

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dengan jumlah penduduk sekitar 220 juta jiwa merupakan pasar konsumen yang paling besar di dunia. dengan populasi kaum Muslimin yang mencapai 90% dari jumlah total warga negara Indonesia (Busrah, 2019). Ini menyebabkan membanjirnya produk- produk dalam dan luar negeri di Indonesia, hal tersebut membuat masyarakat menjadi semakin dilema menentukan pilihannya, disamping banyaknya pilihan produk, masyarakat harus lebih jeli dalam memperhatikan kehalalannya.

Makanan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur dan bahan baku yang haram, baik yang menyangkut dengan bahan baku pangan, bahan tambahan pangan sampai proses produksi harus sesuai syariat islam. Dalam Islam, umat Muslim haram baginya untuk mengonsumsi makanan atau minuman yang mengandung zat-zat haram dan proses produksi yang tidak sesuai dengan syariat Islam.

Allah telah memerintahkan kepada umat Muslim untuk memakan makanan yang halal dalam Al-qur'an surah An-Nahl:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ لِيَآئِهِ تَعْبُدُونَ

“ Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu, dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-NYA”. (QS. An-Nahl ayat 114).

Kehalalan merupakan tolak ukur utama dalam proses pemilihan produk. Ketentuan ini membuat keterbatasan produk-produk makanan untuk memasuki pasar umat Muslim, akan tetapi realitanya produk yang beredar di Indonesia belum semua terjamin kehalalannya. Memastikan makanan yang di konsumsi halal menjadi tanggung jawab bagi setiap Muslim, oleh karena itu perlu perhatian yang lebih besar terhadap produk makanan yang beredar bebas di pasaran terutama dari sisi kehalalannya. Untuk mempermudah mengetahui makanan yang di konsumsi halal khususnya makanan dalam kemasan maka dapat dilihat dari informasi kandungan

produk makanan dan label halal yang tercantum pada kemasan produk makanan, hal ini menjadi standar makanan sebelum didistribusikan kepada masyarakat. Sesuai dengan peraturan pemerintah No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan pasal 2 ayat 1 “Bahwa setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam dan atau di kemasan pangan”.

Salah satu produk pangan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat adalah mie instan. Mie instan banyak dikonsumsi karena memiliki banyak rasa yang khas dan cara penyajiannya yang praktis. Mie instan merupakan makanan cepat saji yang bukan hanya sebagai pengganti lapar, namun digemari oleh masyarakat. Mie instan yang beredar sudah memiliki label halal, namun jika dilihat label halal yang ada pada kemasan tidak terlalu ditonjolkan, hal ini menjadi pertanyaan yang besar bahwa konsumen membeli produk mie instan berdasarkan label halal atau tidak, maka dari itu sangat layak apabila mie instan sebagai objek penelitian, karena angka peminatnya sangat tinggi di kalangan masyarakat.

Dalam lingkup yang lebih kecil mahasiswa merupakan komunitas masyarakat. Mahasiswa menjadikan mie instan bukan hanya pengganti perut, namun menjadikannya sebagai makanan pokok dan menyediakan mie instan di kamar asrama atau kamar kos mereka, supaya sewaktu-waktu dapat dikonsumsi.

Penelitian ini dilakukan untuk 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. Mahasiswa 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.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan menjadikan mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo sebagai *studied population*, mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo yang mana mayoritas mahasiswanya beragama Islam dapat menjadi perwakilan dari komunitas Muslim dan konsumen produk tersebut, atas dasar latar belakang tersebut maka

peneliti akan melakukan penelitian dengan judul *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Instan* (Studi kasus Mahasiswa Jurusan Agribisnis Universitas Negeri Gorontalo).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada bagian sebelumnya masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu apakah ada pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk mie instan pada mahasiswa jurusan Agribisnis Universitas Negeri Gorontalo.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk mi instan pada Mahasiswa Jurusan Agribisnis Universitas Negeri Gorontalo.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi produsen makanan

Penelitian ini diharapkan perusahaan dapat mengetahui bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen. Informasi ini sebagai bahan masukan bagi pemimpin perusahaan untuk membuat labelisasi produk sesuai prosedur dan ketentuan MUI. Para produsen mampu menangkap peluang di pasar umat Muslim dengan menggunakan label halal pada produknya, sekaligus memberikan manfaat dan melindungi konsumen dengan menciptakan produk makanan yang halal lagi baik. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi para produsen dalam bidang pemasaran untuk menciptakan produk pangan yang halal.

b. Bagi konsumen

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada para konsumen tentang bagaimana pentingnya mengonsumsi makanan yang halal lagi baik, dan dapat memahami bahwa melihat label halal yang resmi dari MUI pada kemasan makanan ketika ingin mengonsumsinya adalah hal yang penting.

c. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran, yaitu yang berkaitan dengan perilaku konsumen khususnya mengenai pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen.

d. Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran, pengetahuan tentang label halal dan keputusan pembelian produk.

e. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan atau sebagai salah satu sumber bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan atau menambah variabel-variabel yang lain untuk memperluas penelitian