

Bab 1

Pendahuluan

1.1 Latar belakang penelitian

Populasi muslim dunia telah mencapai 7 miliar jiwa atau sekitar 25% dari populasi dunia. Persebaran muslim terbanyak di dunia terdapat di 56 negara dengan mayoritas PDB Negara diangka 6,7 triliun dolar dalam *State of the Global Islamic Economy 2014-2015 Report*. Berdasarkan data tersebut angka ini berpotensi membentuk pasar inti potensial untuk sektor makanan dan gaya hidup halal (*halal lifestyle*). Indonesia merupakan salah satu negara dengan persebaran muslim terbanyak di dunia (*the Royal Islamic Strategic Studies Centre report, 2022*) sehingga konsumsi produk halal di Indonesia terbilang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari aspek pengeluaran muslim Indonesia pada berbagai sektor halal. berikut Pengeluaran umat Muslim Indonesia untuk gaya hidup halal (*halal lifestyle*) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1 pengeluaran muslim indonesia

Sector halal style	Muslim Indonesia	Pangsa pasar
Makanan	US\$ 190,4 milyar	14,7%
Keuangan	US\$ 36 milyar	3%
Perjalanan	US\$ 7,5 milyar	0,6%
Mode	US\$ 18,8 milyar	7%
Media dan rekreasi	US\$ 9,37 milyar	5%
farmasi	US\$ 4,88 milyar	6,7%
kosmetik	US\$ 3,44 milyar	7,4%

sumber: *State of the Global Islamic Economy 2014-2015*

Berdasarkan data diatas, tiga peringkat teratas pengeluaran umat muslim adalah makanan, keuangan, dan perjalanan. perjalanan/wisata halal didalam nya tidak bisa dipisahkan dengan makanan halal, secara tidak langsung juga mempengaruhi besarnya pengeluaran umat muslim pada sektor makanan halal. Maka angka pengeluaran makanan halal akan bertambah seiring pertambahan angka pengeluaran perjalanan atau pariwisata.

Pariwisata Halal sebagai sebuah fenomena baru dalam berwisata (Samori, Md

Salleh, & Khalid, 2016) terus mengalami peningkatan seiring meningkatnya jumlah wisatawan muslim di seluruh dunia (El-Gohary, 2016; Henderson, 2016). Saat ini wisatawan muslim dalam melakukan perjalanan atau pariwisata sering mempertimbangkan unsur halal (sesuatu yang diperbolehkan atau tidak diperbolehkan menurut ajaran islam), sesuai dengan tuntunan alqur'an dan hadist. Berikut dasar dalil perjalanan atau pariwisata halal yang di temukan dalam alqur'an dan hadist:

Tabel 1.2 dalil makanan halal

No	Alqur'an	Hadist
	Surat Al-Hajj :46	Sahih al-Bukhari: Vol. 4, Book 52, Hadith 239
	Surat Al-Maaidah :3	Sahih al-Bukhari: Vol. 6, Book 60, Hadith 4

Sumber; amori, Zakiah, et.al, Current trends on Halal tourism: Cases on selected Asian countries, Tourism Management Perspectives 19 (2016) 131–136.1

Berdasarkan dasar dalil diatas pariwisata halal harus memenuhi beberapa prinsip yang dirangkum dalam Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, dan juga Undang – Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal serta di jelaskan secara komprehensif dalam DSN MUI no 1 tahun 2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah yaitu; Makanan halal, Tidak ada minuman keras (mengandung alkohol), Tidak menyajikan produk dari babi, Tidak ada diskotik, Staf pria untuk tamu pria, dan staf wanita untuk tamu wanita, Hiburan yang sesuai, Fasilitas ruang ibadah (Masjid atau Mushalla) yang terpisah gender, Pakaian islami untuk seragam staf, Tersedianya Al-Quran dan peralatan ibadah (shalat) di kamar, Petunjuk kiblat, Seni yang tidak menggambarkan bentuk manusia, Toilet diposisikan tidak menghadap kiblat, Keuangan syariah, dan Hotel atau perusahaan pariwisata lainnya harus mengikuti prinsip- prinsip zakat

Selaras dengan prinsip diatas ketersediaan makanan halal dalam perjalanan atau pariwisata halal juga disebutkan dalam Alqur'an surat al-maidah ayat 3 sebagai berikut:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخَنزِيرِ وَمَا أَهَلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَفَقَةُ وَالْمَوْفُودَةُ وَالْمُنْتَرَبِيُّ

Azzahra ramadhani, 2023

PENGARUH PENGETAHUAN DAN PERSEPSI KONSUMEN MUSLIM SHOPEEFOOD KOTA BANDUNG TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN HALAL

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

وَاللَّطِيحَةَ وَمَا أَكَلَ السَّبْعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى التُّصْبِ وَأَنْ تَسْتَفْسِمُوا بِالْأَرْلَمِ ۚ ذَلِكُمْ فِسْقٌ ۗ الْيَوْمَ بَيَّسَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنِ ۗ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمْ الْإِسْلَامَ دِينًا ۗ فَمَنْ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمِهِ ۗ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

Berdasarkan dalil diatas makanan halal tidak mengandung babi, tidak berupa bangkai kecuali bangkai belalang, ikan dan hewan laut yang lumrah dimakan, hewan dapat dikatakan bangkai jika hewan tersebut mati dalam keadaan tercekik, dipukul, jatuh dari ketinggian, tertanduk hewan lain, dan tidak mati karena diterkam binatang buas. Selanjutnya hewan yang disembelih atas nama allah, bukan darah yang mengalir. Tidak mengandung khamar atau alkohol dan bukan hewan bertaring serta berkuku tajam. Untuk mempermudah umat muslim Indonesia dalam mengidentifikasi makanan halal, kementerian agama membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal yang diperkuat Undang – Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal bertujuan untuk melakukan sertifikasi halal terhadap produk yang beredar dimasyarakat. Produk yang sudah mendapatkan sertifikasi halal akan terdaftar dan dapat mencantumkan label halal pada produknya. Label halal biasanya terdapat pada kemasan produk juga pada restoran.

Label halal juga dapat menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Namun pada perkembangan zaman saat ini terjadi perubahan yang cukup pesat dalam industri makanan salah satunya kemudahan dalam memesan makanan melalui dalam jaringan, dimana konsumen dapat

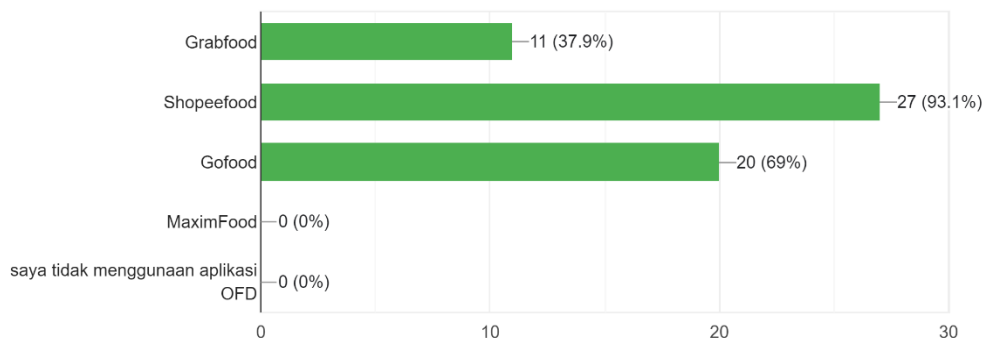
memesan makanan melalui aplikasi pengantar yang bekerjasama dengan restoran dan umkm penyedia makanan. Namun dalam aplikasi tersebut sulit untuk mengidentifikasi kehalalan produk dikarenakan tidak adanya prosedur jaminan halal yang mengatur terkait ini. Dalam keputusan pembelian terdapat konsep perilaku pembelian dimana konsumen pembelian atau penggunaan produk atau layanan tertentu (Balawera & Asanto, 2013). Keputusan pembelian konsumen juga dapat dilakukan ketika produk tersebut memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, dalam hal ini yang dimaksud adalah kebutuhan konsumsi makanan halal. Saat mengambil keputusan pembelian, konsumen terlebih dahulu mempertimbangkan informasi produk. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti menjadikan pengetahuan produk sebagai salah satu variabel. Selanjutnya persepsi konsumen terhadap suatu produk juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Kotler & Keller, 2015). Produsen pasar halal dapat memanfaatkan peluang dan pergerakan industri untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk halal Wilson & Grant (2013). Dengan meningkatnya persepsi positif terhadap kesadaran halal konsumen. Hal ini berpotensi memiliki korelasi positif dengan tingkat keputusan pembelian. Oleh karena itu, pada penelitian ini

tabel 1. 3 hasil survey pra-penelitian

peneliti menjadikan persepsi konsumen muslim sebagai salah satu variabel .

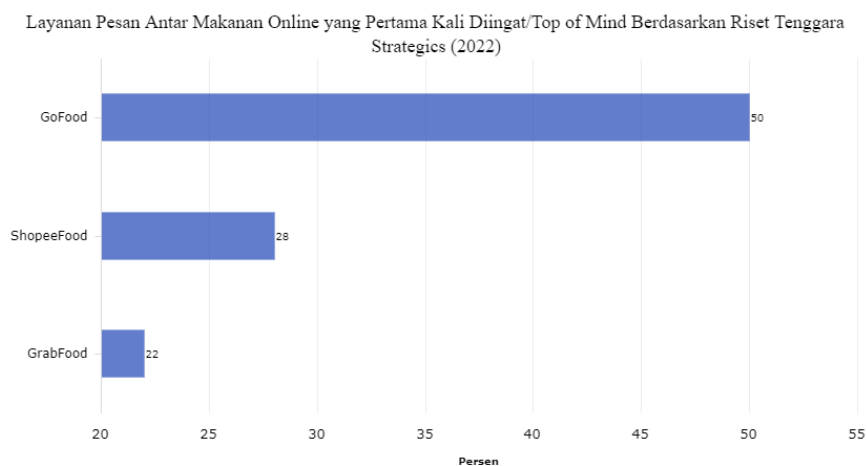
Pada era distrust saat ini banyak lini aktivitas masyarakat yang berubah, perubahan ini akibat dampak pesatnya perkembangan teknologi, termasuk industri makanan saat ini sudah terdigitalisasi baik dari segi manajemen hingga teknis lapangan jual beli. Salah satu Indikator dampak teknologi pada industri makanan dapat diukur dengan tingginya pertumbuhan pengguna *online food delivery*. Berdasarkan *survey pra-penelitian* yang dilakukan peneliti, seluruh responden

menggunakan aplikasi *online food delivery* sebagai berikut:



Berdasarkan hasil *survey* diatas dari total keseluruhan responden sejumlah 30 orang seluruhnya menggunakan aplikasi *online food delivery*. Beberapa responden memiliki lebih dari satu aplikasi *online food delivery*. Hal ini mengindikasikan bahwa industri makanan sudah sangat terdampak perkembangan teknologi pada era distrupsi saat ini.

Pada penelitian ini peneliti memilih *platform shopeefood online food delivery* sebagai salah satu platform pesan antar makanan yang banyak digunakan sebagaimana yang dirilis Badan riset Tenggara Strategis dengan statistik sebagai berikut:



sumber: databoks.katadata.co.id

Dari data diatas *GoFood* merupakan *platform online food delivery* (OFD) yang menjadi *top of mind*. Tercatat, sebanyak 50%, Sementara itu, *ShopeeFood* berada di posisi kedua. Sebanyak 28% responden menjadikan *ShopeeFood* sebagai

Azzahra ramadhani, 2023

PENGARUH PENGETAHUAN DAN PERSEPSI KONSUMEN MUSLIM SHOPEEFOOD KOTA BANDUNG TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN HALAL

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

top of mind. Shopee Food dianggap konsumen sebagai *platform* yang paling banyak menawarkan promo. Sedangkan *GrabFood* kurang populer dibandingkan *GoFood* dan *ShopeeFood*. Tercatat, hanya 22% responden yang menjadikan *GrabFood* sebagai *top of mind platform OFD*.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh pengetahuan dan persepsi konsumen muslim shopeefood kota Bandung terhadap keputusan pembelian makanan halal” dipilih sebagai lokasi studi karena kota Bandung merupakan salah satu kota dengan tujuan wisata halal sehingga semua prinsipnya harus terpenuhi termasuk jaminan makanan halal.

1.2 Rumusan masalah Penelitian

- 1 Bagaimana pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian makanan halal?
- 2 Bagaimana pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian makanan halal?
- 3 Bagaimana pengaruh pengetahuan dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengukur pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian makanan halal
2. Untuk mengukur pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian makanan halal
3. Untuk mengukur pengaruh pengetahuan dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian makanan halal

1.4 Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi sebagai diskusi yang berpotensi meningkatkan pemahaman para ilmuwan dalam studi mengenai elemen-elemen yang memengaruhi keputusan pembelian, terutama bagi UMKM.
2. Penelitian ini diharapkan dapat meluaskan pandangan dan pengetahuan mengenai pengetahuan, persepsi, serta keputusan pembelian konsumen. Dari

hasil penelitian ini, diharapkan dapat menjadi sumber acuan yang mungkin diperlukan untuk mendukung penelitian lainnya.

