

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman dari waktu ke waktu dan kehidupan manusia di muka bumi ini membawa perubahan, contohnya pada aspek muamalah tentang jual beli. Dahulu jual beli didominasi oleh transaksi tatap muka atau *face to face*, sedangkan saat ini aktivitas dagang dapat dilakukan secara *online* di *market place* misalnya. Islam sudah memberi ruang mengelola pelaksanaan muamalah tersebut agar bisa terus berkembang tanpa harus bertentangan dengan syariat yang telah ditetapkan.

Indonesia sebagai negara dengan penduduknya didominasi yang beragama Islam, di bulan Juni 2021 jumlah penduduk Indonesia menurut Direktorat Jenderal Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kementerian Dalam Negeri berkisar 272.229.372 jiwa¹ dimana 87% penduduknya beragama Islam atau muslim.² Perkembangan dan peningkatan kehidupan manusia akan mempengaruhi laju pertumbuhan ekonomi juga.³ Terjadinya pertumbuhan tidak terlepas dari peran pengusaha. Pengusaha mendapatkan peluang dan menggunakannya untuk dijadikan pasar yang berpotensi dapat mengedarkan produk yang beragam.

¹ Pengelolaan Informasi Administrasi Kependudukan, "Distribusi Penduduk Indonesia Per Juni 2021: Jabar Terbanyak, Kaltara Paling Sedikit," dalam <https://ducapil.kemendagri.go.id>. Akses tanggal 18 November 2021

² Advenia Elisabeth/MPI, "Sebanyak 87 Persen Beragama Islam, OJK Sebut RI Harus Jadi Pusat Keuangan Syariah," dalam www.idxchannel.com. Akses tanggal 14 November 2021

³ Chandra Natadipurba, *Ekonomi Islam 101* (Bandung: PT. Mobidelta Indonesia, 2016), 231

Akibatnya, masyarakat Indonesia memiliki persepsi yang beragam pada sebuah produk dan tidak sedikit yang beranggapan bahwa produk berlabel halal sangat penting dalam memutuskan pembelian, apalagi konsumen tersebut termasuk orang-orang dengan latar belakang dan usia yang berbeda, mulai dari SD, SMP, SMA, Santri, Mahasiswa dan lain-lain.

Literasi Halal yang memadai akan menuntun pada pemahaman yang baik. Konsumen muslim sangat perlu mengetahui cara mengklasifikasi dan memilih produk yang halal untuk dikonsumsi karena di zaman sekarang ini kategori produk tidak hanya makanan tetapi juga minuman dan kebutuhan lainnya, dimana tidak menutup kemungkinan produk tersebut didatangkan dari berbagai negara yang tidak hanya negara Islam saja. Oleh karena itu, literasi dibutuhkan serta berguna dalam memutuskan sikap pembelian suatu produk. Sesuai yang Allah perintah kepada hamba-Nya agar mengupayakan mengonsumsi yang halal, Allah berfirman dalam Al-Qur'an:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ – ٨٨

“Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya” QS. Al-Maidah [5] : 88⁴

Dan Hadits Nabi

إِنَّ الْحَالَ بَيْنَ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ، وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ، لَا يَعْلَمُهَا كَثِيرٌ

مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ فَقَدْ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِرْضِهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي

الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ

⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia, “QUR’AN KEMENAG,” dalam <https://quran.kemenag.go.id/>. Akses tanggal 11 November 2021

“Yang halal itu jelas dan haram itu jelas diantara keduanya itu ada sesuatu yang syubhat (samar-samar). Kebanyakan diantara manusia tidak mengerti hal itu. Maka barang siapa yang menjaga dirinya dari sesuatu yang samar-samar itu berarti telah menjaga agamanya dan kehormatannya dan barang siapa telah menjatuhkan dirinya (melakukan sesuatu) terhadap syubhat itu berarti menjatuhkan dirinya (melakukan) yang haram.” (HR. Bukhari).⁵

Kedua pedoman umat Islam di atas, secara tegas menyebutkan untuk selalu makan makanan halal dan baik. Sehingga, konsumen muslim saat ini dituntut untuk cerdas dan cermat dalam mengelompokkan dan mengklasifikasikan semua jenis produk yang nantinya akan dikonsumsi serta menghindari produk yang tidak jelas (*syubhat*). Permasalahannya saat ini adalah tingkat pengetahuan dan kesadaran tentang Halal di kalangan umat Islam dalam mengonsumsi produk halal masih rendah. Akibatnya, banyak konsumen muslim yang belum mengetahui betul terkait produk yang dikonsumsi tersebut merupakan produk yang boleh atau tidak dikonsumsi.

Suatu kepandaian yang dimiliki seseorang tentang suatu objek atau benda yang digunakan atau dilakukan dinamakan literasi. Literasi halal adalah kemampuan membedakan suatu produk, baik halal maupun haram, berdasarkan Syariah.⁶ Untuk membandingkan kehalalan atau keharaman suatu produk, tidak mungkin mengetahui hanya melalui label produk.

Selain pengetahuan kehalalan, ada juga masalah lain karena kurangnya kesadaran tentang produk halal. Sesuai dengan persyaratan Muslim untuk menjamin kesopanan dan kesucian produk konsumen, setiap konsumen Muslim perlu secara sadar menerapkannya sekaligus melindungi

⁵ Kitab Jami'ul Ulum Wal Hikam, Bab Awal Kitab, Juz 1 Halaman 66

⁶ Dinar Bagja Pratama dan Neneng Hartati, “Pengaruh Literasi Halal Dan Religiositas Terhadap Konsumsi Produk Halal Pada Mahasiswa MKS UIN Sunan Gunung Djati Bandung,” *Finansha-Journal of Sharia Financial Management* 1, no. 2 (2020): 1–12.

dirinya dari makanan yang tidak sehat, baik atau buruk bagi kesehatan. Kesadaran adalah kemampuan untuk peka terhadap fakta dan objek, konsep yang berkaitan dengan pemahaman dan persepsi tentang peristiwa atau subjek.⁷

Bangkalan yang mayoritas penduduknya merupakan seorang muslim, dikenal dengan tradisi menitipkan pendidikan keturunannya di pondok pesantren. Oleh karena itu, tidak heran apabila di Bangkalan kerap ditemui beberapa pondok pesantren. Pesantren sebagai fasilitator pendidikan, merupakan satu pangsa pasar yang potensial dalam pendistribusian produk halal yang sebagian besar konsumennya adalah kalangan pelajar.

Setidaknya terdapat 146 Pondok Pesantren di Kabupaten Bangkalan yang tersebar di beberapa kecamatan dengan jumlah santrinya yang mencapai angka 15.525 jiwa. Hampir di setiap kecamatan terdapat pondok pesantren hal ini menunjukkan bagaimana masyarakat sangat mempercayakan pendidikan anaknya pada lembaga tersebut.

⁷ Nikmatul Rohmah, "Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding Dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Luwak White Coffee Pada Masyarakat Desa Danau Kecamatan Palepat Ilir Kabupaten Bungo," Skripsi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2020. 6

Tabel 1.1 Rekap Pondok Pesantren Kabupaten Bangkalan

NO	KECAMATAN	JUMLAH
1	Bangkalan	20
2	Socah	4
3	Kamal	1
4	Burneh	11
5	TanjungBumi	9
6	Tanah Merah	7
7	Kokop	12
8	Arosbaya	2
9	Geger	4
10	Klampus	8
11	Sepulu	5
12	Tragah	3
13	Galis	3
14	Blega	11
15	Konang	16
16	Modung	17
17	Labang	6
18	Kwanyar	7
Total		146

Sumber : Data Kementerian Agama Kabupaten Bangkalan

Berdasarkan data diatas, penelitian ini menggunakan responden santri dari 12 kecamatan yang ada di Bangkalan, beberapa diantaranya di Kecamatan Bangkalan terpilih Ponpes Al-Asror, Syaichona Holil 2, Al-Hidayah, Al-Hikam Senenan, Annafi'iyah Kemayoran dan Aziziyah. Di Kecamatan Socah, Ponpes Attaawun Sabilush Sholihin, Kecamatan Kamal Ponpes Al-Falah, perwakilan Kecamatan Labang dari Ponpes Nurul Iman, Kecamatan Tragah dari Ponpes Nurul Amanah, Kecamatan Burneh dari Al-Hikam, Kecamatan Modung dari Mancengan Darusslam, dari Kecamatan geger perwakilan adalah Ponpes Addamanhuri dan Annafiiyah. Sedangkan dari Kecamatan TanjungBumi adalah Addasuqi, dari Kecamatan Arosbaya

diwakilkan Ponpes Hidayatullah dan Ponpes Al-Muhajirin, dari kecamatan Kokop yaitu Ponpes Al-Hikmah. Ponpes tersebut dipilih peneliti mengingat jarak peneliti dan Ponpes tersebut tidak terlalu jauh dan Ponpesnya sudah memiliki nama besar di Kabupaten Bangkalan.

Seiring waktu, produk halla yang terdistribusi di pasaran juga semakin beragam. Oleh karena itu, peran literasi dan kognisi memiliki dampak yang kuat mengingat kebutuhan santri yang bervariasi mulai dari kebutuhan primer hingga kebutuhan sekunder lainnya, seperti produk kosmetik, obat-obatan.

Keberadaan pondok pesantren di tengah kuatnya arus globalisasi untuk membangun dan menumbuhkan literasi serta kesadaran bagi santri yang sebagai konsumen muslim agar terhindar dari perilaku yang terlalu konsumtif dan tidak baik. Dengan demikian nantinya santri-santri ini mampu menjalankan perintah dan aturan yang telah ditetapkan Allah dan Rasul-Nya sehingga kehidupannya di dunia lebih sejahtera hingga akhirat.⁸

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka penulis berminat melakukan penelitian lebih dalam yang dituangkan dalam skripsi yang berjudul: **“LITERASI HALAL DAN HALAL AWARENESS SANTRI DALAM MENGONSUMSI PRODUK BERLABEL HALAL” PENDEKATAN REGRESSION LOGISTIC ANALYSIS (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Di Kabupaten Bangkalan)**

⁸ Mohamad Hidayat, *An Introduction to the Sharia Economic: Pengantar Ekonomi Islam* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2010). 229.

B. Rumusan Masalah

Dari penjabaran dasar masalah yang telah dijabarkan, didapatkan rumusan masahnya:

1. Apakah terdapat pengaruh literasi halal dan *halal awareness* santri dalam mengonsumsi produk berlabel halal secara bersama-sama?
2. Apakah terdapat pengaruh literasi halal santri dalam mengonsumsi produk berlabel halal ?
3. Apakah terdapat pengaruh *halal awarenees* santri dalam mengonsumsi produk berlabel halal ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan:

- a. Mengetahui bagaimana pengaruh pengetahuan halal dan kesadaran halal yang dimiliki santri dalam mengonsumsi produk berlabel halal secara bersamaan dengan objek penelitiannya santri pondok pesantren di Kabupaten Bangkalan
- b. Mengetahui pengaruh literasi halal yang dimiliki para santri dalam mengonsumsi produk yang terdapat label halalnya dengan objek penelitiannya santri pondok pesantren yang berlokasi di Kabupaten Bangkalan

- c. Mengetahui dampak *halal awarenees* (kesadaran) santri dalam mengonsumsi produk berlabel halal dengan objek penelitiannya santri pondok pesantren di Kabupaten Bangkalan

2. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini nantinya dapat berguna bagi banyak pihak, diantaranya:

- a. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini, diharapkan mampu memberikan informasi yang lebih banyak dan akurat yang untuk menjawab rumusan masalah.

- b. Bagi Pembaca

Dapat menambah pemahaman wawasan para pembaca sekaligus bahan referensi.

- c. Bagi Akademisi

Bagi akademisi penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan informasi untuk kegiatan penelitian lainnya dan mendapat tambahan pengetahuan di bidang ekonomi Islam, khususnya yang berhubungan dengan literasi halal dan kesadaran halal.

- d. Bagi Pondok Pesantren

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan semangat bagi pondok pesantren dalam membangun pengetahuan dan kesadaran tentang pentingnya mengonsumsi produk yang halal.

e. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai informasi terkait pentingnya pengetahuan dengan kesadaran tentang halal dalam mengonsumsi suatu produk

D. Tinjauan Pustaka

Untuk memaksimalkan hasil penelitian ini, penulis akan memeparkan beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan acuan dan untuk menyokong pembahasan dalam tinjauan ini. Beberapa di antaranya adalah:

1. Skripsi oleh Mulyati, Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten (2019) yang berjudul “PENGARUH TINGKAT LITERASI HALAL DAN TINGKAT HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN IMPOR” Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa secara bersama-sama variabel kesadaran halal dan tingkat harga mampu mempengaruhi keputusan pembelian dengan nilai sebesar 36,9 sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain.⁹ Perbedaan dengan penelitian sebelumnya ialah objek, metode penelitian yang digunakan dan variabel terikat penelitian. Sedangkan persamaannya yaitu variabel bebas yang digunakan pada penelitian yakni terkait literasi halal.

⁹ Mulyati, “Pengaruh Tingkat Literasi Halal Dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Pembelian Suatu Produk Makanan Impor (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sulthan Maulana Hasanuddin Banten)” Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019.

2. Skripsi oleh Nur Fitri Mardiyanti, Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo (2019), yang berjudul “PENGARUH KESADARAN HALAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SATE AYAM BAPAK HARI PONOROGO”. Digambarkan pada hasil penelitiannya bahwa variabel kesadaran halal dan variabel gaya hidup secara bersamaan memberikan pengaruh dalam memutuskan pembelian produk makanan sate milik Bapak Hari dengan nilai $F_{hitung} 68,710 > F_{tabel} 3,29$. Perbedaan dengan penelitian tersebut terletak pada objek, metode penelitian yang digunakan dan variabel terikat penelitian. Sedangkan persamaannya yaitu variabel bebas yang digunakan pada penelitian yakni terkait literasi halal.
3. Skripsi oleh Subchita NurLaila, Program Studi Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (2020), yang berjudul “PENGARUH BRAND AWARENESS DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH OLEH SANTRIWATI KOMPLEK R PONDOK PESANTREN AL-MUNAWWIR KRAPYAK YOGYAKARTA”. Diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dari *brand awareness* dan label halal dalam memutuskan pembelian kosmetik Wardah, masing sebesar 21,8% dan 25,6%. Oleh karena itu, kesadaran merk dan label halal secara bersama-sama berpengaruh dalam memutuskan pembelian produk kosmetik Wardah

sebesar 47,4% sedangkan sisanya 52,5% dipengaruhi oleh variabel lain.¹⁰ Perbedaannya ialah selain metode penelitian yang digunakan berbeda, penggunaan variabel terikat pada penelitian juga berbeda, jika pada penelitian sebelumnya label halal digunakan sebagai variabel bebas maka pada penelitian ini, label halal digunakan sebagai variabel terikat. Sedangkan persamaannya yakni objek penelitian sama-sama seorang santri.

4. Skripsi Helsy Zella Rafita, Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (2017) yang berjudul “PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung). Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa variabel label halal mempengaruhi keputusan dalam pembelian produk kosmetik dengan nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Perbedaan dengan penelitian ini ialah objek, metode penelitian yang digunakan dan variabel terikatnya. Sedangkan kesamaannya terletak pada penggunaan variabel label halal.

¹⁰ Subchita Nurlaila, “Pengaruh Brand Awareness Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Oleh Santriwati Komplek R Pondok Pesantren Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta” Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020.

E. Sistematika Pembahasan

Urutan pembahasan pada penelitian ini terbagi dalam lima bab, yakni :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang penelitian, bagaimana masalah dirumuskan, dan tujuannya. Tinjauan literature dan urutan pembahasan

BAB II LANDASAN TEORI

Bab memaparkan teori-teori yang digunakan dalam pembahasan. Teori yang digunakan berasal dari jurnal, buku, internet dan sumber lainnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Di bab tiga ini menguraikan metode penelitian meliputi jenis penelitian, populasi dan sampel yang digunakan, teknik analisis data serta hipotesis penelitian

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas secara umum sasaran penelitian, kemudian menjawab dari rumusan masalah.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yakni ringkasan jawaban pembahasan dan menjawab rumusan masalah sekaligus saran yang bermanfaat bagi penelitian.

DAFTAR PUSTAKA