

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunitas muslim dalam menentukan sesuatu harus didasarkan pada aturan-aturan Islam yang telah ditentukan, kaum muslim seluruh dunia khususnya di Indonesia menjalankan segala kegiatan berdasarkan ajaran syariah. Banyak hal mengenai ajaran syariah, salah satunya adalah dalam hal mengkonsumsi suatu produk makanan. Masyarakat muslim telah membentuk pola khusus dalam mengkonsumsi suatu produk makanan, yaitu mengharuskan seluruh umatnya untuk mengutamakan kehalalan. Adanya aturan ini para pemasar harus mempertimbangkan aspek kehalalan suatu produk, agar komunitas muslim dapat memberikan kepercayaan kepada produk tersebut. Kesempatan ini dimanfaatkan dengan baik oleh para pemasar dengan cara memberikan label halal kepada produk yang sesuai dengan syariah Islam.

Seperti yang kita ketahui bahwa jumlah penduduk muslim di Indonesia sangat besar. Data statistik Sensus Penduduk Indonesia pada tahun 2010 menunjukkan bahwa penduduk yang beragama Islam di Indonesia mencapai 207.176.162 juta jiwa atau 87,21% dari total populasi di Indonesia yang berjumlah 237.641.326 juta jiwa (sumber: Sensus Nasional BPS, 2010). Bisnis Restoran maupun *cafe* terus berkembang dan bertambah setiap tahunnya di Indonesia, seperti yang terjadi di Surabaya. Berdasarkan sumber dari Badan Pusat Statistik mengenai restoran atau rumah makan, jumlah

Industri kuliner di Jakarta berjumlah sebanyak 720 restoran di tahun 2007 dan terus meningkat hingga mencapai 1361 restoran di tahun 2011.

Pertumbuhan jumlah restoran yang terus terjadi setiap tahun tersebut juga di dukung dengan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia. Berdasarkan sumber laporan statistik dari SWA, intensitas masyarakat Indonesia yang makan di luar rumah dari tahun 2008-2013 meningkat hingga 250%. Peningkatan tersebut merupakan salah satu peluang dan menyebabkan meningkatnya pertumbuhan restoran yang ada di Surabaya.

Banyaknya penduduk muslim di Indonesia tentu membawa pengaruh yang besar bagi budaya yang berkembang di Indonesia, terutama dalam budaya konsumsi pangan. Dalam ajaran Islam, seorang muslim diajarkan untuk mengonsumsi makanan yang halal. Muslim melarang mengonsumsi daging babi, alkohol, darah, daging mati dan daging yang tidak disembelih menurut hukum syariat Islam. Pengetahuan mengenai makanan halal atau tidak sangat penting bagi masyarakat umum, terutama umat Islam, dan sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Halal atau tidak merupakan suatu keamanan pangan yang sangat mendasar untuk umat Islam. Konsumen Islam cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang. Hal tersebut dikarenakan, produk makanan halal yang telah dinyatakan halal cenderung lebih aman dan terhindar dari kandungan zat berbahaya (Sumarwan, 2011). Dengan demikian seharusnya pengetahuan tersebut menjadi persepsi yang kuat di benak penduduk muslim di Indonesia. Bonne et al., (2007) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa agama bisa mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen secara umum, khususnya dalam keputusan pembelian makanan dan kebiasaan makan.

Pemahaman yang semakin baik terhadap agama, makin membuat konsumen muslim menjadi semakin selektif dalam pemilihan produk yang dikonsumsi. Konsumen muslim di Indonesia dilindungi oleh lembaga secara khusus bertugas mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen muslim, lembaga ini adalah 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 dan produk yang telah memiliki sertifikat halal tersebut dapat mencantumkan label halal pada produknya. Artinya produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam, atau produk tersebut tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen muslim.

Pengertian halal menurut Departemen Agama yang dimuat dalam KEPMENAG (Keputusan Menteri Agama) RI No 518 Tahun 2001 tentang pemerintah dan penetapan pangan halal adalah tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengelolaannya tidak bertentangan dengan syariah Islam.

Dilihat dari perspektif Islam, konsep halal merupakan hal yang vital bagi seorang muslim. Di dalam Al Quran surat Al Baqarah ayat 168 menyampaikan perintah Allah SWT, *“Wahai manusia, makanlah apa yang ada di bumi dari perkara-perkara yang halal dan baik.”*Selain itu di dalam surat Al Baqarah ayat 173 juga menyerukan, *“Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”* Di dalam ayat tersebut

menjelaskan jenis-jenis makanan yang diharamkan, yaitu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang disembelih dengan menyebut nama selain Allah SWT.

Menurut Aziz dan Vui (2013) sertifikasi halal merupakan sebuah jaminan keamanan bagi umat muslim untuk dapat mengkonsumsi suatu produk. Sertifikasi halal ini dibuktikan dengan pencantuman logo halal pada kemasan produk. Secara umum, pendekatan halal dalam proses pemasaran suatu produk juga dapat menetralkan *image* negatif yang diasosiasikan konsumen muslim terhadap suatu produk (Salehudin dan Lutfi, 2012). Dengan adanya sertifikat halal, maka secara otomatis telah teruji kehalalannya. Sertifikat halal akan dikeluarkan oleh LPPOM MUI apabila bahan makanan, kebersihan, dan cara pembuatannya sudah memenuhi syariat Islam. Hal ini mendorong minat beli masyarakat khususnya muslim untuk tidak ragu dalam membeli produk makanan yang bersertifikat halal tersebut.

Menurut Shaari dan Arifin (2010) kesadaran halal merupakan tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen muslim untuk mencari dan mengkonsumsi produk halal sesuai dengan syariat Islam. Kesadaran muslim ditandai dengan adanya pengetahuan mengenai proses penyembelihan, pengemasan makanan, dan kebersihan makanan sesuai dengan hukum Islam. Penelitian yang dilakukan oleh Yunus et al. (2014) menyatakan bahwa kesadaran halal suatu muslim berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen terhadap suatu produk. Beredarnya isu mengenai ketidakhalalan makanan di restoran Solaria dan disusul dengan dicabutnya izin kehalalan dari LPPOM MUI berpengaruh pada kesadaran halal pada masyarakat. Hal ini mengakibatkan minat beli masyarakat terhadap restoran Solaria menurun. Dengan diadakannya sosialisasi dan edukasi dari LPPOM MUI maka dapat meringankan kembali jumlah pengunjung restoran Solaria.

Kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas merupakan hal yang seharusnya untuk semua ukuran perusahaan dan untuk tujuan mengembangkan praktek kualitas serta menunjukkan ke konsumen bahwa mereka mampu menemukan harapan akan kualitas yang semakin tinggi (Tata et al., 2000). Pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang produk tersebut. Akibat yang timbul dari beredarnya isu pencabutan label halal di restoran Solaria, maka berdampak pada *image* kualitas produk menjadi buruk di kalangan masyarakat khususnya muslim. Jadi untuk meningkatkan minat beli masyarakat, pengelola usaha dituntut untuk menciptakan sebuah produk yang disesuaikan dengan kebutuhan atau selera konsumen khususnya konsumen muslim.

Di Indonesia baru terdapat 10% restoran dan outlet kuliner yang mengantongi sertifikat halal (dikutip dari Kabar24.com dalam Jumlah Restoran & Outlet Kuliner Bersertifikasi Halal Masih Rendah). Melihat masih banyaknya restoran yang belum bersertifikat halal tersebut tidak sebanding dengan jumlah penduduk muslim di Indonesia.

Salah satu usaha jasa layanan rumah makan terbesar di Indonesia yang merubah konsep restorannya menjadi restoran halal adalah restoran Solaria. Solaria adalah restoran lokal asli Indonesia yang berdiri sejak tahun 1995, merupakan restoran keluarga dengan konsep *casual dining* yang menawarkan menu-menu makanan khas yang disajikan secara *fresh food* (dimasak setelah dipesan).

Pada akhir tahun 2013 terdengar kabar bahwa Solaria telah mengantongi sertifikat halal dari MUI. Akan tetapi pada tanggal 23

November 2015 diberitakan bahwa Tim Gabungan Operasional Razia Daging Ilegal menemukan dua bumbu yang positif mengandung bahan tidak halal di restoran Solaria. Temuan tersebut berada di bumbu campur dan bumbu rendam ayam. Sebanyak 20 jenis bahan yang disita, delapan yang sudah diuji dua diantaranya positif mengandung bahan tidak halal, atau mengandung hewan babi. Restoran Solaria dikelola oleh satu manajemen dan bukan waralaba, sehingga bahan baku untuk semua outlet di seluruh Indonesia dikirim dari Jakarta (Tribun Kaltim, Senin 23 November 2015).

Dengan adanya kabar pencabutan label halal di restoran Solaria tentu saja berdampak pada tingkat penjualan produk di restoran tersebut. Dibuktikan dengan pernyataan yang dikeluarkan oleh Operasional Manager PT Solaria, Dedy Nugrahadi yang menyebutkan bahwa jumlah pengunjung restoran Solaria mulai berkurang dari pasca isu pencabutan label halal tersebut diberitakan khususnya untuk konsumen muslim yang telah menjaga syariat Islam sehari-harinya, akan tetapi penurunan jumlah konsumen belum diketahui secara pasti.

Dengan demikian, penelitian ini mencoba untuk mengeksplorasi kemungkinan adanya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat beli produk halal. Sampai saat ini, meskipun makanan halal tersedia secara luas, dan banyak laporan penelitian tentang pasar makanan halal, ada kelangkaan perkembangan teori penelitian tentang membeli makanan halal (Alam dan Sayuti, 2011). Selain itu, telah terjadi kekurangan suatu pengetahuan asli pada hubungan antara konsep halal seperti kesadaran halal dan sertifikasi halal dengan niat beli konsumen dalam konteks membeli produk halal (Aziz dan Vui, 2013).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti mengambil judul sebagai berikut : “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Makanan Restoran Solaria Di Surabaya.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah sertifikasi halal berpengaruh terhadap minat beli produk makanan ?
2. Apakah kesadaran halal berpengaruh terhadap minat beli produk makanan ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli produk makanan ?
4. Apakah sertifikasi halal, kesadaran halal, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli produk makanan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh sertifikasi halal terhadap minat beli produk makanan.
2. Mengetahui pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli produk makanan.
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli produk makanan.
4. Mengetahui pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap minat beli produk makanan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberi tambahan wawasan serta kajian mengenai faktor yang paling mempengaruhi minat beli produk halal oleh konsumen di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi media bagi peneliti untuk menambah pengalaman di bidang penelitian dan menambah pemahaman mengenai tema yang menjadi fokus penelitian. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan peneliti untuk memperdalam pengalaman di bidang pemasaran serta implementasi atas teori yang telah didapatkan selama masa perkuliahan.

b) Bagi Pelaku Usaha

Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dan dasar yang objektif pengambilan keputusan dalam membuat atau mengembangkan strategi pemasaran produk halal.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada dasarnya sistematika penyusunan berisikan mengenai uraian yang akan dibahas pada masing-masing bab, sehingga dalam setiap bab akan mempunyai pembahasan topik tersendiri. Adapun sistematika penulisan dari tugas akhir ini adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan penjelasan mengenai latar belakang penulisan tugas riset ini yang menguraikan tentang perusahaan, masalah yang terdapat di perusahaan, batasan masalah, asumsi, maksud dan tujuan penelitian, manfaat dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan teori-teori yang mendukung untuk proses pemecahan masalah dalam topik tugas akhir ini, yaitu dasar teori mengenai nilai pelanggan, definisi loyalitas, kepuasan pelanggan, uji statistic.

BAB III : METODE PENELITIAN

Menjelaskan tentang langkah-langkah penelitian atau metodologi yang dikerjakan untuk melakukan penelitian yang dapat dilihat dalam bentuk diagram alir penelitian serta langkah-langkah yang diambil dalam pemecahan masalah yang sedang dihadapi perusahaan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan dan pengolahan data yang diperoleh dengan menggunakan cara-cara yang terpilih dan melakukan analisa.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Mengemukakan kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian tersebut, juga berisi saran-saran untuk memberikan masukan dalam peningkatan kualitas produk perusahaan.