

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbanyak ke-4 di dunia. Apabila diurutkan dari yang terbanyak, China berada di posisi pertama sebagai negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia. India dan Amerika Serikat menempati posisi kedua dan ketiga, sedangkan Brasil berada di urutan kelima. Jumlah penduduk negara Indonesia pada tahun 2024 sebanyak 281.603.800 jiwa, data ini diperoleh dari Badan Pusat Statistik. Prefalensi penduduk negara Indonesia pada tahun 2025 sebanyak 284.829.000 jiwa dan proyeksi penduduk negara Indonesia pada tahun 2035 sebanyak 305.652.400 jiwa (BPS, 2024).

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk muslim, yakni sebesar 87,18 persen dari total populasi penduduknya beragama Islam (BPS, 2010). Sehingga permintaan terhadap produk halal tergolong besar. Indonesia merupakan negara yang memperhatikan jaminan beragama dan beribadah bagi seluruh penduduknya. Hal ini dimuat dalam ketentuan Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 29 ayat 2 yang menyatakan bahwa “Negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agama masing-masing dan untuk beribadat menurut agama dan kepercayaan itu”. Jaminan beragama mengisyaratkan bahwa penduduk diberi kebebasan untuk menentukan keyakinan yang dipilihnya (Rosita *et al.*, 2023).

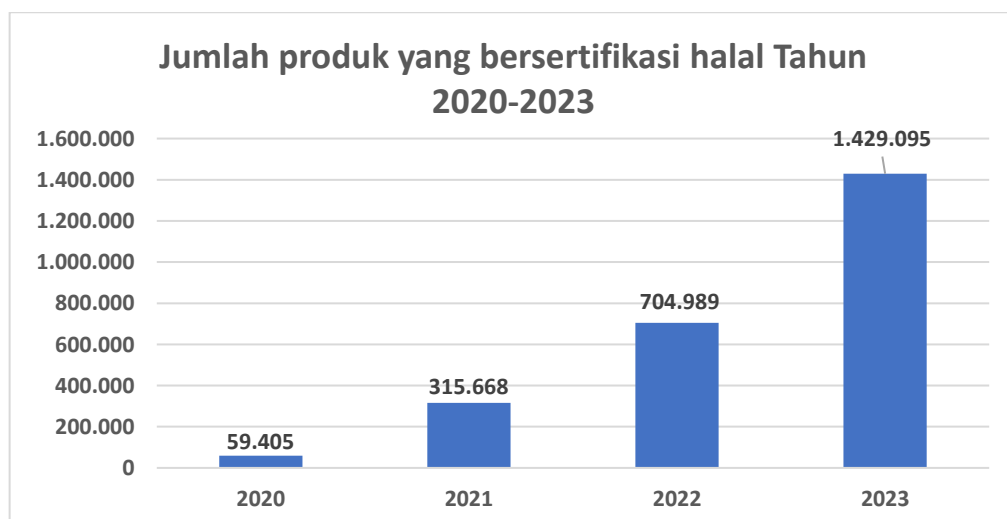
Percepatan penerapan standar halal, didalamnya termasuk sertifikasi halal, telah ditetapkan peraturan perundang-undangan yang mendukung penerapan standar halal. Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014

tentang Jaminan Produk Halal Pasal 4 mewajibkan sertifikasi produk Halal, Persyaratan wajib sertifikasi halal bagi pelaku ekonomi yang memproduksi pangan atau mengimpor pangan untuk tujuan perdagangan di Indonesia harus secara jelas menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam.

Menyusul disahkannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) dan PP Nomor 31 Tahun 2019 tentang JPH, tata cara dan sistem pendaftaran sertifikasi halal akan diubah dari sukarela menjadi wajib mulai 17 Oktober 2019. Selain itu, UU JPH membentuk badan baru di bawah Kementerian Agama yang disebut Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Sesuai UU JPH, mulai 17 Oktober 2019, seluruh produk BPJPH harus bersertifikat Halal. Sebelum PP JPH diterbitkan, proses sertifikasi halal masih dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Namun, setelah PP JPH terbit, kewenangan penerbitan sertifikasi halal sepenuhnya berada di tangan BPJPH sebagai lembaga yang memimpin penjaminan produk halal.

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal, di Indonesia lembaga yang diberi wewenang oleh Pemerintah dalam proses sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Labelisasi halal mempunyai tujuan untuk memenuhi tuntutan pasar (konsumen) secara universal. Maka apabila tuntutan itu bisa terpenuhi, secara ekonomi para pebisnis Indonesia akan mampu menjadi tuan rumah dari segi produk yang di pasarkan, tujuan lain yang sangat mendasar adalah melindungi akidah para konsumen terutama yang beragama Islam, Artinya dengan adanya labelisasi, para konsumen muslim tidak akan ragu dalam

mengonsumsi sesuatu yang dibutuhkan. Bagi umat Muslim, keputusan harus didasarkan pada prinsip-prinsip agama. Oleh karena itu, para pemasar perlu memperhatikan aspek kehalalan produk. Aturan ini mendorong para pemasar untuk mempertimbangkan kehalalan produk, sehingga masyarakat Muslim dapat membuat keputusan pembelian dengan percaya diri dan memberikan kepercayaan pada produk tersebut. Pemahaman yang lebih baik tentang agama membuat masyarakat Muslim semakin selektif dalam memilih produk yang mereka konsumsi. Bahkan masyarakat non-Muslim juga menikmati dan mempercayai produk yang berlabel halal, karena produk tersebut telah melewati pengujian kelayakan sebelum diakui sebagai produk halal (Aeni & Lestari, 2021).



Gambar 1. 1 Jumlah Produk Bersertifikasi Halal di Indonesia

Sumber : Databoks, diolah

Berdasarkan data jumlah produk bersertifikasi halal di Indonesia, pada tahun 2023 telah terjadi peningkatan yang signifikan dengan jumlah 1,43 juta dari tahun 2022 sebesar 704,989 ribu. Hal tersebut merepresentasikan bahwa pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang sertifikasi halal telah meningkat.

Pada era globalisasi ini banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen muslim untuk membeli suatu produk yang beredar dalam masyarakat antara lain sertifikat halal produk, variasi produk, dan kualitas produk. Untuk itu produsen harus mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen tersebut secara lebih mendalam. Suatu produk akan mendapatkan label/ logo halal dari LPPOM-MUI pada kemasannya setelah melakukan sertifikasi halal. Di Indonesia, konsumen Muslim mendapatkan perlindungan dari lembaga yang khusus bertanggung jawab dalam melakukan audit terhadap produk-produk yang boleh dikonsumsi oleh mereka. Lembaga ini adalah Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan - Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Tugas lembaga ini adalah mengawasi peredaran produk di masyarakat dengan cara memberikan sertifikasi halal pada produk-produk tersebut (*Putri et al.*, 2022).

Sertifikasi halal mempunyai dampak yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk, khususnya bagi konsumen yang berasal dari agama Islam (*Mardhotillah et al.*, 2022). Konsumen Muslim cenderung memilih produk yang bersertifikat halal dibandingkan produk yang tidak bersertifikat halal karena mereka percaya bahwa produk yang halal bermanfaat bagi kesehatan, keselamatan, dan kesejahteraan mereka. Selain itu, konsumen muslim merasa lebih tenteram dan nyaman dalam mengonsumsi produk halal karena yakin bahwa produk halal tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang agamanya (*Novianti*, 2021).

Kabupaten Bangkalan, yang terletak di Pulau Madura, merupakan daerah yang kaya akan tradisi dan budaya Islam yang kuat. Di tengah lingkungan yang sarat dengan nilai-nilai religius ini, Universitas Trunojoyo Madura berdiri sebagai pusat pendidikan tinggi yang berkomitmen untuk mengembangkan ilmu

pengetahuan dan teknologi. Selain berperan dalam mencetak lulusan berkualitas, universitas ini juga aktif dalam mendorong kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi produk halal, sejalan dengan prinsip-prinsip syariah yang dijunjung tinggi di wilayah Madura, termasuk Kabupaten Bangkalan. Hal ini menjadikan Universitas Trunojoyo tidak hanya sebagai lembaga pendidikan, tetapi juga sebagai pelopor dalam memperkuat praktik konsumsi halal di kalangan masyarakat lokal.

Universitas Trunojoyo Madura menonjol sebagai perguruan tinggi negeri terbesar di Pulau Madura, dengan komitmen kuat terhadap pengembangan pendidikan yang berbasis lokal sekaligus berdaya saing global. Dibandingkan dengan universitas lain di Pulau Madura, Universitas Trunojoyo Madura menawarkan beragam fakultas, termasuk Fakultas Keislaman, yang menjadikannya unik dalam memadukan pendidikan umum dengan pendidikan agama. Sementara universitas-universitas lain di Madura mungkin lebih fokus pada bidang keilmuan tertentu, Universitas Trunojoyo Madura memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mendapatkan pendidikan yang komprehensif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat Madura yang dinamis, khususnya dalam konteks peningkatan kesadaran terhadap konsumsi produk halal dan pengembangan sumber daya lokal.

Tabel 1. 1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2024

No	Tahun Angkatan	Prodi	Jumlah Mahasiswa
1	2017-2024	Ekonomi Syariah	980
2	2017-2024	Hukum Bisnis Syariah	462
JUMLAH TOTAL			1442

Sumber : Biro Akademik dan Kemahasiswaan Universitas Trunojoyo Madura, 2024 (diolah)

Berdasarkan tabel 1.1 menyatakan bahwa data jumlah Mahasiswa aktif Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura tahun 2024 mencapai 1442 orang, semua mahasiswa ini tentunya akan menjadi konsumen dan setiap konsumen pastinya akan memilih produk yang dikonsumsi halal dan diperbolehkan oleh agamanya. Tentunya banyak Mahasiswa yang beragama Islam dalam Fakultas Keislaman menjadi target pasar oleh UMKM dalam menyediakan kebutuhan sehari-hari. Beberapa produk yang dijual sudah ada yang berlabel halal dan adapun yang belum memiliki label halal yang dapat mempengaruhi mahasiswa dalam membeli produk terutama mahasiswa yang beragama Islam.

Harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk. Dampak harga terhadap keputusan pembelian sangat signifikan, karena harga yang ditetapkan perusahaan dapat menjadi indikator permintaan produk. Jika harga suatu produk ditetapkan secara tidak tepat, hal ini dapat menyebabkan penjualan tidak optimal, yang pada akhirnya menurunkan penjualan dan mengurangi pangsa pasar. Hal ini sejalan dengan teori yang mengatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler, 2012).

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saputri & Utomo (2021) menunjukkan variabel Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu converse di Surakarta. Peneliti terdahulu yang berbeda menyatakan bahwa Harga Produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan pembelian (Y) atas produk makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta (Amani et al., 2024).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi permintaan produk makanan halal adalah pendapatan. Elastisitas pendapatan permintaan mengukur bagaimana perubahan dalam pendapatan mempengaruhi permintaan suatu barang. Jika elastisitas pendapatan positif, permintaan untuk barang tersebut meningkat seiring dengan peningkatan pendapatan. Sebaliknya, Jika elastisitas pendapatan negatif, permintaan untuk barang tersebut menurun seiring dengan peningkatan pendapatan (Mankiw, 2014). Aplikasi pada produk halal memiliki elastisitas pendapatan positif. Saat pendapatan konsumen meningkat, mereka memiliki lebih banyak daya beli untuk mengonsumsi produk halal. Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa pendapatan Konsumen (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di RM Ayam Bakar Wong Solo (Nuari & Muljaningsih, 2021).

Selera konsumen menjadi faktor yang dapat mempengaruhi permintaan produk halal. Selera konsumen mencerminkan preferensi dan kepentingan mereka terhadap barang atau jasa tertentu. Perubahan dalam selera konsumen dapat menyebabkan pergeseran kurva permintaan (Kotler, 2012). Jika selera konsumen bergeser ke arah produk halal karena faktor agama, kesehatan, atau kesadaran sosial, permintaan untuk produk halal akan meningkat. Sebaliknya, jika selera konsumen bergeser menjauh dari produk halal, permintaan akan menurun. Penelitian sebelumnya yang dilakukan Tampubolon & Sumaizar (2020) menyatakan bahwa variabel selera berpengaruh secara positif signifikan terhadap konsumsi makanan halal.

Berdasarkan penjelasan penelitian diatas, peneliti menyimpulkan bahwasanya variabel harga, pendapatan, dan selera konsumen berpengaruh terhadap permintaan produk halal. Maka penulis tertarik untuk membuat penelitian lebih dalam mengenai “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Produk Halal (Studi kasus mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaruh Faktor Harga Terhadap Permintaan Produk Halal Mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura?
2. Bagaimana Pengaruh Faktor Pendapatan Terhadap Permintaan Produk Halal Mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura?
3. Bagaimana Pengaruh Faktor Selera Konsumen Terhadap Permintaan Produk Halal Mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura?
4. Bagaimana Pengaruh Faktor Harga, Pendapatan, dan Selera konsumen Terhadap permintaan Produk Halal Mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura?

1.3 Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut: mengidentifikasi faktor harga, faktor pendapatan, dan faktor selera konsumen yang mempengaruhi permintaan produk halal pada Mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.

2. Batasan masalah

Berdasarkan hal itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan membatasi permasalahan hanya Faktor Harga, faktor Pendapatan, dan faktor selera

konsumen yang mempengaruhi permintaan produk halal pada Mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk Menganalisis pengaruh Faktor Harga Terhadap Permintaan Produk Halal Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.
2. Untuk Menganalisis Pengaruh Faktor Pendapatan Terhadap Permintaan Produk Halal Mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.
3. Untuk Menganalisis Pengaruh Faktor Selera Konsumen (label halal) Terhadap Permintaan Produk Halal Mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.
4. Untuk Menganalisis Pengaruh Faktor Harga, Pendapatan, dan Selera konsumen (label halal) Terhadap permintaan Produk Halal Mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, antara lain:

- 1) Manfaat teoritis
 - a. Dapat memberikan manfaat untuk referensi bagi pengembangan ilmu terkait topik penelitian yang sama dengan penelitian ini.
 - b. Dapat memberikan tambahan wawasan serta kajian mengenai faktor yang paling mempengaruhi minat beli produk halal oleh konsumen indonesia.
 - c. Dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam penyusunan penelitian yang selanjutnya.

2). Manfaat praktis

a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi masyarakat untuk bahan pertimbangan dalam memilih suatu produk.

b. Bagi swasta

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi dasar yang objektif dan bahan pertimbangan pengambilan keputusan dalam membuat atau mengembangkan strategi pemasaran produk halal.

c. Bagi pemerintah

Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam membuat kebijakan tentang produk halal.