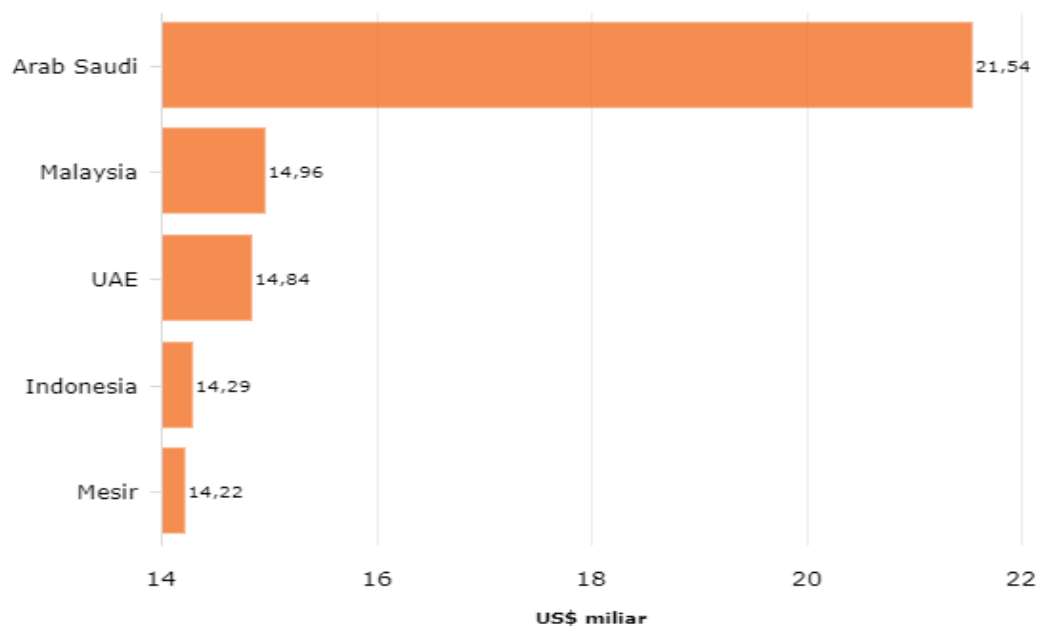


BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduknya adalah muslim. Jumlah penduduk muslim pada tahun 2020 mencapai 229 juta jiwa atau mencapai 87,2% dari total penduduk Indonesia (BPS, 2021). Hal ini menjadikan tingkat minat pada sektor industri halal yang terdiri dari berbagai jenis aspek semakin meningkat. Meningkatnya minat masyarakat di Indonesia pada sektor industri halal menjadi salah satu bentuk dari komitmen keislaman yang wajib dilaksanakan dalam hidup seorang muslim. Sektor industri halal mempunyai potensi yang sangat besar di Indonesia. Potensi tersebut dapat dikembangkan dari berbagai macam sektor antara lain *halal food*, keuangan syariah, wisata halal, dan busana muslim (Fathoni & Syahputri, 2020).



Gambar 1. Top Importir Makanan Halal

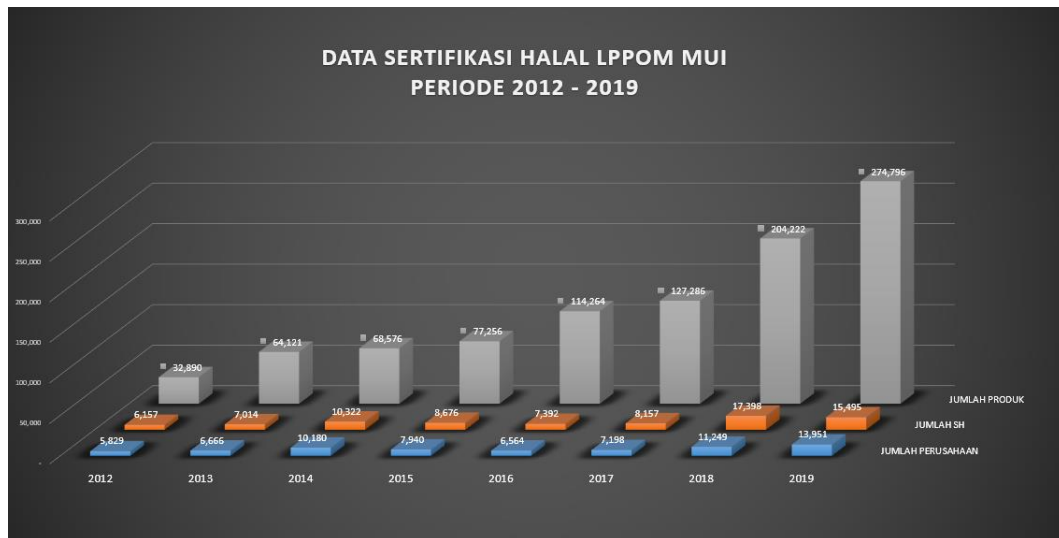
Sumber: Organization of Islamic Cooperation (OIC) 2017

Gambar 1. menunjukkan Indonesia berada pada posisi keempat dari lima negara di dunia dalam industri halal yang menjadi top importir terutama pada sektor

makanan halal dengan total impor mencapai US\$ 14,29 miliar. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan serta minat masyarakat dalam membeli makanan halal cukup tinggi sehingga perlu melakukan impor makanan halal untuk memenuhi ketersediaan permintaan makanan halal di Indonesia.

Potensi demografi Indonesia belum dioptimalkan untuk mendorong produksi halal khususnya pada sektor makanan dan minuman halal. Masih kurangnya produk-produk lokal yang telah memiliki standar dan sertifikasi halal belum mampu memenuhi permintaan masyarakat yang semakin meningkat pada produk halal menjadi salah satu faktor yang mendorong kegiatan impor pada makanan halal. Hal ini perlu dilakukan pengujian kehalalan pada produk-produk lokal yang beredar, agar dapat memperluas pangsa pasar makanan dan minuman halal yang beredar di masyarakat. Pemerintah diharapkan untuk menetapkan kebijakan dalam mendorong industri halal terutama pada sektor *halal food* untuk memenuhi permintaan pasar dalam negeri dan menjadi produsen sekaligus melakukan ekspor produk halal pada industri halal di pasar dunia (Kamila, 2021).

Meningkatnya kesadaran umat Muslim di dunia mengenai ketentuan bagi mereka yang wajib mengonsumsi makanan sesuai dengan ketentuan syariah. Dominasi yang besar terhadap permintaan produk halal telah diciptakan oleh agama Islam. Hal ini telah menjadi sebuah dorongan terhadap meningkatnya permintaan produk berlabel halal di Indonesia hingga seluruh dunia. Di Indonesia label halal mulai digunakan dengan beredarnya kasus pada produk makanan hingga kosmetik dicurigai memiliki kandungan lemak babi. Hal ini memberikan dampak pada stabilitas ekonomi secara nasional (Adinugraha & Sartika, 2019). Masyarakat diharapkan dapat lebih memperhatikan dan meningkatkan keinginan untuk mengetahui kehalalan pada produk yang dikonsumsi. Dalam memperhatikan label halal saat memilih produk yang akan dikonsumsi, langkah pencegahan yang dapat dilakukan oleh masyarakat dengan melihat sertifikasi halal pada produk tersebut (Yetty & Priyatno, 2021).



Gambar 2. Data Sertifikasi Halal LPPOM MUI

Sumber: LPPOM MUI 2020

Berlandaskan Gambar 2., data sertifikasi halal LPPOM MUI dapat terlihat bahwa jumlah perusahaan, sertifikat halal, dan banyaknya produk pada pengujian sertifikasi halal pada tahun 2012 sampai 2019 terus meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Hingga tahun 2019 perusahaan yang sudah mendapat sertifikasi halal LPPOM MUI sebanyak 13.951 perusahaan, sedangkan untuk jumlah sertifikat halal sebanyak 15.495, dan untuk jumlah produk yang telah dilakukan pengujian sertifikasi halal sebanyak 274.796 produk. Hal ini menunjukkan peningkatan jumlah perusahaan atau produsen yang menyadari pentingnya label halal untuk memberikan kepercayaan kepada konsumen. Produsen memiliki peluang dalam mengembangkan dan memajukan bisnis yang dimilikinya terutama pada sektor *food and beverage* dengan target pasar serta konsumen yang sebagian besar masyarakat Muslim (Fikiya et al., 2021). Produk barang yang ada di Indonesia dengan pilihan bermacam-macam baik itu produk barang lokal Indonesia maupun produk barang impor dari luar Indonesia. Di setiap produk barang itu diperlukan adanya label atau penanda halal supaya dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memilih produk barang yang halal (Warto & Samsuri, 2020).

Setelah masyarakat memiliki minat halal maka produsen perlu melakukan optimalisasi dari sisi kualitas produk serta kualitas layanan yang ditawarkan. Produsen yang memproduksi produk lokal wajib untuk melakukan penyesuaian dan

Isje Pradina, 2021

PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id

peningkatan pada produk yang ditawarkan kepada konsumen. Hal yang harus dilakukan oleh para produsen atau pelaku usaha lokal yaitu dengan memperhatikan dan memberikan kualitas produk maupun kualitas layanan terbaik bagi konsumen, dengan harapan dan tujuan dapat mendorong keinginan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan (Kamila, 2021).

Dalam hal memilih suatu produk barang, pembeli atau konsumen mempunyai pilihan terhadap produk barang yang kualitasnya baik, agar bermanfaat bagi pembeli atau konsumen tersebut. Kualitas dari produk barang suatu produsen menjadi strategi produsen tersebut agar dapat memberikan citra unik bagi perusahaan. Keunikan tersebut adalah penambahan nilai untuk perusahaan yang memberikan keunggulan kompetitif dibanding para pesaing (Winoto, 2020).

Tahapan selanjutnya yang akan dilakukan konsumen setelah menilai dari kualitas produk yang ditawarkan tersebut, akan melakukan perbandingan kualitas dari layanan yang diberikan, perusahaan harus berinovasi ketika memberikan layanan terbaik kepada konsumen, yang dapat menjadi pembeda dibandingkan kualitas layanan pesaing dan menjadi suatu faktor konsumen dalam pertimbangan sebelum membeli produk. Kualitas layanan yang memuaskan dapat mendorong konsumen dalam melakukan pembelian produk (Amrullah et al., 2016).

Umumnya konsumen sebelum memutuskan untuk pembelian produk akan melakukan penilaian terhadap produk tersebut, dalam penilaian produk tersebut melewati proses berdasarkan informasi yang diperoleh dari data maupun informasi yang diperoleh dari orang di sekelilingnya (Faisal & Ilham, 2021). Berdasarkan beberapa proses dan faktor yang dapat memberikan pengaruh kepada konsumen dalam memutuskan pembelian barang, pada dasarnya konsumen akan memutamakan kualitas barang tersebut, harga yang terjangkau, dan kepopuleran produk (Alim et al., 2018).

Penelitian terkait keputusan pembelian pada suatu produk telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Firmansyah (2019) melakukan penelitian dengan judul *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Kober Mie di Malang*. Hasil dari penelitiannya menunjukkan seluruh variabel tidak memberikan pengaruh dalam membeli Kober Mie (Firmansyah, 2019). Berdasarkan penelitian tersebut terlihat bahwa peneliti belum

menggunakan variabel label halal dalam penelitiannya. Dengan melihat adanya minat dan kesadaran masyarakat yang terus meningkat terhadap *halal food*, maka peneliti akan mengkombinasikan berbagai variabel yang dipakai adalah label halal selain itu kualitas produk, serta kualitas layanan.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Alfian & Mapaung (2017) yang membahas tentang *Pengaruh Label Halal, Brand, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan*. Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa konsumen di Kota Medan memutuskan pembelian berdasarkan label halal dapat mempengaruhi keputusan pembelian namun belum sepenuhnya memperhatikan adanya logo label halal yang tertera pada kemasan saat melakukan pembelian. Sedangkan variabel *brand* sangat mempengaruhi konsumen dalam membeli produk dibandingkan kedua variabel lainnya. Untuk variabel harga menjadi hal penting bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk (Alfian & Marpaung, 2017). Penelitian lainnya dilakukan oleh Izzudin (2018) yang membahas mengenai *Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan pada Minat Beli Makanan*. Hasil penelitiannya menunjukkan kedua variabel terkait kesadaran halal serta bahan makanan memberikan pengaruh dalam minat pembelian, sedangkan untuk variabel label halal tidak memengaruhi minat pembelian, saat membeli produk jika tidak ada label halal maka konsumen akan tetap membelinya (Izzuddin, 2018). Berdasarkan penelitian tersebut masih terdapat konsumen yang belum sepenuhnya memperhatikan label halal saat memutuskan untuk membeli suatu produk.

Berdasarkan penelitian yang telah dijabarkan, dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan temuan penelitian terkait pengaruh variabel-variabel yang digunakan terhadap keputusan pembelian suatu produk yaitu, variabel bahan makanan, kesadaran halal, *brand image*, dan harga. Berdasarkan penelitian terdahulu, maka untuk penelitian ini akan dilakukan pengembangan dari penelitian sebelumnya yaitu dengan menambahkan serta mengombinasikan variabel berbeda yang belum digunakan pada penelitian terdahulu yaitu variabel label halal serta menggunakan beberapa variabel lainnya yaitu kualitas produk dan kualitas layanan. Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis terkait pengaruh label halal, kualitas produk, serta kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian dilakukan pada konsumen Kopi Kenangan di wilayah Jabodetabek. Objek penelitian tersebut dipilih dengan berdasarkan pada data outlet Kopi kenangan pada tahun 2021 yang menunjukkan jumlah gerai Kopi Kenangan resmi di Indonesia sebanyak 506 outlet yang tersebar di berbagai wilayah dengan total 31 kota sudah terdapat outlet Kopi Kenangan (Kopi Kenangan, 2021).

Tabel 1. Perkembangan Outlet Kopi Kenangan di Jabodetabek

Wilayah	Jumlah
Jakarta	166
Bogor	16
Depok	17
Tangerang	47
Bekasi	32
Total	278

Sumber: kopikenangan.com 2021

Pada Tabel 1. dapat dilihat bahwa, saat tahun 2021 sebagian besar gerai Kopi Kenangan tersebar di Jabodetabek dengan jumlah 278 gerai terdiri dari Jakarta memiliki 166 gerai, Bogor memiliki 16 gerai, Depok memiliki 17 gerai, Tangerang memiliki 47 gerai, dan Bekasi memiliki 32 gerai. Perkembangan jumlah outlet Kopi Kenangan cukup pesat dengan tersebarnya outlet di berbagai kota di Indonesia dalam waktu 4 tahun setelah didirikannya Kopi Kenangan pada tahun 2017. Pada 2021, Kopi Kenangan Indonesia terdapat 506 gerai dengan letak yang tersebar di seluruh kota besar (Kopi Kenangan, 2021). Berdasarkan hal tersebut Kopi Kenangan dinilai layak dikaji khususnya pada aspek label halal, selain itu kualitas produk, serta kualitas layanan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka peneliti dapat membuat perumusan masalah dengan membuat pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di Jabodetabek ?

2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di Jabodetabek ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di Jabodetabek ?
4. Apakah label halal, kualitas produk, dan kualitas layanan dapat berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di Jabodetabek?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di Jabodetabek.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di Jabodetabek.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di Jabodetabek.
4. Untuk mengetahui pengaruh label halal, kualitas produk, dan kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di Jabodetabek.

I.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan memiliki beberapa manfaat yang dapat dihasilkan yaitu:

1. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat dimanfaatkan sebagai referensi kajian ilmu ekonomi Islam, khususnya dalam bidang industri halal mengenai keputusan pembelian pada *halal food*.

2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi, rujukan, dan referensi bagi:

a. Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan topik industri halal terutama pada sektor *halal food*.

b. Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemilik usaha di bidang *food and beverage* untuk memperhatikan kehalalan produk dan kualitas pada produk yang dijual, serta kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen.

c. Regulator

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran dalam menetapkan kebijakan, serta sebagai pertimbangan bagi lembaga pengawas, penjamin, dan penguji produk halal untuk meningkatkan produk berlabel halal terutama pada sektor *halal food*.