

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, status kehalalan produk Mixue pernah menimbulkan kontroversi di kalangan masyarakat tepatnya pada awal tahun 2023. Muncul kekhawatiran publik terkait aspek kehalalan dari menu-menu yang ditawarkan oleh gerai es krim asal Tiongkok tersebut. Hal tersebut menyebabkan beberapa masyarakat meragukan kehalalan produk es krim Mixue sehingga dapat mempengaruhi permintaan pasar yang menurun dan membuat kurangnya kepercayaan konsumen terhadap produk ini sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat. Berdasarkan informasi dari halal corner, penilaian status halal produk Mixue tidak cukup hanya dengan memeriksa kandungan bahannya saja, namun juga perlu memperhatikan seluruh tahapan dalam proses produksinya (Nadya Rahma Agustiani & Viola De Yusa, 2023).

Sertifikasi halal di Indonesia bersifat wajib, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Akan tetapi, sertifikasi halal di negara lain seperti Malaysia, Singapura, dan Israel masih bersifat sukarela (*voluntary*). karena ketentuan berproduksi secara halal baru diwajibkan kemudian jika pelaku usaha menyatakan bahwa produk yang dipasarkan tersebut adalah halal. Dengan demikian, berdasarkan Takrif Halal sebagaimana dimaksud, dapat dipahami peran dan intervensi negara dalam sertifikasi halal masih dalam koridor regulasi informasi (*information regulation*) (Nadya Rahma Agustiani & Viola De Yusa, 2023).

Tabel 1.1
Tabel Perbandingan Minat Belanja Konsumen Sebelum dan Sesudah Adanya Sertifikasi Halal di Seluruh Indonesia

Bulan	Rata-rata Minat Belanja (%)	Persentase Kenaikan (%)
Sebelum Terbit Sertifikasi Halal		
November 2022	10,57	-
Desember 2022	21,09	10,52
Januari 2023	38,65	17,56
Februari 2023	25,54	-13,11
Sesudah Terbit Sertifikasi Halal		
Maret 2023	26,75	1,21
April 2023	45,23	18,48

Sumber: *Google Trend* (2023)

Berdasarkan data *google trend* (2023), sebelum Mixue mendapatkan sertifikasi halal resmi MUI, rata-rata minat belanja konsumen pada bulan Januari 2023 hingga Februari 2023 diketahui mengalami penurunan sebesar 13,11%. namun setelah diterbitkan sertifikasi halal produk pada 17 Februari 2023, rata-rata minat belanja konsumen mulai mengalami peningkatan pada bulan maret 2023 sebesar 1,21%. namun tingkat minat belanja konsumen pada produk mixue masih tergolong rendah sehingga perlu diteliti lebih lanjut apakah keberadaan sertifikasi halal produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Padahal pemerintah meluncurkan kebijakan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014, Pasal 4, menyatakan sebagai berikut: "*Semua produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di wilayah indonesia wajib memiliki sertifikat halal*". Ketentuan ini diterapkan kepada seluruh pelaku usaha, baik yang beroperasi dalam skala besar, menengah, kecil, maupun mikro, memainkan peran penting dalam perekonomian. Penerapan undang-undang tentang jaminan produk halal memberikan tantangan tersendiri bagi para produsen. Besarnya populasi Muslim di Indonesia membuat kebutuhan terhadap produk halal menjadi sangat besar. Situasi ini kemudian memicu berbagai perusahaan untuk bergegas memproses sertifikasi halal bagi produk-produk yang mereka jual di pasaran.

Perusahaan yang ingin menampilkan label halal pada kemasan produknya harus terlebih dahulu mendapatkan sertifikat halal resmi. Kebijakan ini memiliki dua tujuan utama - selain untuk mencegah praktik pemalsuan label halal, juga dimaksudkan untuk membangun kepercayaan konsumen dan menghilangkan keresahan mereka terkait status kehalalan suatu produk. Misalnya, Perusahaan mixue yang kini semakin gencar mempromosikan branding halal mengalami lonjakan volume penjualan dibandingkan produk es krim yang belum memiliki sertifikasi halal (Fatima *et al.*, 2023). Pencantuman label halal memiliki fungsi ganda - tidak sekadar memberikan kepastian tentang status kehalalan suatu produk, namun juga menjadi alat pemasaran yang strategis untuk mendongkrak angka penjualan. Kondisi ini sangat relevan di Indonesia yang memiliki pangsa pasar produk halal jauh lebih besar dibandingkan negara-negara lainnya. (Baharun & Niswa, 2019).

Pemberian label halal dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap citra merek suatu produk. Konsumen cenderung lebih mudah mengingat produk yang memiliki label halal, yang pada gilirannya meningkatkan tingkat

loyalitas mereka terhadap merek tersebut. Kesadaran akan pentingnya konsumsi produk halal tidak hanya berkembang di kalangan konsumen muslim di dalam negeri, tetapi juga diluar negeri. Sertifikasi halal menjadi instrumen kunci yang memberikan dua manfaat utama bagi Perusahaan yaitu membangun rasa percaya konsumen dan memperbesar area pemasaran produk. Ketika suatu produk telah mendapatkan sertifikat halal, penerimaan pasar akan semakin baik, terutama di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya status kehalalan. (Kristin *et al.*, 2024)

Ketersediaan sertifikat halal pada produk makanan membuka prospek bisnis yang menguntungkan untuk pengembangan usaha ke depan. Hal ini terutama disebabkan oleh pesatnya pertumbuhan populasi Muslim, yang berpotensi meningkatkan daya beli konsumen. Sertifikasi halal tidak hanya dapat meningkatkan tingkat penjualan, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk menjadikan produk mereka bersertifikasi halal sebagai daya tarik utama. Hal ini menumbuhkan kepercayaan di antara konsumen bahwa produk yang mereka pilih telah terjamin kebersihannya. Dengan demikian, sertifikasi halal telah bertransformasi menjadi strategi pemasaran yang sangat penting dan menjanjikan untuk kelangsungan usaha, sekaligus meningkatkan daya saing di pasar global (Armiani *et al.*, 2021).

Keberadaan label halal yang tercantum pada kemasan suatu produk merupakan bukti bahwa produk tersebut telah memenuhi persyaratan dan ketentuan halal dalam seluruh rangkaian produksinya, mencakup seleksi material dasar sampai dengan tahap pemrosesan dan pengemasan. Bagi para konsumen, kehadiran label halal menjadi pertimbangan krusial ketika akan menentukan pilihan produk. Dengan adanya sertifikasi halal, konsumen merasa lebih percaya diri dan yakin untuk membeli produk olahan pangan yang telah terjamin kehalalannya. Hasil riset yang telah divalidasi membuktikan adanya dampak yang positif dan bermakna dari pencantuman label halal terhadap pilihan konsumen Muslim di wilayah Bangkalan dalam membeli produk-produk makanan (Kristin *et al.*, 2024).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Syamsuri Rahim (2023) berjudul "Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Peningkatan Pendapatan Penjualan Usaha di Sektor *Food And Beverage* Kota Makassar" terdapat analisis mengenai dampak label halal terhadap pendapatan di sektor makanan dan minuman kota Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menunjukkan

bahwa pendapatan di sektor ini cenderung stabil sebelum adanya label halal. Namun, setelah penerapan label halal, terjadi peningkatan yang signifikan pada pendapatan. Meskipun penelitian ini sejalan dengan studi lain yang membahas pentingnya sertifikasi halal bagi peningkatan volume penjualan, perbedaannya terletak pada fokus objek penelitian yang diangkat (Rahim *et al.*, 2023)

Berdasarkan uraian di atas, hal yang menarik untuk diteliti adalah analisis bagaimana sertifikasi halal pada produk *mixue* dapat meningkatkan volume penjualan produk-produk tersebut yang telah bersertifikat halal. Dengan demikian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dan mengangkat judul **“Analisis Dampak Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Mixue Ice Cream & Tea* di Bangkalan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Sertifikasi halal menunjukkan hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian produk olahan pangan di UMKM Bangkalan yang diteliti oleh Kristin (2024). Berdasarkan penelitian tersebut saya memiliki hipotesis atau dugaan pada penelitian ini yaitu sertifikasi halal menunjukkan hubungan yang positif atau negatif terhadap keputusan pembelian produk *Mixue Ice Cream & Tea* di Bangkalan. Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu Bagaimana Dampak Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk *Mixue Ice Cream & Tea* di Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar sertifikasi halal menunjukkan hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini mengungkapkan sebuah poin penting bagi konsumen mengenai sertifikasi halal saat membeli makanan, dimana mereka cenderung lebih memilih produk yang bersertifikasi halal adalah hal yang penting. Penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi pengembangan perusahaan, terutama dalam merumuskan langkah-langkah yang efektif untuk menetapkan kebijakan terkait dengan temuan-temuan dari penelitian ini.

- a. Bagi peneliti, penelitian ini sebagai sarana pembelajaran, peningkatan daya kritis, menambah wawasan dan upaya untuk mengaplikasikan teori yang didapatkan selama penelitian, terutama di bidang manajemen.
- b. Bagi akademik, hasil penyusunan yang diperoleh dari penelitian ini semoga menjadi bentuk dukungan penulis kepada akademisi terutama kampus

Universitas Trunojoyo Madura, Fakultas Pertanian, Program Studi Teknologi Industri Pertanian, yang diharapkan dapat menjadi tolak ukur untuk para peneliti.

- c. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sebagai konsumen maupun penjual dengan mempertimbangkan kehalalan sebuah produk.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian yaitu konsumen yang memiliki pengalaman pembelian di *Mixue Ice Cream* dan *Tea* yang berusia 18-45 tahun.