

BAB I

PENDAHULUAN

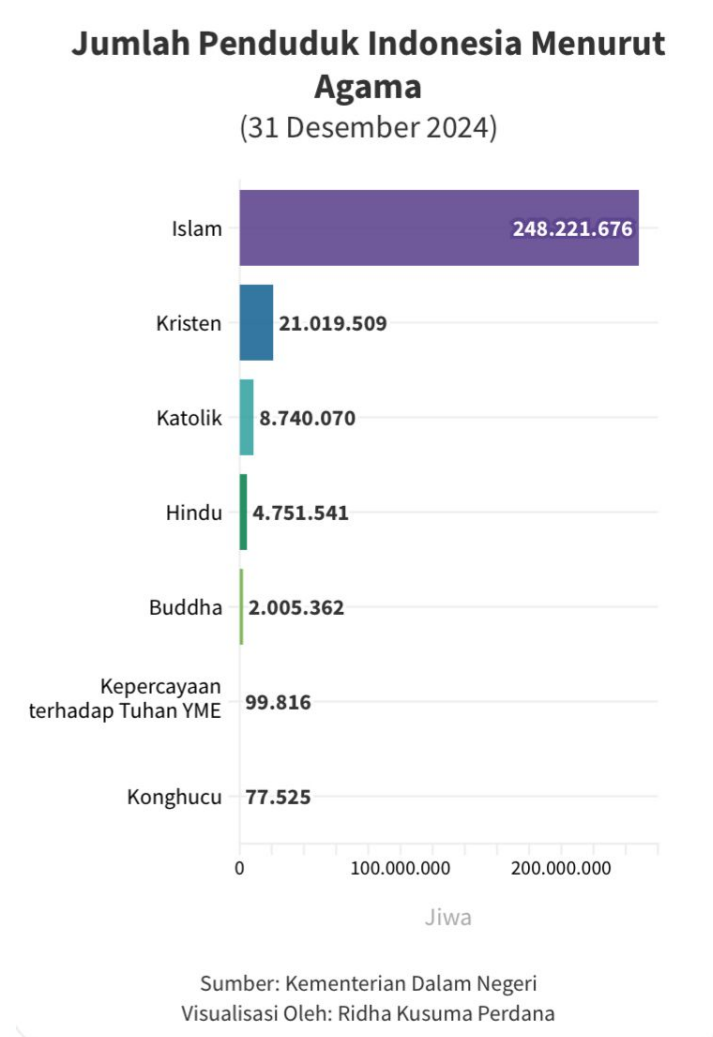
A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk beragama Islam terbesar di dunia, menjadikannya sebagai pusat kehidupan umat Islam yang signifikan secara global. Tidak hanya dipahami sebagai sebuah keyakinan atau ritual keagamaan semata, tetapi juga sebagai pedoman hidup yang komprehensif bagi setiap individu muslim. Ajaran Islam mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, mulai dari akidah, ibadah, muamalah, hingga akhlak. (Nasrullah, 2020)

Islam menjadi landasan moral, spiritual, dan sosial yang mendalam bagi umatnya, membentuk pola pikir, sikap, serta perilaku dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Nilai-nilai yang diajarkan dalam Islam tidak hanya membimbing individu dalam aspek ibadah dan akhlak pribadi, tetapi juga menjadi pedoman dalam membangun hubungan sosial yang harmonis, adil, dan penuh kasih sayang. Di Indonesia, sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, ajaran Islam telah terintegrasi secara kuat dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari budaya, adat istiadat, hingga sistem sosial kemasyarakatan. Hal ini menciptakan sinergi yang unik antara keyakinan agama dan kehidupan berbangsa, di mana nilai-nilai religius turut membentuk karakter dan identitas nasional. (Mahmud, 2024)

Sistem Informasi Geografis (GIS) Disdukcapil Kemendagri mencatat, jumlah penduduk Indonesia per 31 Desember 2024 mencapai 284,97 juta jiwa, meningkat 4,24 juta jiwa (1,51%) dibandingkan tahun sebelumnya. Mayoritas penduduk menganut agama Islam sebanyak 248,22 juta jiwa, naik 1,56% dari tahun 2023. Penduduk beragama Kristen berjumlah 21,02 juta jiwa (naik 1,01%), disusul Katolik sebanyak 8,74 juta jiwa (naik 1,67%). Penganut Hindu tercatat 4,75 juta jiwa (naik 0,48%), sementara pemeluk Buddha menurun menjadi 2,01 juta jiwa (turun 0,11%). Jumlah penganut Kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa mencapai 99.816 jiwa (naik 0,77%), dan pemeluk Konghucu tercatat sebanyak 77.525 jiwa (naik 1,94%).

Sebagaimana yang disebutkan di atas, berikut adalah grafik jumlah penduduk Indonesia berdasarkan agama tahun:



Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama Tahun 2024

Sumber : DataIndonesia.id

Masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama islam mulai menunjukkan ketertarikan terhadap gaya hidup halal (*halal lifestyle*), termasuk dalam aspek makanan halal (*halal food*) dan produk lainnya. Hal ini tidak terlepas dari kewajiban dalam ajaran Islam yang mewajibkan umat Muslim mengonsumsi makanan dan minuman yang halal. Namun, tingkat kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk halal masih beragam. Meski sebagian orang tidak peduli apakah suatu produk halal atau tidak.(Diny, 2024)

Kemampuan untuk membedakan antara yang benar dan yang salah, antara kebutuhan dan keinginan, merupakan prinsip dasar hukum Islam. Dalam konteks hukum Islam, "halal" mengacu pada barang-barang yang diizinkan secara agama. Barang-barang yang mematuhi standar yang ditetapkan oleh hukum Islam dikenal sebagai halal. Barang-barang ini tidak boleh mengandung zat-zat haram, seperti daging babi atau organ tubuh manusia. Selain itu, hewan-hewan tersebut harus dibunuh sesuai dengan ketentuan agama islam jika komponen-komponennya berasal dari hewan halal. Minuman dan bahan makanan juga tidak boleh mengandung sesuatu yang dapat membuat seseorang mabuk (Edi Wibowo & Diah Madusari, 2018)

Islam juga mengajarkan umatnya untuk menghindari pola konsumsi yang berlebihan dan tidak terkontrol. Konsumsi yang berlebih-lebihan tidak hanya bertentangan dengan ajaran agama, tetapi juga dapat merugikan kesehatan. Oleh karena itu, prinsip syariat dalam konsumsi tidak hanya menetapkan apa yang boleh atau tidak boleh dimakan, tetapi juga memberikan pedoman untuk menjaga keseimbangan dan tanggung jawab dalam pola konsumsi. Banyak perusahaan saat ini menggunakan label halal pada kemasan produknya untuk mengetahui apakah suatu produk halal atau tidak. Namun, tidak semua individu memiliki pemahaman yang mendalam tentang kehalalan suatu produk. Sebagian besar masyarakat hanya mempercayai klaim halal berdasarkan ucapan produsen atau logo halal yang tertera pada produk, tanpa mengetahui proses verifikasi yang dilakukan. Di sisi lain, kurangnya landasan pengetahuan yang akurat juga menjadi tantangan dalam memastikan kehalalan produk yang dikonsumsi. (Yudistira, 2016)

Pemerintah memegang peranan penting dalam mengatur makanan dan minuman yang diperjualbelikan di pasaran. Penyaringan makanan dan minuman agar sesuai dengan syariat Islam menjadi tanggung jawab pemerintah melalui Kementerian Agama dan dibantu oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Untuk mewujudkannya, makanan dan minuman dapat dilabeli dengan sertifikat atau label halal. Produk yang telah tersertifikasi halal biasanya dicantumkan label halal pada kemasannya. Makanan halal didefinisikan sebagai "Pangan yang tidak boleh mengandung unsur dan bahan yang haram

atau dilarang untuk dikonsumsi oleh umat Islam, baik yang berkaitan dengan bahan baku makanan, bahan tambahan makanan, maupun pengelolaannya harus dilakukan sesuai dengan ketentuan syariat Islam" (Pasal 1 Ayat 5, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 69 Tahun 1999). Sejauh mana sertifikasi halal pada makanan diberlakukan berbeda-beda di setiap negara. Konsumen yang beragama Islam harus selalu memeriksa klasifikasi halal atau haram suatu produk sebelum melakukan pembelian. Fakta bahwa beberapa pembeli masih memiliki informasi yang salah tentang sertifikasi halal dan pelabelan produk halal membuat hal ini semakin penting (Izzuddin, 2018)

Restoran Mie Gacoan merupakan jaringan restoran cepat saji asal Indonesia yang populer dan terkenal dengan hidangan mie pedas sebagai menu utamanya. Didirikan pada tahun 2016 di Malang, Jawa Timur. Restoran ini kini berkembang pesat dan memiliki banyak cabang salah satunya di Kota Cirebon. Konsepnya yang modern, harga terjangkau, dan variasi level pedas menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Konsumen utamanya adalah remaja dan dewasa. Tetapi Restoran Mie Gacoan sempat menjadi sorotan publik karena beroperasi tanpa kejelasan status kehalalan produknya sebelum memperoleh sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Ketidakpastian tersebut menimbulkan kekhawatiran di kalangan konsumen, khususnya umat Muslim, yang mempertanyakan kejelasan bahan baku, seperti asal-usul daging, bumbu, dan proses pengolahan makanan. Isu ini bahkan sempat menjadi viral di berbagai media sosial dan memunculkan beragam tanggapan negatif dari masyarakat. Selain itu, penggunaan nama-nama menu seperti "Setan", "Iblis", dan "Pocong" dianggap tidak selaras dengan prinsip-prinsip Islam, sehingga turut menjadi salah satu hambatan dalam proses sertifikasi halal.

Setelah muncul berbagai polemik dan keresahan publik terkait ketidakjelasan status kehalalan produk, restoran Mie Gacoan akhirnya mengambil langkah strategis untuk merespons isu tersebut. Pada tahun 2022, pihak manajemen restoran secara resmi mengajukan permohonan sertifikasi halal kepada Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai bentuk komitmen terhadap pemenuhan standar kehalalan yang sesuai dengan syariat Islam. Salah satu bentuk upaya yang dilakukan adalah dengan mengganti nama-nama menu

yang sebelumnya dinilai tidak sesuai dengan nilai-nilai keagamaan. Perubahan tersebut dilakukan guna memenuhi persyaratan dalam proses sertifikasi halal dan menghindari persepsi negatif dari masyarakat, khususnya konsumen Muslim. Langkah ini mencerminkan pentingnya adaptasi bisnis terhadap norma sosial dan religius sebagai bagian dari strategi keberlanjutan usaha di tengah masyarakat yang religius seperti Indonesia. Setelah Restoran Mie Gacoan Pemuda ini telah mendapatkan sertifikasi halal pada tahun 2022 Restoran Mie Gacoan berhasil menjadi pilihan restoran paling unggul di Cirebon karena kehalalan dan daya tarik makanan pedasnya..

Konsumen juga cenderung melakukan keputusan pembelian karena adanya nilai tambah hingga harga yang terjangkau salah satunya dengan *Product Bundling*. *Produk bundling* adalah salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian meliputi penggabungan produk, taktik pemasaran yang digunakan oleh banyak Restoran salah satunya dilakukan oleh Restoran Mie Gacoan yang menyediakan *Product bundling* seperti paket mie dengan minuman atau camilan lain untuk meningkatkan daya tarik produk dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Salah satu definisi penggabungan produk adalah upaya untuk menggabungkan banyak barang menjadi satu paket dan kemudian mengenakan harga tetap untuk produk gabungan tersebut. Untuk memberikan nilai tambah kepada konsumen, pendekatan ini menggunakan gagasan integrasi produk. Gagasan mendasar dari penggabungan produk adalah memberi konsumen kesempatan untuk menghemat uang dengan membeli banyak barang sekaligus, daripada membelinya satu per satu. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menarik minat konsumen.

Sebagaimana diungkapkan oleh Wijaya & Kinder (2020), *product bundling* dapat menjadi alternatif yang menarik dalam mengambil keputusan pembelian. Ketika konsumen merasa mendapatkan lebih banyak dengan harga yang lebih baik, mereka cenderung lebih tertarik untuk membeli paket produk tersebut. Dengan adanya penawaran ini, konsumen merasa memperoleh keuntungan lebih, baik dari segi harga maupun nilai tambahan yang diperoleh melalui kombinasi produk tersebut. (Riki Mahardika & Putra Astawa, 2023)

(Sandi, 2021) menjelaskan bahwa produk *bundling* secara umum dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen. Nilai tambah ini bisa berupa kenyamanan karena konsumen tidak perlu mencari produk lainnya secara terpisah, atau berupa diskon dan penawaran spesial yang dirasakan lebih menguntungkan. Dalam banyak kasus, konsumen merasa bahwa membeli dalam bentuk *bundling* memberikan mereka kesempatan untuk mencoba produk baru yang mungkin tidak mereka pertimbangkan sebelumnya jika dibeli secara terpisah. Hal ini tentu saja dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena mereka merasa mendapatkan lebih banyak manfaat dalam satu paket yang terjangkau. (et al., 2022)

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yudistira (2022) menemukan bahwa variabel label halal mempengaruhi keputusan pembelian secara positif dan substansial. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Zahrotul Uliya, Trian Zulhadi, dan Mahyarni (2023) tidak menemukan pengaruh substansial dari label halal terhadap keputusan pembelian konsumen. Selain itu, penelitian sebelumnya tentang variabel *product bundling* menunjukkan bahwa variabel tersebut secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Kadek Riki Mahardika dan Putu Putra Astawa, 2023). Temuan ini tidak sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya (Research Gap). Faktor label halal dan *product bundling* merupakan penyimpangan yang masuk akal dari fenomena ini, dan hal tersebut menggelitik rasa ingin tahu peneliti yang ingin meneliti kembali dampak variabel tersebut terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Mie Gacoan Pemuda. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul kerja **“PENGARUH LABEL HALAL DAN *PRODUCT BUNDLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI RESTORAN MIE GACOAN PEMUDA”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Sebelum memperoleh label halal dari MUI Restoran Mie Gacoan sempat beroperasi tanpa kejelasan status kehalalan produknya. Sehingga menimbulkan kekhawatiran dikalangan konsumen, khususnya umat muslim.
2. Banyak konsumen yang yang mempertanyakan kejelasan bahan baku, seperti asal-usul daging, bumbu, dan proses pengolahan makanan.
3. Ketidakjelasan label halal sempat menjadi isu viral di sejumlah sosial media hingga memunculkan tanggapan yang negatif dari konsumen.
4. Penggunaan nama-nama menu seperti “setan”, “iblis”, dan “pocong” dianggap tidak sesuai dengan prinsip islam, sehingga menjadi salah satu penghambat dalam proses sertifikasi halal.
5. Mie Gacoan sering menawarkan menu dengan strategi *product bundling* misalnya, paket mie dengan minuman atau camilan. Namun, perlu diidentifikasi apakah strategi ini efektif dalam menarik konsumen dan meningkatkan penjualan.
6. Mie Gacoan Pemuda beroperasi di pasar yang kompetitif dengan banyak pilihan restoran lainnya. Penting untuk mengetahui apakah label halal dan strategi *product bundling* dapat menjadi keunggulan kompetitif yang memengaruhi keputusan pembelian dibandingkan restoran pesaing.
7. Kurangnya data tentang bagaimana pelabelan halal dan *product bundling* memengaruhi pilihan konsumen untuk membeli di tempat makan tertentu. Identifikasi masalah diperlukan untuk mengisi celah literatur dan memberikan wawasan spesifik tentang preferensi konsumen di Restoran Mie Gacoan Pemuda.

C. Pembatasan Masalah

Pada Pembahasan penelitian ini. Peneliti memberikan batasan masalah dengan tujuan supaya fokus pada penelitian dan masalah yang di teliti tidak meluas atau melebar kemana-mana. Selain itu agar peneliti bisa fokus menyelesaikan penelitian yang sesuai dengan tujuan dan terarah. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji atau menganalisis pengaruh label halal dan *Product bundling* terhadap keputusan pembelian konsumen, khususnya konsumen yang berkunjung ke Restoran Mie Gacoan Pemuda.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian konteks topik di atas, rumusan masalah berikut akan menjadi dasar penelitian:

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran Mie Gacoan Pemuda?
2. Apakah *product bundling* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran Gacoan Pemuda?
3. Apakah label halal dan *product bundling* secara bersama sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Mie Gacoan Pemuda?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran Mie Gacoan Pemuda
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *product bundling* terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran Mie Gacoan Pemuda
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh label halal dan *product bundling* secara bersama sama terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran Mie Gacoan Pemuda

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Berteori tentang perilaku konsumen dalam kaitannya dengan pelabelan halal dan pengemasan produk kemungkinan besar akan mendapat manfaat dari temuan penelitian ini. Dengan memahami pengaruh kedua variabel ini, teori tentang pengambilan keputusan dapat diperluas terutama dalam konteks konsumen yang mempertimbangkan aspek religius dan strategi penawaran produk.

2. Manfaat Secara Praktis

a. Bagi Penelitian Akademis

Selain menambah informasi tentang pelabelan halal, diskon, dan pilihan konsumen, penelitian ini dapat menjadi batu loncatan untuk penelitian di masa mendatang di bidang ini dan berkontribusi pada kemajuan ilmiah. Keuntungan kedua adalah membantu kemajuan metode penelitian. Lembaga pendidikan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai kritik yang berguna untuk meningkatkan standar pengajaran dan pembelajaran. Diyakini bahwa temuan penelitian ini akan memicu perdebatan, kerja sama, dan berbagi ide di antara para peneliti dan akademisi. Penelitian ini memungkinkan penerapan teori akademis ke situasi nyata, memberikan bukti empiris yang dapat memperkuat teori yang ada. Penelitian ini dapat menjadi pijakan bagi studi lanjut, memberikan arah dan inspirasi bagi penelitian di masa depan.

b. Bagi Masyarakat Dan Pembaca

Temuan penelitian ini mengungkap isu-isu sosial yang relevan, mendorong penelitian lebih lanjut untuk meningkatkan kesadaran sosial masyarakat. Dengan adanya penelitian ini diharapkan tidak hanya bermanfaat bagi penulisnya, tetapi juga memberikan dampak positif bagi keseluruhan.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merujuk pada struktur atau urutan pembahasan yang membentuk isi dari penelitian ini. Setiap bagian saling terkait dan membentuk satu kesatuan yang utuh, dengan tujuan untuk mempermudah pemahaman dan alur penyajian informasi. Oleh karena itu, tesis ini disusun ke dalam beberapa bab, termasuk subbab yang saling terkait. Dengan pendekatan ini, pembaca akan lebih mudah mengikuti alur penelitian yang logis dan teratur. Penelitian ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang pemaparan kajian pustaka yang melandasi penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan rumusan masalah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang jenis penelitian, operasional variabel, variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian skripsi, objek penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian serta saran yang diberikan mengenai penelitian ini.