

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Penduduk muslim di Indonesia terbelah penduduk muslim yang terbanyak di dunia. Berdasarkan data World Population Review, tahun 2021 jumlah masyarakat muslim di Indonesia akan mencapai 231 juta jiwa, jika dilihat dari persentase, Indonesia memiliki 86,7% penduduk muslim dari total penduduk sebanyak 273,52 juta jiwa. Dengan jumlah penduduk yang besar, dan pangan atau makan merupakan kebutuhan pokok bagi manusia yang harus didahulukan. Oleh karena itu perekonomian Indonesia mengalami perkembangan, salah satunya adalah bisnis kuliner yang secara luas dianggap paling laris di kalangan pebisnis (Budiman, 2021). Berikut adalah data pertumbuhan industri makanan dan minuman tahun 2011-2022.



Gambar 1 Sumber : Data Industri Research

Berdasarkan data yang disajikan di atas, pertumbuhan bisnis minuman dan makanan di Indonesia mengalami fluktuasi, pada tahun 2013 terjadi turun sebesar minus 1,03 jika dibandingkan tahun 2011 dan 2012, kemudian pada tahun 2014 kembali meningkat, tetapi menurun setiap tahunnya sampai tahun 2020 dan dari tahun 2021 hingga 2022 terjadi peningkatan yang cukup baik. Semakin berkembangnya industri pangan menyebabkan persaingan usaha semakin kompetitif, sehingga para pelaku usaha tidak puas mengutamakan produk, tetapi harus menciptakan karakter dan perbedaan dari produk baru sehingga agar bisnis yang mereka jalankan dapat bersaing dengan kompetitor bisnis lainnya (Widiya, 2018). Berikut statistik pertumbuhan industri penyedia minuman dan makanan tahun 2011-2022 termasuk restoran.



Gambar 2 Sumber : Data Industri Research

Berdasarkan data diatas tersebut, kinerja penyedia minuman dan makanan, restoran dll mengalami peningkatan setiap tahunnya menjadi 7,85 hingga tahun 2022 dan akan terus mengalami pertumbuhan positif, namun pada tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat signifikan akibat pengaruh *covid-19*, dimana pemerintah menerapkan pembatasan aktivitas sistem untuk mencegah penyebaran virus.

Agar bisa bersaing dengan pelaku usaha lain, mereka harus mampu mengembangkan produk yang khas sehingga menarik pembeli untuk membeli. Label halal ialah sebuah cara untuk memengaruhi keputusan pembelian pembeli. Di Indonesia kehalalan menjadi suatu hal yang sangat penting dalam pemasaran, karena pada dasarnya sebelum konsumen memutuskan untuk membeli biasanya mereka akan memperhatikan label halal yang tertera pada produk yang diperjualkan (Paujiah et al., 2020). Ditengah persaingan yang ketat, label halal adalah sebuah kunci bagi perusahaan untuk menarik seorang konsumen, karena label adalah sarana informasi yang penting bagi konsumen (Alfian & Marpaung, 2017).

Dahulu masyarakat dengan hati-hati membedakan makanan mana yang halal dan mana haram. Berbeda dengan saat ini, ketika teknologi semakin maju, umat Islam dihadapkan pada banyaknya pilihan kuliner sehingga sulit untuk menentukan mana yang halal dan mana yang haram (Imamuddin, 2017). Maka dari itu, label halal wajib dicantumkan pada produk pangan untuk memastikan kehalalannya. Berlandaskan UU RI No. 33 Tahun 2014 tentang jaminan kehalalan produk, terdapat ketentuan label halal di Indonesia. Undang-undang ini ditetapkan adanya kewajiban untuk menghadirkan rasa aman mengenai kehalalan suatu produk yang akan dikonsumsi masyarakat, sehingga pada akhirnya semua produk yang dikonsumsi akan terjamin kehalalannya (Hartati, 2019).

Kehadiran label halal di restoran begitu penting untuk menunjukkan status kehalalan suatu produk. Label halal diperoleh Sertifikat halal MUI diperoleh dari Badan Penjamin Produk Halal (BPJPH), fatwa yang dikeluarkan oleh komisi fatwa

MUI sebagai otoritas untuk mengeluarkan produk minuman dan makanan halal sesuai dengan hukum Islam (Susanti et al., 2020). Jika membahas mengenai kehalalan di Jakarta sendiri memiliki banyak rumah makan yang menyediakan berbagai makanan yang sudah bersertifikasi halal. Berikut jumlah data restoran atau rumah makan dan minum berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) yang ada di Jabodetabek :



Gambar 3. Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 14 februari 2023

Berdasarkan data ini, DKI Jakarta memiliki jumlah usaha penyedia minuman dan makanan yang relatif lebih banyak dibandingkan dengan daerah lain. Pada tahun 2020, Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan DKI Jakarta menjadi rumah bagi 5.191 usaha minuman dan makanan. Jumlah ini merupakan yang tertinggi di antara provinsi lainnya di Indonesia. Dan yang memiliki jumlah restoran atau rumah makan paling sedikit berada di Tangerang dengan jumlah 370 restoran atau rumah makan penyedia makanan dan minuman.

Banyaknya rumah makan bersertifikasi halal MUI yang membuka cabang membuat daftar rumah makan atau rumah makan bersertifikasi halal MUI nyaris tak ada habisnya. Tidak adanya label tempat makan di sebuah restoran akan menyebabkan umat Islam memilih tempat makannya dengan hati-hati. Label halal yang ditampilkan di depan tempat kuliner di Indonesia ialah logo yang memuat huruf Arab dengan kata halal tertulis dalam lingkaran. Dirjen POM RI (Direktur Jendral Pengawasan Obat dan Makanan Republik Indonesia) mengeluarkan peraturan tentang label halal, menurut Dirjen POM RI para produsen restoran makanan harus memasang label di restoran mereka karena dengan begitu masyarakat akan jadi lebih tau bahwa restoran yang akan mereka datangi sudah

teruji kehalalannya (Tengku Putri Lindung Bulan, 2016). Bagaimana terdapat data penduduk muslim wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi :

Tabel 1. Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), dan kementerian agama kota Tangerang 14 maret 2023

Wilayah	Jumlah Penduduk Muslim (2021)	Persentase
DKI Jakarta	9.425.575	83,81%
Bogor	969.343	87,34%
Depok	1.773.341	93,1%
Tangerang	1,166,211	90,51%
Bekasi	2.381.568	88,14%

Jumlah penduduk muslim di Indonesia sangat banyak, salah satunya pada wilayah Jabodetabek yang pada akan penduduk muslim, menurut data BPS tahun 2021 bahwa masyarakat muslim DKI Jakarta memiliki rata-rata 83,81%, Bogor berpenduduk muslim 87,34%, Depok merupakan daerah terbanyak diantara 4 yang lainnya dan memiliki penduduk muslim sebanyak 93,1%, lalu Tangerang memiliki penduduk muslim sebanyak 90,51% dan yang terakhir Bekasi memiliki 88,14% penduduk muslim. Berikut terdapat data mahasiswa Jabodetabek :



Gambar 4 Data Mahasiswa pada Jabodetabek

Berdasarkan data diatas, jumlah mahasiswa terbanyak ada di kota Bogor dengan jumlah 828,532 mahasiswa, lalu di susul oleh kota Bekasi dengan jumlah 767,149 mahasiswa, selanjutnya Jakarta memiliki jumlah mahasiswa 698,268, lalu pada kota Tangerang memiliki jumlah mahasiswa 220,223 dan yang terakhir, kota depok memiliki jumlah mahasiswa yang paling sedikit dibandingkan 4 daerah lainnya yaitu dengan jumlah mahasiswa sebanyak 156,201.

Selain label halal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian makanan, terdapat beberapa factor lain yang juga dapat mempengaruhi keputusan

pembelian. religiusitas karena mengkaji tingkat kepercayaan seseorang dalam melakukan pembelian; jika kita beragama, kita akan berhati-hati saat melakukan pembelian (Rini, 2021). Berlandaskan penelitian Visca Mirza Vristiyana, religiusitas bisa memengaruhi pilihan makanan masyarakat, serta cara hidup mereka dan pilihan produk makanan selanjutnya. Individu yang memiliki nilai religius akan memilih untuk membeli makanan yang bersertifikat halal, dan ketika mengkonsumsi makanan akan lebih memperhatikan label halal dan komposisi makanan yang dibelinya (Vristiyana, 2019). Selain itu, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh pada keputusan pembelian, seperti temuan (Nurrokhim & Widyastuti, 2021) yang membuktikan bahwa religiusitas tidak berpengaruh positif signifikan pada keputusan pembelian, dan, (Rizky, 2022) menemukan bahwa religiusitas berpengaruh dan signifikan pada keputusan pembelian. religiusitas memuat lima ukuran berikut: ukuran ritual, ukuran ideologis, ukuran intelektual, ukuran pengalaman, dan ukuran konsekuensi.

Religiusitas tidak hanya menjadi komponen yang dipertimbangkan masyarakat dalam memilih restoran, Rasa juga menjadi cara untuk memengaruhi keputusan pembelian pembeli. Pembeli akan memilih makanan yang menarik bagi lidah atau selernya mereka. Restoran akan terus bersaing dalam berbagai bentuk agar bisa diminati oleh para pembeli, bila pembeli menyukainya, mereka akan membuat keputusan pembelian (Imantoro, 2017). Rasa yang dimaksud ialah cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (taste). Namun, tidak hanya rasa tetapi dari penampilan, aroma, rasa, tekstur dan suhu juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian pembeli. Ketika rona yang dihasilkan tidak sesuai dengan objeknya, pembeli cenderung memiliki persepsi rasa yang tidak akurat (D. K. Sari & Sudardjat, 2015).

Tidak hanya rasa yang menjadi pertimbangan masyarakat untuk melakukan pembelian. tetapi harga juga menjadi factor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Berlandaskan Kotler dan Armstrong, harga ialah jumlah yang dikenakan untuk suatu produk atau nilai yang ditukarkan oleh pembeli sebagai imbalan atas manfaat memiliki atau memanfaatkan suatu produk atau jasa. Kotler dan Keller menjelaskan bahwa harga ialah sebuah komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sementara elemen lainnya menghasilkan biaya. Harga ialah variabel yang paling mudah untuk dimodifikasi dalam program

pemasaran, sedangkan fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi memerlukan usaha yang cukup besar (Kusuma & Suwitho, 2015). Jika ditentukan bahwa harga ialah faktor yang paling signifikan dalam menentukan keputusan pembelian, maka nilai atau harga nominal yang tinggi akan menghasilkan pembelian (Astogini et al., 2011).

Selain harga yang menjadi factor dalam keputusan pembelian, lokasi juga bisa memengaruhi keputusan pembelian masyarakat. Jika lokasi mudah dijangkau oleh pembeli atau dekat dengan pusat kota atau pusat aktivitas, maka menguntungkan untuk bisnis, termasuk restoran (Clinton, 2018). Inilah sebabnya mengapa memilih lokasi bisnis juga penting untuk menarik pelanggan. Sejumlah orang akan mempertimbangkan untuk membeli sesuatu yang dekat atau mudah diakses (T. Hidayat, 2020). Berdasarkan penelitian (A. N. Azizah, 2022), lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara statistik pada keputusan pembelian, dimana lokasi ialah jumlah kunjungan yang dilakukan selama proses pembelian. Salah satu motivasi pembeli untuk melakukan pembelian yakni lokasi yang nyaman dan mudah dijangkau. Selain itu, berlandaskan (Andalia, 2022), lokasi memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian, sehingga ketika pembeli mengevaluasi lokasi dengan baik, keputusan pembelian mereka akan meningkat.

Selain mengetahui pengaruh religiositas, cita rasa, harga, dan lokasi, serta label halal dijadikan mediasi diantara factor lainnya yang bisa memengaruhi keputusan pembelian pembeli untuk produk (SARI, 2019). Penelitian ini berupaya mengumpulkan informasi dan bukti ilmiah perihal bagaimana label halal memediasi dampak religiositas, harga, dan lokasi pada keputusan pembelian makanan halal.

Pada penelitian (Yunitasari & Moch. Khoirul Anwar, 2019) mengatakan bahwa label halal berpengaruh positif pada keputusan pembelian produk makanan kemasan impor. Bagi konsumen label halal menjadi suatu hal yang penting, karena dengan adanya label halal maka dapat memberikan informasi kepada konsumen bahwa makanan yang dijual sudah lolos uji oleh MUI. Pada penelitian (RAZIQUI, 2022) membahas mengenai label halal, religiusitas dan kualitas produk. Peneliti menggunakan dua variabel dari penelitian tersebut yaitu religiusitas dan label halal. Pada penelitian ini peneliti menambahkan tiga variabel lagi menjadi religiusitas, cita rasa, harga dan lokasi lalu pada peneliti menggunakan label halal sebagai

variabel mediator. Tidak banyak peneliti yang menjadikan label halal sebagai variabel mediator, maka dari itu peneliti memilih untuk menggunakan label halal sebagai variabel mediator untuk mengetahui seberapa pengaruhnya pada keputusan pembelian. Berlandaskan pemaparan tersebut, maka peneliti memilih judul **“Determinasi Keputusan Pembelian Makanan Halal Mahasiswa Jabodetabek Dengan Label Halal Sebagai Variabel Mediator”**

I.2. Rumusan Masalah

Dengan melihat konteks tersebut, penulis riset ini bisa merumuskan masalah yakni:

1. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
2. Bagaimana pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
4. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
5. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
6. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap label halal makanan halal mahasiswa Jabodetabek?
7. Bagaimana pengaruh cita rasa terhadap label halal makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
8. Bagaimana pengaruh harga terhadap label halal makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
9. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap label halal makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
10. Bagaimana pengaruh religiusitas yang dimediasi oleh label halal terhadap keputusan pembelian makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
11. Bagaimana pengaruh cita rasa yang dimediasi oleh label halal terhadap keputusan pembelian makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
12. Bagaimana pengaruh harga yang dimediasi oleh label halal terhadap keputusan pembelian makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?

13. Bagaimana pengaruh lokasi yang dimediasi oleh label halal terhadap keputusan pembelian makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?

I.3. Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah yang dikemukakan, penulis bisa menentukan tujuan riset yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh religiusitas terhadap label halal makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
7. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh cita rasa terhadap label halal makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
8. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap label halal makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
9. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi terhadap label halal makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
10. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh religiusitas yang dimediasi oleh label halal terhadap keputusan pembelian makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
11. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh cita rasa yang dimediasi oleh label halal terhadap keputusan pembelian makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?
12. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga yang dimediasi oleh label halal terhadap keputusan pembelian makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?

13. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi yang dimediasi oleh label halal terhadap keputusan pembelian makanan halal pada mahasiswa Jabodetabek?

I.4. Manfaat Penelitian

Dengan tujuan riset tersebut, manfaat dan kegunaan yang diharapkan dari temuan riset ini yaitu:

1. Aspek teoritis

Menambahkan wawasan serta menyempurnakan pengetahuan keilmuan bagi peneliti mengenai dampak religiusitas, cita rasa, harga, lokasi pada keputusan pembelian makanan halal yang dimediasi oleh label halal. Selain itu, riset ini diharapkan bisa berkontribusi dalam perkembangan ilmu ekonomi syariah khususnya dalam bidang makanan halal di Indonesia, serta penulis berharap agar penelitian ini akan dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Aspek praktis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan yang baik dalam religiusitas, cita rasa, harga, lokasi dan label halal, sehingga dapat mempengaruhi tahap proses keputusan pembelian.