BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia memiliki banyak kebutuhan untuk menjaga keberlangsungan hidupnya. Kebutuhan manusia dapat diartikan sebagai suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan atas dasar tertentu. Manusia membutuhkan sandang, pangan, papan, rasa aman, dicintai, harga diri, dan aktualisasi diri untuk hidup.

Kebutuhan makan, minum, sandang, pangan dan papan selalu bertambah dari tahun ketahun. Oleh karenanya para produsen berlomba-lomba menguasai pasar dengan memproduksi makanan dan minuman yang beragam. Produsen yang sadar akan kebutuhan masyarakat mempunyai cara tersendiri untuk menarik konsumen. Salah satunya adalah label, yang menjadi ciri khas bagi produk tertentu agar terkenang di hati masyarakat.

Produk makanan di Indonesia sangat bervariasi. Dengan pangsa pasar yang banyak perusahaan membuat produk yang sangat bervariasi terutama untuk ekonomi kalangan menegah kebawah. Karena mayoritas masyarakat Indonesia berekonomi mengah ke bawah. Disisi lain, kesadaran keberagaman umat Islam diberbagai negeri termasuk di Indonesia, akhir-akhir ini semakin tumbuh subur dan meningkat. Sebagai konsekuensi logis, setiap timbul persolaan, penemuan, maupun aktivitas 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, dan kosmetik. Sejalan dengan ajaran Islam, umat Islam menghendaki agar produk-produk yang akan dikonsumsi tersebut dijamin kehalalan dan kesuciannya.

Salah satu perusahaan di Indonesia yang tanggap dalam mencantumkan label halal pada produknya adalah perusahaan McDonald's. McDonald's *corporation* pertama kali didirikan pada tahun 1940 oleh dua bersaudara Dick dan Mac McDonald, sebelum dibeli oleh Ray Kroc pada tanggal 15 April 1955 dan kemudian diperluas ke seluruh dunia. Sampai pada tahun 2004, McDonald's memiliki 30.000 rumah makan di seluruh dunia dengan jumlah pengunjung rata-rata 50.000.000 orang dan pengunjung pengunjung per hari dan rumah makan 1.700 orang. Di Indonesia Restoran McDonald's pertama kali berdiri di Sarinah, Jakarta dan di buka pada 23 Februari 1991. Di Padang McDonald's pertama kali di buka di jalan Ahmad Yani pada bulan Juli 2012. Selama 6 tahun berdiri di kota Padang McDonal's sudah di kunjungi hampir 80% masyarakat Padang. Dimana rinciannya 30% pengunjung yang telah berkeluarga, 40% pelajar dengan relatif umur berkisar antara 15-23 tahun, dan 30% lainnya pasangan muda yang belum diketahui secara pasti statusnya. McDonald's

terbilang cukup tanggap untuk mengurus kehalalan produknya dengan telah mengantongi label halal dari MUI dua tahun setelah berdiri.

Untuk memproduksi suatu produk tidak hanya memperhatikan bahan bakunya saja. Kehalalan suatu produk perlu dipertimbangkan. Karena dengan menjalani ajaran agama, menghendaki agar produk-produk yang dikonsumsi terjamin kehalalanya dan kesucianya secara hukum.[1] Sebagaimana terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 168.

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ كُلُواْ مِمَّا فِي ٱلۡأَرۡضِ حَلَٰلٗا طَيِّبٗا وَلَا تَتَّبِعُواْ خُطُوَٰتِ ٱلشَّيۡطَٰنِۚ إِنَّهُۥ لَكُمۡ عَدُوّٞ مُّبِينٌ ١٦٨

> "Hai 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".(Al-Baqarah (2): 168)

Dengan adanya pencantuman label halal konsumen muslim menjadi terlindungi. Dimana Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk nomor 4 terbanyak di dunia dan menjadi negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Berdasarkan data yang disampaikan oleh Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri RI), jumlah penduduk Sumatera Barat per 30 Juni 2016 sebanyak 5.259.528 jiwa.[2] Adapun data yang diperoleh dari BPS menyatakan jumlah penduduk muslim Sumatera Barat sebanyak 4.721.924 jiwa.[3] Sumatera Barat dengan ibu kota propinsi

---

[1] Imam Al Ghazali, *"Benang Tipis antara Halal dan Haram"*, (Surabaya: PUTRA PELAJAR, 2002), hlm 11

[2] www.kemendagri.go.id, diakses pada 06 januari 2018, pukul 22.15

[3] https://padangkota.bps.go.id diakses pada 06 januari 2018, pukul 22.30

di Padang, dimana jumlah penduduk muslim kota Padang sebesar 803.706 jiwa dimana Padang sebagai kota dengan pemeluk agama Islam terbesar di Sumatera Barat. Dengan jumlah penduduk yang begitu besar akan menciptakan pangsa pasar yang besar bagi para produsen, sehingga para produsen berlomba-lomba dalam merebut pasar di Indonesia. Bermacam cara dilakukan produsen untuk memikat hati konsumennya, salah satunya dengan cara memberi atribut atau label halal pada kemasan produknya.[4] Pencantuman label halal merupakan sarana informasi dari produsen ke konsumen mengenai produk yang akan dijualnya. Sehingga konsumen benar-benar mengetahui bahan-bahan apa saja yang digunakan, termasuk bahan tambahan yang tertera dikemasan. Pelabelan yang benar dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku akan membentuk terciptanya perdagangan yang jujur dan bertanggung jawab. Sehingga akan memudahkan dalam pengawasan keamanan pangan dan melindungi konsumen dari persepsi yang salah.[5]

Di Indonesia yang berwenang melaksanakan labelisasi halal adalah Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Badan ini berperan dalam mengawasi peredaran obat dan makanan. Sehingga terjamin mutu dan kualitasnya yang masih layak untuk dikonsumsi. Sedangkan yang mengatur tentang sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang secara teknis ditangani oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-

---

[4] Anton Apriyantono Nurbowo, *"Panduan Belanja dan Konsumsi Halal*", (Jakarta: Khairul Bayaan, 2003), Hal 12

[5] Wikipedia, "LPPOM MUI", *http://id.wikipedia.org/wiki/LPPOM_MUI, diakses pada 25 oktober 2017, pukul 20.08*

obatan dan Kosmetika (LPPOM), didalamnya tertulis fatwa MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam ditinjau dari cara memproduksi, bahan-bahan yang digunakan, bahan tambahan itu semua harus diterangkan secara jujur kepada LPPOM MUI dan menjadi syarat pencantuman label halal dalam setiap produk.[6]

Labelisasi halal merupakan strategi marketing yang berpotensi atau mempunyai kekuatan dalam penjualan suatu produk yang mempunyai kualitas terjamin sehingga umat muslim tidak perlu lagi meragukan kehalalannya (aman dikonsumsi umat muslim). Labelisasi halal berperan dalam meningkatkan penjualan untuk menarik konsumen khususnya konsumen muslim, dimana keputusan pembelian tersebut dapat berfungsi sebagai pengukur sejauh mana tingkat penjualan pada produk yang telah ditetapkan kehalalannya dengan produk yang tidak ada kejelasan antara halal dan haram. Manajemen yang baik akan selalu berusaha meningkatkan penjualan dan kualitas barang yang akhirnya bermuara pada perkembangan usaha dan konsumen yang semakin meningkat.

Dari sisi produsen sertifikat halal mempunyai peran antara lain;[7]

1. Sebagai pertanggungjawaban produsen kepada konsumen muslim, mengingat masalah halal merupakan bagian dari prinsip hidup muslim.

---

[6] Wikipedia, "LPPOM MUI", *http://id.wikipedia.org/wiki/LPPOM_MUI, diakses pada 25 oktober 2017, pukul 15.37*

[7] Oki yuliani, "*Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Daya Tartik dan Minat Beli Masyarakat Muslim di Steak Ranjan ,BANDUNG" Skripsi Fakultas Ekonomi ,2016*

2. Meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen.
3. Meningkatkan citra dan daya saing perusahaan, dan
4. Sebagai alat pemasaran serta untuk memperluas area pemasaran.

Pengertian halal menurut kementerian agama yang dimuat dalam KEPMENAG RI No.518 Tahun 2001 Tentang pemeriksaan dan penerapan pangan halal adalah: "tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam".[8]

Dengan demikian label halal adalah label yang diberikan kepada produk-produk yang telah memenuhi kriteria halal menurut agama Islam. Perusahaan-perusahaan yang mencantumkan produknya dengan label halal, perusahaan tersebut telah melakukan proses halal pada produknya.

Melihat fenomena tersebut, penulis tertarik bahwa pencantuman label halal dan daya tarik label halal akan meningkatkan minat beli konsumen. Sebagaimana yang tertuang dalam judul **"Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's pada Masyarakat Muslim di Kota Padang."**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh pencantuman label halal terhadap keputusan pembelian produk McDonald's pada masyarakat muslim di kota Padang.

[8] KEPMENAG RI No.518 Tahun 2001, *tentang pemeriksaan dan Penerapan Pangan Halal*, diakses pada 25 0ktober 2017, pukul 21.30

2. Seberapa besar pengaruh pencantuman label halal terhadap keputusan pembelian produk McDonald's pada masyarakat muslim di kota Padang.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi. Oleh karena itu, penulis membatasi penelitian ini hanya dilakukan di McDonald's kota Padang. McDonald's dipilih karena dirasa mampu memenuhi semua persyarakat yang diinginkan penulis.

D. Tujuan dan Maksud Penelitian

1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk mengikuti:

a. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang pencantuman label halal pada produk
b. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang daya tarik untuk membeli produk berlabel halal
c. Untuk mengetahui minat beli masyarakat muslim pada produk berlabel halal
d. Untuk mengetahui besarnya pengaruh pencantuman label halal terhadap daya tarik dan minat beli masyarakat muslim

2. Maksud penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data serta

menginterprestasikannya untuk digunakan sebagai bahan penyusunan skripsi yang akan diajukan sebagai salah satu syarat untuk menempuh jenjang sarjana Prodi Ekonomi Syariah fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi perusahaan yaitu, perusahaan dapat mengetahui tanggapan konsumen terutama masyarakat muslim mengenai pencantuman label halal yang terdapat pada makanan, minuman ataupun kosmetik yang diproduksinya. Serta mengetahui bagaimana pengaruh pencantuman label halal daya tarik dan minat beli masyarakat terhadap produk makanam, minuman, dan kosmetik yang di pasarkan.

Informasi tersebut diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam usaha melebelisasikan semua produk terutama makanan, minuman, dan kosmetik yang di produksinya di masa yang akan datang.

2. Kegunaan Akademis

Dengan dilakukannya penulisan ini, penulis mengharapkan adanya kegunaan yang didapat, diantaranya:

a. Pengembangan ilmu

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang bisnis.

b. Penulis lainnya

Hasil penulisan ini mudah-mudahan dapat menjadi gambaran bagi penulis lain yang membutuhkan informasi tentang pengaruh pencantuman label halal terhadap daya tarik dan minat beli masyarakat muslim.

c. Penulis

Hasil penulisan ini diharapkan dapat digunakan atau dipergunakan untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan penulis mengenai manajemen bisnis terutama pada masalah pengaruh pencantuman label halal terhadap daya tarik dan minat beli masyarakat muslim, serta sebagai bahan perbandingan antara teori yang didapat dalam bangku kuliah dengan pelaksanaan di lapangan.

F. Sistematika Penulisan

Untuk dapat menyampaikan gambaran yang jelas mengenai penelitian ini, maka disusunlah suatu sistematika yang berisi informasi-informasi dan hal-hal yang dibahas tiap bab.

Skripsi ini disusun dalam 5 (lima) bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1: Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, dan batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi operasional dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Pada bab ini berisi landasan teori sebagai kerangka acuan pemikiran dalam pembahasan yang akan diteliti dan sebagai dasar analisis yang diambil dalam berbagai literatur, serta berisi tentang penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini, kerangka pikir teoritis dan hipotesis.

Bab III : Metodologi Penelitian

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai pengertian beberapa variabel penelitian yang sudah ditentukan, jumlah sampel yang diteliti, jenis sumber data, cara pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan untuk menguji kebenaran penelitian ini.

BAB IV: Pembahasan Dan Hasil Penelitian

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai deskripsi objek penelitian yang terdiri dari gambaran umum masyarakat kota padang dalam keputusan pembelian produk berlabel halal.

BAB V : Penutup

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kumpulan dari saran-saran dari hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan dan pertimbangan oleh pihak-pihak yang berkaitan.