

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia dengan jumlah penduduk sekitar 275,77 juta jiwa (Dukcapil Kemendagri, 2022) merupakan salah satu negara dengan pasar konsumen yang paling besar di Dunia. Demikian besarnya jumlah penduduk mengakibatkan produk baik dari dalam maupun dari luar negeri membanjiri dari segala lini produk dan jasa. Di sisi lain dengan populasi kaum Muslim yang mencapai 90% dari jumlah total warga negara Indonesia, membanjirnya produk dan jasa tersebut merupakan suatu dilema dimana satu hal memberikan banyak pilihan bagi masyarakat tapi juga di lain hal membuat masyarakat menjadi tidak sadar lagi akan masalah kehalalan produk tersebut terutama pada produk pangan (Busrah., 2019).

Jumlah penduduk Indonesia yang masih akan terus meningkat setiap tahunnya dan akan memicu konsumsi masyarakat yang semakin tinggi. Hal tersebut akan mendorong Indonesia untuk terus melakukan impor barang konsumsi seperti pangan guna untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakatnya. Sehingga akan berdampak pada semakin meningkatnya distribusi barang dan jasa khususnya pada produk makanan impor. Produk barang konsumsi di Indonesia sendiri terbagi menjadi dua jenis yaitu produk lokal dan produk impor (Yunitasari & Anwar., 2019).

Produk impor sendiri sering diyakini sebagian masyarakat sebagai produk yang memiliki kualitas yang lebih tinggi dan unggul dibandingkan dengan produk-produk lokal. Akan tetapi pada faktanya produk-produk impor yang

masuk ke Indonesia sendiri tidak semua memenuhi atau belum memenuhi kriteria produk yang dapat diperjual belikan di Indonesia dan tidak memenuhi persyaratan yang berlaku baik dari segi kandungan produk maupun dari kehalalannya.

Produk impor di Indonesia sudah semakin banyak dan mudah ditemukan pada setiap supermarket besar maupun kecil. Makanan impor yang telah beredar terdapat berbagai macam kemasan dan varian rasa yang menarik membuat para konsumen tertarik untuk membeli produk makanan impor tersebut. Hal ini mengharuskan konsumen untuk lebih teliti lagi dalam melakukan pembelian produk makanan impor. Jika konsumen tidak teliti dalam membeli dikhawatirkan produk makanan tersebut telah terkontaminasi dengan bahan yang mengandung unsur haram dan sering kali ditemukan produk yang dalam produksinya tercemar dengan DNA babi yang dapat merugikan konsumen khususnya bagi konsumen Muslim yang mengharamkan hal itu (Yunitasari & Anwar., 2019).

Adanya produk makanan impor yang masih belum mencantumkan labelisasi halalnya mengharuskan konsumen lebih selektif lagi dalam melakukan pembelian makanan dan minuman impor. Begitupun dengan semakin pesatnya tren terhadap budaya asing (luar) dapat mempengaruhi perilaku konsumen yang semakin konsumtif dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Konsumen akan lebih cenderung selalu ingin mencoba dan membeli produk-produk yang sering bermunculan pada iklan-iklan di tv maupun pada sosial media. Semakin berkembangnya teknologi, maka konsumen akan semakin mudah dalam mengakses sosial media dan memenuhi keinginan serta kebutuhan hidupnya.

Berikut jenis produk makanan/minuman impor berlabel halal yang ada pada pasar modern di Kota Makassar: Hasil survey awal pada LOTTE Mart dan Hypermart.

Tabel 1. Produk Makanan Impor Berlabel Halal

No.	Jenis Makanan/Minuman Impor Berlabel Halal	Keterangan (Asal Negara)
1.	Samyang Mie Instant Goreng Extreme 2Xspicy	Korea Selatan
2.	Tok Poki	Korea Selatan
3.	Pringles	Malaysia

Sumber: Hasil Survey awal pada Lotte Mart

Berdasarkan Tabel 1 di atas terlihat ada beberapa jenis makanan dan yang berasal dari beberapa negara yang dijual pada pasar modern yang ada di Lotte Mart. Banyaknya jenis makanan dan minuman impor dari berbagai negara mengharuskan masyarakat muslim untuk lebih berhati-hati dan mencari informasi terlebih dahulu tentang produk yang akan dikonsumsi, salah satu cara dengan melihat labelisasi halal pada kemasan produk makanan impor. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk yaitu melihat informasi produk, memahami bahasa atau tulisan, melihat nomor pendaftaran/registrasi, nama produk, produsen dan alamat produksi, label halal serta daftar bahan apa saja yang digunakan dalam produk.

Pemberian label halal merupakan bagian dari strategi bauran pemasaran (*marketing mix*), khususnya strategi produk. Pemberian label halal pada produk buatan yang dapat langsung dikonsumsi oleh konsumen sebagai bagian dari strategi produk, dapat meningkatkan peluang bagi produsen untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih menjanjikan. Label halal yang dilekatkan pada setiap

kemasan produk, dapat berupa logo halal yang berasal dari perusahaan itu sendiri, dan dapat juga diperoleh dari hasil sertifikasi halal Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan-Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) (Astogini, dkk., 2011).

Labelisasi Halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada setiap kemasan produk untuk menunjukkan bahwa suatu produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal yang tidak mengandung unsur haram di dalamnya. Peraturan yang bersifat teknis mengatur masalah pelabelan halal antara lain keputusan bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama RI Nomor.427/Men. Kes/SKB/VIII/1985 (No. 68 Tahun 1985) tentang Pencantuman Tulisan Halal Pada Label Makanan. Maka jelas bahwa tulisan halal yang dicantumkan pada setiap label atau penandaan makanan produknya, dianggap oleh hukum bahwa produsen tersebut secara sah telah memenuhi prosedur sertifikasi produk halal dari LPPOM MUI (Yunitasari & Anwar., 2019).

Adanya peraturan tentang pangan, akan selalu berkaitan dengan perlindungan pada konsumen agar konsumen dapat mengkonsumsi suatu produk makanan/minuman impor dengan nyaman dan aman, peraturan perlindungan tentang tujuan penggunaan pada label. Sehingga produk yang berasal dari negara yang bukan mayoritas muslim yang tidak mengharuskan produk makanan dan minumannya mencantumkan labelisasi halal pada kemasan produknya dapat dilakukan pengecekan terlebih dahulu dan dicantumkan label halal pada kemasan produknya sebelum diperjual belikan secara bebas di Indonesia (Yunitasari & Anwar., 2019).

Keputusan pembelian merupakan pilihan antara dua alternatif atau lebih konsumen pada saat proses pembelian. Konsumen setiap hari akan mengambil berbagai keputusan yang mencakup setiap aspek dalam kesehariannya. Dimana seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian atau tidak melakukan pembelian, kembali lagi pada setiap individu masing-masing, dan jika konsumen memiliki pilihan/alternatif lebih dari dua, maka konsumen harus memilih salah satu diantaranya (Bulan, dkk., 2018).

Berdasarkan data Tahun 2022, jumlah penduduk muslim di Kota Makassar berjumlah 1,436 juta jiwa (BPS Makassar., 2022). Banyaknya jumlah penduduk muslim di Makassar dapat menjadikan Kota Makassar memiliki potensi dan peluang yang cukup besar untuk produk pangan impor. Tidak semua makanan dan minuman impor yang telah masuk ke Makassar sudah memiliki label halal LPPOM-MUI. Mengingat semakin tingginya pertumbuhan masyarakat di Makassar, dikhawatirkan masyarakat salah dalam mengambil keputusan pembelian dan mengkonsumsi makanan atau minuman impor.

Berdasarkan pembahasan latar belakang yang telah dijelaskan, maka judul yang akan diambil dalam penelitian ini adalah “Persepsi dan Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Impor di Kota Makassar (Studi Kasus pada Pasar Modern)”.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana karakteristik konsumen pembeli produk makanan berlabel halal pada pasar modern di Kota Makassar?

2. Apa jenis produk makanan impor berlabel halal pada pasar modern di Kota Makassar?
3. Bagaimana persepsi konsumen terhadap labelisasi halal pada makanan impor berlabel halal pada pasar modern di Kota Makassar?
4. Bagaimana persepsi konsumen terhadap harga produk makanan impor berlabel halal pada pasar modern di Kota Makassar?
5. Bagaimana tingkat keputusan pembelian pada produk makanan impor berlabel halal pada pasar modern di Kota Makassar?
6. Bagaimana pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan impor pada pasar modern di Kota Makassar?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini, yaitu:

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen produk makanan berlabel halal pada pasar modern Kota Makassar.
2. Mengidentifikasi produk makanan impor berlabel halal pada pasar modern di Kota Makassar.
3. Menganalisis persepsi konsumen terhadap labelisasi halal pada makanan impor berlabel halal pada pasar modern di Kota Makassar.
4. Menganalisis persepsi konsumen terhadap harga produk makanan impor berlabel halal pada pasar modern di Kota Makassar.
5. Menganalisis tingkat keputusan pembelian produk pada makanan impor berlabel halal pada pasar modern di Kota Makassar.

6. Menganalisis pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman impor berlabel halal pada pasar modern di Kota Makassar.

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah dan mampu memperkaya wawasan dan pengalaman peneliti sehubungan dengan keputusan pembelian terhadap produk makanan impor berlabel halal.

2. Bagi Pengusaha

Memberikan informasi mengenai fenomena penjualan makanan impor yang terjadi di tengah-tengah masyarakat.

3. Bagi Pemerintah

Dapat menjadi acuan pemerintah untuk membuat kebijakan dalam penjualan makanan impor yang halal dalam bidang kehalalan makanan impor.

