

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya media informasi pada zaman sekarang, sebuah informasi yang didapatkan oleh konsumen dapat mempengaruhi pola pikir mereka. Kehalalan merupakan suatu hal yang paling penting bagi setiap muslim. Islam selalu mengajarkan konsumen untuk mengkonsumsi kebutuhan hidup yang halal dan baik, dalam makanan dan minuman, pakaian, dan obat-obatan. Hal itu dikarenakan suatu keharusan jika umat muslim harus mengkonsumsi suatu yang halal sesuai syariat islam.¹

Pemerintah dianjurkan memiliki suatu kebijakan yang ditujukan oleh semua umat islam mengenai sangat pentingnya pelabelan yang halal untuk produk. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa kemurnian dan kehalalan barang yang dikonsumsi atau dikonsumsi secara mutlak bagi umat islam harus diperhitungkan.² Pencantuman label halal berfungsi untuk menjamin kepastian status kehalalan produk, memberikan rasa nyaman bagi konsumen muslim dengan proses langkah, bahan baku, pembuatan sendiri produk, sehingga masyarakat tidak ragu-ragu memutuskan untuk berbelanja. Maksudnya produk tersebut secara proses dan isi didalamnya sudah aman diperiksa dan sesuai syariat dalam islam, maksudnya produk tersebut sudah termasuk produk yang layak dikonsumsi tau halal yang tidak terkandung unsur haramnya.

Menurut Kotler dan Amstrong pelabelan merupakan sebuah penanda sederhana yang ditempelkan pada kemasan suatu produk, Untuk itu label mempunyai fungsi yaitu sebagai

¹ Shilachul Alfinul Alim dkk, “Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 62, No. 1 (2018) : 128

² Dewi Kurnia Sari dan Ilyda Sudardjat, “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan pada Mahasiswa kedokteran Universitas Sumatera Utara”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 1, No. 4 (2013) : 50

penunjuk produk atau merek, menggambarkan pada suatu hal tentang produk itu dibuat oleh siapa, kapan produk itu dibuat, kandungannya, dan bagaimana menggunakan produk itu dengan baik dan nyaman dan berpengaruh positioningnya sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dari penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa keputusan pembelian seorang konsumen tidak bisa dianggap remeh karena kepercayaan mereka terhadap suatu produk akan menentukan apakah mereka akan membeli atau tidak produk tersebut. Pemasar yang baik juga harus bisa menjaga dan memantau kepuasan pembelian suatu konsumen mulai dari keputusan pembelian hingga pada tahap pasca pembelian.³

Usaha makanan merupakan jenis usaha yang banyak ditawarkan mulai dari yang sederhana sampai yang memiliki keunikan tersendiri bagi pengusaha makanan. Oleh karena itu pengusaha kuliner harus mampu menyiapkan strategi dan membangun rasa percaya kepada konsumen untuk membuktikan suatu kehalalan produknya. Salah satu persoalan umat muslim adalah tentang produk makanan dan minuman, obat-obatan serta kosmetik. Sesuai dengan ajaran islam, maka umat islam menggunakan produk yang dipakai terjamin halal dan kesucian produknya. Konsep kehalalan umat islam diperuntukkan mengkonsumsi makanan yang halal dan bersih yang layak untuk dikonsumsi menurut ajaran islam. Haram merupakan perlawanan kata dari halal yang dilarang sama Allah. Allah telah menjelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 3 yang artinya "Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah dan daging babi". Dari ayat tersebut Allah telah memberi perintah bahwasannya manusia dianjurkan untuk mengkonsumsi hal-hal yang menurut sudah nyata kehalalannya.

Selain melihat label halal, hal-hal yang dapat menjadi faktor dalam memberikan pengaruh kepada konsumen untuk melakukan tindakan pengambilan keputusan merupakan hal yang penting bagi konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian, diantaranya adalah perlunya

³ Ady Syahputra dan Haroni Doli Hamoraon, "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan dalam Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 2, No.8 : 476

memerhatikan kualitas produk , karena disini kualitas produk memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi konsumen. Konsumen akan melakukan berbagai pertimbangan termasuk dalam mempertimbangkan kualitas produknya yang nantinya mereka akan membeli produk tersebut yang berguna untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan adanya kualitas yang baik maka usaha yang dijalankan mampu mempertahankan dan mampu bersaing dengan pengusaha lain. Kualitas produk yakni mengerti bahwa produk yang akan dipasarkan kepada konsumen memiliki nilai jual yang lebih dibandingkan produk pesaing, sehingga perusahaan berusaha untuk fokus pada kualitas produknya.

Produk dengan tampilan terbaik tidak harus berkualitas tinggi jika tampilannya tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen. Konsumen yang berani menampilkan nilai positif terhadap merek tertentu, maka konsumen itu juga mungkin akan melakukan tindakan pengambilan keputusan secara berulang. Dengan adanya kualitas produk yang baik, maka dengan sendirinya akan memberikan nilai positif terhadap produk itu sendiri. Oleh karena itu, para pelaku usaha nantinya akan semaksimal mungkin untuk mengembangkan inovasi-inovasi baru yang berguna untuk kelangsungan usahanya dimasa depan dan mencapai target sarannya.⁴

Semakin ketatnya persaingan usaha terutama persaingan yang menjual produk sejenis, maka membuat pengusaha dituntut untuk bergerak lebih cepat dan membuat sesuatu yang menarik konsumen. Label halal maupun kualitas produk berdampak terhadap keputusan pembelian dan menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Dengan demikian, para pelaku usaha diusahakan selalu mengadakan promosi produknya karena hal itu merupakan faktor penting yang nantinya bisa merubah pola pikir konsumen dan selanjutnya akan melakukan tindakan pengambilan keputusan pembelian. Setiap pelaku usaha sangat perlu untuk merangkai strategi yang baik guna mempengaruhi tindakan pengambilan keputusan.

⁴ Supriyadi dkk, "Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse Di Fisip Universitas Merdeka Malang), *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 4, No.1 (2017) : 75

Pengambilan keputusan konsumen menggambarkan kemampuan konsumen dalam mewujudkannya dalam bentuk sikap atau memilih atau membeli barang berdasarkan alternatif yang ada.⁵

Tindakan pengambilan keputusan pembelian yang dijalankan oleh konsumen yang pada dasarnya memiliki kesamaan, namun setiap tindakan keputusan akan ditandai oleh gaya hidup, kepribadian usia maupun pendapatan. Tindakan pengambilan keputusan pembelian merupakan pilihan alternatif atau lebih terhadap pilihan tindakan pembelian. Keputusan pembelian juga diartikan sebagai perilaku konsumen untuk menentukan keputusan dalam membeli suatu produk atau sebagai tindakan pengambilan keputusan meliputi keputusan tentang jenis produk, keputusan tentang label halal, keputusan tentang bentuk produk. Pembelian dilakukan didasarkan pada kebutuhan dan keinginan dengan kualitas produk yang ditawarkan konsumen.

Hasil dari penelitian tersebut relevan dengan beberapa penelitian yang telah melakukan penelitian lebih lanjut mengenai labelisasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian pertama yaitu riset yang dilakukan oleh Teungku Putri Lindung Bulan dengan judul “Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang, menyatakan bahwa label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.⁶ Peneliti yang kedua yaitu penelitian yang dilakukan oleh Sonia Cipta Wahyurini, Nurvita Trianasari yang judul “Analisis Pengaruh Label Halal dan harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah” memperoleh hasil bahwa label halal dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.⁷ Penelitian yang ketiga yaitu penelitian yang dilakukan oleh Eri gustian H dan Sujana dengan judul “

⁵ Sonia Cipta Wahyurini dan Nuvita Trianasari, “Analisis Pengaruh Label Halal dan Hargaterhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah”, *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)* 4, No. 1 (2020) : 41

⁶ Teungku Putri Lindung Bulan, “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang”, *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 5, No. 1 (2016) : 438

⁷ Sonia Cipta Wahyurini dan Nurvita Trianasari, “Analisis Pengaruh Label Halal dan harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah”, *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)* 4, No.1 (2020) : 49

Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi Kasus pada Produk Wall's Conello) menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara pelabelan halal dan keputusan pembelian konsumen dengan hubungan yang kuat dan positif.⁸

Jenang Karomah Kudus merupakan industri makanan yang tidak asing yang terdapat di kota Kudus. Objek penelitian ini berlokasi di Kaliputu Kota Kudus. Dalam menjalankan usahanya, di jenang Karomah Kudus dalam memproduksi jenang sangat memperhatikan kualitas produk termasuk bahan bakunya dan bahan penolongnya. Di jenang Karomah Kudus setiap harinya bisa memproduksi berbagai macam rasa, karena di jenang karomah ini produk yang diciptakan tidak hanya satu rasa, tapi bermacam-macam rasa. Kesenjangan atau riset gap yang terdapat dalam Jenang Karomah Kudus yang dijadikan peneliti untuk objek penelitian adalah tentang label halal, karena di jenang karomah kudus ini sertifikat yang halal yang diberikan oleh MUI yang terdapat di Jenang Karomah Kudus masa berlakunya sudah habis dan belum dilakukan perpanjangan pada sertifikat tersebut, dalam hal ini pemilik Jenang Karomah Kudus meyakinkan bahwa hal tersebut tidak menjadi hambatan dalam proses pemasarannya karena label halal adalah yang paling dominan dan utama karena konsumen percaya bahwa barang yang dijual sesuai dengan syariat Islam diimbangi dengan sertifikat halal yang terdapat di Jenang Karomah Kudus, mereka dapat meyakinkan konsumen bahwa produk Jenang Karomah halal dari bahan baku maupun pembuatannya. Permasalahan lain dalam meningkatkan kualitas produk Jenang Karomah Kudus agar selalu memperhatikan kualitas produksinya supaya konsumen lebih merasa puas dan apa yang diharapkan bisa dicapai, hal itu sangat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian Jenang Karomah Kudus.

Tabel 1.1 menunjukkan terjadi turunnya omset dari bulan Juni ke bulan selanjutnya yaitu Juli. Meskipun biasanya presentase omzet dari bulan ke bulan lebih stabil. Jenang Karomah Kudus memiliki kendala dari pelabelan yang belum

⁸ Eri Agustian H dan Sujana, "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Produk Wall's Conello), *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 1, No. 2 (2013) : 177

diperbarui, hal ini bermaksud supaya konsumen lebih yakin dengan produk tersebut, perlunya inovasi yang baru dalam proses produksi sehingga konsumen yang membeli di Jenang Karomah akan melakukan pembelian secara berulang.

Hal lain juga disebabkan karena terjadinya kenaikan bahan baku pembuatan produk sehingga bisa mempengaruhi kualitas produknya. Disamping itu juga ketersediaan beberapa produk yang ada di toko kosong sehingga konsumen beralih ke toko yang lain. Hal tersebut yang menjadikan omset dibulan Juni-Juli mengalami penurunan.

**Tabel 1.1 Omset Penjualan Jenang Karomah Kudus
Bulan Juni – Juli**

Keterangan	Juni	Juli
Pendapatan	Rp. 57.245.900	Rp. 103.382.000
Pengeluaran	Rp. 25.374.500	Rp. 72.157.900
Nett Omset	Rp. 32.303.500	Rp. 31.808.100

Sumber : Jenang Karomah Kudus, 2021

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, penulis tertarik untuk membahas lebih dalam dengan memilih judul: **“PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JENANG KAROMAH KUDUS”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah label halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian Jenang Karomah Kudus?
2. Apakah kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian Jenang Karomah Kudus ?
3. Apakah label halal dan kualitas produk mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Jenang Karomah Kudus ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat ditentukan tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Jenang Karomah Kudus.

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Jenang Karomah Kudus.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh label halal dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian Jenang Karomah Kudus.

D. Kontribusi Penelitian

Riset ini harapannya memberikan kontribusi dalam hal teoritisnya ataupun dalam segi praktisnya, yaitu :

1. Kontribusi Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan penelitian yang sejenis.
 - b. Hasil riset ini dapat dijadikan contoh oleh penulis yang membutuhkan tentang informasi label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Jenang Karomah Kudus.
 - c. Membuktikan kebenaran teori regresi terhadap pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Jenang Karomah Kudus.
2. Kontribusi Praktis
 - a. Bagi peneliti terdahulu
Dapat memperluas ilmu dan memberikan pengalaman mengenai hal yang dapat memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian Jenang Karomah dan dapat memahami lebih dalam memberikan pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Jenang Karomah Kudus.
 - b. Bagi perusahaan
Dapat memahami perilaku konsumen saat memutuskan untuk membeli suatu produk khususnya Jenang Karomah Kudus. Riset ini juga bisa digunakan acuan untuk pembaruan label halal dan peningkatan kualitas produk agar dapat melibatkan pelanggan dalam pembeliannya.
 - c. Bagi masyarakat
Dari dilaksanakannya penelitian ini, diharapkan bisa menjadi pusat informasi masyarakat mengenai pentingnya pentingnya label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Jenang Karomah Kudus.

E. Sistematika Penulisan

Sistem penulisan merupakan cara yang mudah untuk menyusun laporan dari garis besar bab demi bab. Sistem penulisan ini terdiri dari :

1. Bagian Awal

Pada bagian awal ini berisi : halaman judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan skripsi, halaman pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi, daftar gambar, daftar tabel dan daftar lampiran.

2. Bagian Isi

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan ini dikemukakan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bagian ini menjelaskan tentang uraian teori tentang label halal, kualitas produk, dan keputusan pembelian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi uraian tentang jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, sumber data, populasi dan sampel penelitian, variable penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian yang didalamnya memuat gambaran obyek penelitian dan hasil analisis data dan pembahasan

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, saran dan penutup

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir ini berisi tentang daftar pustaka, riwayat hidup dan lampiran.