

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sekarang ini industri halal adalah sektor pertumbuhan ekonomi baru di dunia. Indonesia menjadi Negara dengan jumlah penduduk Islam terbanyak di dunia menjadi salah satu potensi bisnis industri halal. Industri halal bukan hanya mengenai makanan, namun juga mencakup industri obat-obatan, kosmetik, produk kesehatan, dan komponen sektor layanan seperti logistik, pemasaran, pencetakan dan media elektronik, kemasan, dan *branding*.³ Meningkatnya permintaan konsumen muslim untuk produk halal adalah peluang bisnis untuk produsen atau perusahaan.⁴ Sehingga perhatian terhadap perilaku konsumen muslim dari produk halal merupakan bagian dari penilaian pasar yang mencapai sukses dalam halal industri.⁵ Selain itu, Sungkar, menggarisbawahi bahwa respon konsumen terhadap produk halal merupakan penentu penting dalam memandang potensi dan pengembangan industri halal saat ini.

Haram dan halal merupakan hal yang paling penting dalam Islam karena merupakan substansi atau dasar dari hukum Islam. Perintah mengkonsumsi makanan halal dalam Al Qur'an menjadi dasar bagi seorang muslim untuk memperhatikan, memilih dan mengkonsumsi makanan halal.⁶ Allah SWT. berfirman dalam Al Qur'an memberi larangan bagi mereka yang memakan makanan yang diharamkan menurut ajaran Islam. Didalam surah *al-Maidah* (5) ayat 3, yang artinya "*Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging)*

³ Elasrag, H, "*Halal Industry: Key Challenges and Opportunities*" (2016).

⁴ Walker, M., Buchta, D., Reuter, T., & Gott, J., "*Addressing the Muslim Market: Can You Afford Not To?*", Illinois: AT Kearney. (2007).

⁵ Ah. Zaenal Arifin, Annisa Nur Salam, "Analysis of Millennial Generation Behavior in Consuming Halal Products: Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) Method", *IQTISHADIA Vol. 12 (2) (2019): 266-287*.

⁶ Multimatul Faidah, "Serifikasi Halal di Indonesia dari Civil Society Menuju Relasi Kuasa antara Negara dan Agama", *Islamica Vol. 11 No. 2 (2017), 452*.

hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah SWT., tercekik, dipukul, jatuh, ditanduk, dan yang diterkam hewan buas, kecuali sempat untuk disembelih. Dan (diharamkan pula) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan pula) mengundi nasib dengan azlam (anak panah) (karena) itu suatu perbuatan fasik. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka, tetapi takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Aku sempurnakan agamamu untukmu, dan telah Aku cukupkan nikmat-Ku bagimu, dan telah Aku ridhai Islam sebagai agamamu. Tetapi barang siapa terpaksa karena lapar bukan karena ingin berbuat dosa, maka sungguh, Allah SWT. Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” Firman Allah SWT. di atas memberikan petunjuk kepada kita agar mengkonsumsi makanan maupun minuman yang halal dan sehat bagi tubuh selain itu, cara memperolehnya juga dengan cara yang baik dan dibenarkan dalam ajaran agama Islam.

Dalam dunia bisnis, sebenarnya sebagian besar aktivitas individu mengarah pada persoalan jual beli, meskipun prinsip jual beli bisa berarti sangat luas, melakukan jual beli dibenarkan dalam Al Qur'an, "*Allah SWT. menghalalkan jual beli, dan mengharamkan riba*" (QS. *al-Baqarah* (2): 275).⁷ Makan makanan halal menjadi sangat penting bagi umat Islam. Hukum Islam mengatur bagaimana memenuhi kebutuhan pangan dan sandang manusia, sebagaimana disebutkan dalam Surah *al-Maidah* (5) ayat 88. Kecuali dalam kasus yang dinyatakan haram dan atau melampaui aturan Islam dan telah dipaparkan di Al Qur'an, Surah *al-Maidah* (5), ayat 3.

Ayat-ayat di atas adalah peringatan bagi umat Islam ketika mereka membeli atau mengkonsumsi produk, termasuk makanan dan minuman. Jika produk diketahui dengan jelas menurut Al Qur'an, konsumen muslim bisa makan dengan tenang. Konsumen muslim perlu lebih berhati-hati dalam memilih produk untuk dikonsumsi karena di zaman modern ini, ketika ilmu pengetahuan dan teknologi telah meningkat, pengetahuan tentang makanan

⁷ Farid, *Kewirausahaan Syariah*, (Depok: Kencana, 2017), 165.

tidak dapat ditentukan dengan tangan atau secara mudah. Akan tetapi membutuhkan langkah penilaian dengan pemahaman serta teknologi tertentu.⁸ Selain itu, beralihnya *life style* non-Muslim mempengaruhi jual beli dan pangan, seperti yang terjadi saat ini. Sertifikasi halal tersedia untuk memastikan produk halal dan dapat dikeluarkan oleh lebih dari ratusan instansi lisensi halal di dunia.⁹ Salah satu lembaga di negara Indonesia yang berwenang mengeluarkan sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Lembaga ini memantau dan menganalisa produk yang beredar di masyarakat dengan menawarkan sertifikat Halal sehingga produk yang sudah memiliki sertifikat Halal dapat memiliki label Halal pada setiap produknya. Artinya produk tersebut telah lolos proses verifikasi dan kandungannya serta tidak mengandung unsur yang diharamkan menurut ajaran Islam, atau produk tersebut telah masuk kategori produk Halal dan tidak mengandung unsur yang haram serta aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat konsumen muslim.¹⁰ Berdasarkan kondisi tersebut, tidak tertutup kemungkinan suatu produk yang dinilai memiliki jaminan kehalalan yang tinggi sekaligus dapat membangkitkan minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Produk yang halal dan berkualitas merupakan prasyarat penting bagi perkembangan pangan dan sandang lokal di Indonesia lebih lanjut, terutama untuk dapat bersaing dengan produk lain di dalam dan luar negeri. Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Makanan halal menjadi makanan utama permintaan konsumen muslim.

⁸ Ah. Zaenal Arifin, Annisa Nur Salam, "Analysis of Millennial Generation Behavior in Consuming Halal Products: Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) Method", *IQTISHADIA Vol. 12 (2) (2019)*: 266-287.

⁹ Anggit Listyoningrum, "Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya", *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 2, no. 1 (2012): 40-51, diakses pada 05 November, 2021, <http://www.jurnal.uui.ac.id>.

¹⁰ Anggit Listyoningrum, "Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya", *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 2, no. 1 (2012): 40-51, diakses pada 05 November, 2021, <http://www.jurnal.uui.ac.id>.

Oleh karena itu, peluang pasar baik dan halal sangat besar dan menjanjikan.¹¹

Makanan halal adalah salah satu masalah terpenting di Indonesia, karena sebagian besar penduduk Indonesia beragama Islam. Meskipun sebagian besar penduduk Indonesia beragama Islam, namun Indonesia tidak dianggap sebagai negara yang berdasarkan hukum Islam. Saat ini populasi Muslim Indonesia diperkirakan 207 juta orang dari jumlah penduduknya yaitu 267 juta orang.¹² Menurut Aikat, generasi milenial lahir antara tahun 1981 hingga 2000. Jika dihitung sejauh ini, generasi milenial akan berusia 20 hingga 40 tahun. Karakteristik milenial: penting, terlindungi, percaya diri, dapat dipercaya, dipimpin oleh tim, fokus, dan tertekan. Satu teori menyatakan bahwa milenium adalah produk dari mencintai orang, mengatur kehidupan, dan berhubungan dengan orang yang berbeda. Ini bekerja untuk milenium, yang dapat menyebabkan masalah dan tantangan.¹³ Indonesia memiliki generasi milenial sekitar 105 juta penduduk, dari jumlah penduduk 267 juta orang. Jumlah ini dapat mencapai setengah dari total penduduk di Indonesia, yang berarti generasi milenial di Indonesia berperan penting dalam biaya dan laju ekonomi konsumsi masyarakat. Dengan ini milenial adalah konsumen terbesar dalam sejarah.¹⁴

Generasi milenial memiliki selera dan perilaku yang berbeda di bidang ekonomi dalam membeli dan bagaimana mengkonsumsi produk atau jasa yang tersedia. Hari ini adalah waktu ketika generasi milenial sebagai mayoritas telah memasuki dunia kerja. Mereka memiliki penghasilan yang relatif tinggi dan tumbuh dengan cepat,

¹¹ Tian Nur Ma'rifat, "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Olahan Ayam Bersertifikat Halal di Provinsi D.I Yogyakarta", (Prosiding Seminar Agroindustri dan Lokakarya Nasional FKPT-TPI Program Studi TIP-UTM, 2-3 September, 2015).

¹² Indonesia.go.id, Agama, Retrieved November 1, 2020, from Portal Informasi Indonesia, (2020), website: <https://indonesia.go.id/profil/agama>

¹³ Aikat, D, "Millennials Usher a Post-Digital Era: Theorizing how Generation Y Engages with Digital Media, In Mediated Millennials (Studies in Media and Communications)", Vol. 19, (2019), 9-29.

¹⁴ Anca. B, A Review of the Specific Characteristics of the Generation Y Consumer, Marketing From Information to Decision, (2015), 28-47.

menentukan daya tarik generasi sekarang dan masa depan, dengan demikian dapat meningkatkan pengaruh pasar bisnis dan ekonomi. Generasi milenial akan memiliki pengaruh dalam menentukan tren penggunaan produk terutama sejak memasukinya.¹⁵

Selama ini, teknologi digital mulai merambah semua aspek kehidupan secara bersamaan sehingga perubahan gaya hidup konsumen generasi milenial sangat terlihat, generasi milenial adalah generasi modern yang hidup pada pergantian millennium. Dari hasil perapihan umum dari data administrasi dan SP2020 (September) menyebutkan bahwa generasi milenial di daerah Kabupaten Jepara berjumlah sekitar 235.845 jiwa dari 1.184.947 jumlah penduduknya¹⁶ dan mereka memiliki pola perilaku dimana mereka sering melakukan pembelian atau mengkonsumsi makanan di restoran ataupun di tempat makan di pinggir jalan. Jadi, perlu adanya keabsahan kehalalan dari setiap produk yang dijual sehingga terhindar dari unsur haram didalamnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, menjadi menarik untuk dilakukan analisis lebih lanjut tentang perilaku konsumsi generasi milenial, terutama dalam mengkonsumsi produk halal. Secara khusus penelitian ini memiliki tujuan: Pertama, untuk melihat sejauh mana generasi milenial menggunakan teknologi digital dalam kegiatan konsumsinya. Hal ini terlihat dari generasi milenial di penggunaan teknologi dalam pembayaran, penggunaan teknologi dalam pemesanan produk dan aktivitas belanja *online*. Kedua, penelitian ini bertujuan untuk meninjau seberapa jauh generasi milenial memiliki sikap kesadaran halal (*halal awareness*) dalam mengkonsumsi produk. Hal ini dilihat dari pengetahuan mereka tentang logo halal dan kegiatan pengecekan

¹⁵ Ah. Zaenal Arifin, Annisa Nur Salam, "Analysis of Millennial Generation Behavior in Consuming Halal Products: Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) Method", *IQTISHADIA Vol. 12 (2) (2019): 266-287*.

¹⁶ Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara, Hasil Perapihan Umum dari Data Administrasi dan SP2020 (September, 2020), diakses pada 06 Januari 2022, <https://jeparakab.bps.go.id>

keabsahan suatu produk sebelum dikonsumsi. Ketiga, penelitian ini selanjutnya bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *Islamic branding* dan *religiosity* terhadap minat beli dalam mengonsumsi olahan produk berlabel halal yang dirasakan oleh generasi milenial di Kabupaten Jepara.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, ada beberapa permasalahan yang akan digali dalam penelitian ini. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah *Islamic Branding* berpengaruh terhadap *Millennial Generation Behavior* dalam mengonsumsi olahan produk berlabelisasi halal di Kabupaten Jepara?
2. Apakah *Religiosity* berpengaruh terhadap *Millennial Generation Behavior* dalam mengonsumsi olahan produk berlabelisasi halal di Kabupaten Jepara?
3. Apakah *Islamic Branding* dan *Religiosity* berpengaruh terhadap *Millennial Generation Behavior* dalam mengonsumsi olahan produk berlabelisasi halal di Kabupaten Jepara?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menguji pengaruh *Islamic branding* terhadap *millennial generation behavior* dalam mengonsumsi produk berlabelisasi halal di Kabupaten Jepara.
2. Untuk menguji pengaruh *religiosity* terhadap *millennial generation behavior* dalam mengonsumsi produk berlabelisasi halal di Kabupaten Jepara.
3. Untuk menguji pengaruh *Islamic branding* dan *religiosity* terhadap *millennial generation behavior* dalam mengonsumsi produk berlabelisasi halal di Kabupaten Jepara.

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis
 - a. Menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya untuk penelitian yang berkaitan dengan *Millennial Generation Behavior* dalam Mengkonsumsi Olahan Produk yang Berlabelisasi Halal.
 - b. Bagi program studi Manajemen Bisnis Syariah, ini merupakan tambahan studi kasus berikutnya, dan kemudian dikembangkan sebagai ilmu manajemen dan bisnis syariah yang terkait dengan *Millennial Generation Behavior* dalam Mengkonsumsi Olahan Produk yang Berlabelisasi Halal.
2. Aspek Praktis
 - a. Hasil penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, serta bahan literasi dan informasi bagi masyarakat.
 - b. Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi Lembaga Industri Halal, Pelaku Usaha Bisnis dan Generasi Milenial untuk mempertimbangkan agar berkembang yang lebih baik.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memberikan gambaran dan gambaran agar selanjutnya diperoleh suatu rancangan sesuai dengan aturan penulisan. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagian awal

Bagian awal dari skripsi ini berisi halaman judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan Badan Pengkajian Munaqosah, halaman pengesahan karya, halaman motto, halaman persembahan, pedoman transliterasi arab-latin, halaman kata pengantar, abstrak, halaman daftar isi, daftar tabel dan daftar.

2. Bagian isi

Bagian ini merupakan bagian pokok dari pembahasan skripsi yang terdiri dari lima bab, diantaranya:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi landasan teori yang terdiri dari teori-teori yang mencakup konsep halal dan landasan hukum olahan produk halal, titik kritis kehalalan, contoh olahan produk yang perlu dicermati kehalalannya, dan *millennial generation behavior* serta teori-teori lainnya yang mendukung. Selain itu bab ini berisi penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik, serta analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum Kabupaten Jepara, gambaran umum responden, hasil uji validitas dan reliabilitas, hasil uji asumsi klasik, analisis data, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang simpulan, keterbatasan penelitian, saran dan penutup.

3. Bagian Akhir

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

