

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut ketentuan dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 mengenai jaminan kehalalan produk, setiap produk makanan dan minuman yang beredar di wilayah Indonesia harus memiliki sertifikasi halal.¹ Peraturan ini berlaku untuk semua jenis produk yang diimpor, dijual, dan dipasarkan. Produk yang dimaksud meliputi berbagai kategori seperti makanan, minuman, kosmetik, obat-obatan, bahan kimia, produk biologis, hasil rekayasa genetika, serta barang bekas yang masih digunakan. Undang-Undang Jaminan Produk Halal dibuat untuk memastikan negara bertanggung jawab atas keamanan dan kehalalan barang yang dikonsumsi atau digunakan oleh masyarakat. Peraturan ini mencakup tidak hanya makanan dan minuman, tetapi juga kosmetik, bahan kimia dan biologis, serta barang-barang yang digunakan konsumen, untuk memastikan bahwa semua produk yang dikonsumsi adalah halal.²

Pada tahun 2017, Kementerian Agama membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), yang bertugas untuk memantau berbagai produk yang beredar di pasar, tersebar lalu lanjut di Indonesia. Regulasi tidak hanya mengawasi produk makanan dan

¹ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

² Wahyu Adi Nugroho, "Hubungan Religiusitas Dan Lebelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Non Makanan Dan Minuman," *Skripsi, Ekonomika Dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya* (2020).

minuman, tetapi juga meliputi obat-obatan, kosmetik, serta barang-barang lainnya yang digunakan dalam kegiatan sehari-hari masyarakat.³

Majelis Ulama Indonesia (MUI) berfungsi sebagai otoritas dalam memastikan kehalalan produk. Sertifikat Halal MUI adalah dokumen resmi yang diterbitkan berdasarkan keputusan tertulis dari MUI, yang menjamin bahwa produk tersebut telah memenuhi persyaratan syariat Islam terkait kehalalan. Dokumen sertifikat ini merupakan persyaratan yang diperlukan untuk mendapatkan izin penggunaan label halal pada kemasan produk dari pihak berwenang pemerintah. Majelis Ulama Indonesia (MUI) bertugas untuk menilai dan menjamin kehalalan suatu produk. Sertifikat Halal MUI adalah bukti resmi yang dikeluarkan berdasar keputusan tertulis MUI, yang menyatakan bahwa produk tersebut telah memenuhi standar syariat Islam terkait kehalalan. Sertifikat ini merupakan salah satu persyaratan penting untuk memperoleh izin dari instansi pemerintah yang relevan, untuk memberikan penanda halal pada bungkus produk. Diperkenalkannya serta dikembangkannya ekonomi Islam terutama berkaitan dengan produk-produk yang belum memiliki sertifikasi halal.⁴

Untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan, metode yang diterapkan melibatkan pengumpulan data mengenai atribut produk. Proses pengembangan produk mencakup penentuan keuntungan yang disediakan. Keuntungan tersebut kemudian disampaikan dan

³ Muhammad Syamsuri, "Pengaruh Religiusitas Dan Kesadaran Halal Terhadap Sikap Dan Niat Pembelian Produk Halal Non-Pangan" (2020).

⁴ M. Atho Mudzkar, *Esai-Esai Sejarah Sosial Hukum Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014).

diimplementasikan melalui atribut produk. Para konsumen menganggap unsur-unsur tersebut sebagai faktor kunci dan sebagai dasar utama dalam membuat keputusan pembelian.⁵ Dengan memperhatikan fitur-fitur produk, konsumen dapat menilai apakah barang yang ingin mereka beli dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka, sehingga dapat memberikan kepuasan baik dari segi fisik maupun emosional.⁶ Label halal berperan sebagai sumber informasi yang mendukung konsumen dalam meningkatkan kepercayaan mereka terhadap produk, baik dari segi eksternal maupun internal.⁷ Penerapan sertifikasi halal pada produk yang beredar di pasar memudahkan konsumen Muslim dalam membuat pilihan yang tepat. Bagi produsen, sertifikasi ini, proses mendapatkan sertifikasi halal di produk ini merupakan penerapan dari regulasi Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH).⁸

Saat ini, berbagai kategori produk halal yang mendominasi pasar global mencakup *halal food, islamic finance, muslim friendly travel, modest fashion, media and recreation* serta *halal pharma and cosmetics*. Dari berbagai industri halal tersebut, Indonesia berhasil meraih peringkat ketiga di antara 15 negara teratas dalam kategori ini.⁹

⁵ F. Ginting, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: CV YRAMA WIDYA, 2011).

⁶ Helsy Zella Rafita, “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung)” (2017).

⁷ Ginting, *Manajemen Pemasaran*.

⁸ Muhammad Syamsuri, “Pengaruh Religiusitas Dan Kesadaran Halal Terhadap Sikap Dan Niat Pembelian Produk Halal Non-Pangan.”

⁹ *State Of The Global Islamic Economy Report 2023*

Gambar 1.1 Global Islamic Economy Indicator



Sumber: State Of Global Islamic Economy Report 2023

Indonesia kini berada di posisi ketiga secara global, tetapi ini bukanlah suatu hal yang patut dikhawatirkan. Di Indonesia, sejumlah pelaku bisnis, Meliputi usaha kecil, menengah, dan mikro yang beroperasi dalam industri makanan dan minuman kini semakin menyadari pentingnya mengedepankan produk halal.

Transformasi yang berlangsung di pasar bisnis saat ini menuntut para produsen untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi mereka dalam mengembangkan produk yang mampu menarik minat konsumen. Tujuannya adalah untuk memenuhi tuntutan konsumen dan menghadapi kompetisi, sekaligus memperhitungkan kekuatan daya beli pasar serta kapasitas organisasi. Konsep produk menggambarkan bagaimana produsen memahami apa yang bisa mereka tawarkan untuk mencapai sasaran organisasi dengan memenuhi kebutuhan serta aktivitas konsumen. Kualitas menjadi elemen penting agar produk diterima di pasar. Produk dikatakan

berkualitas jika mampu memenuhi harapan konsumen. Untuk memastikan produk yang dihasilkan memiliki standar kualitas tinggi, perusahaan melakukan berbagai langkah, termasuk pengawasan ketat di setiap fase, mulai dari pemrosesan bahan mentah hingga penyimpanan barang jadi. Sebagai akibatnya, mutu produk menjadi faktor yang paling krusial dalam tahapan produksi. Perusahaan wajib memastikan bahwa barang yang mereka hasilkan sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen. Pengawasan terhadap mutu produk sangatlah esensial agar konsumen merasa yakin bahwa barang yang mereka beli memiliki kualitas unggul. Proses kontrol mutu harus dilakukan sejak awal proses produksi dan tidak terbatas hanya pada produk akhir mulai dari saat bahan baku diterima dan disimpan di gudang hingga seluruh tahapan proses di area produksi.

Kualitas produk adalah aspek krusial dalam pembuatan barang, mencakup bahan baku, proses produksi, serta daya tahan produk makanan. Faktor ini perlu diperhatikan secara serius agar produk dapat menarik minat konsumen dan memberikan kepuasan saat dikonsumsi.¹⁰

Keputusan pembelian yang optimal sering kali tercermin dari jumlah konsumen setia. Konsumen yang setia terhadap sebuah merek menunjukkan komitmen dengan terus-menerus membeli produk tersebut, serta tidak cepat beralih ke produk lain meskipun produk tersebut mungkin memiliki keunggulan dan harga yang lebih rendah.¹¹ Dasar dari

¹⁰ G F B Sidik, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pabrik Roti Agung Kabupaten Tasikmalaya," *Cipasung Techno Pesantren: Scientific ...* 16, no. 2 (2022).

¹¹ Raissa Aprita Nur Maharani and Iskandar Ali Alam, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin," *SIBATIK*

pengambilan keputusan oleh konsumen adalah proses integrasi yang menyatukan informasi untuk menilai dua jenis perilaku. Untuk memastikan produk dapat bersaing di pasar, perusahaan perlu memperhatikan kualitas produk dengan serius. Konsumen cenderung tetap setia jika mereka mendapatkan produk yang memenuhi ekspektasi kualitas mereka.. Tingkat mutu produk yang meningkat secara signifikan akan memengaruhi konsumen dalam membuat keputusan untuk membeli kembali.¹²

UD Nayla Barokah, sebuah perusahaan yang berlokasi di Kraksaan Probolinggo, telah beroperasi dalam bidang produksi kerupuk mentah selama sepuluh tahun terakhir. Perusahaan ini populer di kalangan konsumen karena menawarkan berbagai jenis kerupuk dengan kualitas yang terjamin. Berdasarkan informasi produksi dan penjualan, UD Nayla Barokah memproduksi antara 8 hingga 10 ton kerupuk mentah setiap tahunnya, dan menjual antara 5 hingga 8 kwintal setiap bulannya.

Tersedia beragam pilihan produk kerupuk di UD Nayla Barokah, mencakup kerupuk ikan dan sayuran dalam berbagai jenis. Harga setiap varian kerupuk bervariasi sesuai dengan jenisnya. Harga untuk produk kerupuk ini tetap ramah di kantong, sebanding dengan kualitas dan cita rasanya. Beragam jenis kerupuk yang tersedia, semuanya bersertifikat halal, memberikan berbagai pilihan kepada konsumen dengan jaminan

JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan 1, no. 4 (2022).

¹² Yusuf Suhardi "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Daging Segar," *Jurnal STEI Ekonomi* 31, no. 01 (2022).

bahwa semua produk mematuhi prinsip kehalalan. Kualitas yang terjaga dan terjamin dalam proses produksi memastikan setiap varian, baik kerupuk ikan maupun sayuran, memenuhi standar yang ditetapkan, memenuhi kriteria kepuasan pelanggan dan menjadi alternatif yang hal ini relevan untuk individu yang memprioritaskan aspek kehalalan dalam memilih makanan. Berikut adalah beberapa daftar produk kerupuk beserta harga-harganya:

Tabel 1.1 Daftar Harga Produk

Varian Produk	Harga
Kerupuk daun kelor	17.000
Kerupuk Wortel	18.000
Kerupuk Cumi	25.000
Kerupuk Kerang	18.000
Kerupuk Tiram	20.000
Kerupuk Janggalak	15.000

Sumber : UD Nayla Barokah

Daftar harga di atas mencerminkan beragam jenis kerupuk yang dipasarkan oleh UD Nayla Barokah. Produk ini meliputi kerupuk berbasis sayuran seperti daun kelor dan wortel, serta kerupuk dari hasil laut seperti cumi, kerang, tiram, dan janggalak. Variasi harga ditentukan oleh jenis bahan baku dan metode produksi, dengan kerupuk janggalak menjadi pilihan yang paling ekonomis dan kerupuk cumi sebagai yang paling mahal. Berikut ini adalah rincian penjualan kerupuk UD Nayla Barokah sepanjang tahun 2023:

Tabel 1.2 Data Penjualan 2023

No	Bulan	Pendapatan
1	Januari	18.000.000
2	Februari	17.000.000
3	Maret	19.000.000
4	April	18.000.000
5	Mei	17.000.000
6	Juni	18.000.000
7	Juli	18.000.000
8	Agustus	17.000.000
9	September	18.000.000
10	Oktober	18.000.000
11	November	18.000.000
12	Desember	18.000.000

Sumber : UD Nayla Barokah

Tabel yang tertera menunjukkan bahwa UD Nayla Barokah mampu meraih pendapatan bulanan rata-rata sebesar 18 juta rupiah melalui berbagai jenis produk kerupuk yang mereka jual. Prestasi ini menggambarkan adanya permintaan stabil di pasar untuk kerupuk berkualitas yang diproduksi oleh UD Nayla Barokah, yang berhasil dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan hasil penjualan yang konsisten, perusahaan memperkuat posisinya sebagai pelopor di sektor industri

kerupuk dan menunjukkan kemampuannya dalam menjaga pertumbuhan yang stabil di tengah persaingan bisnis yang ketat.

Berdasarkan latar belakang yang diatas, maka peneliti tertarik untuk melanjutkan penelitian yang berjudul tentang **“PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KERUPUK UD NAYLA BAROKAH KRAKSAAN PROBOLINGGO”**

B. Batasan Masalah

Agar penelitian dapat dilakukan dengan lebih terstruktur dan mendalam, penulis merasa perlu untuk mempersempit cakupan variabel yang diteliti. Maka dari itu, kajian ini akan diarahkan pada "Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerupuk UD Nayla Barokah Kraksaan Probolinggo”.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis kemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
4. Apakah label halal, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, penulis dalam penulisan penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kerupuk UD Nayla Barokah Kraksaan Probolinggo.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kerupuk UD Nayla Barokah Kraksaan Probolinggo.
3. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk kerupuk UD Nayla Barokah Kraksaan Probolinggo.
4. Mengetahui pengaruh label halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk kerupuk UD Nayla Barokah Kraksaan Probolinggo.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada:

1. Penulis, yaitu memberikan informasi mengenai pengaruh label halal, kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UD Nayla Barokah Kraksaan Probolinggo sekaligus penelitian ini merupakan syarat yang harus dipenuhi guna menyelesaikan studi di Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.
2. Perusahaan, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi pemasaran mereka dengan memahami bagaimana label halal, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan berfokus pada label halal dan kualitas produk, perusahaan dapat memperkuat

kepercayaan konsumen, memacu loyalitas pelanggan, dan meningkatkan pangsa pasar.

3. Universitas, penelitian ini dapat meningkatkan reputasi Universitas Trunojoyo Madura dalam dunia akademis dan industri. Hasil penelitian dapat menjadi landasan bagi kerja sama lebih lanjut antara universitas dan perusahaan dalam proyek penelitian atau pelatihan.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang pendahuluan yang terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang meliputi: label halal, kualitas produk, keputusan pembelian, kajian pustaka, kerangka pemikiran teoritik dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian yang meliputi: jenis penelitian, variabel operasional, populasi, sampel, pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, deskriptif data penelitian dan responden, uji instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji hipotesis dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan penutup dari pembahasan skripsi yang memuat kesimpulan dan saran.