

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Jumlah populasi muslim yang besar membuat Indonesia menjadi negara dengan konsumen muslim terbesar, dengan adanya impor produk dari negara non muslim membuat masyarakat Indonesia menjadi tidak tenang dalam mengkonsumsi makanan dan minuman (Warto & Samsuri, 2020). Di Tahun 2020 sekitar 229 juta jiwa penduduk beragama muslim dari total keseluruhan 273,5 juta jiwa penduduk di Indonesia (Indonesia.go.id, 2021). Dari banyaknya jumlah penduduk muslim akan membuka peluang untuk memajukan industri halal di Indonesia terutama sektor makanan dikarenakan Indonesia masih menduduki peringkat 4 (Salaamgateway.com, 2020).

Dari peluang tersebut masih belum bisa berjalan dengan lancar dikarenakan kondisi yang menghalangi. Indonesia bahkan seluruh dunia mengalami permasalahan yang sama yaitu *Covid-19*. Dampak dari adanya *Covid-19* ini adalah mobilitas masyarakat jadi terganggu, masyarakat harus terbayang-bayang dengan karantina atau isolasi mandiri. Banyak kebijakan yang telah dibentuk oleh pemerintah daerah dan pemerintah pusat, dari mulai PSBB hingga ke PPKM. Penelitian yang ditulis oleh (Yamali & Putri, 2020) menjelaskan bahwa dampak dari pandemi ini adalah adanya penurunan daya beli oleh masyarakat yang menyebabkan perputaran roda ekonomi menjadi terhambat. Aspek yang terdampak adalah usaha makanan atau restoran, pelaku UMKM dan pekerja harian. Dalam hal ini terdapat perbedaan pendapat, menurut (Kamila, 2021) pada kondisi pandemi *Covid-19*, industri halal memiliki peluang yang sangat besar dikarenakan masyarakat sekarang ini menginginkan makanan & minuman yang halal dan higienis.

Dengan adanya peluang tersebut seharusnya mampu dimanfaatkan oleh para pelaku usaha di industri halal untuk memperkenalkan produknya ke para konsumen. Indonesia dijadikan sebagai salah satu pasar di Industri halal dunia dengan pertumbuhan rasio lima sampai 6 persen per tahunnya (Wulandari, 2021). Sektor pendukung yang ada di industri halal adalah industri kosmetik, industri kesehatan,

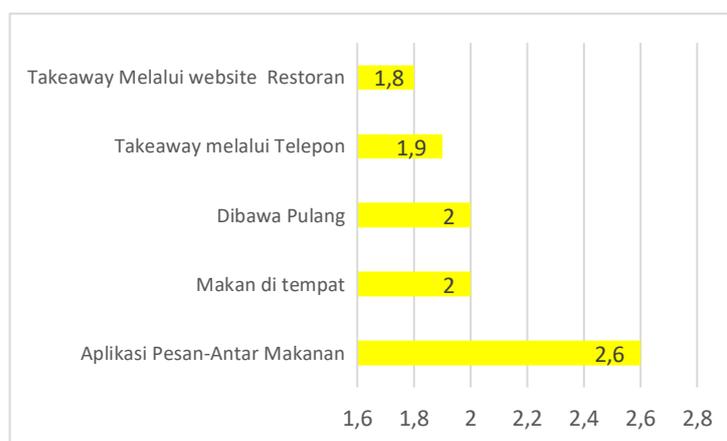
Adri 'Aunur Rahman, 2021

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN HALAL MELALUI GOFOOD SAAT COVID-19

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

industri pariwisata, industri *fashion* muslim, industri makanan dan minuman serta industri perbankan. Alasan yang menjadi kunci kenapa sektor makanan halal di Indonesia belum mampu membantu ranking Indonesia secara global yaitu karena mayoritas masyarakat muslim di Indonesia menilai semua produk makanan yang tersedia itu halal asalkan tidak berasal dari babi, padahal kehalalan suatu makanan bukan dinilai dari bahan bakunya saja tetapi dari proses pembuatannya juga harus memenuhi syariat Islam (Albab Al Umar et al., 2021).

Teknologi merupakan suatu kemajuan yang dapat dimanfaatkan oleh banyak pihak. Dampak positif teknologi saat kondisi *Covid-19* adalah teknologi dapat membantu semua kebutuhan yang ada dilingkungan sekitar atau bahkan dilingkungan yang jauh. Teknologi memiliki peran untuk meningkatkan sistem layanan pengiriman yang menghasilkan peningkatan kepuasan sistem layanan yang baik bagi masyarakat luas (Salam & Bajaba, 2021). Salah satu bentuk teknologi yang sudah ada adalah layanan pesan antar makanan (*Food Delivery*), diantaranya yaitu *GoFood*, *GrabFood*, *ShopeeFood*, dan *TravelokaFood*. *Food Delivery* merupakan layanan yang dikeluarkan oleh perusahaan yang bertujuan untuk membantu mobilitas masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.



Gambar 1. Rata-Rata Metode Pemesanan Makanan Dalam Waktu Satu Minggu

Sumber: (Kea, 2019)

Dalam penelitian tersebut (Kea, 2019) selaku *Executive Director of Consumer Insights Nielsen* Singapura menjelaskan mengenai metode yang digunakan untuk memesan makanan dalam waktu satu minggu. Masyarakat lebih menyukai menggunakan aplikasi untuk membeli makanan dibandingkan dengan metode lain. Selain itu dijelaskan bahwa bahwa *Food Delivery* terutama *GoFood*

Adri 'Aunur Rahman, 2021

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN HALAL MELALUI GOFOOD SAAT COVID-19

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah
www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id

merupakan pioner dalam jasa layanan *food delivery* (Kea, 2019). Masyarakat Indonesia telah menggunakan jasa ini sebesar 58% dari total 95% masyarakat yang menggemari *fast food* atau makanan siap saji. Penelitian tersebut mensurvei 100 responden yang tersebar di beberapa wilayah Indonesia seperti Medan, Balikpapan, Surabaya, Yogyakarta, Bandung dan Jakarta.

Selain jumlah yang mencapai 190 juta kali download oleh para pengguna. Mitra *GoFood* yang terdaftar juga mengalami peningkatan, menurut website resmi dari gojek total 40% dari total UMKM yang telah terdaftar baru bergabung menjadi mitra gojek saat pandemi *Covid-19* sejak maret 2020. Dalam website tersebut juga dijelaskan bahwa 88% mitra usaha gojek merasa terbantu untuk bertahan selama pandemi ini (gojek, 2020).

Dengan adanya *Food Delivery* menimbulkan dampak yang positif untuk masyarakat karena dapat membantu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Tetapi masih banyak pedagang yang tidak mencantumkan logo halal di tampilan aplikasi. Seperti contoh warung ayam geprek, untuk toko secara *offline* sudah terpasang label halal pada poster tetapi pada tampilan aplikasi tidak mencantumkan label halal. Selain itu toko yang menjual makanan non halal di aplikasi *Food Delivery* juga tidak memberikan keterangan bahwa makanan tersebut tidak halal (GoFood, 2021). Sehingga masyarakat bisa terjebak ketika membeli makanan yang berbahan dasar babi dengan istilah lain. Tujuan dari pencantuman logo halal ini adalah untuk memperoleh kepercayaan dari para konsumen untuk mengkonsumsi produk yang dijual oleh produsen.

Konsumen muslim di Indonesia sudah mendapatkan perlindungan atas produk yang akan dikonsumsi, baik itu makanan dan minuman melalui peraturan tertulis di undang-undang nomor 34 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Hartati, 2019). Dengan adanya peraturan ini, para produsen diwajibkan untuk memperhatikan produk yang dihasilkannya, baik itu dari bahan baku, proses pembuatan hingga distribusi. Ketika para produsen telah memenuhi standar halal maka nantinya tujuan dari pembentukan undang-undang ini dapat tercapai yaitu memberikan perlindungan kepada konsumen muslim. Sertifikasi Halal berhubungan dengan label halal. Sertifikasi halal merupakan bentuk pengakuan dari MUI bahwa produk telah melakukan proses secara halal. Sedangkan label halal

merupakan tanda telah diakui oleh MUI kehalalannya (Bulan et al., 2017). Label halal menjadi faktor yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Desmayonda & Trenggana, 2019). Label halal sangat penting karena dapat meyakinkan konsumen untuk membeli produk yang diinginkan (Harum Prasetyo & Khoirul Anwar, 2021).

Tabel 1. Data Sertifikasi Halal LPPOM MUI Periode 2012-2019

Tahun	Jumlah Perusahaan	Jumlah Sertifikat Halal	Jumlah Produk Halal
2012	5829	6157	32890
2013	6666	7014	64121
2014	10180	10322	68576
2015	7940	8676	77256
2016	6564	7392	114264
2017	7198	8157	127286
2018	11249	17398	204222
2019	13951	15495	274796
Jumlah Total	69577	80611	963411

Sumber: (LPPOM MUI, 2019)

Berdasarkan data tersebut dijelaskan bahwa jumlah perusahaan pada tahun 2012-2019 adalah 69.577, jumlah produk yang telah sertifikasi halal adalah 80.611, jumlah produk halal secara keseluruhan adalah 963.411. Dr. Ir. H. Lukmanul Hakim selaku Dewan Pembina dari LPPOM MUI menanggapi bahwa baru sekitar 10% produk yang telah bersertifikasi halal dari total keseluruhan produk yang ada di Indonesia. Ini menandakan bahwa kesadaran produsen akan pentingnya Sertifikasi/Label halal masih rendah.

Sebagai umat beragama yang taat, seorang muslim dalam menjalankan kehidupan harus sesuai dengan aturan-aturan yang telah ditentukan di Al-Quran dan hadist. Semua aspek dalam kehidupan pasti ada ketentuan atau arahan yang sesuai dengan ajaran Islam, salah satunya adalah makanan. Seorang muslim dalam menentukan produk makanan yang ingin dikonsumsi harus sesuai dengan ketentuan yang ada. Dalam dunia makanan dan minuman banyak sekali yang berasal dari babi namun berbentuk kode, yaitu E153, E100, E120, E141, E110, E140, E-904 dan

Adri 'Aunur Rahman, 2021

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN HALAL MELALUI GOFood SAAT COVID-19

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

masih banyak lagi kode yang lain (Mohamed, 2019). Hal ini membuat masyarakat harus paham dan peran pemerintah harus ada untuk melindungi masyarakatnya khususnya masyarakat muslim yang tidak mengerti mengenai kode-kode tersebut.

Terdapat penelitian terdahulu yang menggunakan variabel sejenis. Dijelaskan bahwa pencantuman label halal di kemasan membantu konsumen untuk memutuskan untuk membeli atau tidak produk tersebut. Dengan kata lain label halal signifikan (Wulandari, 2021). Sedangkan menurut (Imamuddin, 2017) dijelaskan bahwa pencantuman label halal pada suatu produk tidak berdampak kepada keputusan konsumen dalam memilih produk tersebut, dengan kata lain label halal tidak berpengaruh. Terdapat pengaruh antara kualitas layanan dengan keputusan pembelian (Ikram, 2021). Sedangkan menurut (Bimo et al., 2020) dijelaskan bahwa tidak ada pengaruh antara kualitas layanan dengan keputusan pembelian. Terdapat pengaruh antara harga dengan keputusan pembelian (Archinza et al., 2020). Sedangkan menurut (Rusniawan & Santoso, 2021) dijelaskan bahwa tidak terdapat pengaruh antara harga dengan keputusan pembelian.

Dari latar belakang dan fenomena yang ada, secara garis besar bahwa penggunaan *food delivery* saat *Covid-19* cukup meningkat khususnya go-jek. *Novelty* dalam penelitian ini adalah masih belum banyak penelitian mengenai keputusan pembelian makanan halal di *GoFood* pada saat *Covid-19*. Peneliti ingin mengkaji lebih lanjut mengenai fenomena ini karena dirasa cukup penting untuk perkembangan mengenai keputusan pembelian makanan halal di *GoFood*.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pada permasalahan diatas, maka rumusan masalah yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian makanan & minuman halal melalui *GoFood* saat *Covid-19*?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian makanan & minuman halal melalui *GoFood* saat *Covid-19*?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian makanan & minuman halal melalui *GoFood* saat *Covid-19*?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dipaparkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian makanan & minuman halal melalui *GoFood* saat *Covid-19*.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian makanan & minuman halal melalui *GoFood* saat *Covid-19*.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian makanan & minuman halal melalui *GoFood* saat *Covid-19*.

I.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang telah dijabarkan diatas, maka penulis mengelompokkan beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini, yaitu:

1. Aspek Teoritis

a. Bagi peneliti

Menjadi referensi untuk membuat penelitian lain yang masih berhubungan dengan judul penelitian ini sehingga bisa menjadi lebih baik dan sesuai dengan perkembangan zaman.

b. Bagi pembaca

Sebagai wadah atau tempat untuk menambah ilmu terkait label halal, kualitas layanan dan harga.

2. Aspek Praktis

a. Bagi Pemerintah

Menjadi referensi untuk membuat peraturan atau kebijakan yang berkaitan dengan industri halal terutama melalui aplikasi *food delivery* sehingga masyarakat dapat merasakan keamanan dan menjaga keimanan dalam membeli makanan dan minuman melalui *food delivery*.

b. Bagi GoJek (*GoFood*)

Sebagai sarana atau sebagai bahan pertimbangan untuk bekerja sama dengan mitra dalam mementingkan syariat Islam dan juga memberikan keamanan kepada para konsumen muslim.