

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pekanbaru adalah kota dengan jumlah penduduk 1.212.839 jiwa dengan 89,08% mayoritas beragama Islam. Sayangnya, mereka tidak terlindungi dari produk-produk yang tak halal. Sebab banyak produk makanan dan minuman yang beredar disekitar kita tidak berlabelkan halal. Hal ini sangat mengkhawatirkan karena pemerintah bersifat pasif, produsen malas mendaftarkan kehalalan produknya, masyarakat acuh tak acuh. Ketiga hal tersebut merupakan salah satu penyebab lambatnya kesadaran masyarakat atas kehalalan produk di Indonesia. Padahal, ini merupakan kewajiban produsen atau perusahaan untuk mendaftarkan produknya untuk melindungi konsumen dari produk yang tidak halal.

Tabel 1.1: Jumlah Penduduk Beragama Islam di Pekanbaru

Kota	Jumlah Total	Islam	
		Jiwa	%
Pekanbaru	1.212.839	1.080.345	89,08%

Sumber: Data Statistik Dan Informasi Keagamaan Tahun 2017

Disisi lain, perilaku mengkonsumsi makanan halal belum tentu searah dengan banyaknya penduduk beragama Islam. Dalam arti, seseorang yang beragama Islam belum tentu bahwa ia akan selalu berperilaku secara Islami, khususnya dalam

mengonsumsi makanan cepat saji (*Fast Food*). Pemahaman dan pelaksanaan syariat Islam yang antara lain tercermin dalam perilaku konsumsi tentunya dipengaruhi juga oleh proses pembelajaran, baik melalui sosialisasi maupun sistem pendidikan.

Masyarakat Pekanbaru kini diingatkan untuk berhati-hati dalam membeli makanan dan minuman siap saji, terutama di resto-resto yang ada di kota Madani ini. Pasalnya, belakangan beberapa resto di Pekanbaru, disinyalir tidak memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Restoran cepat saji atau Fastfood KFC dan McDonald's pernah mendapat isu bahwa adanya pemotongan hewan yang tidak sesuai dengan syariat Islam. Penggugat menuduh KFC dan McDonald's menjual daging ayam tidak halal meski dalam promosinya dikatakan daging itu halal, isu ini berkembang pesat melalui media elektronik seperti *broadcast message* di BlackBerry messenger, artikel, dan media online lainnya. Baru-baru ini, masyarakat Indonesia diresahkan lagi dengan isu produk bumbu masakan yang ada di restoran-restoran besar *fast food*. Hal tersebut berkaitan dengan kabar bahwa *mayonaise* yang menjadi penyedap atau pelengkap hidangan di beberapa restoran *fast food* tersebut mengandung babi. Kabar ini menjadi viral dan meresahkan, khususnya bagi konsumen Muslim.

Untuk menanggapi hal tersebut, berikut adalah klarifikasi resmi Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika (LPPOM) MUI: Menyikapi isu yang berkembang di masyarakat baru-baru ini perihal adanya kandungan babi yaitu LM 10

di dalam mayonaise pada menu-menu restoran McDonald's, KFC, Dominos, dan Pizza Hut.

Dengan ini disampaikan bahwa:

1. Isu tersebut merupakan isu yang ditujukan kepada restoran McDonald's, KFC, Dominos, dan Pizza Hut di Amerika dan Afrika Selatan bukan di Indonesia.
2. Berdasarkan hasil audit atau penelusuran bahan tidak ditemukan adanya kandungan babi sehingga MUI mengeluarkan sertifikat halal dengan rincian sebagai berikut:
 - a. Restoran McDonald's, dengan nomor Sertifikat Halal MUI 00160000630499 yang berlaku hingga tanggal 12 Januari 2018.
 - b. Restoran KFC, dengan nomor Sertifikat Halal MUI 00160001420999 yang berlaku hingga tanggal 24 Febuari 2017.
 - c. Restoran Dominos, dengan nomor Sertifikat Halal MUI 00160064450313 yang berlaku hingga tanggal 21 April 2017.
 - d. Restoran Pizza Hut, dengan nomor Sertifikat Halal MUI 00160005580799 yang berlaku hingga tanggal 29 Januari 2019.
3. Hasil analisis laboratorium dari restoran-restoran tersebut yang menggunakan metode real time PCR juga menguatkan hasil audit yang telah dilakukan sebelumnya yaitu tidak terdeteksi adanya kandungan babi dalam produk-produk

tersebut di atas. Analisa dilakukan di Laboratorium LPPOM MUI yang telah terakreditasi KAN No. LP-1040-IDN.

Selanjutnya untuk memastikan produk-produk yang beredar bersertifikat Halal MUI, dipersilakan kepada konsumen dan masyarakat untuk memeriksa produk-produk tersebut baik melalui situs www.halalmui.com maupun aplikasi "Halal MUI" di smartphone berbasis Blackberry OS10, Android dan iOS. (fau/halalmui).

Sebagai daerah berbudaya Melayu dan mayoritas Islam, masih sedikit dari tempat makan dan minum itu bersertifikat halal. Hal ini menjadi perhatian tersendiri bagi Anggota Komisi III DPRD Pekanbaru, Tarmizi Muhammad. Disampaikan Tarmizi bahwa menjamurnya tempat makan dan minum di Pekanbaru harus diberengi dengan kesadaran pemilik untuk mengurus label halal. Tujuannya agar bisa menghilangkan keraguan masyarakat karena tidak semua pemilik tempat makan tersebut beragama Islam. Tarmizi juga menitikberatkan pada tempat makan yang dimiliki oleh non Muslim. Meski mereka mempekerjakan orang Muslim, namun hal ini bisa menimbulkan keraguan bagi masyarakat. Untuk itu pengurusan label halal di MUI bisa menjadi cara agar masyarakat tidak bingung.

Bagi umat Muslim mengkosumsi produk halal merupakan sebuah kewajiban. Allah SWT berfirman dalam al-Qur'an Surat al-Baqarah: 168 yang artinya: "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu", dan dalam Hadits Riwayat Salman Alfarisi RA:

,Rasulullah SAW ditanya tentang hukum mentega, keju, dan bulu binatang. Beliau menjawab, halal adalah sesuatu yang dihalalkan oleh Allah di dalam Kitab-Nya,

haram adalah sesuatu yang diharamkan oleh Allah dalam Kitab-Nya, dan sesuatu yang Allah diamkan (tidak ditetapkan hukumnya) maka termasuk yang diampuni'. (Ali Mustofa Ya'kub,2009:33).

Komunitas Muslim dalam menentukan sesuatu harus didasarkan pada aturan-aturan yang telah ditentukan kaum Muslim seluruh dunia khususnya di Indonesia menjalankan segala kegiatan berdasarkan ajaran syariah. Syari'at Islam sangat tegas menghendaki umat Islam untuk menghindari hal-hal yang dilarang oleh Allah SWT dan melaksanakan apa saja yang diperintahkan. Hal ini membuat konsumen Muslim bukanlah konsumen yang permissive dalam perilaku pola konsumsinya. Mereka dibatasi oleh kehalalan dan keharaman yang dimuat dalam Nash al-Qur'an dan al-Hadits yang menjadi panduan utama bagi mereka.

Kesempatan ini dimanfaatkan dengan baik oleh para pemasar dengan cara memberikan label halal kepada produk yang sesuai dengan syariah islam. Konsumen Muslim di Indonesia dilindungi oleh lembaga secara khusus bertugas mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen Muslim, lembaga ini adalah Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan - Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Lembaga ini mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal dan produk yang telah memiliki sertifikat halal

tersebut dapat mencantumkan label halal pada produknya. Artinya produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan terbatas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam, atau produk tersebut tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen Muslim.

Gambar 1.1: Label halal MUI



Sumber: www.halalmui.org

B POM mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan persetujuan, pencantuman tulisan/ logo halal pada label berdasarkan sertifikat halal yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI dan telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran Islam, atau produk tersebut telah menjadi kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen muslim.

Keberadaan LPPOM-MUI dapat membantu masyarakat memudahkan proses pemeriksaan kehalalan suatu produk. Dengan mendaftarkan produk untuk diaudit keabsahan halalnya oleh LPPOM-MUI sebuah perusahaan dapat mencantumkan label halal pada produk tersebut. Hal itu berarti produk tersebut telah halal untuk

dikonsumsi umat Muslim dan hilanglah barrier nilai yang membatasi produk dengan konsumen Muslim. Dengan adanya label halal ini konsumen Muslim dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Secara teori maka, untuk para pemeluk agama Islam yang taat, persepsi, sikap dan motivasi mereka menentukan pilihan produk makanan halal yang diwakili dengan label halal.

Kenyataan yang berlaku pada saat ini adalah bahwa LPPOM-MUI memberikan sertifikat halal kepada produsen-produsen obat dan makanan yang secara sukarela mendaftarkan produknya untuk diaudit LPPOM-MUI. Dengan begitu produk yang beredar dikalangan konsumen Muslim bukanlah produk yang secara keseluruhan memiliki label halal yang dicantumkan pada kemasannya. Artinya masih banyak produk yang beredar di masyarakat belum memiliki sertifikat halal yang diwakili label halal pada kemasan produknya. Oleh karena itu konsumen Muslim akan dihadapkan pada produk-produk halal yang diwakili label halal yang ada pada kemasannya dan produk yang tidak memiliki label halal pada kemasannya diragukan kehalalan produknya. Maka keputusan untuk membeli produk yang berlabel halal atau tidak, akan sepenuhnya ditentukan oleh konsumen sendiri.

Penelitian Ardyanti dkk (2013) yang berjudul A Study on Halal Food Awareness Among Muslim Customers in Klang Valley menunjukkan bahwa kesadaran konsumen Muslim terhadap makanan halal dipengaruhi oleh pemahamannya akan konsep Halal. Penelitian Fauziah (2012) berjudul Perilaku Komunitas Muslim dalam Mengonsumsi Produk Halal di Provinsi Bali

mengemukakan bahwa adanya hubungan yang cukup besar antara pemahaman tentang produk halal dengan perilaku dalam mengkonsumsi suatu makanan dan minuman.

Apabila pemahamannya tinggi, maka akan mempengaruhi perilaku mereka dalam mengkonsumsi suatu makanan dan minuman halal.

Perilaku komunitas Muslim dalam mengkonsumsi produk halal sesungguhnya tergantung bagaimana mereka memiliki pengetahuan terkait apa itu halal. Meskipun al-Qur'an dan Hadits telah memberikan panduan tentang kehalalan suatu produk. Akan tetapi dengan semakin berkembangnya arus informasi dan teknologi kemasan produk yang telah memberikan penawaran menggiurkan akan dapat memengaruhi perilaku itu sendiri. Perilaku dalam mengkonsumsi produk halal dapat dilihat dari seberapa sering mereka mengkonsumsi produk yang telah ada label halal, seberapa sering mereka mengkonsumsi produk yang diragukan kehalalannya serta seberapa sering mereka mengajak orang lain untuk mengkonsumsi produk halal dan mencegah orang lain mengkonsumsi produk tidak halal. Selain faktor pengetahuan atas produk halal, persepsi masyarakat mengenai pentingnya kehalalan itu sendiri dapat berpengaruh terhadap perilaku.

Persepsi dapat berupa keyakinan yang tinggi atas pentingnya mengkonsumsi produk halal, tingkat harapan/keinginan komunitas Muslim perkotaan untuk memperoleh produk halal serta persepsi tentang pentingnya labelisasi halal. Yang dimaksud dengan produk halal pada penelitian ini adalah produk makanan yang dikonsumsi oleh komunitas Muslim restoran cepat saji (*fast food*) yang ada di kota

Pekanbaru (studi kasus di KFC dan McDonald's). Sedangkan labelisasi halal yang secara prinsip adalah label yang menginformasikan kepada pengguna produk yang berlabel tersebut, bahwa produknya benar-benar halal dan nutrisi-nutrisi yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur haram.

Komunitas Muslim adalah perkumpulan keagamaan misalnya majelis taqlim, wirid masjid, FSRMM (Forum Silaturahmi Remaja Masjid Muthmainnah).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya maka, penulis merumuskan masalah penelitian sbb:

1. Bagaimana perilaku komunitas Muslim perkotaan di Kota Pekanbaru dalam mengkonsumsi suatu produk halal
2. Apakah kehalalan yang dilihat dari labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap perilaku komunitas Muslim perkotaan dalam mengkonsumsi suatu produk

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi, perilaku komunitas Muslim dalam mengkonsumsi produk halal
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan komunitas Muslim dalam mengkonsumsi produk halal

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Bagi komunitas

Dapat dijadikan sebagai pedoman dalam menilai, memperoleh serta menggunakan suatu produk.

2. Bagi Pembaca

Dapat digunakan sebagai acuan perbaikan dan pengembangan sekaligus menjadi kunci inovasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

3. Bagi Penulis

Dapat dijadikan sebagai bekal yang akan berguna dalam menilai produk yang berguna dalam menilai produk yang akan dipasarkan maupun dalam pembelian dalam suatu produk.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara keseluruhan terhadap penelitian ini, dapat penulis susun sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Dalam bab ini telaah pustaka yang menjelaskan tentang pengertian perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, pengertian konsumen, Tipe Perilaku Pembelian Konsumen, Pengertian keputusan pembelian, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, proses pengambilan keputusan, penelitian terdahulu dan bab ini juga menguraikan tentang hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini metodologi penelitian menjelaskan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, serta analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan dibahas tentang sejarah berdirinya perusahaan yang bersangkutan, struktur organisasi perusahaan, dan aktifitas yang terjadi di perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas hasil penelitian yang menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penutup yang berisikan tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

