

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I. 1 Latar Belakang**

Penduduk DKI Jakarta merupakan kota dengan penduduk mayoritas beragama Islam. Menurut data pada laman [statisik.jakarta.go.id](http://statisik.jakarta.go.id) (diakses Senin, 8/3/2021), di Jakarta tercatat sebanyak 9.253.906 masyarakatnya beragama Islam. Dari data yang telah dilampirkan oleh [statisik.jakarta.go.id](http://statisik.jakarta.go.id) tersebut menunjukkan bahwa 84% dari seluruh total penduduk kota Jakarta memeluk agama Islam. Selain agama Islam terdapat 5 kelompok agama lain yang ada di DKI Jakarta, yang terdiri dari agama Protestan, Katolik, Hindu, Budha, serta Konghucu. Meskipun mayoritas penduduk kota Jakarta memeluk agama Islam, namun agama-agama lain tetap sangat dihormati dan diakui oleh kota Jakarta ini, sesuai dengan peraturan yang tercantum pada Undang-Undang Dasar 1945 pasal 28E bahwa keragaman agama penduduk telah dijamin oleh negara Indonesia (Ali, 2016).

Seiring dengan perkembangan waktu ada peningkatan pendapatan, kemajuan teknologi, sehingga mempengaruhi perubahan pola konsumsi. Perubahan industri barang konsumsi bergerak dengan cepat, mulai dari selera konsumen hingga mode. Terjadinya perubahan-perubahan dalam pola konsumsi dan selera masyarakat menjadikan pemasar atau produsen mengembangkan produk yang disajikannya. Secara umum perubahan produk yang diberikan yaitu dari segi kualitasnya seperti, bentuk produk yang baru, atau dalam bentuk produk yang lebih praktis atau efisien untuk dikonsumsi konsumen (Dewi, 2020).

Dalam mencapai untuk mendapatkan produk barang atau jasa yang diinginkan, caranya yaitu dengan memutuskan pembelian barang atau jasa yang akan dikonsumsi. Keputusan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk diawali dengan kesadaran akan pemenuhan kebutuhan dan keinginan

(Haque et al., 2015) Keputusan pembelian merupakan sebuah proses lanjutan yang diawali dari keinginan atau niat (Zulham, 2018). Kesadaran halal dan gaya hidup merupakan bagian dari aspek yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian (Yunus, 2014).

Menggunakan atau mengkonsumsi barang halal merupakan kewajiban yang sudah dituliskan Al-Qur'an. Salah satu dasar hukum tentang mengkonsumsi makanan halal yaitu dalam Surat Al-Maidah ayat 88:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ٨٨

88. Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya. Dari ayat tersebut menunjukkan bahwa menyadari mengkonsumsi makanan halal merupakan sebuah kewajiban. Prioritas utama untuk setiap konsumen muslim adalah mengenai halal atau tidaknya suatu barang yang dikonsumsi. Kesadaran halal dapat diukur dengan mengetahui sesuatu yang berlandaskan pemahaman tentang halal atau tidaknya suatu barang yang dikonsumsi, mengetahui cara penyembelihan hewan dengan baik secara agama (Pambudi, 2018a).

Dari segi gaya hidup, dalam mengkonsumsi makanan konsumen akan lebih cenderung memilih makanan yang populer untuk menunjukkan gaya hidupnya. Selain itu, tingkat sosial seseorang dapat tercerminkan lewat gambaran gaya hidup mereka dalam menghabiskan waktu dan uangnya. Dalam memahami nilai-nilai konsumen yang terus berubah, pemasar yang cermat harus memperhatikan gaya hidup masyarakat agar dapat membantu mengetahui hal-hal yang mempengaruhi perilaku konsumen (Mardiyanti, 2019).

Indonesia sudah memiliki aturan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (PERPU) jauh sebelum diresmikan Undang-Undang no. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Industri halal di Indonesia semakin kuat dengan adanya regulasi resmi yaitu dengan peraturan UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Undang-undang tersebut semakin menjelaskan tentang seberapa pentingnya terkait penjaminan halal makanan yang dikonsumsi masyarakat (Astuti, 2020).

Industri halal merupakan sektor dari segi makanan yang sedang berkembang pesat di Indonesia, oleh karena itu potensi dari sektor ini sangatlah besar. Beberapa faktor yang mempengaruhi besarnya potensi sektor ini yang pertama adalah pada tahun 2017, sebesar 34 persen kontributor yang diberikan dari sektor makanan dan minuman ini pada PDB Indonesia. Kedua, Indonesia memiliki target pasar yang sangat banyak karena pertumbuhan komunitas kelas menengah yaitu 7-8% per tahun, dan terakhir adalah adanya peningkatan kesadaran halal pada masyarakat mengenai produk halal. Tentu berbagai faktor ini dapat membuka peluang industri halal terutama pada sektor makanan halal (Herindar et al., 2020)

Berdasarkan *Global Islamic Economy Report 2018/2019*, Indonesia mendapatkan peringkat pertama pada bidang konsumsi makanan halal tingkat dunia dengan kisarannya mencapai \$170 miliar, dan kedua adalah Turki yang menyentuh angka \$127 miliar (State of Global Islamic Economy Report, 2018). Berikut ini adalah daftar peringkat data yang tercatat dari *Global Islamic Economy Report 2018/2019* tentang negara dengan pengeluaran pangan halal terbesar di dunia.

Tabel 1. Pengeluaran Pangan Halal Terbesar Di Dunia 2018/2019

Rank	Negara	Data
1	Indonesia	170 miliar dollar
2	Turki	127 miliar dollar
3	Pakistan	118 miliar dollar
4	Mesir	86 miliar dollar
5	Bangladesh	76 miliar dollar
6	Iran	63 miliar dollar
7	Arab Saudi	51 miliar dollar
8	Nigeria	47 miliar dollar
9	Rusia	41 miliar dollar
10	India	38 miliar dollar

Sumber : (State of Global Islamic Economy Report, 2018)

Saat membahas terkait kebutuhan pangan, maka restoran adalah hal yang tepat. Tujuan dari restoran itu sendiri, merupakan pelayanan jasa yang menyediakan makan dan minum yang dikelola secara komersial untuk mencari keuntungan dari penjualan *item* yang ditawarkan kepada pelanggan. Dalam hal ini, restoran sudah sangat dikenal oleh masyarakat sebagai penyedia layanan makan dan minum. Berkembangnya sektor usaha rumah makan atau restoran di diikuti dengan pertumbuhan, perubahan dari masa ke masa, sehingga restoran akan berusaha untuk meningkatkan penjualan atas produk dan jasa yang ditawarkan (Hati, 2009).

Kota Jakarta adalah kota terbesar sekaligus ibu kota negara Indonesia yang menjadi tempat pusat bisnis, politik dan kebudayaan. Sebagai pusat bisnis, tentunya peluang pembangunan industri-industri yang ada di Indonesia berpusat di kota ini, salah satunya bisnis makanan atau kuliner. Jakarta merupakan kota yang memiliki jumlah restoran atau rumah makan terbanyak dibandingkan provinsi yang lain.

Tabel 2. Data Statistik Jumlah Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Skala Menengah Besar menurut Provinsi dan Jenis Usaha, Tahun 2018

Provinsi <i>Province</i>	Jenis Usaha/ <i>Business Type</i>			Jumlah <i>Total</i>
	Restoran/Rumah Makan <i>Restaurant</i>	Katering <i>Catering</i>	PMM Lainnya <i>Others</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. Aceh	21	1	13	35
2. Sumatera Utara	191	8	70	269
3. Sumatera Barat	68	8	29	105
4. Riau	125	8	47	180
5. Jambi	34	1	7	42
6. Sumatera Selatan	132	11	22	165
7. Bengkulu	18	0	4	22
8. Lampung	39	3	9	51
9. Kep. Bangka Belitung	19	1	3	23

10. Kepulauan Riau	114	9	59	182
11. DKI Jakarta	3.021	97	1.098	4.216
12. Jawa Barat	1.231	107	456	1.794
13. Jawa Tengah	289	22	101	412
14. D.I. Yogyakarta	157	13	63	233
15. Jawa Timur	640	76	283	999
16. Banten	584	24	198	806
17. Bali	408	12	137	557
18. Nusa Tenggara Barat	29	3	13	45
19. Nusa Tenggara Timur	25	0	11	36
20. Kalimantan Barat	43	1	11	55
21. Kalimantan Tengah	26	1	12	39
22. Kalimantan Selatan	59	13	27	99
23. Kalimantan Timur	109	38	26	173
24. Kalimantan Utara	1	2	0	3
25. Sulawesi Utara	47	2	15	64
26. Sulawesi Tengah	4	0	2	6
27. Sulawesi Selatan	150	15	93	258
28. Sulawesi Tenggara	14	1	5	20
29. Gorontalo	10	0	0	10
30. Sulawesi Barat	2	0	0	2
31. Maluku	20	2	5	27
32. Maluku Utara	26	0	7	33
33. Papua Barat	4	2	2	8
34. Papua	20	4	8	32
Indonesia	7.680	485	2.836	11.001

Sumber : Statistik Penyedia Makanan dan Minuman 2018 (bps.go.id)

Menurut data BPS diatas, tahun 2018 restoran yang ada di DKI Jakarta berjumlah 3021 restoran. Jenis makanan restoran-restoran yang ada di DKI Jakarta ini, merupakan restoran yang berasal dari lokal atau Indonesia dan restoran-restoran yang berasal dari luar negeri diantaranya, Amerika, Eropa, Cina, Jepang, Korea dan lainnya. Salah satu restoran asal luar negeri yang sangat banyak diminati di Kota DKI Jakarta adalah restoran asal Jepang.

Menurut data bps.go.id persentase restoran/rumah makan Jepang yang berada di DKI Jakarta pada tahun 2015 sebanyak 7,50%. Sedangkan menurut Badan Perdagangan Luar Negeri Jepang (JETRO) dari survei kesadaran konsumen luar negeri mengenai makanan Jepang pada tahun 2014, kota yang paling besar perhatian kepada makanan Jepang adalah Bangkok (66,6%), Jakarta (50,4%), Ho Chi Minh City, 37,8% (Tribunnews.com, 2015). Dari data *survey* tersebut membuktikan bahwa kota Jakarta merupakan kota yang masyarakatnya sangat meminati restoran luar negeri asal Jepang ini.

Menurut data didapat pada tahun 2019 jumlah restoran Jepang yang ada di daerah DKI Jakarta sebanyak 1.669 unit restoran Jepang (KimiYuki, 2020). Namun yang perlu diperhatikan adalah banyaknya restoran Jepang yang ada saat ini di Jakarta, tidak semuanya memiliki sertifikasi halal dari MUI. Sehubungan dengan belum meratanya restoran asal Jepang yang mempunyai label halal MUI pada makanannya, membuktikan bahwa produsen masih memiliki tingkat kesadaran yang rendah untuk menjamin kehalalan sebuah produk.

Fenomena ini didukung dengan masih banyaknya umat muslim yang juga kurang memperhatikan akan kesadaran halal pada makanannya. Selain itu, faktor keseharian gaya hidup masyarakat masih banyak yang lebih mementingkan rasa serta faktor yang lainnya dalam pemilihan makanan, dibanding memastikan makanan yang dikonsumsi halal atau tidak. Hal ini sering terjadi ketika masyarakat sedang berkunjung pada restoran besar yang tanpa logo halal, namun pengunjungnya masih tetap sangat ramai (Sutrisno, 2010).

Dari penelitian terdahulu terdapat kesenjangan penelitian diantaranya perbedaan hasil dari penelitian terdahulu yakni pada penelitian Dwi Edi Wibowo dan Benny Diah Mandusari (2018) bahwa kesadaran halal dinyatakan mempunyai hasil yang positif pada keputusan pembelian, sedangkan pada penelitian Evania

Herindar, Alya Shabrina Zata Amani, Rika Wulansari (2020) memberikan hasil apabila kesadaran halal tidak ditemukan hasil yang signifikan pada keputusan pembelian. Penelitian Adhianti Laras Pratiwi (2017) memberikan hasil apabila gaya hidup mempunyai hasil yang positif pada keputusan pembelian, sedangkan pada penelitian Dwi Rani Agustin, Hesti Budiwati dan Jesi Irwanto (2019) tidak berpengaruh signifikan.

Uraian dari latar belakang yang sudah dijelaskan tersebut, maka dirasa penting untuk penulis melakukan penelitian lebih lanjut terkait pengaruh kesadaran halal dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada restoran Jepang di Jakarta.

## **I. 2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian muslim pada restoran Jepang di Jakarta?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian muslim pada restoran Jepang di Jakarta?
3. Bagaimana pengaruh secara simultan kesadaran halal dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada restoran Jepang di Jakarta?

## **I. 3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada dalam penelitian, adapun yang dijadikan sebagai tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada restoran Jepang di Jakarta
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada restoran Jepang di Jakarta
3. Untuk menganalisis dan mengetahui secara simultan kesadaran halal dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada restoran Jepang di Jakarta

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

Berdasarkan dari tujuan penelitian yang sudah disebutkan, peneliti menuliskan beberapa manfaat yang akan dicapai dalam penelitian ini :

##### **1. Aspek Teoritis**

Pada aspek teoritis manfaat yang diharapkan, dari hasil penelitian ini bisa menjadi kontribusi mengenai pengaruh kesadaran halal dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada restoran Jepang di Jakarta

##### **2. Aspek Praktis**

Dalam aspek praktis, peneliti berharap manfaat yang akan dicapai adalah :

###### **a. Bagi Masyarakat**

Penelitian ini diharapkan bisa memberi tambahan pemikiran tentang pentingnya meningkatkan kesadaran halal dan pola gaya hidup konsumen muslim terkait dalam keputusan pembelian pada restoran Jepang yang berada di wilayah Jakarta.

###### **b. Bagi Industri Restoran**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah agar dapat menjadi bahan pertimbangan untuk produsen makanan atau restoran untuk mengikuti aturan yang berlaku dan menjamin produk makanan dan minuman yang disajikan telah halal.

###### **c. Bagi Pemerintah**

Penelitian ini diharapkan dapat manfaat untuk dipertimbangkan oleh pemerintah dalam mengambil langkah yang tepat dalam menjamin konsumen muslim bisa mendapatkan kebutuhan mereka dalam mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal