

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Kemajuan industri halal yang sangat pesat dan besar beberapa tahun terakhir ini, dipengaruhi oleh perubahan sistem penglihatan masyarakat terhadap aspek halal. Dimana dahulu, halal hanya dijadikan sebagai indikator dalam bahan-bahan pangan yang dikonsumsi sehari-hari. Pada saat ini halal sudah menjadi indikator yang menyeluruh dalam jaminan produk dan gaya hidup. Adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang kini berbasis syariah memiliki andil besar dalam membantu mengembangkan industri halal (Waharini & Purwantini, 2018).

Gaya hidup halal saat ini menjadi suatu fenomena yang sedang marak dijalankan oleh kalangan muslim khususnya generasi milenial. Maraknya fenomena gaya hidup halal ini disebabkan adanya peningkatan kesadaran pada kalangan muslim akan nilai-nilai halal dan pentingnya patuh pada nilai syariah dalam menjalankan hidupnya (Widodo, 2019).

Beberapa tahun terakhir ini, pemerintah Indonesia sangat aktif dan masif mengembangkan ekonomi berbasis syariah. Hal ini dapat dilihat dengan upaya pemerintah mempopulerkan industri halal di Indonesia, yang sekarang ini tidak saja berfokus pada bagian keuangan saja namun telah menyebar hingga sektor riil. Sektor riil yang berkembang dengan basis syariah tersebut mulai dari makanan dan minuman; pakaian; kosmetik; pariwisata; farmasi; dan media.

Negara-negara lain di dunia pun mulai ikut berpartisipasi dalam ekonomi berbasis syariah, bahkan yang mengejutkan negara non-muslim sekalipun ikut turut serta bahkan menjadi salah satu negara produsen dalam industri halal dunia. Hal ini disebabkan karena *demand* terhadap produk-produk industri halal yang semakin bertumbuh di dunia. Sebagai contoh ada Brazil dan Australia yang masuk ke dalam 10 besar produsen makanan halal bersumber dari laporan *State of The Global Islamic Economy 2019/2020* dimana Brazil menjadi negara pemasok daging ayam dan Australia menjadi negara pemasok daging sapi halal terbesar di dunia. Laporan tersebut juga menjabarkan pertumbuhan populasi masyarakat muslim dunia pada

2020 diperkirakan tumbuh hingga 2,2 miliar jiwa, hal ini merupakan salah satu faktor pendorong ekonomi syariah global semakin berkembang.

Tabel 1. Pasar Ekonomi Islam Global 2018

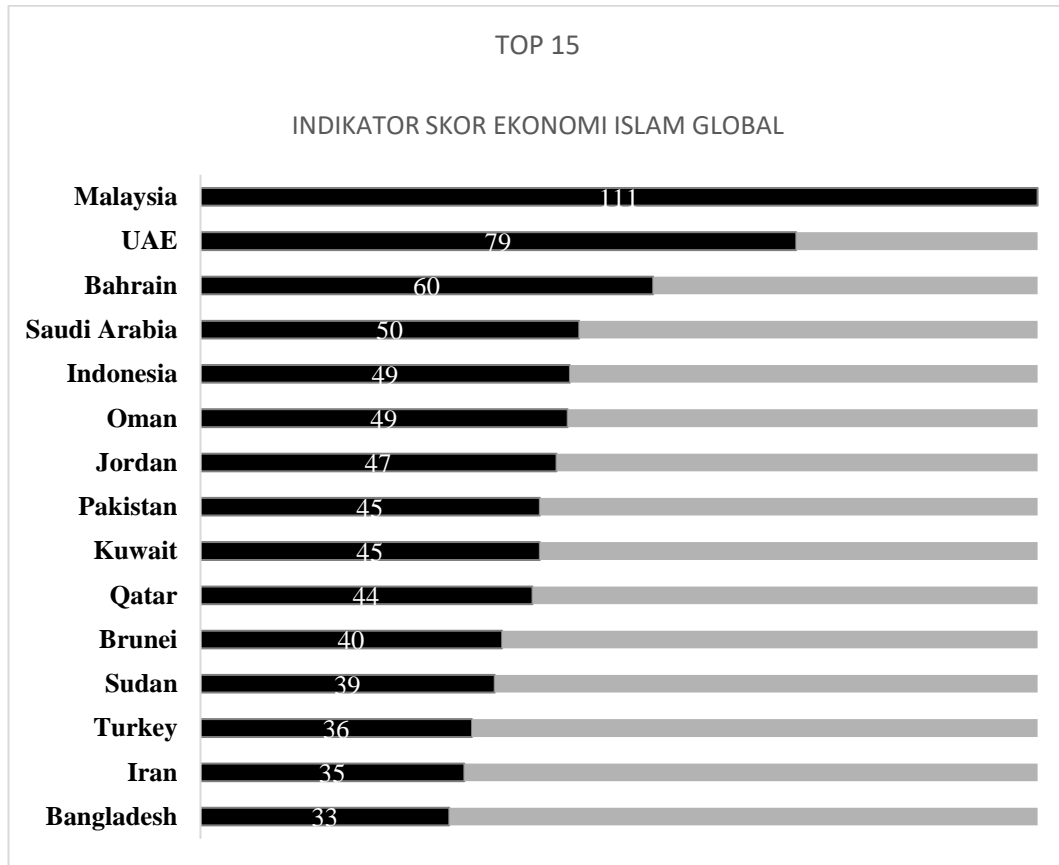
Sektor	Besaran Pengeluaran
Keuangan Islam	\$2.524 miliar
Makanan Halal	\$1.369 miliar
Pariwisata Halal	\$189 miliar
Fesyen Islami	\$283 miliar
Media dan Rekreasi Halal	\$220 miliar
Farmasi Halal	\$92 miliar
Kosmetik Halal	\$64 miliar

Sumber : *State of The Global Islamic Economy 2019/2020*

Berdasarkan Tabel 1 besaran Pasar Ekonomi Islam Global secara keseluruhan dari 7 sektor di tahun 2018 sebesar \$2.217 miliar atau meningkat sebesar \$110 miliar dari tahun 2017 sebesar \$2.107 miliar. Dimana sektor keuangan islam sebesar \$2.524 miliar, makanan halal sebesar \$1.369 miliar, pariwisata halal sebesar \$189 miliar, busana muslim sebesar \$283 miliar, media dan rekreasi halal sebesar \$220 miliar, farmasi halal sebesar \$92 miliar, dan kosmetik halal sebesar \$64 miliar. Data tersebut menunjukkan bahwa makanan halal menjadi pangsa pasar terbesar kedua dalam Ekonomi Islam, yang berarti makanan halal mempunyai peluang yang sangat unggul dalam pengembangannya.

Laporan *State of The Global Islamic Economy 2019/2020* menunjukkan keuangan islam dan makanan halal mempunyai andil yang lebih luas daripada bagian-bagian lainnya, dimana pada tahun 2024 di prediksi pendapatan dari sektor keuangan islam sebesar \$3.472 miliar dan sektor makanan halal sebesar \$1.972 miliar. Adanya peluang pendapatan sampai \$ 1.972 miliar di tahun 2024, industri makanan halal merupakan atensi pokok para penggarap usaha di negara-negara lain contohnya UAE. Eskalasi produk makanan halal menjadi pusat atensi di UAE, lalu 3 tahun UAE berada di posisi satu secara berurutan pada produsen makanan halal. Wilayah Asia Tenggara yang sedang melebarkan industri pada sektor makanan

halal salah satunya adalah Thailand. Kendatipun warganya sebagian besar bukan muslim sebab industri makanan halal mempunyai kans yang bagus di masa mendatang.



Gambar 1. Grafik 15 Besar Indikator Skor Ekonomi Islam Global 2018

Sumber : *State of The Global Islamic Economy 2019/2020*

Laporan *State of The Global Islamic Economy 2019/2020* (Standard, 2019) memosisikan Indonesia berada di peringkat lima dalam *Global Islamic Economy Indicator Score 2018*. Peringkat Indonesia naik dari yang sebelumnya berada pada peringkat sepuluh Indikator Skor Ekonomi Islam Global 2017.

Tabel 2. Tingkat Pengeluaran Indonesia pada Ekonomi Islam

Sektor	Besaran Pengeluaran
Keuangan Islam	\$86
Makanan Halal	\$173
Pariwisata Halal	\$11
Fesyen Islami	\$21
Media dan Rekreasi Halal	\$10
Farmasi Halal	\$5
Kosmetik Halal	\$4

\*dalam satuan milyar

Sumber : *State of The Global Islamic Economy 2019/2020*

Selain itu pada Tabel 2 menyebutkan tingkat konsumsi Indonesia pada Ekonomi Islam sebesar \$310 Miliar. Sedangkan pada sektor makanan halal sendiri Indonesia memiliki pengeluaran sebesar \$173 Miliar dan menjadi yang terbesar nomor satu di Pasar Ekonomi Islam Global pada sektor makanan halal.

Indonesia memiliki kuantitas Muslim terbanyak di dunia, berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik) di 2019 besaran populasi penduduk sekitar 268 juta orang dengan besaran masyarakat muslim mencapai 233 juta orang (sebesar 87 persen) (Badan Pusat Statistika, 2020). Indonesia mempunyai peluang besar pada industri halal dunia karena memiliki populasi muslim yang banyak. Makanan juga merupakan kebutuhan sehari-hari seseorang yang wajib untuk dipenuhi. Seseorang akan berusaha memenuhi hal yang wajib baginya dan mendapatkan sesuatu yang terbaik bagi kebutuhan wajibnya tersebut.

Pemerintah Indonesia belum bisa mengefisienkan peluang tersebut, lantaran berada diluar 10 besar kelas produsen makanan halal. Banyaknya permintaan produk halal dari domestik dan mancanegara tak diikuti dorongan pemerintah Indonesia, sampelnya pada sertifikasi halal. Fathoni & Syahputri (2020) menyampaikan bahwa indonesia menghadapi tantangan yang bersumber dari internal dan eksternal. Indonesia menghadapi tantangan internal yaitu kesadaran halal masyarakat yang masih kurang, pelaksanaan UU JPH yang memiliki beberapa kendala serta kemauan untuk bersaing yang kurang dari masyarakat. Sedangkan

dari sisi eksternal yaitu banyaknya pesaing-pesaing pada industri halal dan sertifikat halal yang masih berlaku secara domestik.

Mirip dengan negara muslim lain, kurang maksimum lembaga sertifikasi halal sebab munculnya opini produk yang dibuat tidak perlu sertifikasi halal karena pasti halal (Gillani et al., 2016). Sertifikasi halal selaku perangkat mesti dicermati supaya Indonesia bisa berlomba di industri halal. Kesimpangsiuran dalam pengeluaran sertifikasi halal antara pemerintah serta LPPOM MUI dan BPJPH mengakibatkan kegiatannya saat ini belum maksimum dan terasa agak lamban dalam pengeluarannya.

Menurut materi MUI (Majelis Ulama Indonesia) di 2019 bagi 15.495 UMKM dan perusahaan telah diberikan sertifikat halal (LPPOM MUI, 2020). Berdasarkan data BPS, pada tahun 2019 ada 64.000.000 UMKM (Badan Pusat Statistika, 2020). Hal tersebut menunjukkan jumlah UMKM keseluruhan dibandingkan jumlah UMKM yang sudah mempunyai sertifikat halal masih sangat sedikit. Maka sebab itu, pemerintah harus bisa meningkatkan pengeluaran sertifikat halal bagi UMKM agar memaksimalkan pendapatan industri halal di Indonesia khususnya bagian makanan halal.

Provinsi DKI Jakarta sebagai pusat perekonomian Indonesia memiliki kelebihan tersendiri, khususnya dalam keberadaan UMKM di daerahnya. Bersumber dari data yang dirangkum Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia pada 2021, jumlah UMKM di Provinsi DKI Jakarta sebanyak 1.061.988 UMKM. Jika jumlah UMKM dibandingkan dengan besaran wilayah DKI Jakarta maka UMKM itu sendiri dapat kita lihat UMKM tersebar secara merata dan meluas di wilayah DKI Jakarta. Selain itu DKI Jakarta memiliki beberapa lokasi kuliner terpadu yang menjadi pusat kuliner bagi masyarakat. Sehingga tidak usah kaget jika saat kita di wilayah DKI Jakarta tidak sulit untuk menemukan usaha-usaha yang menjual makanan dengan beraneka ragam pilihan menu yang bisa kita pilih sebagai hidangan.

Penelitian yang dilaksanakan Janah (2015) dan Wulandari (2020) menunjukkan tingkat konsumsi makanan halal di Indonesia yang meningkat dipengaruhi oleh beberapa hal seperti kesadaran halal dan sertifikasi halal.

Penelitian Auliya (2017) juga menunjukkan bahwa tingkat konsumsi makanan halal dipengaruhi oleh gaya hidup halal.

Aziz & Chok (2012), Nurul Khomariyah (2017), Waskito (2015), Yunus et al. (2014) menjelaskan jika kesadaran halal memiliki pengaruh pada minat beli. Kesadaran halal bisa terjadi karena adanya kesadaran masyarakat mengenai nilai-nilai halal sehingga mulai peduli dengan kandungan dan kesehatan makanan yang mereka konsumsi. Tetapi, fenomena tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan Herwinda (2020) dan Nurcahyo & Hudrasyah (2017) yang menemukan jika kesadaran halal memiliki pengaruh tidak signifikan dan negatif pada minat beli.

Auliya (2017) mengungkapkan jika gaya hidup halal memiliki pengaruh pada minat beli. Gaya hidup halal atau pola keseharian seseorang yang direfleksikan salah satunya melalui konsumsi makanan halal, dimana konsumsi makanan halal merupakan suatu hal menjadi fokus utama dalam kehidupannya sehingga mereka benar-benar memperhatikan dan mewajibkan makanan yang mereka makan terjamin kandungan halal dan kesehatannya. Tetapi, fenomena tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan Vici (2018) yang menemukan jika gaya hidup memiliki pengaruh tidak signifikan dan negatif pada minat beli.

Penelitian yang dilaksanakan Shaari & Arifin (2010) dan Sukmasari (2018) mengutarakan jika adanya pengaruh positif sertifikasi halal kepada minat beli. Sertifikasi halal berpengaruh karena semakin meningkatnya pemahaman masyarakat mengenai sertifikasi halal dan dipermudahnya pengurusan sertifikasi halal terhadap usaha-usaha yang ingin mendapatkan sertifikasi itu. Namun, fenomena tersebut berlawanan dengan penelitian yang dilakukan Herwinda (2020) yang menemukan jika adanya pengaruh negatif sertifikasi halal kepada minat beli.

Selaras dengan skripsi yang dilaksanakan oleh Waskito (2015) menunjukkan sertifikasi halal, kesadaran halal dan bahan makanan memiliki pengaruh dan positif pada minat beli produk makanan halal. Fenomena tersebut bertentangan pada penelitian yang dilaksanakan oleh Herwinda (2020) yang menemukan jika sertifikasi halal memiliki pengaruh negatif pada minat beli dan kesadaran halal memiliki pengaruh tidak signifikan dan negatif pada minat beli.

Jika melihat dari penelitian-penelitian terdahulu yang ada, tidak ditemukan judul penelitian yang membahas ketiga variabel yaitu kesadaran halal, gaya hidup

halal dan sertifikasi halal secara bersamaan mengenai pengaruhnya pada minat beli suatu produk. Sehingga hal tersebut dapat dijadikan sebagai kebaruan dari penelitian ini dibandingkan dengan yang sudah dilakukan pada penelitian-penelitian terdahulu. Dari fenomena dan kesenjangan penelitian yang terjadi seperti yang sudah dijabarkan sebelumnya, penulis terpicat untuk meneliti tentang aktivitas penjualan makanan halal khususnya pada UMKM.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang yang disampaikan, bisa disimpulkan rumusan masalah untuk dijadikan pembahasan utama yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kesadaran halal pada minat beli produk makanan halal UMKM di Jakarta?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup halal pada minat beli produk makanan halal UMKM di Jakarta?
3. Bagaimana pengaruh sertifikasi halal pada minat beli produk makanan halal UMKM di Jakarta?
4. Bagaimana pengaruh kesadaran halal, gaya hidup halal dan sertifikasi halal secara bersama pada minat beli produk makanan halal UMKM di Jakarta?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Bersumber dari latar belakang yang sudah disampaikan, sehingga dapat disimpulkan tujuan penelitiannya yaitu :

1. Mengetahui pengaruh kesadaran halal pada minat beli produk makanan halal UMKM di Jakarta
2. Mengetahui pengaruh gaya hidup halal pada minat beli produk makanan halal UMKM di Jakarta
3. Mengetahui pengaruh sertifikasi halal pada minat beli produk makanan halal UMKM di Jakarta
4. Mengetahui pengaruh kesadaran halal, gaya hidup halal dan sertifikasi halal secara bersama pada minat beli produk makanan halal UMKM di Jakarta

#### **I.4 Manfaat Hasil Penelitian**

Manfaat hasil penelitian terbagi menjadi 2 yaitu:

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini ditujukan bisa berkontribusi bagi studi ekonomi syariah utamanya pada bidang industri makanan halal berkaitan tentang kesadaran, gaya hidup, dan sertifikasi halal berpengaruh pada minat beli masyarakat terhadap produk makanan halal UMKM.

2. Aspek Praktis

a. Bagi Pemerintah

Meneruskan anjuran dan arahan yang dihasilkan dari penelitian ini, menjadi referensi pandangan dalam menentukan kebijakan dan keputusan bagi pemerintah agar dapat memperhatikan pengaruh kesadaran, gaya hidup, dan sertifikasi halal pada minat beli produk makanan halal UMKM. Sehingga dapat menentukan langkah yang tepat dalam menentukan keputusan dan kebijakan terkait industri halal khususnya sektor makanan halal.

b. Bagi Pemilik UMKM

Memberikan gambaran yang dihasilkan dari penelitian ini untuk menentukan langkah dan cara apa yang harus mereka lakukan untuk menghadapi perkembangan industri makanan halal sehingga UMKM yang mereka miliki dapat bertumbuh dan berkembang dalam penerapan industri halal tersebut.