

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan globalisasi pada saat ini, manusia sebagai makhluk hidup terus mengembangkan berbagai macam produk untuk mempermudah segala bentuk aktivitas dan memenuhi kebutuhan hidupnya, tidak terkecuali untuk memenuhi kebutuhan pangan. Kebutuhan pangan merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi manusia (Maslow, 1943). Indonesia sebagai negara yang terus tumbuh dibidang ekonomi, terutama pada sektor industri *Food and Beverage* pada era globalisasi ini akan mengalami persaingan yang semakin ketat untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya (Setyawan, Sandi, & Rahmawanto, 2011). *Euromonitor International* (2016) memperkirakan pertumbuhan rata-rata per tahun pasar makanan dalam kemasan dan minuman ringan di Indonesia selama 2013-2017 akan berada diatas angka 10%.

Pertumbuhan pasar produk olahan makanan yang semakin meningkat harus diiringi dengan regulasi mengenai keamanan pada produk makanan tersebut. Menurut *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (2016), produk makanan yang berkualitas haruslah memenuhi syarat keamanan dan jaminan kandungan produk yang tidak membahayakan bagi manusia. Produk makanan yang berkualitas dan baik bagi konsumen ditandai dengan label serta izin peredaran produk tersebut oleh lembaga penjamin makanan dan obat-obatan (Lusk, 2016).

Indonesia yang merupakan salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, menurut *Pew Research Center* (2015) diperkirakan jumlah penduduk muslim di Indonesia berjumlah 215.798.000 penduduk pada Tahun 2017. Islam di Indonesia, bukan hanya sekedar dijadikan agama, namun juga dijadikan sebagai ideologi yang mempengaruhi segala orientasi, pola berpikir, tingkah laku baik dalam segala bentuk aktivitasnya.

Muhammad Jibril Sobron, 2017

PENGETAHUAN PRODUK MAKANAN HALAL, RELIGIUSITAS MAHASISWA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN SAMYANG RAMEN (SURVEI PADA MAHASISWA MUSLIM UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

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

**Tabel 1.1**  
**Negara Populasi Muslim Terbesar 2010 dan 2050**

No.	Negara	Populasi Muslim 2010 (Juta)	Presentase	No.	Negara	Populasi Muslim 2050 (Juta)	Presentase
1.	Indonesia	209	13,1%	1.	India	310	11,2%
2.	India	176	11,0%	2.	Pakistan	273	9,9%
3.	Pakistan	167	10,5%	3.	Indonesia	256	9,3%
4.	Bangladesh	134	8,4%	4.	Nigeria	230	8,4%
5.	Nigeria	77	4,8%	5.	Bangladesh	182	6,6%

*Sumber : Pew Research Center, 2015*

Diantara banyaknya muslim di Indonesia, masih banyak masyarakat muslim yang belum memperhatikan prinsip-prinsip atau aturan syariah Islam dalam melakukan Pembelian produk makanan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Sudardjat (2013) bahwa sebagian masyarakat muslim di Indonesia masih menggunakan produk makanan yang belum tersertifikasi halal resmi dari MUI atau sekitar 31%. Tentunya angka ini akan semakin bertambah apabila tidak diiringi dengan kesadaran dari masyarakat muslim di Indonesia. Penelitian yang sama juga dilakukan di negara Malaysia, namun hasilnya bahwa 90% penduduknya sudah sadar mengenai pentingnya mengonsumsi produk makanan halal (Saabar & Ibrahim, 2014).

Perkembangan teknologi dan globalisasi telah menciptakan aneka produk olahan yang kehalalannya diragukan. Banyak dari bahan-bahan haram tersebut yang dimanfaatkan sebagai bahan baku, bahan tambahan atau bahan campuran pada berbagai produk olahan, karena dianggap lebih ekonomis (MUI, 2014). Akibatnya kehalalan dan keharaman sebuah produk seringkali tidak jelas karena bercampur aduk dengan bahan yang diragukan kehalalannya. Hal ini menyebabkan berbagai macam produk olahan menjadi *syubhat*, dalam arti meragukan dan tidak jelas status kehalalannya.

Perkembangan globalisasi pada produk makanan tersebut juga membuat Indonesia dibanjiri oleh produk-produk lokal dan produk-produk impor. Dikhawatirkan produk-produk makanan tersebut mengandung atau terkontaminasi

Muhammad Jibril Sobron, 2017

*PENGETAHUAN PRODUK MAKANAN HALAL, RELIGIUSITAS MAHASISWA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN SAMYANG RAMEN (SURVEI PADA MAHASISWA MUSLIM UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA*

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

unsur-unsur yang dianggap haram oleh Islam. Dalam teknik pemrosesan, penyimpanan, penanganan, dan pengepakan seringkali digunakan bahan pengawet yang membahayakan kesehatan atau bahan tambahan yang mengandung unsur haram yang dilarang (Sari & Sudardjat, 2013).

Salah satu produk makanan yang masih diragukan kehalalannya yakni Samyang ramen. Samyang ramen yang akhir-akhir ini menjadi *viral* di media sosial karena rasanya yang sangat pedas dan sering dijadikan *challenge*, membuat masyarakat di Indonesia menjadi tertarik untuk mengonsumsi produk makanan tersebut. Menurut Setyanti (2016), minat yang tinggi pada Samyang ramen ini dibuktikan lewat angka penjualannya yang fantastis. Salah satu *market place* elevenia Indonesia, mencatat dalam satu hari transaksi jual-beli Samyang ramen memperoleh angka penjualan mencapai 9.210 bungkus mi. Tentunya ini hanya pada satu *marketplace* saja, di Indonesia Samyang ramen telah tersebar diseluruh *minimarket* dan *supermarket* di seluruh penjuru Indonesia.

Produk-produk Samyang Foods di Indonesia tidak hanya ramen dalam kemasan plastik saja namun, menurut BPOM (2017) produk Samyang yang sudah didaftarkan ada 4 jenis. Produk-produk tersebut telah memperoleh izin beredar di Indonesia.

**Tabel 1.2**  
**Produk Samyang Foods Berizin BPOM**

No	Nomor Registrasi	Produk	Pendaftar
1	ML 231509050028	Mi Instan (Samyang Ramen Cup) <b>Merk:</b> Samyang <b>Kemasan:</b> Plastik (65 g)	PT JICO AGUNG Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta
2	ML 231509051028	Mi Instan Rasa Daging Babi (Samyang Ramen) <b>Merk:</b> Samyang <b>Kemasan:</b> Plastik (120 g)	PT JICO AGUNG Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta
3	ML 231509455014	Mi Instan (Samyang Ramen) <b>Merk:</b> Samyang <b>Kemasan:</b> Plastik (120 g)	PT. KOIN BUMI Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta
4	ML 231509032167	Mi Instan Rasa Bawang (Samyang Ramen) <b>Merk:</b> Samyang	PT. KORINUS Kab. Bekasi, Jawa Barat

Muhammad Jibril Sobron, 2017

PENGETAHUAN PRODUK MAKANAN HALAL, RELIGIUSITAS MAHASISWA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN SAMYANG RAMEN (SURVEI PADA MAHASISWA MUSLIM UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

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

**Kemasan:** Plastik (120 g)

*Sumber: Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2017*

Samyang ramen yang dijual di Indonesia pun pada *packaging*-nya menggunakan bahasa korea dan menggunakan aksara *hangeul*, sehingga sulit dimengerti oleh para konsumen di Indonesia. Para konsumen akan sulit membedakan produk makanan dengan rasa relain daging babi dan rasa daging babi.



**Gambar 1.1**

**Varian Samyang Ramen**

*Sumber: Imgrum, 2017*

Indonesia yang sebagian besar pendudukannya beragama Islam, mengonsumsi produk makanan yang halal dan baik (*thayyib*), menjadi sebuah

Muhammad Jibril Sobron, 2017

PENGETAHUAN PRODUK MAKANAN HALAL, RELIGIUSITAS MAHASISWA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN SAMYANG RAMEN (SURVEI PADA MAHASISWA MUSLIM UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

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

kewajiban yang harus ditunaikan. Menurut Lembaga Pengawas Produk Obat dan Makanan MUI (LPPOM MUI), produk-produk dari Samyang ramen tersebut belum memiliki sertifikat halal, sehingga dikhawatirkan masyarakat mengonsumsi produk-produk Samyang ramen yang haram terlebih lagi produk Samyang ramen tersebut terdapat variasi rasa daging babi (JPNN, 2017).

Hal tersebut sejalan dengan Undang-Undang yang telah dibuat oleh pemerintah republik Indonesia untuk melindungi konsumen muslim di Indonesia. Salah satunya yakni Undang-Undang RI No. 33 tahun 2014 pasal 4 yang menjamin produk halal. Pasal tersebut menyebutkan bahwa produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib memiliki sertifikat halal. Sertifikasi halal merupakan parameter bagi umat muslim untuk membeli produk makanan di Indonesia, mengingat menurut Badan Pusat Statistik (2013) jumlah penduduk Indonesia yang beragama muslim tercatat sebanyak 207.176.162 penduduk atau sekitar 87,18% dari total jumlah penduduk Indonesia. Dengan adanya labelisasi terhadap produk makanan merupakan bentuk kepastian dari pemerintah bahwa produk tersebut layak dikonsumsi oleh masyarakat muslim Indonesia.

Menurut Rasyid (2010), permasalahan terkait pemahaman konsumen muslim di Indonesia yaitu:

1. Mayoritas muslim di Indonesia menganggap bahwa semua produk makanan yang dijual di Indonesia adalah halal. Padahal sebagian besar pemilik perusahaan olahan makanan di Indonesia bukanlah seorang muslim dan pada dasarnya tidak mengerti tentang aturan dan hukum kehalalan suatu produk.
2. Produsen dan konsumen berasumsi bahwa sertifikasi halal tidak wajib sehingga kebanyakan dari produsen tidak perlu menampilkan label halal pada produk mereka. Di sisi lain ada beberapa produsen yang tidak memiliki pengetahuan secara baik mengenai makanan halal, mereka menampilkan label halal pada produk mereka, tentu ini merupakan kebohongan publik.
3. Produsen menganggap bahwa sertifikasi produk mereka tidak efisien dan memakan biaya yang tidak sedikit. Peserta wajib melewati 'dua pintu' yakni BPOM dan LPPOM MUI untuk mendapatkan sertifikasi halal.

**Muhammad Jibril Sobron, 2017**

*PENGETAHUAN PRODUK MAKANAN HALAL, RELIGIUSITAS MAHASISWA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN SAMYANG RAMEN (SURVEI PADA MAHASISWA MUSLIM UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA*

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

Mengonsumsi makanan halal dengan dilandasi iman dan taqwa karena mengikuti perintah Allah Subhanahu wa ta'ala merupakan ibadah yang mendatangkan pahala dan memberikan kebaikan dunia dan akhirat. Sebaliknya, mengonsumsi yang haram merupakan perbuatan maksiat yang mendatangkan dosa dan keburukan baik dunia maupun akhirat (MUI, 2014). Allah telah menegaskan dalam Al-Qur'an bahwa ada beberapa makanan dan minuman yang dikategorikan haram, contohnya dalam salah satu firman Allah:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمْ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلِيَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ  
وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى  
النُّصَبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَامِ

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.” (Q.S. Al-Maidah: 3).

Menurut paparan Diatas maka dapat disimpulkan bahwa makanan dan minuman yang haram secara zat dibagi menjadi lima yaitu bangkai, darah, daging babi, hewan yang tidak disembelih atas nama Allah dan minuman yang memabukan (*khamr*). Jumlah makanan dan minuman yang diharamkan oleh Allah Subhanahu wa ta'ala sebetulnya sangat sedikit. Selebihnya, apa yang ada di muka bumi ini pada dasarnya adalah halal, kecuali apa yang dilarang secara tegas dalam Al Qur'an dan Hadits.

Pentingnya seorang muslim untuk memilih produk makanan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut Verina, Yulianto dan Latief (2014) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yakni atmosfer, produk, harga, promosi, pelayanan, kepercayaan dan karakteristik konsumen. Selain itu menurut Kotler dan Armstrong (2016), keputusan pembelian dipengaruhi oleh empat faktor yakni faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Menurut Kotler

Muhammad Jibril Sobron, 2017

PENGETAHUAN PRODUK MAKANAN HALAL, RELIGIUSITAS MAHASISWA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN SAMYANG RAMEN (SURVEI PADA MAHASISWA MUSLIM UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

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

dan Keller (2016) keputusan merupakan sebuah proses pendekatan dalam upaya menyelesaikan masalah yang terdiri dari tahapan-tahapan yakni pencarian informasi, penilaian beberapa alternatif, merumuskan keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.

Universitas Pendidikan Indonesia sebagai lembaga penyelenggara pendidikan yang memiliki motto religius dan mayoritas mahasiswanya beragama Islam, sudah seharusnya memahami dan mengetahui apa yang menjadi perintah agama. Agama Islam menjadi mayoritas di Universitas Pendidikan Indonesia, maka seharusnya sebagai seorang muslim mengetahui pentingnya mengenal produk makanan halal merupakan sebuah kewajiban, sesuai dengan perintah Allah Subhanahu wa ta'ala dalam Al-Qur'an dan hadist Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam. Mahasiswa muslim dipilih sebagai sampel karena peneliti ingin melihat apakah pengetahuan dan religiusitas yang dimiliki mahasiswa muslim berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan halal.

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui keputusan pembelian terhadap produk makanan. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Muhamad et al. (2016) yang menganalisis tingkat pengetahuan dan religiusitas terhadap keputusan pembelian pada pemuda muslim yang memiliki hasil bahwa tingkat pengetahuan dan religiusitas yang tinggi pada pemuda muslim di Malaysia berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan halal.

Penelitian yang dilakukan Saabar dan Ibrahim (2013) yang menganalisis tingkat pengetahuan dan pengaruh iklan terhadap kesadaran pembelian produk makanan halal pada pemuda muslim di Malaysia, dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa pengetahuan yang tinggi pada pemuda muslim di Malaysia berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan halal. Namun, mereka menganggap bahwa semua logo halal yang terdapat pada produk makanan akan menjamin kehalalan produk tersebut meskipun tidak resmi dari lembaga halalitas Malaysia (JAKIM).

Hasil penelitian yang berbeda ditunjukkan oleh Simanjuntak dan Dewantara (2014) yang menganalisis tingkat pengetahuan, religiusitas dan etika terhadap

**Muhammad Jibril Sobron, 2017**

***PENGETAHUAN PRODUK MAKANAN HALAL, RELIGIUSITAS MAHASISWA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN SAMYANG RAMEN (SURVEI PADA MAHASISWA MUSLIM UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA***

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

keputusan pembelian pada Mahasiswa S1 IPB. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan yang tinggi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa S1 IPB.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu diadakan suatu penelitian yang bertujuan untuk meningkatkan tingkat keputusan pembelian konsumen muslim terhadap produk makanan halal di Indonesia dengan mengambil judul ***“Pengetahuan Produk Makanan, Religiusitas Mahasiswa dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Samyang Ramen (Survei pada Mahasiswa Muslim Universitas Pendidikan Indonesia)”***.

## **1.2. Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi bahwa perkembangan produk makanan di Indonesia tidak diimbangi dengan pertumbuhan sertifikasi halal dan makanan yang *tayyib* (baik). Berikut identifikasi yang dapat diambil:

1. Produk makanan Samyang ramen masih diragukan kehalalannya (JPNN, 2017).
2. Kesadaran masyarakat muslim di Indonesia untuk membeli produk makanan halal masih kecil (Sari & Sudardjat, 2013).
3. Kemajuan IPTEK memungkinkan manusia mengolah makanan dengan seandainya sehingga membuat makanan tersebut menjadi *syubhat* (Saabar & Ibrahim, 2014).
4. Mayoritas muslim di Indonesia menganggap bahwa semua produk makanan yang dijual di Indonesia adalah halal (Rasyid, 2010).
5. Produsen dan konsumen berasumsi bahwa sertifikasi halal tidak wajib sehingga kebanyakan dari produsen tidak perlu menampilkan label halal pada produk mereka (Rasyid, 2010).
6. Produsen menganggap bahwa sertifikasi produk mereka tidak efisien dan memakan biaya yang tidak sedikit (Rasyid, 2010).

Muhammad Jibril Sobron, 2017

**PENGETAHUAN PRODUK MAKANAN HALAL, RELIGIUSITAS MAHASISWA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN SAMYANG RAMEN (SURVEI PADA MAHASISWA MUSLIM UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

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



### 1.3. Rumusan Masalah Penelitian

Mayoritas penduduk di Indonesia yakni beragama Islam (Badan Pusat Statistik, 2013). Mengonsumsi makanan halal merupakan suatu kewajiban bagi setiap muslim dan merupakan syariat yang diperintahkan oleh Allah SWT. Setiap muslim yang akan mengonsumsi suatu makanan harus memperhatikan kehalalan produk yang akan dikonsumsinya (Wilson & Liu, 2011).

Maraknya berbagai kasus produk haram yang beredar di masyarakat Indonesia membuat konsumen muslim di Indonesia harus lebih berhati-hati dalam membeli produk makanan (Rasyid, 2010). Menurut LPPOM MUI yang dimuat JPNN (2017) Samyang ramen yang beredar di masyarakat Indonesia masih diragukan kehalalannya, karena masih belum mendapat sertifikat dari lembaga MUI. Maka dari itu pengetahuan dan religiusitas umat muslim pun harus ditingkatkan. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis membuat rumusan masalah sebagai fokus dalam pembuatan penelitian ini. Hal ini dimaksudkan agar penelitian sesuai dengan tujuan yang diinginkan dan menempatkan penelitian ini secara tepat.

Rumusan masalah tersebut adalah:

1. Bagaimana pengetahuan produk makanan halal dan religiusitas mahasiswa muslim Universitas Pendidikan Indonesia terhadap keputusan pembelian Samyang ramen?
2. Sejauhmana tingkat pengetahuan produk makanan halal mahasiswa muslim Universitas Pendidikan Indonesia mempengaruhi keputusan pembelian produk makanan Samyang ramen?
3. Sejauhmana tingkat religiusitas mahasiswa muslim Universitas Pendidikan Indonesia mempengaruhi keputusan pembelian produk makanan Samyang ramen?
4. Sejauhmana tingkat pengetahuan produk makanan halal dan religiusitas mahasiswa muslim Universitas Pendidikan Indonesia mempengaruhi keputusan pembelian pada produk makanan Samyang ramen?

Muhammad Jibril Sobron, 2017

*PENGETAHUAN PRODUK MAKANAN HALAL, RELIGIUSITAS MAHASISWA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN SAMYANG RAMEN (SURVEI PADA MAHASISWA MUSLIM UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA*

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

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empirik pengetahuan produk makanan halal dan religiusitas mahasiswa muslim Universitas Pendidikan Indonesia berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan Samyang ramen.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian dari pembahasan ini adalah manfaat/signifikansi dari segi teori dan segi praktik. Manfaat dari segi teori yakni melengkapi hasil penelitian yang sebelumnya dilakukan untuk mengetahui tingkat pengetahuan produk makanan halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian yang belum diteliti oleh peneliti sebelumnya. Manfaat dari segi praktik yakni sebagai salah satu media untuk mengenalkan urgensi label halal pada produk makanan, khususnya bagi mahasiswa muslim Universitas Pendidikan Indonesia.