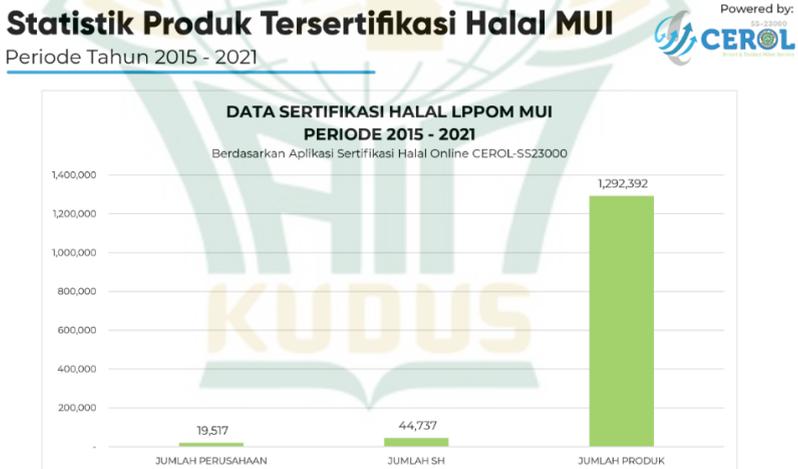


BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 mengenai Jaminan Produk Halal yang diundangkan pada tanggal 17 Oktober 2014. Adanya Undang-Undang ini bertujuan guna membuat kenyamanan, perlindungan keamanan, keselamatan serta kepastian bagi konsumen dalam mengonsumsi juga menggunakan produk halal. Produk Halal itu sendiri ialah produk yang dikatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Kehalalan barang yang dikonsumsi merupakan sebuah keharusan dan mengharuskan adanya peraturan perlindungannya. Dalam rangka menjamin tiap-tiap pemeluk agama Islam untuk menjalankan ajaran agama serta beribadah, negara juga berwenang memberikan jaminan serta perlindungan seputar halalnya produk untuk dikonsumsi dan juga digunakan didalam masyarakat.

Tabel 1.1 Produk Tersertifikasi Halal LPPOM MUI Tahun 2015 - 2021



*) Berdasarkan Data dari Sertifikasi Halal secara Online melalui aplikasi Cerol-SS23000

Sumber: Data Statistik LPPOM MUI, diolah, 2022.²

² “Data Statistik Produk Halal LPPOM MUI,” Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI), 7 Januari, 2022, diakses pada 1 Juli 2022, <https://www.halalmui.org/mui14/main/page/data-statistik-produk-halal-lppom-mui>.

Grafik di atas, menunjukkan bahwa produk halal yang telah beredar di Indonesia mulai tahun 2015 hingga akhir tahun 2021 mencapai 1.292.392 jenis produk dengan jumlah sertifikasi halal 44.737. Angka ini menunjukkan angka besar dalam memenuhi kebutuhan makanan halal di Indonesia yang telah diuji keamanan dan kehalalan produk sebelum diedarkan dan dikonsumsi oleh umat muslim di Indonesia. dengan adanya sertifikasi halal, maka terjamin kepastian kehalalan dan ada perlindungan terhadap konsumen dan produsen atas produk yang beredar dan dikonsumsi oleh masyarakat.³

Kewajiban bersertifikat halal bagi jenis produk secara lebih rinci diatur di dalam PP Nomor 39 Tahun 2021. Sedangkan pasal 139 mengatur bahwa kewajiban bersertifikat halal bagi jenis produk dilakukan secara bertahap. Penahapan untuk pertama kali terdiri atas produk makanan dan minuman, bahan-bahan baku, bahan-bahan tambahan pangan, dan bahan-bahan penolong untuk produk makanan dan minuman. untuk Pasal 140 mengatur bahwa penahapan kewajiban bersertifikat halal bagi produk makanan, minuman, hasil sembelihan, dan jasa penyembelihan dimulai sejak 17 Oktober 2019 sampai 17 Oktober 2024.⁴

Kementerian Agama melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal saat ini sedang melakukan akselerasi sebanyak 10 juta sertifikat halal se - Indonesia. Provinsi Jawa Tengah nantinya mendapat fasilitas sebanyak 1 juta sertifikat halal.⁵ Sedangkan untuk Kabupaten Kudus sendiri masih sangat minim pelaku usaha yang berminat mengurus label halal. Sedangkan UMKM yang terfasilitasi untuk proses sertifikasi halal Pada tahun 2020, jumlah penerimanya ada 10 UMKM, kemudian tahun 2021 bertambah menjadi 17 UMKM, dan tahun 2022 bertambah lagi menjadi 20 UMKM.⁶ Apabila dibandingkan dengan jumlah UMKM yang ada di Kudus mencapai 989 UMKM tentunya masih banyak UMKM yang perlu

³Risa Qoni'ah. " Tantangan dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia di Pasar Global " *halal reseach journal volume 2 no 1* (2022):54.

⁴ "PP No. 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal [JDIH BPK RI]," accessed July 19, 2022, <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/161927/pp-no-39-tahun-2021>.

⁵ "Jateng Dapat Fasilitas Akselerasi 1 Juta Sertifikat Halal UMKM Dari Pusat," accessed July 19, 2022, https://humas.jatengprov.go.id/detail_berita_gubernur?id=6359.

⁶ "Sebanyak 20 Pelaku UMKM Di Kudus Difasilitasi Urus Sertifikat Halal | Republika Online," accessed July 19, 2022, <https://www.republika.co.id/berita/r9wvt7457/sebanyak-20-pelaku-umkm-di-kudus-difasilitasi-urus-sertifikat-halal>.

mendaftarkan sertifikasi halal bagi produknya.⁷ Ini membuat kekhawatiran yang makin menjadi-jadi dikarenakan daya dukung teknologi dan efek dari social media yang semakin canggih memberikan akses kemudahan bagi konsumen dalam mencari berbagai produk makanan dan membelinya terutama bagi generasi muslim yang populasinya terus berkembang seperti Negara Indonesia.

Kebutuhan seorang muslim terhadap produk halal sudah seharusnya didukung oleh jaminan halal yang bersertifikat. Namun produk yang beredar di Indonesia tidak semuanya telah terjamin kehalalannya. Konsumen muslim termasuk pihak yang dirugikan dengan banyaknya produk tanpa label halal maupun keterangan non-halal. Apalagi apabila produk makanan itu baru jadi *booming* serta menjadi bidikan oleh generasi muslim masa kini, maka para generasi muslim akan lebih bebas untuk memilih mengkonsumsi makanan itu tanpa melihat ke-halalan produk yang tersedia. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwasannya generasi muslim saat ini belum sepenuhnya memahami bahwa label halal sebagai jaminan mutu, tingkat bersihnya produk serta bukti dari halalnya produk makanan, maka diperlukannya pengkajian lebih lanjut mengenai attitude generasi muslim terhadap makanan halal.⁸

Sertifikasi halal itu sendiri merupakan proses klarifikasi terhadap produk-produk yang sarat kehalalannya dengan cara menelusuri mulai dari tahap penyiapan bahan bakunya, tahap produksi, sampai tahap penyirpanannya, termasuk juga cara pengendaliannya agar konsisten halal. Jadi sertifikasi halal diterapkan pada produk-produk yang masih mengandung keseragaman aspek kehalalannya sehingga perlu dipastikan. Adapun tujuan sertifikasi halal yaitu guna memberikan kepastian status kehalalan suatu produk sebagai bentuk pemenuhan hak konsumen. Keyakinan konsumen terhadap kehalalan suatu produk akan mempengaruhi jumlah pembelian konsumen terhadap produk tersebut.

Label Halal dapat membantu penduduk Muslim melindungi diri dari produk makanan yang buruk atau haram. Penggunaan label halal juga dapat menjadi pedoman bagi konsumen ketika ingin

⁷ "PerSADA - Portal Satu Data - Dinas Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Provinsi Jawa Tengah," accessed July 19, 2022, <https://satudata.dinkop-umkm.jatengprov.go.id/data/umkm-kabkota>.

⁸ Rika Yulita Amalia dan Syifa Fauziah, "Perilaku Konsumen Millennial Muslim Pada Resto Bersertifikasi Halal Di Indonesia: Implementasi Teori Perilaku Terencana Ajzen," *Journal of Economics and Business Aseanomics* 3, no. 2 (2018): 203.

membeli produk yang diinginkan. Sertifikat halal bukan sekedar bentuk perlindungan terhadap penggunaan produk yang berasal dari bahan halal atau haram. Namun, sertifikasi halal juga berperan dalam mencegah bentuk penipuan produk. Sertifikat halal merupakan kewajiban negara untuk melindungi kepentingan konsumen muslim terhadap produk yang haram.⁹

Religious Belief sudah dikaji secara mendalam sehubungan dengan banyaknya isu seputar tindakan seksual, gangguan jiwa, masalah kecerdasan dan masih banyak lagi. Bagian yang terpenting adalah nilai dari agama dan agama juga merupakan bagian dari identitas diri. Bisa dianalogikan bahwasannya makin tinggi seseorang memasukkan agama kedalam identitasnya, makin besar pula hasil terhadap perilaku serta nilai dari seseorang tersebut.

Komitmen religius serta kepercayaan dapat mempengaruhi perasaan dan sikap individu terhadap minat konsumsi. *Religious Belief* intra-personal berpengaruh positif pada sikap terhadap produk halal. Mayoritas penelitian menunjukkan bahwa religiusitas memiliki efek yang positif pada sikap dan perilaku yang sehat. *Religious Belief* juga memiliki efek yang kuat terhadap tindakan dan perilaku konsumen untuk membeli makanan yang halal. Tingkat religiusitas dari masing-masing individu memiliki pengaruh yang positif terhadap sikap pada produk halal.¹⁰

Berdasarkan penelitian sebelumnya, terdapat *research gap* mengenai Perilaku pembelian generasi milenial. Penelitian yang dilakukan oleh Tanti Handriana, Praptini Yulianti, Masmira Kurniawati, Nidya Ayu Arina, Ratri Amelia Aisyah, Made Gitanadya Ayu Aryani dan Raras Kirana Wandira. Dalam penelitiannya yang membahas tentang “perilaku pembelian generasi milenial terhadap produk kosmetik halal di Indonesia” yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Responden adalah 206 muslimah generasi milenial menyatakan bahwa hipotesis yang diterima adalah pengaruh persepsi nilai terhadap kepercayaan, citra merek terhadap kepercayaan, citra merek terhadap sikap, keyakinan agama terhadap sikap, sertifikasi halal terhadap kesadaran halal, kepercayaan terhadap sikap dan kesadaran halal terhadap sikap.

⁹ Ahmad Hamdani, Nurma Sari dan Khairil Umuri, " Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC)," *e-Journal Al-Buhuts* 17, no. 2 (2021): 199.

¹⁰ Ajeng Larasati, Sri Rahayu Hijrah Hati, Anya Safira, " Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Kosmetik Halal" *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, volume 8, no. 2 (2018): 107.

Adapun kepercayaan, sikap terhadap produk, kesadaran halal mempengaruhi niat untuk membeli kosmetik halal. Sedangkan untuk pengaruh keyakinan agama terhadap kesadaran halal tidak di terima. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel keyakinan agama, sertifikasi halal, kesadaran halal dan sikap terhadap produk, akan tetapi perbedaan dalam penelitian sebelumnya terdapat variabel tambahan yaitu nilai yang di rasakan, merk, kepercayaan, dan objek yang di pilih penelitian tentang produk halal kosmetik.¹¹

Hasil ini sependapat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sonia Citra Wijaya, dan Vita Briliana dalam penelitiannya yang membahas tentang “peran sikap dalam niat beli pria muslim Indonesia terhadap produk halal” yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Responden adalah 365 pria muslim di Indonesia menyatakan bahwa persepsi nilai, keyakinan agama, kepercayaan, citra merek, sertifikasi halal dan kesadaran halal mengenai produk perawatan pribadi halal mempengaruhi sikap pria Muslim dan niat mereka untuk menggunakan suatu produk perawatan halal. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel Sertifikasi Halal, Keyakinan Agama, Kesadaran Halal, dan Sikap Terhadap Produk. Namun, dalam penelitian sebelumnya memiliki perbedaan yang terletak pada variabel Perceived Value, citra merk, kepercayaan dan objek penelitian produk perawatan pria secara umum.¹²

Sirup parijoto Alamu dipilih sebagai objek penelitian dikarenakan merupakan produk lokal asli Kudus yang mulai di gemari warga kudus bahkan sampai luar kudus karna beberapa manfaatnya. Sirup parijoto Alamu berhasil mengelola dan mengembangkan produknya dari penjualan melalui media online dan offline. Sehingga perkembangan Sirup parijoto Alamu dari waktu ke waktu semakin baik dengan dibuktikannya perusahaan terus melakukan pengembangan produknya serta memperhatikan keamanan dan kualitas bahan yang digunakan dengan ditunjukkannya sertifikasi BPOM dan sertifikasi halal pada produk Sirup parijoto Alamu. Keunggulan dari Sirup parijoto Alamu adalah dengan

¹¹ Tanti Handriana et al., “Purchase Behavior of Millennial Female Generation on Halal Cosmetic Products,” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 7 (2020): 1295–1315, <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0235>.

¹² Sonia Citra Wijaya and Vita Briliana, “The Role of Attitude in the Purchase Intention of Indonesian Muslim Men Towards Halal Personal Care Products,” *Proceedings of the Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021 (ICEBM 2021)* 653, no. Icebm 2021 (2022): 262–68, <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220501.040>.

menggunakan bahan-bahan alami asli buah parijoto yang diambil dari kebun di pergunungan muria dan diproduksi langsung di desa Colo kec Dawe kabupaten Kudus. Produk yang dihasilkan Sirup parijoto Alamu mampu bersaing dengan brand sirup-sirup lainnya dan mampu menarik hati konsumen.

Kehalalan Sirup parijoto Alamu tidak perlu diragukan lagi memegang Sudah Berijin Kementerian kesehatan dengan nomor PIRT 209331901086722 dan sertifikat halal MUI dengan nomor LPPOMÂ 15120039470819.¹³ tidak heran jika produk Sirup parijoto Alamu ini mendapat banyak kepercayaan dari berbagai lapisan masyarakat khusus warga Kudus dan sekitarnya. Demikian apabila kehalalan produk dikelola dengan baik maka dapat meningkatkan kepercayaan dan keamanan konsumen muslim sehingga dapat mempengaruhi adanya keputusan pembelian. berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti tertarik untuk meneliti dan mengkaji terkait pada variabel diatas dengan judul **“Pengaruh Religious Belief dan Sertifikasi Halal Pada Halal Awareness untuk Meningkatkan Attitude Toward Product”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana *Religious Belief* berpengaruh secara signifikan pada *Halal Awareness*?
2. Bagaimana Sertifikat Halal berpengaruh secara signifikan pada *Halal Awareness*?
3. Bagaimana *Religious Belief* berpengaruh secara signifikan pada *Attitude toward product*?
4. Bagaimana Sertifikasi Halal berpengaruh secara signifikan pada *Attitude toward product*?
5. Bagaimana *Halal Awareness* berpengaruh secara signifikan pada *Attitude toward product*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Religious Belief* secara signifikan pada *Halal Awareness*.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Sertifikat Halal secara signifikan pada *Halal Awareness*.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Religious Belief* secara signifikan pada *Attitude toward product*.

¹³ Triyanto (40 tahun) Pelaku Usaha Sirup Parijoto, wawancara oleh penulis pada tanggal 11 Juli 2022, di rumah Produksi Sirup Parijoto Alammu.

4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Sertifikat Halal secara signifikan pada *Attitude toward product*.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Sertifikat Halal secara signifikan pada *Attitude toward product*.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat diberbagai pihak. Adapun manfaat ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat di kalangan akademik terlebih untuk bidang manajemen ekonomi dan bisnis Islam. Sehingga bisa dimanfaatkan untuk bahan dasar sebuah penelitian. Penelitian tersebut untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam mengembangkan potensi menulis karya ilmiah tentang bagaimana sikap konsumen terhadap produk sebelum melakukan pembelian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai perilaku konsumen terutama yang menyangkut sikap terhadap produk halal sekaligus sebagai syarat dalam menyelesaikan studi strata satu (S1).

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kritikan, saran ataupun masukan kepada perusahaan Lemonilo untuk terus berinovasi kearah yang lebih baik khususnya memahami perilaku pembeli milenial dalam upaya meningkatkan minat beli konsumen muslim di berbagai negara.

c. Bagi Pihak Lain yang Berkepentingan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi ilmiah sebagai literatur dan referensi dalam upaya memperluas pemahaman studi minat beli dan sikap konsumen terhadap produk.

E. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian memberikan kemudahan dalam penjelasan pokok permasalahan yang akan dibahas, meliputi:

1. Bagian Awal

Bagian ini meliputi halaman judul, persetujuan pembimbing skripsi, pengesahan munaqosyah, pernyataan

keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, pedoman transliterasi arab-latin, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar.

2. Bagian Isi

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi deskripsi teori yang berkaitan variabel penelitian, diantaranya *Religious Belief*, Sertifikat Halal, *Halal Awareness*, dan *Attitude toward product*. Kemudian dilanjutkan dengan penelitian terdahulu, kerangka berfikir, serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, *setting* penelitian, populasi dan sampel, identifikasi variabel, definisi operasional, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang analisis deskriptif baik gambaran objek maupun data hasil penelitian terhadap responden, hasil analisis data berupa uji instrumen, uji pra syarat, dan uji hipotesis serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan tentang simpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir ini berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup.