

BAB I

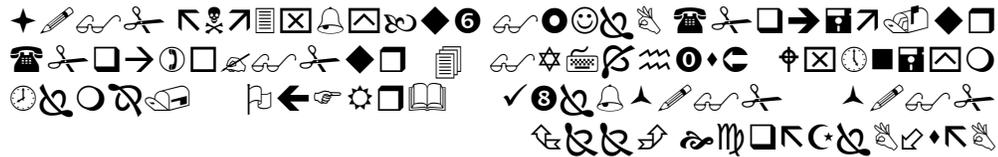
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi serta keberhasilan pembangunan akhir-akhir ini telah merambah seluruh aspek bidang kehidupan umat manusia, tidak saja membawa berbagai kemudahan, kebahagiaan dan kesenangan, melainkan juga menimbulkan sejumlah persoalan. Aktifitas baru yang beberapa waktu lalu tidak pernah dikenal atau bahkan tidak pernah terbayangkan, kini hal itu telah menjadi kenyataan. Di sisi lain, kesadaran keberagaman umat Islam diberbagai negeri termasuk di Indonesia, akhir-akhir ini semakin tumbuh subur dan meningkat. Sebagai konsekuensi logis, setiap timbul persoalan, penemuan, maupun aktifitas baru sebagai produk dari kemajuan tersebut, umat Islam senantiasa bertanya-tanya, bagaimana kedudukan hal tersebut dalam pandangan ajaran dan hukum Islam.

Salah satu persoalan cukup mendesak yang dihadapi umat adalah membanjirnya produk makanan dan minuman olahan, obat-obatan, serta kosmetik. Sejalan dengan ajaran Islam, umat Islam menghendaki agar produk-produk yang akan dikonsumsi tersebut dijamin kehalalan dan kesuciannya. Menurut ajaran Islam, mengkonsumsi yang halal, suci dan baik merupakan perintah agama dan hukumnya wajib.¹ Salah satu ayat yang menjelaskan tentang hal tersebut adalah Surah Al-Maidah ayat 88 sebagai berikut:

¹ Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, *Sistem dan Prosedur Penetapan Fatwa Produk Halal Majelis Ulama Indonesia*, Jakarta: Departemen Agama, 2003, hlm 1-2.



Artinya: “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah Telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.” (QS. Al-Ma’idah: 88)²

Berdasarkan ayat di atas, mengkonsumsi makanan yang halal merupakan suatu kewajiban bagi umat Islam. Akan tetapi, dalam era globalisasi sekarang ini penetapan kehalalan suatu produk pangan tidaklah semudah pada waktu teknologi belum begitu berkembang. Umat Islam yang merupakan bagian besar penduduk Indonesia (lebih dari 85%) diperlukan adanya suatu jaminan dan kepastian dari produk-produk pangan yang akan dikonsumsi.³

Komunitas muslim di seluruh dunia terutama Negara Indonesia telah membentuk segmen pasar yang potensial dikarenakan pola khusus (konsumsi produk halal) mereka dalam mengkonsumsi suatu produk. Pola konsumsi ini diatur dalam ajaran Islam yang disebut dengan Syariat. Dalam ajaran Syariat, tidak diperkenankan bagi kaum muslim untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu karena substansi yang dikandungnya atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran syariat Islam. Dengan adanya aturan yang tegas ini, maka para pemasar (produk halal) memiliki kesempatan untuk mengincar pasar konsumen khusus dari kaum Muslimin dengan labelisasi halal.

Melihat kasus-kasus besar yang berkaitan dengan kehalalan produk pangan telah terjadi di Indonesia dan telah merugikan banyak pihak, serta

² Terjemah Departemen Agama RI, Jakarta: Mumtaaz Media Islami, 2007, hlm. 122.

³ Anton Apriyantono dan Nurbowo, Panduan Belanja dan Konsumsi Halal, Jakarta: Khairul Bayaan, 2003, hlm. 24.

menimbulkan keresahan masyarakat. *Kasus pertama* terjadi pada tahun 1988, yaitu adanya isu lemak babi pada banyak produk pangan, sedangkan *kasus kedua* adalah haramnya MSG Ajinomoto yang sebelumnya telah dinyatakan halal, ini terjadi pada tahun 2000. Belajar dari kasus yang terjadi pada tahun 1988 tersebut, maka Majelis Ulama Indonesia (MUI) berusaha berperan untuk menenteramkan umat Islam dalam masalah kehalalan produk dengan cara mendirikan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika (LPOM MUI).

Heboh yang melanda Indonesia akibat masalah keharaman penyedap masakan Ajinomoto menyadarkan kepada kita betapa besar dampak yang ditimbulkan. Dari segi materi kerugian yang diderita oleh PT. Ajinomoto Indonesia dapat mencapai puluhan milyaran rupiah, apalagi jika tuntutan YLKI, konsumen dan para pedagang eceran dipenuhi, tentu kerugian materi ini akan lebih besar pula.

Tentu saja konsekuensi semua produsen pangan harus memenuhi ketentuan memproduksi dan mengedarkan bahan pangan halal, kecuali untuk konsumen non-muslim. Karena mengingat sebagian besar penduduk Indonesia adalah muslim, maka sangat wajar apabila diharuskan semua bahan pangan yang diproduksi dan diedarkan di Indonesia adalah makanan dan minuman yang halal, kecuali makanan dan minuman yang ditujukan bagi non-muslim.⁴

Berbagai pendapat tentang produk halal, semakin memperkuat indikasi semangat bersyari'at Islam. Menurut hasil polling yang diselenggarakan oleh situs *indohalal.com*, Yayasan *Halalan Thoyyiban* dan LPOM MUI akhir tahun 2002,

⁴ *Ibid*, hlm 12-25.

77,6% responden menjadikan jaminan kehalalan sebagai pertimbangan pertama dalam berbelanja produk (makanan, minuman, obat dan kosmetik). Mereka (93,9%) setuju bila pada setiap kemasan produk bersertifikat halal, wajib dicantumkan label dan nomor bersertifikat halal.

Sebagaimana dikemukakan uraian di atas, masalah kehalalan produk yang akan dikonsumsi merupakan persoalan yang sangat besar, sehingga apa yang akan dikonsumsi itu benar-benar halal dan tidak tercampur sedikitpun dengan barang haram. Oleh karena itu, tidak semua orang dapat mengetahui kehalalan suatu produk secara pasti, sertifikat halal sebagai bukti penetapan fatwa halal bagi suatu produk yang dikeluarkan oleh MUI dan merupakan sesuatu yang mutlak diperlukan keberadaannya.⁵

Peraturan Pemerintah dan Fatwa MUI sangat diperlukan untuk mengambil jalan tengah, serta menenteramkan jiwa umat muslim, dengan diterbitkannya peraturan tentang jaminan produk halal ini akan memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi masyarakat bahwa setiap produk yang bertanda label halal resmi dari MUI dijamin halal sesuai syari'at Islam dan hukum positif, sehingga masyarakat tidak perlu ragu dalam memilih, mengkonsumsi dan menggunakan produk halal dengan rasa aman, karena dilindungi oleh hukum. Untuk mengetahui hal tersebut, konsumen harus lebih mengetahui tentang labelisasi halal yang terdapat dalam produk tersebut.

Jurusan Muamalah dan Ahwal Al-Syakhsiyyah Fakultas Syari'ah Semester VIII IAIN Walisongo Semarang yang mayoritas mahasiswanya

⁵ Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Dan Penyelenggaraan Haji, *Sistem dan Prosedur Penetapan Fatwa Produk Halal Majelis Ulama Indonesia*, Op.Cit, hlm 14.

beragama Islam dapat menjadi perwakilan dari komunitas Muslim yang menjadi konsumen produk tersebut. Mahasiswa adalah komunitas kritis yang bila ditinjau dari sisi informasi yang diperoleh dan kemampuannya untuk mencerna informasi adalah komunitas yang bisa memilah-milah produk-produk yang mereka konsumsi berdasarkan informasi yang mereka peroleh. Agar dapat memperoleh informasi yang lebih jelas serta disertai bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk tertentu, perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah. Untuk itu, akan dilakukan penelitian dengan menjadikan mahasiswa Fakultas Syariah Jurusan Muamalah dan Ahwal Al-Syakhsiyyah Semester VIII sebagai *studied population*, karena mahasiswa Jurusan Muamalah dan Ahwal Al-Syakhsiyyah Fakultas Syari'ah Semester VIII IAIN Walisongo Semarang dapat memahami tentang hukum yang berlaku mengenai labelisasi halal.

Melihat kenyataan yang terjadi sekarang, banyak persaingan antar pengusaha dalam melabelkan makanan atau produk mereka yang halal untuk dikonsumsi masyarakat luas dan hal tersebut dapat mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli suatu produk. Dari hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan studi tentang **“Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Mie Instant Indofood (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Muamalah dan Ahwal Al-Syakhsiyyah Semester VIII Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut guna mengetahui bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan konsumen membeli produk mie instan Indofood pada Mahasiswa Jurusan Muamalah dan Ahwal Al-Syakhsiyyah Semester VIII Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan konsumen membeli produk mie instan Indofood pada mahasiswa Jurusan Muamalah dan Ahwal Al-Syakhsiyyah Semester VIII Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Perusahaan

Manfaat bagi perusahaan adalah mengetahui bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen. Informasi tersebut diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam usaha melabelisasikan produknya dengan label halal di masa yang akan datang.

1.4.2 Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi semua pihak yang berminat terhadap bidang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan dapat menambah wawasan serta pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran, yaitu yang berkaitan dengan

perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran, khususnya mengenai pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.4.3 Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis mengenai manajemen pemasaran, khususnya mengenai perilaku konsumen. selain itu, penelitian ini juga berguna sebagai syarat akademis untuk menyelesaikan Strata S1 Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penjelasan, pemahaman dan penelaahan pokok permasalahan yang akan dibahas, maka penulisan skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang tinjauan pustaka yang meliputi landasan teori yaitu: pengertian label, pengertian halal, pengertian labelisasi halal, pengertian keputusan konsumen, tipe perilaku konsumen dalam mengambil keputusan, faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, proses keputusan pembelian konsumen, klasifikasi peran pengambilan keputusan, profil PT. Indofood, macam-macam produk mie Indofood, label halal LPPOM MUI, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis serta hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini berisi tentang jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, metode analisis data yang berupa analisis deskriptif, uji validitas dan uji reabilitas, uji normalitas dan analisis regresi sederhana.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang deskripsi objek penelitian yang terdiri dari gambaran umum tentang Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang, deskriptif data penelitian dan responden, uji reabilitas dan validitas, deskriptif variabel penelitian, hasil analisis data dan uji hipotesa, pembahasan dan penilaian deskriptif responden terhadap masing-masing variabel.

BAB V: PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran dari hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.