan di restoran Mie Gacoan. Konsumen tetap melakukan pembelian produk Mie Gacoan meskipun mengetahui bahwa produk Mie Gacoan belum bersertifikasi halal.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk menganalisa tentang pengaruh pengetahuan produk halal dan kesadaran halal pada keputusan pembelian konsumen terhadap produk Mie Gacoan di Tuban. Kabupaten Tuban terdapat keberagaman masyarakat muslim dan pemeluk agama lain, sehingga hal ini menarik untuk penelitian yang berkaitan dengan produk halal. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Pengetahuan Produk Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Gacoan (Studi pada Konsumen Mie Gacoan di Tuban)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengetahuan produk halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Mie Gacoan?
2. Apakah kesadaran halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Mie Gacoan?
3. Apakah pengetahuan produk halal dan kesadaran halal secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan produk halal terhadap keputusan pembelian produk Mie Gacoan.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk Mie Gacoan.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan produk halal dan kesadaran halal secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Mie Gacoan.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, penulis mengharapkan dari hasil penelitian yang dilakukan dapat memberi manfaat dalam dua aspek berikut:

1. Aspek Teoretis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pandangan dan sumber referensi untuk memperkaya ilmu pengetahuan sehingga dapat menambah referensi bagi

peneliti selanjutnya untuk meneliti terkait pengaruh pengetahuan produk halal dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian makanan.

2. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak manajemen Mie Gacoan dalam pengambilan keputusan mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang berkaitan dengan pengaruh pengetahuan produk halal dan kesadaran halal konsumen pada keputusan pembelian.

