

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia adalah negara berpenduduk mayoritas muslim terbesar dan memiliki populasi muslim terbesar dibandingkan negara lain. Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 241,7 juta penduduk. Jumlah tersebut setara dengan 87,02% dari populasi dalam negeri yang mencapai 277, 75 juta jiwa hingga akhir tahun 2022 (Rizaty, 2023). Potensi jumlah penduduk muslim di Indonesia yang besar, Indonesia berupaya memberikan peran terbaiknya melalui berbagai bentuk atau model industri halal. Indonesia berupaya serius dalam memposisikan diri sebagai pusat halal dunia dan sebagai pelopor dalam globalisasi industri halal. Pemerintah mendirikan otoritas khusus dalam perkembangannya yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Adanya BPJPH bertujuan untuk mendukung potensi pasar produk halal domestik yang terbilang besar, hal ini sejalan dengan kecenderungan populasi penduduk muslim Indonesia (Hermawan & dkk, 2022).

Mengamati kondisi potensi industri halal pada tingkat global dan Indonesia, akan tampak bahwa peluang untuk pengembangan industri halal sangat besar. Seluruh umat muslim di dunia tentunya membutuhkan produk yang halal. Wajar jika saat ini beberapa negara di belahan dunia mulai berlomba-lomba untuk mendapatkan potensi industri halal yang dapat dibidang cukup besar tersebut (Warto & Arif, 2020). Adanya perkembangan ini, pemerintah telah menerbitkan Undang-Undang No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Hadirnya Undang-Undang ini sebagai upaya untuk mewujudkan terlaksananya jaminan produk halal yang tujuannya mencakup dua hal. Pertama, memperbanyak nilai lebih kepada pengusaha untuk menjual dan memproduksi produk halal. Kedua, memberi kenyamanan terhadap masyarakat yang menggunakan dan memakai produk tersebut. Dengan adanya Undang-Undang ini ada dua pihak yang diuntungkan yaitu pembeli sebagai pemakai produk dan produsen sebagai penyedia produk halal. Pada Undang-Undang ini mengemukakan bahwa produk halal ialah produk yang sesuai dengan syariat Islam, sedangkan jaminan atau tanggungan produk halal ialah ketetapan hukum terhadap kehalalan suatu produk yang ditandai dengan sertifikat halal. Selain itu Undang-Undang ini juga menyatakan bahwa produk yang beredar, masuk, maupun yang diperdagangkan di Indonesia diwajibkan bersertifikasi halal (Zahrah & Fawaid, 2019).

Beberapa tahun terakhir pertumbuhan industri halal mengalami peningkatan, rata-rata jumlah produk di Indonesia tersertifikasi halal setiap tahunnya. Berdasarkan data Sistem Informasi halal (SiHALAL) per Oktober 2022, selama kurun waktu 2019-2022, tercatat sebanyak 749.971 produk di Indonesia telah bersertifikat halal. Dari data tersebut rata-rata terdapat 250 ribu produk per tahun yang berhasil tersertifikasi halal. Jika dibandingkan dengan angka sertifikasi halal sebelum dikelola BPJPH, jumlah produk yang

tersertifikasi halal sebanyak 100 ribu pertahunnya, maka hal ini mengalami kenaikan yang signifikan. BPJPH terus berupaya dalam meningkatkan capaian tersebut yang dilakukan untuk mencapai cita-cita agar Indonesia menjadi produsen produk halal nomor 1 di dunia pada tahun 2024 nanti (Indah, 2022). Peningkatan tersebut tidak lepas dari peran para pelaku UMKM maupun pengusaha di Indonesia, yang mana dengan adanya label halal pada suatu produknya dimanfaatkan oleh seorang pebisnis dalam menarik minat penduduk Indonesia khususnya penduduk muslim. Pada akhirnya akan menciptakan pola pikir masyarakat bahwa label halal merupakan hal yang sangat penting dan menjadi pertimbangan dalam suatu keputusan pembelian.

Mohamed, Shamsudin dan Rezai (2013) menunjukkan bahwa konsumen peka terhadap fakta bahwa informasi yang salah dapat mengakibatkan hilangnya tingkat kepercayaan mereka dan itu juga akan mempengaruhi keputusan pembelian yang diinginkan. Alam dan Sayuti (2011) menjelaskan bahwa sebagai konsumen diperlukan pemahaman dan pengetahuan yang tinggi untuk dapat memilih produk halal. Perilaku membaca label dipengaruhi oleh persepsi dan keyakinan agama seseorang. Agama merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan untuk menentukan sikap, nilai dan perilaku seorang konsumen karena agama merupakan faktor terpenting dalam suatu budaya. Agama berperan penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen (Riyanto et al., 2020).

Peneliti mengambil objek penelitian pada konsumen santri yang berstatus mahasiswa di kabupaten Bangkalan karena ingin mengetahui tingkat kesadaran dalam mengkonsumsi produk halal dalam kehidupan sehari-harinya, yang mana pemilihan prioritas suatu produk halal seharusnya diterapkan oleh santri karena memegang ajaran Islam sesuai dengan bekal pengetahuan dari pesantren yang telah didapatkan. Pondok pesantren mampu memberikan perilaku yang membiasakan santri untuk menerapkan konsep halal di bidang konsumsi yang dibutuhkan maupun yang lainnya. sehingga para santri akan mendapatkan dampak konsumsi halal yang berupa keberkahan maupun kesehatan atas produk halal (Sariati & Mutafarida, 2019).

Hasil penelitian Megawati dan Mardi (2014) dengan menggunakan 3 variabel yaitu pengetahuan, nilai religiusitas, dan sikap yang mana didalamnya dijelaskan bahwa agama mempengaruhi perilaku membaca label halal, pengetahuan tentang label halal pada seorang muslim lebih baik dibandingkan non muslim. Nilai-nilai religiusitas mempengaruhi sikap dalam membaca label halal, yang mana semakin baik seseorang maka semakin baik pula sikapnya. Usia juga mempengaruhi perilaku membaca label halal, responden yang lebih muda memiliki perilaku membaca label yang lebih baik dibandingkan responden yang lebih tua. Agama dan sikap mempengaruhi perilaku membaca label produk makanan halal. Responden beragama Islam mempunyai perilaku membaca label halal lebih baik dibandingkan dengan responden beragama non-Muslim. Selain itu, semakin baik sikap responden maka semakin baik pula perilaku membaca label halal responden. Dalam penelitian Elfira dan Dewi (2018) dengan menggunakan 3 variabel yaitu *halal*

knowledge, *Islamic religiosity*, dan *attitude*. Menyatakan bahwa *halal knowledge* dan *Islamic religiosity* tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavior* konsumen muslim generasi Y di Surabaya dalam pembelian produk kosmetik halal, variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap *consumer behavior* adalah *attitude*. Dari kedua peneliti terdahulu dapat dijadikan pembaharuan untuk peneliti sekarang dengan menggunakan 3 variabel bebas yaitu *halal knowledge*, *Islamic religiosity*, dan faktor demografi untuk memprediksi perilaku pembacaan label halal. Ketiga variabel tersebut dipilih karena dalam penelitian terdahulu ada yang berpengaruh maupun yang tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumen muslim terhadap produk halal, maka perlu dilakukan penelitian kembali di wilayah yang berbeda untuk mengetahui hasilnya.

Berdasarkan paparan yang telah dikemukakan, adalah penting dilakukan penelitian dengan judul “**Prediksi Halal Label Reading Behavior Pada Santri Mahasiswa Di Kabupaten Bangkalan**” untuk memprediksi perilaku membaca label halal melalui *halal knowledge*, *Islamic religiosity*, dan faktor demografi, pada keputusan pembelian produk terutama bagi santri mahasiswa di wilayah kabupaten Bangkalan yang tersebar diberbagai daerah untuk memahami suatu produk halal. Selain untuk memenuhi kebutuhan produk halal, santri dapat merasa aman karena produk telah dipastikan berlabel halal dan memiliki sertifikasi halal. Label halal dan sertifikasi halal menjadi sangat penting adanya dalam suatu produk yang akan dikonsumsi oleh masyarakat sehari-hari, oleh karena itu sangat penting untuk memastikan terlebih dahulu kehalalan suatu produk sebelum memastikan untuk membeli produk tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *halal knowledge* dapat memprediksi perilaku membaca label halal pada suatu produk oleh santri mahasiswa di kabupaten Bangkalan ?
2. Apakah *Islamic religiosity* dapat memprediksi perilaku membaca label halal pada suatu produk oleh santri mahasiswa di kabupaten Bangkalan ?
3. Apakah faktor demografi dapat memprediksi perilaku membaca label halal pada suatu produk oleh santri mahasiswa di kabupaten Bangkalan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah *halal knowledge* dapat memprediksi perilaku membaca label halal pada suatu produk oleh santri mahasiswa di kabupaten Bangkalan.
2. Untuk mengetahui apakah *Islamic religiosity* dapat memprediksi perilaku membaca label halal pada suatu produk oleh santri mahasiswa di kabupaten Bangkalan.

3. Untuk mengetahui apakah faktor demografi dapat memprediksi perilaku membaca label halal pada suatu produk oleh santri mahasiswa di kabupaten Bangkalan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Peneliti

Adapun manfaat bagi peneliti adalah peneliti dapat menambah wawasan mengenai bagaimana tingkat pengetahuan halal khususnya tentang produk halal yang akan dikonsumsi oleh santri mahasiswa. Dengan adanya penelitian ini, peneliti dapat mempelajari secara langsung dan mengetahui tentang perilaku membaca label halal pada santri mahasiswa di kabupaten Bangkalan.

2. Manfaat Bagi Santri Mahasiswa

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah dapat menciptakan kebiasaan perilaku membaca label halal pada suatu produk dalam kehidupan sehari-hari nya serta dapat membantu meningkatkan kesadaran halal pada suatu produk oleh seseorang yang mengkonsumsinya.

3. Manfaat Bagi Perguruan Tinggi

Adapun manfaat yang diberikan untuk perguruan tinggi yaitu dengan adanya penelitian ini dapat menjadi sebuah kajian literatur tambahan oleh seluruh pihak yang ada di perguruan tinggi dan dapat diakses oleh semua orang, terkhusus pada kalangan yang memiliki fokus penelitian yang sama.

1.5. Target Luaran

Target luaran dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Target Luaran

No.	Jenis	Indikator Capaian
1.	Proposal penelitian	Tercapai
2.	Laporan kemajuan MBKM penelitian	Tercapai
3.	Laporan akhir MBKM penelitian	Tercapai
4.	Logbook kegiatan penelitian	Tercapai
5.	Poster	Tercapai
6.	Draft artikel ilmiah	Tercapai
7.	Pemakalah dalam temu ilmiah internasional	Tercapai
8.	HKI Poster	Tercapai

1.6. Jadwal Penelitian

Tabel 1. 2 Jadwal Penelitian

No .	Jenis Kegiatan	Tahun 2023				
		8	9	10	11	12
1	Koordinasi bersama dosen pembimbing					
2	Menentukan judul penelitian dan mengidentifikasi permasalahan yang diangkat					
3	Penyusunan proposal penelitian					
4	Review proposal penelitian					
5	Seminar proposal penelitian atau sempro					
6	Menyusun pertanyaan penelitian					
7	Melakukan penelitian ke lokasi penelitian					
8	Pengumpulan data dan mengolah data					
8	Menyusun laporan kemajuan dan pengerjaan artikel/jurnal sebagai tugas luaran					
10	<i>Conference</i> Internasional					
11	Seminar hasil penelitian atau sidang MBKM Riset					