

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan catatan BPS RI Tahun 2022, bahwa Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di dunia. Jumlah penduduk di Tanah Air pun terus mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir.¹

Dilihat dari pemeluk agama, maka menurut data BPS RI terdapat 238,09 juta jiwa atau 86,93% penduduk Indonesia yang tercatat beragama Islam pada akhir 2021. Dengan demikian mayoritas penduduk di Tanah Air adalah Muslim. Data Sebanyak 20,45 juta (7,47%) penduduk Indonesia yang memeluk agama Kristen, sebanyak 8,43 juta jiwa (3,08%) beragama Katolik, dan 4,67 juta (1,71%) beragama Hindu. Ada pula 2,03 juta jiwa atau 0,74 juta jiwa penduduk di tanah air yang beragama Buddha, terdapat 73,63 ribu jiwa (0,03%) memeluk agama Konghucu, serta terdapat 126,51 ribu (0,05%) yang menganut aliran kepercayaan.²

Islam sebagai agama yang banyak dipeluk oleh penduduk Indonesia, ajarannya sangat mengikat pemeluknya dalam seluruh aspek kehidupan yang berlaku disetiap tempat dan masa, semuanya diatur dan bersumber dari wahyu Allah SWT. Segala aktivitas umat Islam dalam menjalankan kehidupan di dunia ini telah memiliki standariasasi yang tertata dalam hukum syari'ah, dan menjadikan hukum tersebut pedoman dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Oleh karena

¹ BPS RI Tahun 2022, diakses tanggal 15 Oktober 2022.

² Annisa Meutia (Editor), "Sebanyak 86,93% Penduduk Indonesia Beragama Islam pada 31 Desember 2021" Databoks.. Diakses tanggal 15 Oktober 2022.

itu ketetapan Allah SWT adalah kewajiban bagi setiap makhluk-Nya, termasuk manusia.

Manusia merupakan makhluk ciptaan Allah SWT yang paling sempurna (insan kamil). Kebutuhan manusia akan makan, minum, bukan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan dan kesenangan jasmani saja akan tetapi, lebih dari itu karena manusia harus mengemban tugas-tugas kekhalifahan yang telah diamanahkan oleh Allah, maka pemenuhan kebutuhan hidup manusia sejatinya adalah sesuai dengan ketentuan hukum syari'ah yang telah ditetapkan oleh Allah SWT tentang kehalalannya.

Seiring dengan perkembangan zaman masyarakat mulai berfikir praktis, berbagai makanan dan minuman saat ini kemas sangat apik (bagus dan bersih) sehingga konsumen tertarik untuk membelinya. Masyarakat lebih senang membeli produk yang instan seperti minuman dalam kemasan yang langsung siap minum, praktis dan mudah dikonsumsi. Akan tetapi ada baiknya konsumen cermat dalam memilih produk khususnya minuman dalam kemasan, jangan lupa untuk membaca label pada kemasan produk, karena informasi yang tertera pada label sangat penting antara lain sertifikasi halal dan waktu kadaluwarsa. Karena untuk menjamin keselamatan dan keamanan pada konsumen dalam menggunakan produk yang diperbolehkan dan terhindar dari kerugian apabila mengonsumsi produk tersebut. Pentingnya pencantuman label halal bagi produk perusahaan disebabkan karena konsumen muslim yang taat beragama saat ini sangat memperhatikan kehalalan sebuah produk.

Al-Quran memberi ketentuan mengenai konsumsi makanan adalah harus memenuhi persyaratan halal, tidak haram dan thoyyib (baik). Halal adalah sesuatu yang jika digunakan tidak mengakibatkan mendapatkan siksa (dosa). Sedangkan haram adalah sesuatu yang dilarang tegas dilakukan oleh Allah swt dan yang melanggarnya diancam siksa di akhirat.³ Thoyyib dalam hal makanan memiliki arti makanan tersebut tidak membahayakan bagi tubuh seseorang.⁴

Hukum bisnis syari'ah mengajarkan bahwa pada dasarnya asal dari segala sesuatu adalah boleh. Hal tersebut sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 29:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا. (البقرة: ٢٩)

*“Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu”.*⁵

Sama halnya dengan dasar penentuan halal haramnya suatu makanan bagi umat Islam juga terdapat pada surat lain dalam Al-Qur'an seperti contohnya surat Al-Maidah ayat 3:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالِدَمُّ وَالْحَمُّ الْخَنِزِيرُ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ
وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبْعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَفْسِمُوا

بِالْأَنْزِلَامِ ذَلِكُمْ فَسُقُ

³ Amin M. *Fatwa dalam Sistem Hukum Islam*, (Jakarta: Elsas, 2021), hlm. 56.

⁴ Aris S. Prima Sandi, dkk.. *Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Minuman Berenergi*, (Malang: UMM, 2020), hlm.145.

⁵ Kemenag RI.. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. (Jakarta: Kemenag RI, 2021), hlm. 13.

الْيَوْمَ يَبْسُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ
وَأَتَمَّمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمْ الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنْ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ
مُتَّجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ. (المائدة: ٣)

*“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu sembelih. Dan (diharamkan pula) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan pula) mengundi nasib dengan azlam (anak panah), (karena) itu suatu perbuatan fasik. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka, tetapi takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Aku sempurnakan agamamu untukmu, dan telah Aku cukupkan nikmat-Ku bagimu, dan telah Aku ridhoi Islam sebagai agamamu. Tetapi barangsiapa terpaksa karena lapar, bukan karena ingin berbuat dosa, maka sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang”.*⁶

Berdasarkan ketentuan ayat-ayat Al-Qur'an tersebut di atas, maka bagi umat Islam, dalam hal pemenuhan kebutuhan kesehariannya selalu memperhatikan produk-produk yang sesuai dengan hukum syar'i kehalalannya. Secara umum dalam pengambilan keputusan pembelian produk obat sangat jarang mempertimbangkan kehalalannya baik dalam segi kemasan maupun kandungan dalam obat tersebut. Maka dalam hal ini akan dibahas tentang pengaruh produk

⁶ Kemenag RI. *Al-Qur'an*.... hlm. 157.

berlabel halal, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang beraneka ragam tersebut.

Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Hubungan antara keragaman produk dan perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sangat erat kaitannya pada kelangsungan penjualan suatu perusahaan.⁷ Produk berlabel halal berperan penting dalam memutuskan seseorang dalam membeli suatu barang. Hal ini karena mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam sehingga kehalalan suatu produk menjadi syarat penting untuk dapat digunakan maupun dikonsumsi. Selain label halal, pengambilan keputusan konsumen membeli suatu produk juga dipengaruhi oleh promosi.⁸ Kelengkapan label halal pada suatu produk, sehingga harapannya kedepan akan lebih banyak lagi masyarakat bukan hanya mereka yang beragama Muslim namun secara universal masyarakat untuk lebih memperhatikan keberadaan label halal pada produk impor yang akan dikonsumsi. Karena dengan adanya keberadaan label halal pada suatu produk maka telah dapat dipastikan bahwa produk tersebut dari sisi komposisi menyehatkan secara medis, serta makanan tersebut aman serta baik untuk dikonsumsi.⁹

Promosi adalah salah satu bentuk komunikasi pemasaran, sedangkan yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktifitas pemasaran yang berusaha

⁷ Indrasari meithiana, *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*(Surabaya,unitomo press,2019) hlm. 31.

⁸ Maesaroh, I. “*Pengaruh Produk Berlabel Halal, Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Beautystore22 Purwokerto*”(tesis tidak dipublikasi), Doctoral dissertation, IAIN,2019.

⁹ Mujiono, F. V. S. “*Analisis Pengaruh Label Halal, Pendapatan Dan Harga Produk Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor*” Doctoral dissertation Universitas Brawijaya,2018, hlm. 13.

menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan kemudian mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya, agar bersedia menerima, membeli, dan setia pada produk yang ditawarkan.¹⁰ Promosi yang unik, terutama yang menggunakan media media yang kreatif, menjadikan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk.

Harga juga menjadi salah satu elemen strategi pemasaran yang paling fleksibel, harga dapat diubah dengan cepat, tidak. Kesan konsumen terhadap harga baik itu mahal, murah ataupun standar akan berpengaruh terhadap aktivitas pembelian selanjutnya dan kepuasan konsumen setelah pembelian. Harga juga berperan dalam menentukan pembelian suatu produk. Sering ditemukan produsen memberikan harga yang sangat miring atau murah untuk menarik pelanggan. Imam Yahya bin Umar menjelaskan bahwa eksistensi harga merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah transaksi. Dalam pandangan Islam, harga yang adil telah menjadi pegangan mendasar dalam transaksi yang islami. Pada prinsipnya, transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil sebagai cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh.¹¹

Berdasarkan uraian di atas, maka untuk kepentingan ilmiah dalam hal ini proposal akan dibahas tentang pengaruh keragaman produk berlabel halal, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen dengan menggunakan subjek Toko Swalayan Al-Muslim Mart Kawalu Kota Tasikmalaya. Berdasarkan hasil survey diperoleh data bahwa Al-muslim Mart adalah salah satu minimarket

¹⁰ Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2019), hlm. 356.

¹¹ Vithzal dkk. *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), hlm. 430-431.

yang terletak di wilayah kawalu, Tasikmalaya. Berdiri pada tahun 2011 dan memiliki karyawan 37 orang. Rata-rata kunjungan pembelian 1500/perhari. Al-Muslim Mart sendiri juga mempunyai tujuan target pasar sasaran yaitu rumah tangga ataupun individu yang membutuhkan keperluan bulanan.¹²

Faktor pertama yaitu dari segi keragaman produk berlabel halal, konsumen akan memerhatikan kualitas dari produk yang ditawarkan, kualitas produk menjadi sebuah daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang, keragaman produk yang ditawarkan pun menjadi faktor konsumen merasa puas akan produk yang ditawarkan tidak hanya itu-itu saja. Setiap pelaku usaha yang memasarkan produk harus mencantumkan tanda atau label yang menyatakan bahwa produk tersebut aman untuk dikonsumsi sehingga tidak menimbulkan keraguan bagi masyarakat antara halal atau tidaknya. persaingan toko minimarket di tasikmalaya yang cukup ketat, membuat para pesaing berlomba-lomba untuk memberikan keragaman produk berlabel halal agar konsumen tidak berpindah ke toko pesaing.¹³

Faktor yang kedua yaitu dari segi promosi, kurang terlihat oleh konsumen dikarenakan kurangnya alat penunjang misalnya pemasangan banner yang kurang besar dan kurang terlihat. Kemudian kurangnya penggunaan media sosial seperti facebook, instagram, dan lain sebagainya sebagai sarana promosi yang dilakukan oleh toko Al-Muslim, padahal media sosial dapat menjadi salah satu sarana promosi

¹² Hasil Wawancara dengan karyawan toko Al-Muslim Mart pada tanggal 15 September 2022.

¹³ Hasil Wawancara dengan konsumen toko Al-Muslim Mart pada tanggal 5 Desember 2022.

yang sangat berguna untuk menarik konsumen khususnya untuk konsumen kalangan muda atau ibu rumah tangga.

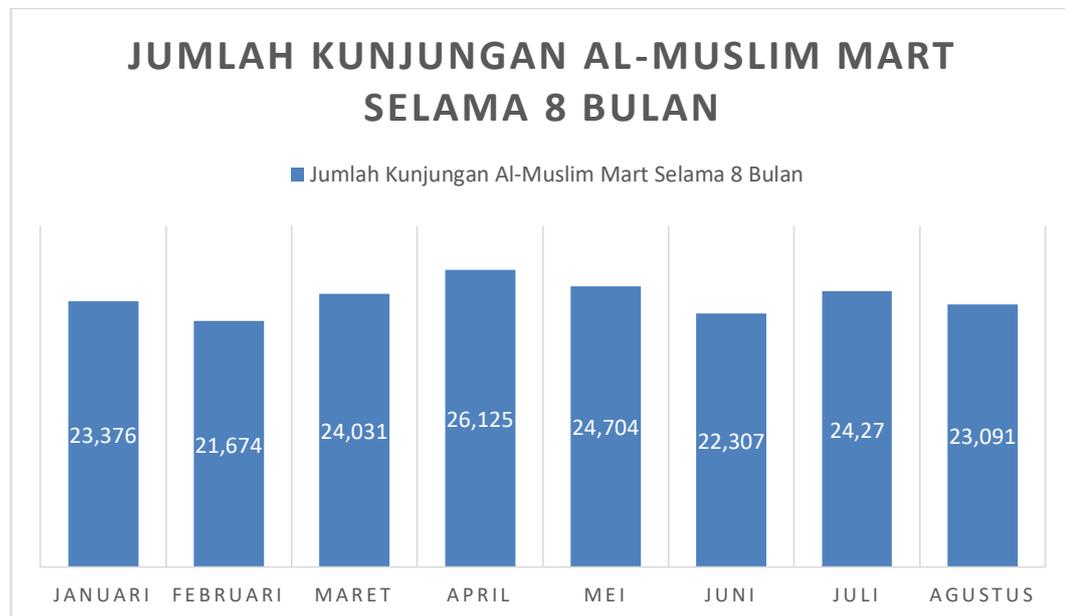
Faktor yang ketiga yaitu dari segi harga, terjadinya fluktuasi jumlah pembelian konsumen di toko Al-Muslim dimana konsumen mengira bahwa sebagian produk di toko tersebut mahal sehingga ketika konsumen ingin membeli menjadi ragu-ragu dan enggan membelinya dikarenakan tidak sesuai dengan budget yang konsumen miliki sehingga besar kemungkinan konsumen bisa beralih ke toko lain.¹⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Ratri Dwi Kurnianingsih, Rizal Ula Ananta Fauzi dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Persepsi Label Halal, Endorsement, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Kosmetik Wardah Di Kota Madiun) yang menyatakan bahwa persepsi label halal, endorsement, harga, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di Kota Madiun.

Berikut disajikan hasil studi pendahuluan tentang jumlah kunjungan konsumen pada Sawalayan Al-Muslim Mart Kawalu Kota Tasikmalaya tahun 2022.

¹⁴ *Ibid.*

Jumlah Kunjungan Konsumen Al-Muslim Mart Selama 8 Bulan Tahun 2022



Gambar 1. 1 Jumlah Kunjungan Konsumen Al-Muslim Mart Tahun 2022

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas menunjukkan bahwa dilihat dari jumlah kunjungan konsumen dari tiap bulannya tidak stabil. Misalnya, dari bulan Januari ke bulan Februari mengalami stagnasi atau jalan ditempat tanpa adanya perubahan yang lebih baik dimana bisnis atau usaha tidak mengalami perkembangan tetapi tidak juga mengalami kerugian dan adanya fluktuasi akibat naik turunnya jumlah kunjungan konsumen, hal ini didasari karena kelengkapan produk yang kurang, penyebaran promosi yang dilakukan oleh toko ini cukup kurang untuk diketahui oleh masyarakat lainnya, dan sebagian harga produk tersebut masih terbilang mahal dari toko yang lain sehingga setidaknya masyarakat seluruh Tasikmalaya mengetahui adanya Al-Muslim Mart. Dari data jumlah kunjungan konsumen pada

toko Al-Muslim Mart pada bulan Januari sebanyak 23.376 konsumen, pada bulan Februari sebanyak 21.674 konsumen, pada bulan Maret sebanyak 24.031 konsumen, pada bulan April 26.125 konsumen, pada bulan Mei sebanyak 24.704 konsumen, pada bulan Juni sebanyak 22.307 konsumen, pada bulan Juli sebanyak 24.270 konsumen, pada bulan Agustus sebanyak 23.091 konsumen. Persaingan toko minimarket di tasikmalaya yang cukup ketat, membuat para pesaing berlomba-lomba untuk memberikan keragaman produk berlabel halal, promosi dan harga yang terjangkau agar konsumen tidak berpindah ke toko pesaing.

Keputusan pembelian memegang peranan penting dalam pertumbuhan, perkembangan bahkan kelangsungan hidup sebuah perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Hal ini disebabkan semakin tinggi keputusan pembelian akan berkorelasi dengan volume penjualan dalam hal ini adalah kapitalisasi pasar yang pada akhirnya akan meningkatkan kepada profitabilitas perusahaan, dengan profitabilitas yang tinggi tentunya perusahaan akan sangat mudah dalam mengembangkan perusahaan kepada yang lebih baik lagi salah satunya adalah dengan mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian.

Sekaitan dengan hal tersebut di atas, maka minimal ada beberapa aspek penting yang secara operasional akan menjadi aspek dalam penelitian ini, yaitu: Produk berlabel halal, promosi, harga dan keputusan pembelian.

Atas dasar itulah, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Keragaman Produk Berlabel Halal, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” (Studi Kasus Pada Konsumen Al-Muslim Mart Kawalu Kota Tasikmalaya).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah keragaman produk berlabel halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Al-Muslim Mart?
2. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Al-Muslim Mart?
3. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Al-Muslim Mart?
4. Apakah keragaman produk berlabel halal, promosi dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Al-Muslim Mart?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial keragaman produk berlabel halal terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Al-Muslim Mart.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Al-Muslim Mart.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Al-Muslim Mart.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan keragaman produk berlabel halal, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Al-Muslim Mart.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis hasil penelitian ini berguna dalam menambah khazanah penulis, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh keragaman produk berlabel halal, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Al-Muslim Mart Kawalu Kota Tasikmalaya.
2. Secara praktis hasil penelitian ini berguna bagi praktisi pengelola swalayan dalam mengembangkan bisnisnya, terutama yang berkaitan dengan pengaruh keragaman produk berlabel halal, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Al-Muslim Mart Kawalu Kota Tasikmalaya.