

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Undang-undang No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Pasal 1 bahwa produk adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang guna yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, 2014) Lahirnya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) sesungguhnya semakin mempertegas betapa mendesaknya persoalan halal-haram dalam rantai produksi dari pelaku usaha hingga sampai di tangan konsumen dan di konsumsi oleh konsumen, dimana terdapat pula peran pihak perantara seperti distributor, subdistributor, grosir, maupun pengecer sebelum sampai ke tangan konsumen akhir.

Pemberlakuan Undang-undang Jaminan Produk Halal yang selanjutnya akan disingkat UU JPH bertujuan agar pihak konsumen (masyarakat luas) mendapatkan kepastian hukum terhadap produk makanan dan barang konsumsi lainnya. Sedangkan bagi pelaku usaha, hadirnya UU JPH memberikan panduan bagaimana mengolah, memproses, memproduksi, dan memasarkan produk kepada masyarakat konsumen, serta bagaimana membuat informasi produk halal kepada konsumen. Dalam UU yang terdiri

atas 68 pasal itu ditegaskan, bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Untuk itu, pemerintah bertanggung jawab dalam menyelenggarakan Jaminan Produk Halal (JPH) (Kominfo, 2018) Mulai 17 Oktober 2019, JPH akan mulai diselenggarakan oleh pemerintah, dalam pelaksanaannya dilakukan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama.

Satriana dan Faridah (2018), kata halal asalnya dari bahasa Arab halla, yahillu, hillan, Wahalalan yang mempunyai makna di perbolehkan atau di benarkan oleh hukum syarak. Mempunyai definisi sebagai sesuatu yang di izinkan atau diperbolehkan oleh Allah. Kata tersebut merupakan sumber yang paling utama yang bukan saja berkaitan dengan dengan produk makanan, tapi juga masuk pada seluruh aspek kehidupan, yaitu perbankan dan keuangan, kosmetik, pekerjaan, pariwisata, dan sebagainya.

Pembangunan industri usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia telah memeberikan kontribusi besar dalam perekonomian nasional mulai dari output produksi penyerapan tenaga kerja,sampai pembagian devisa negara. Sebagai bagian pembangunan integral, Jawa Tengah memiliki potensi beraneka ragam UMKM bahkan memiliki jumlah unit terbanyak di Indonesia.

Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Menurut Sektor Usaha di Kabupaten Pati Tahun 2022

No.	Bidang Usaha	Jumlah		
		Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
1.	Pertanian, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan	683	50	4
2.	Pertambangan dan Penggalian	-	-	-
3.	Industri Pengolahan	9.087	466	50
4.	Listrik, Gas dan Air Bersih	13	-	-
5.	Bangunan	30	8	1
6.	Perdagangan, Hotel dan Restoran	2.766	297	23
7.	Pengangkutan dan Komunikasi	47	19	-
8.	Keuangan, Persewaan dan Jasa Perumahan	44	22	2
9.	Jasa-jasa swasta	1.450	92	-
	Jumlah 2022	14.120	954	80
	Jumlah 2021	13.487	954	80
	Jumlah 2020	12.969	954	80
	Jumlah 2019	11.769	954	80

Sumber : Dinas Koprasi dan UMKM Kabupaten pati

Gambar 1.1
Jumlah UMKM di Kabupaten PATI (2022)

Laporan tersebut mencatat jumlah UMKM di Kabupaten PATI pada tahun 2019 berjumlah 11.769 dan pada tahun 2022 mencapai 14.120. Jumlah di tahun 2022 lebih tinggi dibanding tahun sebelumnya terlihat pada tabel. maka dapat di simpulkan bahwa perkembangan umkm di kabupaten pati mengalami peningkatan pesat pertahunnya sehingga dapat meningkatkan perekonomian khususnya di kabupaten PATI.

Pesatnya perkembangan bisnis di Indonesia baik dari skala mikro, skala kecil, skala menengah sampai dengan skala besar. Menyoroti perkembangan bisnis di negara ini tidak lepas dari pesatnya pertumbuhan di sektor kuliner yang kian hari kian menjamur. Kebutuhan masyarakat dalam bidang sandang dari ketiga macam kebutuhan pokok memang merupakan hal utama, makanan dan minuman yang dikonsumsi merupakan sumber

energi untuk melakukan aktivitas kegiatan sehari – hari. Dalam kebudayaan agama Islam masyarakat memilih makanan yang sehat dan aman dikonsumsi salah satu faktor penentunya adalah adanya logo halal dalam produk tersebut. Logo halal dianggap penting dan dianggap mampu menjamin komposisi produk tersebut tidak terdapat komponen- komponen yang membahayakan atau haram untuk dimakan.

UMKM Ramitha Herbal merupakan salah satu UMKM di Kabupaten Pati tepatnya di Kecamatan Telogowungu Desa Tajungsari, UMKM ini bergerak dibidang produksi pangan dan obat- obatan herbal, Sertifikasi halal sangat penting untuk pembangunan dan perkembangan UMKM karena dengan adanya sertifikasi halal maka produk kita dapat dipercaya konsumen sehingga akan meningkatkan jumlah penjualan.

Fenomena dalam penelitian pada UMKM Ramitha Herbal yaitu kurangnya kesadaran halal dan pengetahuan halal oleh konsumen terhadap halal dan haram suatu produk yang dikonsumsi sehingga mengurangi tingkat keputusan pembelian pada produk di UMKM Ramitha Herbal. Hal tersebut diakibatkan oleh kurangnya pemahaman konsumen untuk membedakan produk yang sudah terbukti kehalalannya, sehingga kebanyakan konsumen tidak memperhatikan produk yang dibeli sudah terjamin halal atau haram untuk dikonsumsi.

Produk bersertifikasi halal saat ini menjadi tren konsumen Muslim global Sertifikasi halal memiliki tujuan meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan memasarkan produk halal. Para

pelaku usaha yang telah memiliki sertifikasi halal 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. Sertifikasi halal juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha. Ketersediaan produk halal menjadi prioritas utama dalam memenuhi kebutuhan produk halal yang menjadi bagian dari kegiatan konsumsi di masyarakat sehari-hari.

Setyaningsih dan Marwansyah (2019), kesadaran halal merupakan suatu pengetahuan seorang individu muslim tentang konsep halal, proses halal, dan menganggap bahwa mengkonsumsi makanan halal adalah hal yang penting bagi dirinya. Kesadaran Halal adalah keadaan sadar seorang muslim dimana ia memiliki ilmu syariah yang memadai apa yang halal mengetahui proses penyembelihan yang tepat, dan mengutamakan makanan halal untuk dikonsumsi. Semakin paham konsep halal semakin selektif dalam membeli dan mengkonsumsi produk makanan dan minuman yang banyak dijual dimasyarakat.

Aulianda *et.al* (2019), pengetahuan halal adalah istilah yang mengacu pada informasi yang terdapat didalam pikiran konsumen mengenai pengetahuan pangan halal. Konsumen yang memiliki tingkat informasi yang lebih besar akan lebih *realistis* dalam memilih barang yang sesuai dengan harapannya.

Pengetahuan halal sangat penting untuk menentukan perilaku konsumen lain untuk menemukan berita nyata dan menghindari dari adanya berita palsu. Kemudahan konsumen mendapatkan informasi tentang kandungan suatu produk makanan menunjukkan bahwa status kehalalan suatu produk dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Yamit dalam Wijayanti dan Almaidah (2021), menyatakan bahwa Minat beli adalah keinginan konsumen pada suatu produk atau layanan. Minat beli berhubungan dengan perasaan dan emosi, ketika seseorang merasakan kegembiraan dan kepuasan dalam membeli barang atau jasa meningkatkan minat untuk membeli dan ketidakpuasan pada dasarnya tidak tertarik. Minat beli konsumen adalah fenomena yang sangat penting dalam kegiatan dan minat pemasaran membeli adalah perilaku konsumen yang membentuk keputusan untuk membeli. preferensi minat beli konsumen merupakan hasil evaluasi dalam pembelian dan percaya bahwa minat beli adalah perilaku konsumen, konsumen ingin memilih, menggunakan, mengkonsumsi, bahkan ingin memberi. Minat beli adalah keinginan konsumen pada suatu produk atau layanan.

Ikhsani dan Ali (2017), keputusan konsumen adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar

belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi.

Penelitian ini membahas Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Pengetahuan Halal Terhadap Keputusan Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening* (Studi kasus Pada UMKM Ramitha Herbal). Masih ditemukan hasil yang tidak konsisten atau terdapat hasil penelitian yang berbeda (*research gap*). Hamdani, Sari dan Umuri (2019), menyebutkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Berbeda dengan penelitian dari Sitompul (2021), menyatakan bahwa kesadaran dan pengetahuan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli.

Fithriana dan Kusuma (2018), menyatakan bahwa Jamu termasuk dalam ketentuan kelompok produk bersertifikat halal MUI yang ditetapkan pada tahun 2015. Kelompok jamu tersebut meliputi jamu seduh, jamu godogan, jamu dalam sediaan obat, jamu pemakaian luar, obat herbal, minuman jamu dan fitofarmaka.

Adanya ketentuan tersebut menjadi dasar kewajiban halal bagi produk jamu, termasuk pada umkm Ramitha Herbal. Mengonsumsi jamu untuk keperluan kesehatan, seperti untuk menghilangkan capek, pegal linu dan menjaga kebugaran. Selain itu, jamu juga sering digunakan dalam rangka pencegahan penyakit, pengobatan, pemulihan, hingga untuk menjaga kecantikan bagi para wanita. Pada umumnya ramuan jamu yang memiliki kekhasan lokal karena metode pembuatan dan bahan yang digunakan atau

proses pembuatan yang dikaitkan dengan tradisi setempat. Jamu telah menjadi kearifan lokal yang diwariskan turun-temurun hingga sekarang. Ramitha Herbal telah dikenal oleh masyarakat sebagai UMKM yang memproduksi ramuan herbal. Ramitha Herbal telah memiliki ciri khasan tersendiri dan mampu bersaing dengan produk sejenis dipasaran. Berdasarkan hasil penelitian dan uraian latar belakang yang sudah dijabarkan, peneliti mengambil judul: **Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Pengetahuan Halal Terhadap Keputusan Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening* (Studi kasus Pada UMKM Ramitha Herbal).**

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini sama dengan tujuan penelitian sebagai berikut :

- a. Variabel eksogen meliputi Sertifikasi halal, Kesadaran halal dan Pengetahuan halal sedangkan variabel endogen adalah Keputusan Konsumen dan minat beli adalah variabel *intervening*.
- b. Objek penelitian ini yaitu produk dari UMKM Ramitha Herbal.
- c. Waktu penelitian ini 4 bulan setelah proposal disetujui

1.3 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dari latar belakang diatas diketahui bahwa konsumen belum paham produk yang akan di beli UMKM Ramitha apakah sudah terjamin produknya tidak menggunakan bahan kimia yang

membahayakan atau haram di konsumsi oleh konsumen. Maka UMKM Ramitha Herbal memberikan jaminan kepada konsumennya dengan memberikan produk yang benar - benar terjamin ke halalannya oleh MUI dengan memberikan bukti berupa logo halal yang tertera di kemasan produknya dan memberikan catatan komposisi di kemasan produk.

Berdasarkan permasalahan diatas maka pernyataan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana sertifikasi halal berpengaruh terhadap minat beli pada produk UMKM Ramitha Herbal ?
2. Bagaimana kesadaran halal berpengaruh terhadap minat beli pada produk UMKM Ramitha Herbal ?
3. Bagaimana pengetahuan berpengaruh terhadap minat beli pada produk UMKM Ramitha Herbal ?
4. Bagaimana sertifikasi halal berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada produk UMKM Ramitha Herbal ?
5. Bagaimana kesadaran halal berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada produk UMKM Ramitha Herbal ?
6. Bagaimana pengetahuan halal berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada produk UMKM Ramitha Herbal ?
7. Bagaimana minat beli berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada produk UMKM Ramitha Herbal ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh sertifikasi halal terhadap minat beli pada UMKM Ramitha Herbal.
2. Untuk menganalisis pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli pada UMKM Ramitha Herbal.
3. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan halal terhadap minat beli pada UMKM Ramitha Herbal.
4. Untuk menganalisis pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan konsumen pada UMKM Ramitha Herbal.
5. Untuk menganalisis pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan konsumen pada produk UMKM Ramitha Herbal.
6. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan halal terhadap keputusan konsumen pada produk UMKM Ramitha Herbal.
7. Untuk menganalisis pengaruh minat beli terhadap keputusan konsumen pada produk UMKM Ramitha Herbal.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan penelitian dan memperluas wawasan bagi kajian keilmuan Ilmu Administrasi Bisnis sebagai penerapan teori-teori yang didapatkan oleh

peneliti selama perkuliahan. Hasil dari penelitian ini juga dapat di gunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan menambah wawasan mengenai pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal dan pengetahuan halal terhadap minat beli dan keputusan konsumen pada produk halal UMKM Ramitha Herbal.

1.5.2 Manfaat Praktis

Memberikan sumbangan kepada konsumen ataupun perusahaan mengenai pemahaman tentang pentingnya sertifikasi halal, kesadaran halal dan pengetahuan halal serta memberikan dampak pada peningkatan usaha bisnis dan daya saing.