

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman banyak hal-hal yang mempengaruhi perilaku masyarakat seperti dalam sektor perdagangan. Menurut Badan Pusat Statistik (2021), nilai tambah sektor perdagangan adalah penyumbang terbesar kedua dalam struktur Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. BPS melakukan survei perdagangan pada tahun 2021 yang menunjukkan bahwa secara umum rata-rata omzet per usaha/perusahaan sektor perdagangan adalah 18,23 miliar rupiah per tahun (Badan Pusat Statistik, 2021).

Pada saat ini, sangat banyak produk luar negeri khususnya makanan yang masuk ke Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (2021) impor barang konsumsi pada tahun 2019 sebesar 16.454,0 dolar AS sedangkan pada tahun 2020 mengalami penurunan yaitu hanya sebesar 14.655,7 dolar AS sedangkan pada tahun 2021 mengalami peningkatan yang cukup tinggi yaitu sebesar 20.182,8 juta dolar AS dibandingkan dengan tahun 2020 hanya sebesar 14.655,7 juta dolar AS (Badan Pusat Statistik, 2021). Berdasarkan hal tersebut maka dapat dilihat bahwa produk impor pada tahun 2019 ke tahun 2020 menurun sebesar 1.788,3 dolar AS sementara dari tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 5.517,1 dolar AS.

Dengan peningkatan jumlah impor barang konsumsi tersebut kemudian berpengaruh pada perilaku masyarakat mengenai konsumsi barang sehingga minat masyarakat terhadap produk impor meningkat. Masyarakat menilai bahwa barang impor memiliki kualitas yang baik, kemasan yang menarik, citra produk impor yang dianggap unggul, harga yang bersaing dengan produk lokal, dan strategi promosi yang baik (Anggraini, 2020).

Beredarnya produk makanan dan minuman kemasan impor di Indonesia ternyata masih terdapat produk yang belum memiliki label halal pada kemasannya.

Tabel 1.1
Daftar Produk Makanan dan Minuman Impor Dalam
Kemasan Yang Berlabel Halal

No	Nama Produk	No. Sertifikasi Halal	Asal Negara Impor	Status
1	Samyang Green Buldak Noodle	00090084950917	Korea	Berlabel Halal
2	Nongshim Farmer's Heart Kimchi Ramyun	00090089380618	Korea	Berlabel Halal
3	Cadbury Dairy Milk All Variant	00110068180214	Malaysia	Berlabel Halal
4	KitKat	00290084940917	Malaysia	Berlabel Halal
5	Naraya Oat Choco	00110080291216	Malaysia	Berlabel Halal
6	Glico Pocky All Variant	00100078150816	Jepang	Berlabel Halal
7	Snickers Peanuts	00110065990713	Venezuela	Berlabel Halal
8	Belvita	00100073950915	Malaysia	Berlabel Halal
9	Pringles	00100097280719	Amerika	Berlabel Halal
10	Olatte	00120090650918	Korea	Berlabel Halal
11	Apollo	00100067830114	Malaysia	Berlabel Halal
12	Ovaltine	00120048951105	Thailand	Berlabel Halal

Sumber: Survei Pra-Riset 2022.

Tabel 1.2
Daftar Produk Makanan Impor Dalam
Kemasan Yang Tidak Ada Label Halal

No	Nama Produk	Asal Negara Impor	Status
1	Samyang U-dong	Korea	Tidak Ada Label Halal
2	Samyang Ramen Kimchi	Korea	Tidak Ada Label Halal
3	Nongshim Shin Ramyun Black	Korea	Tidak Ada Label Halal
4	Kracks Potato Chips Original	Singapore	Tidak Ada Label Halal
5	Appel Cider Vinegar	USA	Tidak Ada Label Halal
6	Yummy House Oat Saline Biscuit	Hongkong	Tidak Ada Label Halal
7	Paldo Volcano Chicken Noodle	Korea	Tidak Ada Label Halal
8	Paldo Bulnak Spicy Octopus Ramen	Korea	Tidak Ada Label Halal
9	Chern-Chim BBQ Crispy Fish	Thailand	Tidak Ada Label Halal

10	Whole Kernel Corn Global Brand	Thailand	Tidak Ada Label Halal
----	-----------------------------------	----------	-----------------------

Sumber: Survei Pra-Riset 2022.

Dari tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa ada beberapa makanan dan minuman kemasan impor dari berbagai negara yang memiliki label halal pada kemasannya yaitu ada Samyang Green Buldak Noodle, Nongshim Farmer's Heart Kimchi Ramyun, Cadbury Dairy Milk, KitKat, Naraya Oat Choco, Glico Pocky, Snickers Peanuts, Belvita, Pringles, Olatte, Apollo, dan Ovaltine . Produk tersebut sudah memiliki nomor sertifikasi halal yang berarti sudah melewati berbagai tahapan dalam Ketetapan Halal MUI. Sedangkan pada tabel 1.2 di atas ada beberapa makanan dan minuman kemasan impor dari berbagai negara yang tidak memiliki label halal pada kemasannya yaitu Samyang U-dong, Samyang Ramen Kinchi, Nongshim Shi Ramyun Black, Kracks Potato Chips Original, Apple Cider Vinegar, Yummy House Oat Saline Biscuit, Paldo Volcano Chicken Noodle, Paldo Bulnak Spicy Octopus Ramen, Chern-Chim BBQ Crispy Fish, dan Whole Kernel Corn Global Brand. Makanan dan minuman tersebut tidak masuk kriteria makanan halal dalam Islam sebab masih terdapat zat yang diharamkan dalam Islam seperti babi, gelatin, dan lain-lain.

Adapun produk impor yang pernah dikonsumsi mahasiswa UIN Sumatera Utara Program Studi Ekonomi Islam adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3
Beberapa Produk Impor Yang Dikonsumsi Mahasiswa Prodi EKI
UIN SU

Nama Produk	Status	Jumlah Konsumen	Nama Produk	Status	Jumlah Konsumen
Samyang Ramen Kimchi	Tidak Berlabel Halal	6	Samyang Green Buldak Noodle	Berlabel Halal	3
Nongshim Shin Ramyun Black	Tidak Berlabel Halal	3	Cadbury Dairy Milk	Berlabel Halal	3

Kracks Potato Chips Original	Tidak Berlabel Halal	4	Glico Pocky	Berlabel Halal	6
Paldo Volcano Chicken Noodle	Tidak Berlabel Halal	1	Pringles	Berlabel Halal	1
Chern-Chim BBQ Crispy Fish	Tidak Berlabel Halal	1	KitKat	Berlabel Halal	1
Apple Cider Vinegar	Tidak Berlabel Halal	1			
Total		16	Total		14

Sumber: Wawancara Mahasiswa Prodi EKI

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwasanya konsumsi pada produk impor yang tidak berlabel halal lebih banyak daripada konsumsi yang berlabel halal.

Islam merupakan agama yang universal yang ajarannya mencakup seluruh aspek kehidupan umat manusia yang berlaku di setiap tempat dan masa, semuanya sudah diatur di dalam Al-Qur'an. Setiap aktivitas manusia dalam menjalankan kehidupan di dunia ini telah memiliki standar yang tertata dalam hukum syariah dan menjadikan hukum tersebut pedoman dalam menjalankan kehidupan sehari-hari, oleh sebab itu ketetapan Allah SWT adalah kewajiban bagi setiap manusia. Termasuk dalam hal mengonsumsi makanan, Allah memerintahkan kepada manusia agar memakan dan minuman yang halal. Manusia dituntut untuk pandai dan teliti dalam memilih produk karena bisa jadi produk tersebut tidak diketahui apakah halal atau haram.

Ketentuan UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) pasal 4 berbunyi: "Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikasi halal." Ketetapan tersebut berimplikasi bahwa setiap produk (makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika) yang masuk dan beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikasi halal (Persetujuan Bersama DPRRI

dan Presiden RI, 2014). Namun pada kenyataannya masih ada ditemukan produk makanan dan minuman kemasan impor yang tidak memiliki sertifikat dan label halal.

Pada penelitian ini peneliti mengikutsertakan mahasiswa sebagai objek penelitian. Mahasiswa merupakan generasi Z yang merupakan generasi yang lahir pada tahun 1995-2012. Mahasiswa sering membeli produk-produk impor karena kebutuhan atau hanya sekadar untuk gaya hidup. Mereka tertarik untuk membeli produk makanan dan minuman impor hanya karena melihat *review* dari sosial media kemudian tergugah untuk membeli produk tersebut. Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan Jurusan Ekonomi Islam. Alasan peneliti memilih mahasiswa sebagai objek pada penelitian ini adalah dikarenakan mahasiswa merupakan seorang yang kritis dan memiliki kemampuan memahami informasi, dengan pendidikan yang tinggi mahasiswa juga bisa membedakan produk-produk yang akan dikonsumsi berdasarkan informasi yang diperoleh, serta mahasiswa UIN Sumatera Utara merupakan konsumen muslim sehingga cocok untuk diteliti.

Sebagai konsumen yang cerdas, mahasiswa harus pandai dalam memilih produk yang akan dikonsumsi karena setiap orang berhak secara perorangan untuk memutuskan membeli atau tidak membeli suatu produk. Kotler & Armstrong (2014) mengatakan, keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, serta pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Wibisono, 2019).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Elsaday Christina Nababan (2019) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian makanan buah impor ada tiga yaitu, faktor psikologi: alasan pembelian, sumber informasi dan pengalaman pribadi, faktor

pengaruh lingkungan: keragaman buah dan pramuniaga, dan faktor perbedaan individu: pendapatan (Nababan, 2019). Kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh Dwi Sinta Anggraini (2020) menyatakan bahwa Labelisasi Halal dan Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada makanan dan minuman kemasan impor (Anggraini, 2020). Sedangkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Fealia Wahyuli Zeyf (2020) menyatakan bahwa Label Halal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan impor, Religiusitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan impor, dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman kemasan impor (Zeyf, 2020).

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor psikologi, faktor pengaruh lingkungan, faktor perbedaan individu, label halal, harga, dan kualitas produk.

Adapun faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian makanan dan minuman kemasan impor adalah literasi halal, label halal, dan kualitas produk.

Literasi halal merupakan kesadaran dan pemahaman yang benar dari individu muslim tentang perintah halal. Dengan demikian umat Islam dengan pengetahuan yang lebih baik tentang perintah halal harus lebih terlibat dan berhati-hati mengenai produk yang mereka konsumsi daripada umat Islam yang kurang berpengetahuan (Salehudin, 2010). Literasi halal sangat penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian karena mahasiswa harus cerdas dan teliti dalam memilih makanan dan minuman impor. Namun pada kenyataannya mahasiswa yang memiliki literasi halal masih memiliki kesadaran yang rendah untuk memperhatikan halal atau tidaknya suatu produk makanan dan minuman impor yang dikonsumsi. Faktanya masih ada mahasiswa yang membeli makanan dan minuman

kemasan impor dengan tidak memperhatikan atau meninjau apakah makanan atau minuman tersebut terjamin kehalalannya atau tidak, mereka tidak memperhatikan bahwa produk tersebut tidak memiliki label halal pada kemasan dengan alasan mengikuti *tren* dan hanya karena penasaran saja.

Selain literasi halal, label halal merupakan hal yang penting sebagai bahan pertimbangan untuk sebuah keputusan dalam pembelian. Label halal merupakan pencantuman logo halal produk yang bertujuan sebagai pernyataan kehalalan produk tersebut. Aturan umum yang telah berlaku mengenai pencantuman label halal pada produk makanan dan minuman harus melalui pemeriksaan dan sertifikasi halal terlebih dahulu oleh pihak yang berwenang agar diketahui kehalalan komposisi dan asal-usul serta cara memproduksi makanan yang diproduksi. Pada kenyataannya masih ada saja mahasiswa yang membeli produk makanan dan minuman impor tanpa memperhatikan logo keterangan halal pada produk makanan dan minuman kemasan impor, mereka memutuskan untuk membeli produk tersebut hanya karena ingin mencoba makanan atau minuman kemasan impor tersebut.

Kemudian yang menjadi persoalan konsumen dalam proses keputusan pembelian yaitu kualitas dari produk itu sendiri. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Perusahaan dengan kualitas produk yang terbaik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain (Oktavenia & Ardani, 2019). Kualitas produk merupakan totalitas sifat dan karakteristik jasa dan produk yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang ditanyakan atau tersirat. Kualitas produk sebuah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen bisa dengan mudah mengenali produk tersebut. Kualitas pada suatu produk menjadi salah satu hal yang penting dalam proses keputusan pembelian. Jika kualitas pada suatu produk baik, maka konsumen akan membeli produk tersebut secara berulang.

Namun terkadang terdapat kesalahan-kesalahan yang dilakukan oleh perusahaan sehingga terjadi kecacatan atau menurunnya kualitas suatu produk dan hal tersebut mengakibatkan konsumen tidak melakukan pembelian ulang pada produk tersebut.

Di dalam penelitian ini menggunakan Religiusitas sebagai variabel *moderating* yaitu variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan variabel independen dan variabel dependen. Religiusitas sebagai variabel *moderating* dapat memperkuat atau memperlemah antara variabel independen dan variabel dependen. Religiusitas merupakan potensi beragama atau berkeyakinan kepada Tuhan dengan kata lain percaya dengan adanya kekuatan di luar dirinya yang mengatur hidup dan kehidupan alam semesta. Religiusitas mengacu pada tingkat keterikatan antara seseorang dengan nilai agama yang diyakini. Dengan adanya agama diharapkan bisa menjadi pengontrol dalam penegakan norma ataupun pemantauan diri dalam berperilaku. Konsumen yang mempunyai tingkat religiusitas yang tinggi cenderung mempunyai cara tersendiri untuk mengurangi tingkat risiko yang diterima dalam pemilihan suatu produk yang akan dibeli. Kecondongan yang tinggi terhadap ilmu agama yang melekat pada perilaku konsumen akan membuat konsumen semakin hati-hati dalam memilih produk yang akan dikonsumsi (Azis, 2020).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada Sahnila Sikumbang (2022), yang merupakan mahasiswa UIN Sumatera Utara Program Studi Ekonomi Islam, mengatakan bahwa kualitas produk mempengaruhi dalam keputusan pembelian sedangkan literasi halal, label halal, dan religiusitas tidak, dalam melakukan pembelian produk makanan dan minuman impor, beliau tidak terlalu memperhatikan kehalalan pada produk tersebut. Saudari Fadilah Andriani (2022) menyatakan bahwa dalam melakukan pembelian pada makanan dan minuman kemasan impor beliau tidak terlalu memperhatikan kehalalan, label halal, dan kualitas dari produk tersebut, beliau hanya melakukan pembelian karena terpengaruh orang

sekitar dan hanya karena penasaran dan menurutnya religiusitas mempengaruhi keputusan pembelian. Sama halnya dengan Ahmad Fikri Ihsan (2022) yang menyatakan bahwa literasi halal, label halal, kualitas produk, namun menurut beliau religiusitas tidak mempengaruhi beliau dalam proses keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan impor. Kemudian Nadia Mayang Rukmana (2022) mengatakan bahwa literasi halal, label halal, dan religiusitas mempengaruhi keputusan pembelian makanan dan minuman impor sedangkan kualitas produk tidak. Lalu Zahrotan Tasnim Lubis (2022) menyatakan bahwa label halal dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian produk makanan dan minuman impor sedangkan literasi halal dan religiusitas tidak. Selanjutnya Salmiah Hasibuan (2022) menyatakan bahwa literasi halal, label halal, kualitas produk, dan religiusitas mempengaruhi keputusan pembelian makanan dan minuman impor. Sama halnya dengan Umi Nabila Suci (2022), beliau mengatakan bahwa literasi halal, label halal, kualitas produk, dan religiusitas mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian makanan dan minuman kemasan impor. Kemudian Dayantri (2022) yang mengatakan bahwa literasi halal, label halal, kualitas produk, dan religiusitas tentu saja berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk impor karena sebagai seorang muslim dianjurkan untuk memakan makanan yang halal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa jurusan Ekonomi Islam UIN Sumatera Utara, mereka memiliki pandangan yang berbeda dalam proses pengambilan keputusan pembelian makanan dan minuman kemasan impor ada yang mengatakan bahwa literasi halal, label halal, kualitas produk, dan religiusitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian, ada juga yang mengatakan bahwa hanya label halal dan kualitas produk saja yang berpengaruh pada keputusan pembelian, ada juga yang mengatakan bahwa hanya kualitas produk saja yang berpengaruh pada keputusan pembelian, dan ada yang mengatakan bahwa literasi halal, label

halal, kualitas produk, dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan impor.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul, **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Impor Dengan Religiusitas Sebagai Variabel *Moderating* (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam UIN Sumatera Utara)”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari paparan latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Kesadaran mahasiswa masih rendah untuk memperhatikan halal atau tidaknya suatu produk impor terlihat pada masih ada yang membeli produk impor tanpa label halal.
2. Mahasiswa masih membeli produk makanan dan minuman impor tanpa memperhatikan logo keterangan halal pada produk makanan dan minuman kemasan impor.
3. Menurunnya kualitas suatu produk mengakibatkan konsumen tidak melakukan pembelian ulang pada produk tersebut.

C. Batasan Masalah

Atas dasar keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga yang tidak memungkinkan setiap masalah yang ada untuk diteliti, maka diperlukan pembatasan masalah agar penelitian dapat fokus dan mendalam. Oleh sebab itu, peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian ini yaitu literasi halal, label halal, dan kualitas produk.
2. Produk impor dalam penelitian ini yaitu makanan dan minuman kemasan impor.
3. Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Stambuk 2018 UIN Sumatera Utara.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah literasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman kemasan impor?
2. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman kemasan impor?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman kemasan impor?
4. Apakah religiusitas mampu memoderasi hubungan antara literasi halal dan keputusan pembelian makanan dan minuman kemasan impor?
5. Apakah religiusitas mampu memoderasi hubungan antara label halal dan keputusan pembelian makanan dan minuman kemasan impor?
6. Apakah religiusitas mampu memoderasi hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian makanan dan minuman kemasan impor?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan paparan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini pada dasarnya ingin mencapai jawaban tersebut. Adapun tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi halal terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman kemasan impor.
2. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman kemasan impor.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman kemasan impor.
4. Untuk mengetahui kemampuan religiusitas memoderasi hubungan antara literasi halal dan keputusan pembelian makanan dan minuman kemasan impor.

5. Untuk mengetahui kemampuan religiusitas memoderasi hubungan antara label halal dan keputusan pembelian makanan dan minuman kemasan impor.
6. Untuk mengetahui kemampuan religiusitas memoderasi hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian makanan dan minuman kemasan impor.

F. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian yang dilakukan peneliti, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Teori dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai pengembangan pengetahuan yang relevan di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti yaitu untuk menambah wawasan serta ilmu pengetahuan tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada makanan dan minuman kemasan impor.
- b. Bagi pembaca yaitu sebagai bahan untuk menambah wawasan tentang pengaruh literasi halal, label halal, dan kualitas produk, terhadap keputusan pembelian dengan religiusitas sebagai variabel moderating pada makanan dan minuman kemasan impor.
- c. Bagi akademisi yaitu penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan peneliti dan menjadi sebuah referensi untuk kesempurnaan penelitian selanjutnya. Serta menambah pengetahuan khususnya dalam bidang Ekonomi Islam mengenai literasi halal, label halal, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk makanan.