

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kecenderungan makan di luar membawa industri jasa makanan ke arah kebutuhan mengelola pelanggan dan memastikan bahwa semua kebutuhan dan preferensi mereka dapat dipenuhi.¹ Seiring perkembangan zaman yang semakin modern ini. Kebutuhan masyarakat yang semakin banyak mengakibatkan produk pengolahan makanan menjadi lebih berkembang. Perkembangan zaman telah membuat masyarakat saat ini lebih memilih untuk bersikap lebih praktis dengan memilih makanan yang mudah disajikan tetapi tetap terjaga rasa dan kesehatannya.

Salah satu golongan yang menyukai makanan cepat saji ialah mahasiswa. Mahasiswa termasuk golongan remaja yang rentan terhadap gizi. Mahasiswa baru mulai makan pada siang hari. Hal tersebut dipilih karena jadwal kuliah atau aktivitas laboratorium yang cukup pagi, telat bangun (kesiangan), malas untuk sarapan dan lain-lain, yang menyebabkan mahasiswa memilih *fastfood* sebagai menu untuk makan siang.

Makanan cepat saji dipilih karena penyajiannya cepat sehingga hemat waktu dan dapat dihidangkan kapan dan dimana saja, tempat saji dan penyajian yang higienis, dianggap makanan bergengsi, makanan modern, juga makanan gaul bagi anak muda. *Fastfood* adalah makanan yang tersedia dalam waktu cepat dan siap untuk disantap, seperti *fried chicken*, *humberger* atau *pizza*. Kandungan yang tersaji dalam *fastfood* adalah garam, lemak, gula dan kalori yang tinggi tetapi kandungan gizinya rendah. Apabila mengonsumsi *fastfood* secara berlebihan maka akan menimbulkan banyak penyakit dan kenaikan berat badan.²

Banyaknya restoran yang menyediakan *fastfood* juga mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat. Salah satu konsumen *fastfood* yang paling banyak adalah mahasiswa yang

¹ Sabainah Bachok, dkk., “Customer Awareness And Behavior Intention Towards The Use Of Halal Logo On Restaurants”, *Journal The Winners*, Vol. 12, No. 2, (2011): 196.

² Nurul Nurlita dan Nur Lathifah Mardiyati, “Hubungan Frekuensi Konsumsi Makanan Cepat saji (*Fastfood*) Dengan Tempat Tinggal Pada Mahasiswa FIK Dan FT Universitas Muhammadiyah Surakarta,” *Artikel Ilmiah Mahasiswa*, ISSN 2579-9622 (2017): 23-24.

termasuk dalam generasi milenial. Generasi milenial atau yang bisa disebut juga “gen Y” adalah generasi yang lahir sekitar tahun 1981-1997 dan berusia sekitar 18-35 tahun pada tahun 2016. generasi ini sangat berpengaruh pada industri *fastfood*, dalam hal ini milenial merupakan konsumen inti *fastfood* (kompas, 2016). Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Nilsen tahun 2008, didapatkan data bahwa sebesar 69% masyarakat kota Indonesia mengkonsumsi *fastfood* dengan rincian sebagai berikut: sebanyak 33% menyatakan sebagai makan siang, 25% sebagai makan malam, 9% sebagai makanan selingan dan 2% memilih sebagai makan pagi.³

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk yang sebagian besar adalah penganut agama Islam. Berdasarkan data yang disajikan oleh BPS Indonesia (sensus terakhir) berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Agama Yang Dianut Di Indonesia (Satuan Jiwa)

No.	Agama	Jumlah Penganut
1.	Islam	207 176 162
2.	Kristen	16 528 513
3.	Katolik	6 907 873
4.	Hindu	4 012 116
5.	Budha	1 703 254
6.	Khonghucu	117 091
7.	Lainnya	299 617
8.	Tidak terjawab	139 582
9.	Tidak ditanyakan	757 118

Sumber: BPS (2010)⁴

Berdasarkan tabel diatas jumlah penduduk menurut agama yang dianut pada tahun 2010 agama di Indonesia yang menempati jumlah penganut terbesar adalah islam dengan jumlah 207 176 162 jiwa. Dengan demikian besarnya jumlah

³ Sitti Geubrina Beu Aulia, T. Makmur, dan Ahmad Humam Hamid, “Perilaku Konsumsi *fastfood* mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Syiah Kuala Kota Banda Aceh”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah*, Vol. 3, No. 1, (2018), 131.

⁴ BPS Sensus Penduduk 2010, Penduduk Menurut Agama Yang Dianut, <https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321&wid=0>, diakses pada 24 Juli 2019.

tersebut menjadi peluang bagi produk halal untuk berkembang di Indonesia. Melihat adanya agama yang berkembang di Indonesia selain agama islam, memicu munculnya produk-produk luar yang belum berlabel halal juga ikut berpeluang untuk mengembangkan produknya di Indonesia.

Saat ini makanan halal dan haram menjadi topik hangat yang dibahas karena makanan tersebut dibawa kedalam tubuh mereka.⁵ Sebagai konsumen muslim, setidaknya kita bisa lebih selektif dalam memilih makanan yang baik dan halal. Tidak hanya mengutamakan kemasan yang enak dan lezatnya saja, akan tetapi lebih mengutamakan halal dan haramnya. Sebab halal atau haram merupakan suatu keamanan yang sangat mendasar bagi umat islam. Allah telah menegaskan didalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 114:⁶

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِن كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١١٤﴾

Artinya: “Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeqi yang telah diberikan Allah kepadamu dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.” (QS: An-Nahl ayat: 114).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah telah memerintahkan kepada manusia untuk hanya memakan makanan yang halal. Dan dijelaskan pula dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168:⁷

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu

⁵ Sabainah Bachok, dkk., “Customer Awareness And Behavior Intention Towards The Use Of Halal Logo On Restaurants”, 196.

⁶ Al-Qur'an, An-Nahl ayat 114, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Yayasan Penyelenggara penterjemah/pentafsis Al-Qur'an, 1971), 419.

⁷ Al-Qur'an, , Al-Baqarah ayat 168, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 45.

adalah musuh yang nyata bagimu.”(QS: Al-Baqarah ayat : 168).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah memerintahkan kepada manusia untuk makan sesuatu yang halal dan tidak mengandung keburukan atau penyakit. Sudah jelas bahwa halal dan haram jadi hal yang penting bagi konsumen muslim dalam memilih sesuatu yang akan di konsumsi.

Label halal pada kemasan yang ada di Indonesia adalah sebuah logo yang tersusun dari huruf-huruf arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran. Peraturan pelabelan yang dikeluarkan oleh Dirjen POM RI (Direktur Jenderal pengawasan Obat dan Makanan Republik Indonesia). Mewajibkan para produsen produk makanan untuk mencantumkan label tambahan yang memuat informasi tentang kandungan (*ingredient*) dari produk makanan tersebut. Dengan demikian konsumen dapat memperoleh sedikit informasi yang dapat membantu mereka dalam menentukan kehalalan suatu produk.⁸

Kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan yang wajib bagi setiap konsumen muslim. Baik itu produk berupa makanan, obat-obatan maupun barang-barang konsumsi lainnya. Seiring besarnya kuantitas konsumen muslim di Indonesia dengan jutaan jiwa penduduk, dengan sendirinya Indonesia pasar Indonesia menjadi pasar konsumen yang besar. Oleh karena itu, jaminan akan produk halal menjadi suatu hal yang penting untuk mendapatkan perhatian dari negara. Sebagaimana yang tercantum dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945) bahwa Negara berkewajiban melindungi segenap bangsa Indonesia dan mewujudkan kesejahteraan umum.⁹

Consumer awareness (kesadaran konsumen) akan menuntut pihak produsen yang menghasilkan produk agar selalu memperhatikan bahan baku, bahan tambahan, proses produksi dan penyajian, serta mempertimbangkan aspek kehalalan sesuai dengan syariaah islam, karena konsumen yang

⁸ Tengku Putri Lindung Bulan dan Muhammad Rizal, “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang,” *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 5, No.1, (2016): 431.

⁹ May Lim Charity, “Jaminan Produk Halal Di Indonesia”, *Jurnal Legislasi Indonesia*, 14, No. 1, (2017): 99.

mempunyai *awareness* (kesadaran) akan pentingnya produk halal akan cenderung memilih produk yang berlabel halal.¹⁰

Berdasarkan *theory of planned behavior*, kombinasi sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan persepsi atas control perilaku mengakibatkan terbentuknya *behavior intention* (intensi perilaku). Sebagai suatu kaidah umum bahwa sikap yang *favorable* disertai dengan norma subjektif yang sesuai dan dengan adanya persepsi *control* yang memadai akan menyebabkan kuatnya *intention* untuk berperilaku tertentu.¹¹

Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan.¹² Konsumen yang telah melakukan pilihan terhadap berbagai alternatif biasanya membeli produk yang ia sukai, yang membentuk suatu keputusan untuk membeli.¹³

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Tengku Putri Lindung Bulan dengan judul “pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian sosis di kuala simpang kabupaten aceh tamiang”. Hasil penelitiannya adalah berdasarkan hasil uji t maka hipotesis yang menyatakan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang dapat diterima.¹⁴ Penelitian lainnya dilakukan oleh Nurul Huda dan Hulmansyah dengan judul “faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi produk halal pada kalangan mahasiswa muslim”. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel komitmen beragama seseorang memiliki pengaruh besar dalam

¹⁰ Frety Rahmawati, “Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Hoka-Hoka Bento Di Mall Malioboro Yogyakarta”, *Artikel Ilmiah Mahasiswa*, (2017): 2.

¹¹ Hawa'im Marchus dan Purwono, “Pengukuran Perilaku berdasarkan *Theory of Planned Behavior*”, *Jurnal Insan*, Vol. 12, No. 1, (2010): 64.

¹² Dedy Ansari Harahap, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan”, *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol. 7, No. 3, (2015): 232.

¹³ Dedy Ansari Harahap, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan”, 233.

¹⁴ Tengku Putri Lindung Bulan dan Muhammad Rizal, “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang.”, 438.

perilaku mengkonsumsi produk halal, maka perlu ditingkatkan peran masyarakat baik dari internal maupun eksternal dalam mengendalikan perilaku seseorang untuk mengkonsumsi produk halal. Hal tersebut terlihat dari peran kendali perilaku yang memiliki pengaruh yang cukup besar dalam perilaku seseorang untuk mengkonsumsi produk halal.¹⁵

Penelitian yang dilakukan Sabainah Bachok dan kawan-kawan mahasiswa dari Malaysia dengan judul “*customer awareness and behavior intention towards the use of halal logo on restaurants*” penelitiannya tersebut menyatakan bahwa dari perspektif konsumen muslim, produk dengan logo halal jauh lebih bermakna dan sangat penting dibandingkan dengan mereka yang mendapat pengakuan dari ISO atau sertifikasi serupa untuk memproduksi dan menyediakan makanan pangan. Sertifikasi sebuah restoran memang memiliki hubungan positif dengan perilaku pembelian. Meningkatkan level kesadaran terhadap kebersihan dan makanan halal dipandang sebagai faktor pendorong bagi operator restoran untuk mendapatkan sertifikasi dan membangun reputasi baik mereka di mata pelanggan. dengan melakukan ini, restoran dapat menghasilkan lebih banyak pendapatan dan mendapat kepercayaan dari pelanggan.¹⁶

Pada penelitian-penelitian sebelumnya lebih mengkaji mengenai labelisasi halal dan keputusan pembelian. Sedang yang lain mengkaji tentang perilaku konsumsi produk halal. Bertitik tolak dari penelitian-penelitian tersebut, maka peneliti dalam penelitiannya mencoba menggabungkan pengaruh variabel *labelisasi*, variabel *consumer awareness* dan variabel *behavior intention* dengan variabel keputusan pembelian pada *fastfood*.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam karena belum ada penelitian terkait yang dilakukan pada mahasiswa dan karena rata-rata mahasiswa memiliki kebiasaan untuk mengonsumsi makanan cepat saji. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “**Impact**

¹⁵ Nurul Huda, dkk., “Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Kalangan Mahasiswa Muslim”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 2, No. 2, (2018): 268.

¹⁶ Sabainah Bachok, dkk., “*Customer Awareness And Behavior Intention Towards The Use Of Halal Logo On Restaurants*”, 199.

Labelisasi Halal, *Consumer Awareness* Dan *Behavior Intention* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Fastfood* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kudus)”.

B. Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian pada *fastfood* studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.
2. Apakah terdapat pengaruh *consumer awareness* terhadap keputusan pembelian pada *fastfood* studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.
3. Apakah terdapat pengaruh *behavior intention* terhadap keputusan pembelian pada *fastfood* studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian pada *fastfood* studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.
2. Untuk mengetahui pengaruh *consumer awareness* terhadap keputusan pembelian pada *fastfood* studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.
3. Untuk mengetahui pengaruh *behavior intention* terhadap keputusan pembelian pada *fastfood* studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini, secara kongkrit dapat dikategorikan atas dua manfaat, yaitu : manfaat teoritis dan manfaat praktis. Kedua manfaat tersebut dipaparkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan dan informasi dalam penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan tentang dampak

labelisasi halal, *consumer awareness* dan *behavior intention* terhadap keputusan pembelian pada *fastfood*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi diri sendiri
Mengetahui lebih dalam tentang labelisasi halal, *consumer awareness* dan *behavior intention* yang mempengaruhi keputusan dalam membeli *fastfood*.
- b. Manfaat bagi konsumen
Hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi bahan input bagi para konsumen agar meningkatkan aspek kehalalan produk, kesadaran dan niat intensi dalam memutuskan untuk membeli sebuah produk.
- c. Manfaat bagi peneliti lain
Sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya sehingga memudahkan dalam melakukan penelitian dan menganalisis labelisasi halal, *consumer awareness* dan *behavior intention* dan keputusan pembelian.

E. Sistematika Penulisan

1. Bagian Awal

Pada bagian ini terdiri dari : halaman judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan skripsi, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi, halaman daftar tabel dan halaman daftar gambar.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab diantaranya yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang deskripsi pustaka meliputi deskripsi teori mengenai labelisasi halal, *consumer awareness*, *behavior intention*, keputusan pembelian, hasil penelitian

terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, hasil analisis penelitian yang telah peneliti lakukan secara relevan dengan permasalahan dan pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab terakhir dari skripsi berisi tentang kesimpulan dari perumusan masalah, saran-saran yang dirasa perlu dan penutup.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran.

