

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagian besar Negara Indonesia diduduki oleh umat muslim. Oleh karena itu, tidak heran lagi bahwa umat muslim dalam menentukan sesuatu harus didasari pada aturan-aturan yang telah ditentukan syariah Islam, umat muslim seluruh dunia khususnya di Indonesia menjalankan segala kegiatan atau aktifitas berdasarkan ajaran syariah Islam. Banyak hal yang terkait dengan ajaran syariah Islam salah satunya adalah produk konsumen. Kebutuhan manusia pada dasarnya tidak terpuaskan. Manusia membutuhkan makanan, pakaian, perlindungan, keamanan, poperti, dan banyak hal lainnya untuk bertahan hidup. Kebutuhan ini tidak diciptakan oleh masyarakat atau pemasar, tetapi telah mengakar dalam kehidupan dan kondisi manusia.¹

Dalam era globalisasi dan modernisasi saat ini, konsumen semakin menyadari pentingnya membuat keputusan pembelian yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga mempertimbangkan aspek-aspek etis dan religius. Salah satu aspek yang semakin mendapat perhatian adalah kepatuhan terhadap prinsip halal dalam produk yang dikonsumsi. Halal, yang dalam bahasa Arab berarti "halal" atau "diperbolehkan," merujuk pada produk dan layanan yang sesuai dengan hukum syariah Islam. Dengan populasi Muslim yang terus berkembang, permintaan terhadap produk halal semakin meningkat secara signifikan di berbagai belahan dunia. Istilah Alquran "halal" dan "haram" digunakan untuk berbagai konsep, sebagian besar berkaitan dengan makanan dan minuman. Halal sendiri didefinisikan sebagai segala sesuatu yang diizinkan oleh syariat untuk dilakukan, digunakan, atau diusahakan karena telah terurai dari tali atau ikatan yang mencegahnya atau unsur yang membahayakannya.

Semua ini dilakukan dengan memperhatikan cara memperoleh dan

¹ Eko Suprayitno, 2008, Ekonomi Mikro Perspektif Islam, Malang: UIN-MALANG PRESS.

memanfaatkan yang halal, seperti dalam surah al-Baqarah (2): 168, yang berbunyi:

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

Artinya: *“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kalian mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagi kalian”*

Allah juga berfirman dalam surah Al-Maidah (5): 87 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
الْمُعْتَدِينَ ٨٧

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihalalkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas”*.

Pada masa sekarang pemahaman dan kepatuhan terhadap prinsip halal menjadi semakin penting, terutama di kalangan konsumen muda seperti mahasiswa. Literasi halal, yang mencakup pengetahuan mendalam tentang prinsip-prinsip syariah dan standar sertifikasi halal, berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian produk halal terutama dalam mengonsumsi makanan halal khususnya mie instan. Mahasiswa, sebagai generasi yang tengah membentuk kebiasaan konsumsi mereka, memerlukan pemahaman yang kuat mengenai apa yang menjadikan suatu produk halal. Namun, pengetahuan ini tidak selalu cukup, halal awareness, atau kesadaran terhadap pentingnya kehalalan produk, memainkan peran mediasi yang signifikan. Kesadaran ini mempengaruhi bagaimana pengetahuan tentang halal diterjemahkan dalam praktik sehari-hari, seperti dalam keputusan pembelian. mahasiswa dengan tingkat literasi halal yang tinggi tetapi kurang kesadaran halal mungkin tidak sepenuhnya menerapkan pengetahuan mereka dalam memilih produk, sementara mereka yang memiliki kesadaran halal yang kuat cenderung lebih aktif dan selektif dalam pembelian produk halal.

Kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan wajib bagi setiap konsumen, terutama konsumen muslim. Dalam sistem perdagangan internasional masalah sertifikasi dan penandaan kehalalan produk mendapat perhatian baik dalam rangka memberikan perlindungan terhadap konsumen umat Islam di seluruh dunia sekaligus sebagai strategi menghadapi tantangan globalisasi. Di Indonesia, sudah dibentuk peraturan perundang-undangan jauh sebelum lahirnya Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH). Dengan adanya pengaturan tersebut, semakin mempertegas betapa mendesaknya persoalan halal-haram dalam rantai produksi dari pelaku usaha hingga sampai dan dikonsumsi oleh konsumen dan merupakan wujud nyata negara dalam melindungi konsumen

Sebagai contoh, meskipun mahasiswa mungkin memiliki pengetahuan tentang apa yang membuat produk halal, tanpa adanya kesadaran yang tinggi tentang pentingnya kehalalan, mereka mungkin tidak sepenuhnya menerapkan pengetahuan tersebut dalam membuat keputusan pembelian. Dengan demikian, penting untuk meneliti bagaimana Pengaruh Literasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal yang dimediasi oleh Halal Awareness dikalangan mahasiswa di Kota Padang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang menjadi acuan penulis dalam melakukan penelitian lebih lanjut yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh literasi halal terhadap keputusan pembelian produk halal di kalangan mahasiswa di Kota Padang?
2. Apakah terdapat pengaruh keputusan pembelian produk halal terhadap halal awareness?
3. Apakah terdapat pengaruh literasi halal terhadap halal awareness?
4. Apakah terdapat pengaruh literasi halal terhadap keputusan pembelian produk halal yang dimediasi oleh halal awereness?

C. Batasan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan mie instan import pada mahasiswa di Kota Padang yaitu Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Universitas Negeri Padang, Universitas Andalas, Universitas Bung Hatta, dan Universitas Putra Indonesia yang berusia 18-25 tahun. Literasi halal yang diukur meliputi pengetahuan tentang sertifikasi halal produk import, kemampuan membaca label halal, dan kepercayaan terhadap lembaga sertifikasi halal. Halal awareness diukur berdasarkan tingkat kepedulian terhadap kehalalan produk makanan, serta persepsi risiko terkait mengkonsumsi produk mie instan import. Penelitian ini menguji hipotesis bahwa literasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mie instan import, dan pengaruh tersebut dimediasi oleh halal awareness. Penulis memfokuskan produk mie instan import pada penelitian ini adalah (nisin gekikara ramen, samyang hot chicken ramen, samyang hot chicken ramen cheese, samyang hot buldak ramen carbonara).

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi halal terhadap keputusan pembelian produk halal di kalangan mahasiswa di Kota Padang
2. Untuk mengetahui pengaruh mediasi oleh halal awareness terhadap keputusan pembelian produk halal
3. Untuk mengetahui pengaruh literasi halal terhadap mediasi halal awareness
4. Untuk mengetahui apakah literasi halal dan mediasi halal awareness secara simultan memengaruhi keputusan pembelian produk halal

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai salah satu persyaratan akademis dalam menyelesaikan studi Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Proodi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

2. Bagi penulis, penelitian ini berguna dalam mengaplikasikan ilmu yang diterima selama perkuliahan.
3. Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi pengembang ilmu pengetahuan dan penelitian-penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan bagi pembaca dalam menganalisa dan memahami hasil dari penelitian ini, maka dibuatlah satu sistematika penulisan yang dibagi atas beberapa bab sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Bab ini membahas pendahuluan, yang berisikan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II: Landasan Teori

Landasan Teori tentang Pengaruh Literasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal yang dimediasi oleh Halal Awareness dikalangan mahasiswa, yaitu: Literasi Halal, Keputusan Pembelian, Halal Awareness, Hipotesis Penelitian, penelitian yang relevan dan kerangka pemikiran

Bab III: Metodologi Penelitian

Bab ini penulis akan membahas tempat penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, sumber dan jenis data penelitian, teknik dan instrument pengumpulan data, variabel penelitian.

Bab IV: Hasil Penelitian

Merupakan pembahasan inti dari permasalahan dalam skripsi ini yang berisikan hasil penelitian “Pengaruh Literasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal yang dimediasi oleh Halal Awareness dikalangan mahasiswa di Kota Padang”

Bab V: Penutup

Merupakan bab penutup yang mengemukakan kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian dan saran-saran. Ini merupakan akhir pembuatan skripsi yang sudah merangkum permasalahan yang diangkat.

