

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Produk berbasis pertanian saat ini menjadi salah satu ladang bisnis yang sangat terpengaruh dengan adanya isu halal. Hal ini sekaligus akan menjadi peluang yang sangat besar dalam rangka usaha untuk meningkatkan perekonomian agribisnis (Sulistyo dan Azmawani 2016). Tren produk halal yang terus meningkat merupakan pasar yang baik bagi para pelaku usaha yang mempunyai komitmen untuk terus meningkatkan daya saing dan menyediakan produk-produk berkualitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Perkembangan manusia dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, serta perkembangan kebutuhan obat-obatan dan kosmetika menyebabkan produk yang halal semakin penting dan diminati (Muthia *et al.* 2015). Peluang ini sekaligus menjadi komitmen para pelaku usaha dalam mematuhi undang-undang tentang jaminan produk halal yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

Menurut Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 pasal 1 menyatakan bahwa yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat islam (Syamsudin 2014). Dalam undang-undang tersebut juga menyebutkan bahwa kewajiban bersertifikat halal bagi produk yang beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia berlaku mulai 17 Oktober 2019. Hal ini menjadi peringatan tersendiri bagi produk-produk yang hingga saat ini belum mempunyai sertifikasi halal. Menurut Hakim (2015), salah satu produk yang masuk dalam ketentuan kewajiban halal adalah produk jamu (herbal), yang meliputi produk jamu seduh, jamu godogan, jamu dalam sediaan obat, jamu pemakaian luar, obat herbal, minuman jamu dan fitofarmaka. Adanya ketentuan tersebut menjadi dasar adanya kewajiban sertifikasi halal untuk produk-produk jamu yang beredar dan dijual di masyarakat. Perusahaan jamu pun akan mendapatkan manfaat dan keuntungan dengan sertifikasi halal yang diperoleh.

Menurut Syamsudin (2014), sertifikasi halal memiliki tujuan meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal. Para pelaku usaha yang telah memiliki sertifikasi halal terhadap produknya berarti telah memiliki ijin untuk memasarkan produknya di wilayah Indonesia. Kebutuhan akan produk halal negara-negara dengan penduduk mayoritas muslim

memungkinkan para pelaku usaha dalam usaha memperluas pemasaran hingga keluar negeri. Selain itu, sertifikasi halal juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha. Ketersediaan produk halal menjadi prioritas utama dalam rangka memenuhi kebutuhan produk halal yang menjadi bagian dari kegiatan konsumsi di masyarakat sehari-hari. Adanya penyelenggaraan jaminan produk halal oleh pemerintah berdampak pada adanya rasa keamanan, kenyamanan, keselamatan dan kepastian akan kehalalan produk dalam kegiatan mengkonsumsi dan menggunakan produk (Syamsudin 2014). Manfaat-manfaat tersebut pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Keputusan pembelian suatu produk dapat dipengaruhi oleh banyak variabel. Beberapa variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk pangan di antaranya adalah pengetahuan halal (Aulia 2018), kesadaran halal (Izzuddin 2018) dan label halal (Lindung dan Rizal 2016). Variabel-variabel tersebut dapat menjadi faktor pendorong konsumen untuk membeli suatu produk karena dapat memengaruhi seorang konsumen untuk segera membeli produk tersebut (Sunyoto 2014). Keputusan pembelian produk jamu sebagai bagian dari produk pangan tidak dapat terlepas dari pengaruh variabel-variabel tersebut, sehingga penelitian ini menggunakan variabel pengetahuan halal, kesadaran halal dan label halal sebagai variabel independen yang diduga dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk Jamu Madura.

Penelitian Aulia (2018) menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk halal mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pangan kemasan berlabel halal oleh konsumen muslim yang berdomisili di Kota Solo. Semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dalam pembelian suatu produk, semakin meningkat pula kemampuan konsumen dalam membuat dan menentukan pilihan yang lebih memuaskan. Merujuk pada hasil penelitian Aulia (2018), maka variabel pengetahuan halal digunakan dalam penelitian ini sebagai variabel bebas yang diduga dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian produk Jamu Madura.

Penelitian Izzuddin (2018) menunjukkan hasil dimana variabel kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan Kuliner

Jember oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Menurut Fithriana dan Putra (2018), kesadaran halal berkaitan erat dengan pemahaman konsumen terhadap konsekuensi hukum syariat yang akan diperoleh jika konsumen tersebut mengkonsumsi produk yang tidak halal. Selain adanya konsekuensi hukum syariat, kesadaran halal juga memiliki hubungan dengan bagaimana konsumen memahami prosedur dan proses pembuatan produk halal berdasarkan hukum dan syariat Islam. Kesadaran akan kebutuhan produk yang halal, disebabkan oleh adanya fakta bahwa proses produksi produk halal harus melalui tahapan-tahapan yang berkaitan dengan kesehatan dan keamanan pangan. Pada dasarnya, mengkonsumsi makanan yang halal memang sudah menjadi suatu kebutuhan mutlak yang harus dipenuhi bagi orang yang beragama Islam. Berdasar pada penelitian terdahulu oleh Izzuddin (2018) dan Fithriana dan Putra (2018), maka variabel kesadaran halal digunakan dalam penelitian ini sebagai variabel bebas yang diduga dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian produk Jamu Madura.

Penelitian oleh Lindung dan Rizal (2016) menunjukkan bahwa variabel label halal mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. Menurut Muthia *et al.* (2015), adanya label halal yang dicantumkan pada kemasan suatu produk akan mempermudah seorang konsumen yang ingin membeli suatu produk untuk melihat dan mengetahui bahwa komposisi yang terdapat di dalam produk adalah halal. Oleh karena itu, dengan adanya label halal konsumen tidak perlu lagi merasa khawatir dan menduga-duga kehalalan dari komposisi yang terkandung dalam produk tersebut. Merujuk pada penelitian Lindung dan Rizal (2016) dan Muthia *et al.* (2015), maka variabel label halal digunakan dalam penelitian ini sebagai variabel bebas yang disinyalir dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian produk Jamu Madura.

1.2. Rumusan Masalah

Penelitian ini memiliki rumusan masalah yang meliputi:

- a. Bagaimana pengaruh variabel pengetahuan halal, kesadaran halal dan label halal secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Jamu Madura?

- b. Bagaimana pengaruh variabel pengetahuan halal, kesadaran halal dan label halal secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Jamu Madura?

1.3. Batasan Masalah

Penelitian dilakukan pada produk jamu yang diproduksi di Madura. Responden merupakan masyarakat yang berasal dari empat kabupaten di Madura yang sudah pernah melakukan pembelian pada produk Jamu Madura.

1.4. Tujuan

Penelitian ini memiliki tujuan di antaranya adalah:

- a. Mengetahui pengaruh pengetahuan halal, kesadaran halal dan label halal secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Jamu Madura
- b. Mengetahui pengaruh pengetahuan halal, kesadaran halal dan label halal secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Jamu Madura

1.5. Manfaat

- a. Manfaat Keilmuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai acuan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

- b. Manfaat Manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran tentang pentingnya mengkonsumsi produk halal kepada masyarakat, terutama untuk produk-produk Jamu Madura. Melalui penelitian ini diharapkan para pelaku usaha semakin patuh dalam melakukan sertifikasi halal. Selain itu penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan pemerintah untuk mendukung upaya penyelenggaraan halal terhadap produk Jamu Madura sebagai produk andalan Pulau Madura agar memiliki daya saing yang semakin baik.

1.6. Hipotesis

- H₁ : Pengetahuan halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Jamu Madura
- H₂ : Kesadaran halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Jamu Madura

- H₃ : Label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Jamu Madura
- H₄ : Pengetahuan halal, kesadaran halal dan label halal secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Jamu Madura