

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dapat diketahui bahwa makanan dan minuman adalah suatu kebutuhan penting bagi keberlangsungan hidup manusia. Dalam Islam, kita hanya diperbolehkan mengkonsumsi makanan halal yang sesuai dalam syariat.

Minat berkaitan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu dan berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada waktu tertentu. Minat beli berarti suatu dorongan yang menarik perhatian seseorang terhadap suatu objek tertentu, minat juga berkaitan dengan kognisi, emosi dan objek olahraga serta merupakan motivasi untuk melakukan apa yang ingin dicapai. Minat beli mengacu pada rencana konsumen untuk membeli produk tertentu (Jonathan A.J. Wilson, 2011).

Minat beli konsumen adalah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan untuk membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalamannya memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk (Amstrong, 2012). Minat berarti sesuatu yang eksklusif dan berhubungan dengan perilaku individu yang tertarik pada suatu objek yang memiliki kekuatan atau dorongan untuk melakukan berbagai perilaku untuk mendekati atau mendapatkan objek yang diinginkan (Bilson, 2006).

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli berkaitan dengan perasaan dan emosi. Jika seseorang memiliki keinginan dan kepuasan dalam membeli barang atau jasa maka akan meningkatkan minat beli, ketidakpuasan biasanya dapat menghilangkan minat (Swastha, 2005).

Sertifikasi halal merupakan syarat untuk mendapatkan persetujuan pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang (Indonesia, 2011). Sertifikat halal adalah jaminan kehalalan suatu produk. Menteri Agama Republik Indonesia memutuskan sertifikat halal yang diberi label halal sebagai jaminan kualitas kehalalan suatu produk agar aman dikonsumsi oleh umat Islam (Hasan, 2014).

Sertifikasi halal penting karena merupakan jaminan keamanan bagi konsumen muslim untuk memilih makanan yang baik bagi mereka dan sesuai dengan syariat Islam. Bahan pangan dengan sertifikasi halal adalah produk yang memenuhi standar keamanan dan kebersihan selama proses pengolahan. Sertifikasi Halal adalah pencantuman keterangan halal pada kemasan suatu produk, yang bertujuan agar masyarakat muslim mengetahui bahwa produk tersebut berstatus halal. Produk dengan sertifikasi halal adalah produk yang telah teruji kehalalannya dan dapat dikonsumsi oleh umat Islam. Produk yang sudah bersertifikat halal diverifikasi dengan mencantumkan logo pada kemasan produk. Sertifikasi dan pelabelan halal bertujuan untuk menciptakan kepastian hukum dan perlindungan konsumen, serta meningkatkan daya saing produk dalam negeri untuk meningkatkan pendapatan nasional (Sri & Jalil, 2019).

Kesadaran halal dapat diketahui dengan pemahaman tentang bahan-bahan halal, penyembelihan yang dilakukan sesuai hukum syariah, serta tempat tidak ditempati barang-barang najis (Azizi, 2013). Kesadaran halal didasarkan pada apakah seorang muslim memahami apa itu halal, mengetahui proses penyembelihan yang benar, dan mengutamakan makanan halal yang masuk ke dalam tubuh. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal berarti pengetahuan muslim tentang konsep halal, proses halal dan percaya bahwa mengkonsumsi makanan halal penting untuk diri sendiri (Ahmad, 2013).

Kualitas terdiri dari serangkaian karakteristik produk yang memenuhi harapan konsumen dan menciptakan kepuasan dengan penggunaan produk. Kualitas selalu fokus pada konsumen. Produk dirancang atau diproduksi untuk memenuhi harapan konsumen, sehingga suatu produk dapat dikatakan berkualitas tinggi jika memenuhi keinginan konsumen (Ratnasari, 2011). Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan keseluruhan, keandalan, akurasi, kemudahan penggunaan dan kemampuan perbaikan produk, dan atribut produk lainnya (Kotler, 2012).

Kualitas produk merupakan gabungan dari semua karakteristik produk yang dihasilkan dari bagian pemasaran, hasil rekayasa produksi dan pemeliharaan, sehingga menjadi barang (produk) yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen (Wijaya, 2011). Kualitas umumnya mengacu pada utilitas, utilitas, dan fitur produk. Konsumen bisa langsung menilai dan merasakan seperti apa kualitas produknya. Kualitas merupakan senjata terpenting bagi perusahaan dalam memasarkan produknya. Kualitas yang baik yang memenuhi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen juga dapat memberikan dampak positif bagi bisnis. Artinya konsumen akan membeli produk perusahaan dan tetap loyal kepada mereka. Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Hanya perusahaan dengan kualitas produk terbaik yang akan tumbuh dengan cepat dan lebih sukses dalam jangka panjang daripada perusahaan lain (Siregar & Hakim, 2017).

Harga merupakan faktor penting untuk menarik perhatian konsumen. Jika harga yang ditetapkan tidak terlalu mahal atau tidak terlalu murah, pelanggan dapat menyimpulkan bahwa harga tersebut sesuai dengan harga yang diharapkan. Harga merupakan hal yang menjadi perhatian konsumen ketika melakukan pembelian. Beberapa konsumen bahkan mengidentifikasi harganya. Jika konsumen harus membelanjakan lebih banyak untuk suatu produk daripada manfaat yang mereka terima, maka produk tersebut memiliki nilai yang tidak relevan. Konsumen mungkin melihat ini sebagai nilai buruk, yang kemudian mengurangi konsumsi produk (Malonda Deisy, Joyce Lopian, 2018).

Istilah harga sudah tidak asing lagi bagi semua orang, namun kemajuan dalam perekonomian menyebabkan harga memiliki istilah lain, misalnya dalam jasa perbankan. Harga juga dikenal sebagai bunga dan dianggap sebagai biaya dalam akuntansi, periklanan, dan konsultasi. Harga umumnya ditetapkan melalui negosiasi antara penjual dan pembeli setelah kesepakatan harga tercapai. Harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya hanya merupakan bagian dari elemen biaya. Harga mempengaruhi jumlah penjualan, jumlah keuntungan pangsa pasar yang dapat dicapai perusahaan (Asti & Ayuningtyas, 2020).

Tabel 1.1

Data Penjualan Mie Ayam Jamur Haji Mahmud S. Tahun 2020-2021

NO	BULAN	PENJUALAN (Rp)		PERSENTASE (%)
		2020	2021	
1	Januari	150,394,130	150,093,884	-0,20
2	Februari	150,286,595	150,076,554	-0,14
3	Maret	147,302,567	150,043,414	1,86
4	April	138,165,054	138,200,455	0,03
5	Mei	157,142,066	150,816,020	-4,03
6	Juni	150,408,060	150,040,958	-0,24
7	Juli	150,189,058	150,043,717	-0,097
8	Agustus	150,386,395	150,011,282	-0,25
9	September	150,118,234	150,030,051	-0,06
10	Oktober	150,299,500	150,005,872	-0,195
11	November	150,470,409	150,003,138	-0,31
12	Desember	150,302,801	150,015,492	-0,19

Sumber : Data penjualan Mie Ayam Jamur Haji Mahmud S.

Mie Ayam Jamur Haji Mahmud telah mendapatkan sertifikat halal sejak 17 Februari 2021. Berdasarkan data penjualan diatas dapat dilihat bahwa terjadi fluktuasi pendapatan. Penjualan dibulan Maret 2021 jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya terjadi kenaikan, dan dibulan April 2021 juga terjadi kenaikan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya namun, kenaikan dibulan April 2021 tidak sebesar kenaikan dibulan sebelumnya pada tahun yang sama. Sedangkan untuk seterusnya terjadi penurunan pada bulan yang sama ditahun yang berbeda.

(Kotler, Philip dan Keller, 2009) Hal ini bertentangan dengan teori dari penelitian peneliti sebelumnya dimana, dengan mengetahui kehalalan makanan melalui label halal yang tertera pada produk akan membangkitkan minat yang besar di kalangan konsumen dalam keputusan untuk membeli dan mengkonsumsi makanan halal. Minat berkaitan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu dan berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada waktu tertentu.

Selanjutnya harga produk dari Mie Ayam Jamur Haji Mahmud sendiri dapat dikatakan lebih tinggi dibandingkan dengan mie ayam lainnya hal ini dikarenakan kualitas bahan yang dipakai merupakan bahan yang berkualitas. Usaha ini juga memiliki cukup banyak pelanggan yang setia membeli makanan disana. Hal ini juga bertentangan dengan teori dari peneliti sebelumnya. (Hidayah & Apriliani, 2019) Harga merupakan suatu ukuran seseorang dalam melakukan pembelian. Setiap seseorang sebelum melakukan pembelian pasti terlebih dahulu mempertimbangkan harga yang murah tapi memiliki mutu yang tinggi dalam menentukan barang dan jasa itu. (Japarianto & Adelia, 2020) Harga juga mempengaruhi minat beli karena kemampuan konsumen untuk membeli suatu produk ditentukan oleh uang yang dimiliki konsumen dengan membandingkan fasilitas yang diterima konsumen saat membeli suatu produk.

Dari paparan teori diatas yang bertentangan dengan kenyataan yang ada dilapangan peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus: Mie Ayam Jamur Haji Mahmud)”.

**B. Identifikasi Masalah**

Berikut adalah identifikasi masalah dalam penelitian ini :

- a. Tidak ada perubahan signifikan sesudah adanya sertifikasi halal.
- b. Tidak ada perubahan kesadaran dari konsumen dalam membeli walau sesudah adanya sertifikasi halal.
- c. Kualitas produk yang lebih baik setelah adanya sertifikasi halal tidak terlalu menarik perhatian konsumen dalam membeli.
- d. Walau harga produk yang lebih tinggi, usaha ini tetap memiliki peminat.

**C. Batasan Masalah**

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan di latar belakang untuk mempermudah pembahasan agar tidak meluas dan tepat sasaran, dalam penelitian ini dibatasi hanya empat variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah sertifikasi halal, kesadaran halal, kualitas produk, dan harga, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat beli konsumen.

**D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah sertifikasi halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Mie Ayam Jamur Haji Mahmud S?
2. Apakah kesadaran halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Mie Ayam Jamur Haji Mahmud S?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Mie Ayam Jamur Haji Mahmud S?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Mie Ayam Jamur Haji Mahmud S?
5. Apakah sertifikasi halal, kesadaran halal, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Mie Ayam Jamur Haji Mahmud S?

### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal terhadap minat beli konsumen di Mie Ayam Jamur Haji Mahmud S.
2. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli konsumen di Mie Ayam Jamur Haji Mahmud S.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen di Mie Ayam Jamur Haji Mahmud S.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen di Mie Ayam Jamur Haji Mahmud S.
5. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal, kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen di Mie Ayam Jamur Haji Mahmud S.

### **F. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis bagi berbagai pihak. Penelitian ini juga dimaksudkan untuk memperkuat teori-teori sebelumnya yang telah digali oleh para peneliti sebelumnya. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

#### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dan pengalaman serta menjadi alat untuk mencurahkan ilmu yang didapat selama dibangku perkuliahan.

#### **2. Untuk Instansi/Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas dan pengembangan perusahaan khususnya bagi perusahaan Mie Ayam Jamur Haji Mahmud S.

#### **3. Untuk Universitas/Institusi**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat reputasi baik universitas dan diberikan sebagai sumbangan kepada perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

#### 4. Bagi Akademisi/Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi dan sebagai bahan acuan untuk penelitian para peneliti selanjutnya.

#### 5. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam merancang kebijakan bagi pelaku ekonomi.

#### 6. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi pemecahan masalah sosial di dalam masyarakat.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN