

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jumlah penduduk yang besar dimiliki oleh Negara Indonesia. Jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2019 mencapai 268,1 juta jiwa (BPS,2019). Penduduk Islam pada tahun 2020 mencapai 87% dari total populasi. Pemeluk agama Islam jumlahnya juga akan terus bertambah seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan kemajuan teknologi yang juga turut andil dalam berita yang didistribusikan serta informasi mengenai umat muslim kepada masyarakat yang masih memeluk agama lain (*Globalreligijsfuture,2018*). Trend yang sedang terjadi pada masyarakat Indonesia bahkan di seluruh negara adalah trend konsumsi produk makanan dan minuman yang sehat, dan halal. Trend konsumsi produk yang terjadi saat ini bukan hanya menjadi trend tetapi juga sudah menjadi kebutuhan masyarakat dalam membeli dan mengkonsumsi produk makanan dan minuman yang sudah sesuai standart keamanan dan kebaikan yang ditetapkan oleh lembaga pada negaranya. Produk agribisnis makanan dan minuman seperti yang beredar saat ini di masyarakat khususnya masyarakat yang berada di Indonesia, mulai digemari dan dicari yang sudah memiliki sertifikat atau jaminan hukum. Seperti yang dimuat pada berita Nasional, menurut direktur pengembangan produk ekspor saat ini produk yang memiliki sertifikasi, indikasi geografis, dan organik memiliki tren yang meningkat di pasar global. Permintaan produk halal juga meningkat, selain karena bertambahnya jumlah penduduk muslim, serta sebarannya juga sudah ada di seluruh dunia. Tren konsumsi seperti ini didukung juga dengan keinginan masyarakat sendiri yang menginginkan hidup sehat karena banyaknya penyakit yang bermunculan. Maka dari itu salah satu untuk mengkonsumsi makanan yang sehat adalah

makanan halal dimana makanan halal dapat diketahui jika makanan tersebut sudah mempunyai sertifikat atau label halal pada kemasan produk tersebut.

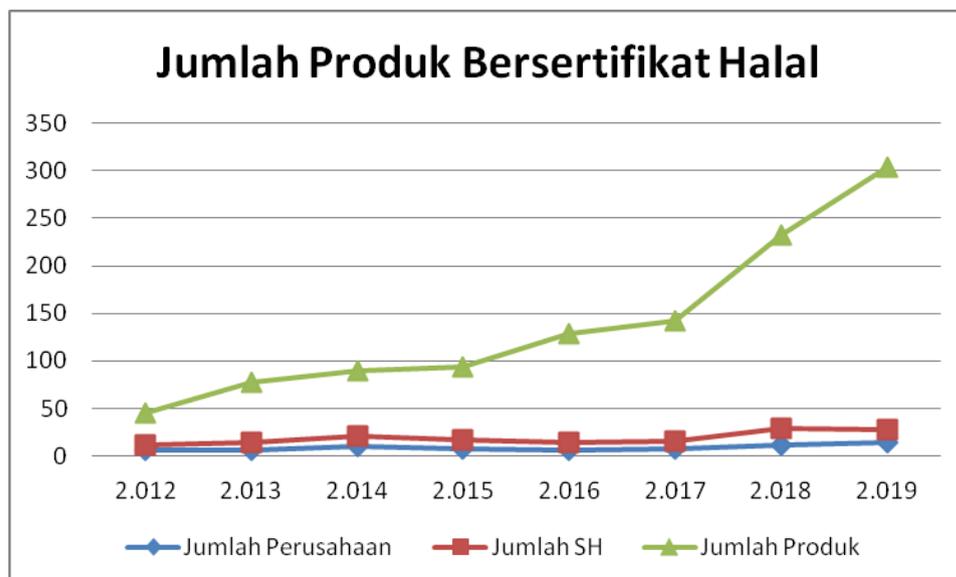
Pada kondisi yang ada, potensi pasar pangan halal global dapat tumbuh hingga 500 miliar USD. Hal ini dapat menjadikan Indonesia sebagai pasar yang potensial pada kompetisi global.

Halal Economy and Strategy Roadmap 2018 menyebutkan, total konsumsi barang dan jasa halal di Indonesia pada 2017 sekitar US\$ 214 miliar. Jumlah ini diperkirakan akan terus tumbuh rata-rata sebesar 5,3 persen mencapai 330,5 miliar pada 2025 mendatang. Menurut survei yang dilakukan oleh *Indonesia Halal Report*, 93% dari 1880 Muslim yang di survei di Indonesia pada tahun 2012 menganggap agama sangat penting dalam hidup mereka, maka dari itu mereka lebih memilih untuk menggunakan suatu produk yang jelas kehalalannya dengan ditandai dengan label halal. Tidak hanya untuk masyarakat muslim, label halal juga bermanfaat bagi masyarakat non muslim karena dengan adanya label halal tersebut sudah diyakini jika makanan tersebut aman, bersih, dan tidak mengandung zat berbahaya. Pada tahun 2017, Indonesia menduduki peringkat pertama Muslim Food Expenditure dengan nilai US\$ 170 miliar. Berdasarkan data yang dipublikasikan Statista.com, angka ini diproyeksikan meningkat menjadi US\$247,8 miliar pada tahun 2025. Pasar syariah Indonesia pada tahun 2017 mencapai US\$ 170,2 miliar dimana konsumsi produk halal ini yang cukup besar dan kian meningkat sebesar 3,6% dari tahun 2016 sebesar US\$169,7 miliar. Kesiapan Indonesia bisa dilihat dari adanya sertifikasi halal, kepedulian terhadap produk ramah muslim, dan lain-lain. Akan tetapi berdasarkan laporan dari Global Islamic economy (GIE) tahun 2019, sektormakanan halal di Indonesia belum cukup dalam pasar global.

Merujuk dari data *State of the Global Islamic Report* pada tahun 2018, Indonesia menempati urutan pertama negara dengan pengeluaran untuk

makanan halal terbanyak senilai US\$170 miliar. Angka fantastis ini memperkuat potensi pusat kuliner halal di Tanah Air sebagai gaya hidup yang diterima masyarakat secara luas. Data tersebut menunjukkan besarnya angka potensi pasar halal di Indonesia. Angka-angka itu membuktikan bahwa masyarakat Indonesia tak hanya menjadi pasar makanan halal akan tetapi juga menjadiprodusen. Namun, peluang sebagai produsen belum dimanfaatkan secara maksimal

Hal ini dibuktikan juga dengan banyaknya produk yang beredar di pasaran tanpa ada sertifikasi halalnya. Pada kenyataan yang ada, produk yang sudah bersertifikasi halal masih berjumlah **15.495** berdasarkan data dari Jurnal Halal LPPOM MUI tahun 2019.



Sumber: halalmui.org

Gambar 1.1 Jumlah produk Berlabel halal

Dari data diatas, nampak bahwa banyak produk yang beredar dan selalu mengalami peningkatan yang cukup signifikan akan tetapi jumlah sertifikat halal tidak mengalami kenaikan yang banyak dari jumlah produk yang beredar. Para

produsen belum banyak yang mau untuk mendaftarkan dan menjaminkan produk mereka dengan label halal yang resmi. Kurangnya sosialisasi dari pihak MUI maupun kurangnya antusiasme produsen terhadap pentingnya label halal masih sangatlah kurang.

Pasar semakin ramai dengan barang hasil produksi tersebut yang dimana kemudian konsumen akan memberikan persepsi terhadap setiap produk yang akan dipilihnya, ada yang memberikan persepsi positif maupun persepsi negatif, oleh karena itu prespektif bersifat subyektif. Pada saat ini, banyak peredaran produk yang tidak berlabel halal. Peredaran produk yang tidak berlabel halal ini akan memungkinkan konsumen akan ber prespektif beragam bahkan menjadi negatif. Namun dilain sisi, produk halal telah menjelma menjadi primadona masyarakat dunia, baik muslim maupun non muslim mulai melirik dan memilih produk berlabel halal. Diantara produk halal yang ada, produk pertanian juga merupakan produk yang paling banyak beredar dikalangan masyarakat Indonesia. Akan tetapi perhatian dan kepedulian konsumen terhadap suatu produk halal juga masih sangat kurang. Konsumen masih membeli dan mengkonsumsi produk tanpa melihat produk tersebut sudah berlabel halal atau belum. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Widiawati(2020) mengatakan bahwa konsumen muslim kurang peduli karena pada kenyatannya bukan suatu masalah mengkonsumsi produk makanan yang tidak berlabel halal selama komposisinya terlihat halal, tidak menjual dan tidak diinformasikan secara langsung dengan jelas oleh owner atau produsen.

Bangsa Indonesia dengan masyarakatnya yang mayoritas beragama Islam, sehingga pola konsumsinya juga secara mutlak mengikuti ajaran danaturan hukum dalam Islam. Dalam hukum islam sangat jelas dikatakan bahwa apapun yang dikonsumsi harus bersih dan terbebas dari hal-hal yang nantinya berujung pada sesuatu yang haram atau tidak halal. Maka dari itu label halal

sebagai penanda kehalalan suatu produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap persepsi setiap konsumen.

Pada pasar yang beredar, banyak produsen yang masih belum mengetahui cara mendapatkan sertifikasi halal. Padahal seperti yang sudah terlampir pada web MUI bahwa untuk melakukan sertifikasi halal suatu produk bisa dilakukan sangat mudah tetapi melalui beberapa tahapan. Sertifikasi halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menerangkan tentang kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Suatu produk baru mendapatkan izin pencatuman label halal setelah mendapatkan sertifikat halal. Dengan adanya sertifikasi halal pada produk makanan yang menjadi konsumsi masyarakat, merupakan salah satu upaya perlindungan pemerintah terhadap 90% masyarakat konsumen muslim, namun selain dilihat dari sudut keyakinan masyarakat, labelisasi atas produk makanan dan minuman yang beredar di masyarakat dapat menunjukkan bahwa makanan dan minuman tersebut juga layak dikonsumsi baik oleh kaum muslim maupun non-muslim (Adisasmito 2008)

Dengan adanya pencantuman label halal konsumen muslim jadi terlindungi. Pencantuman label halal sarana informasi dari produsen ke konsumen mengenai produk yang akan dijualnya. Sehingga konsumen benar-benar mengetahui bahan-bahan apa saja yang digunakan, termasuk bahan tambahan yang tertera di kemasan. Sehingga jika sudah ada pencantuman label maka keputusan konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi terhadap produk tersebut cukup besar, Maka dari itu, kehalalan suatu produk sangat berdampak terhadap persepsi konsumen dan keputusan konsumen dalam pembelian produk olahan agribisnis baik makanan maupun minuman.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis mengangkat topik penelitian dengan judul **Persepsi Masyarakat Terhadap Produk Agribisnis**

(Makanan dan Minuman) Berlabel Halal. Penelitian ini ingin menindaklanjuti perkembangan produk halal dan persepsi masyarakat serta faktor yang mempengaruhinya.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana produk agribisnis berlabel halal ?
2. Bagaimana persepsi masyarakat dalam membeli dan mengkonsumsi produk agribisnis makanan dan minuman berlabel halal ?
3. Apa saja faktor-faktor konsumen membeli dan mengkonsumsi produk agribisnis (makanan dan minuman) berlabel halal ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Mengidentifikasi dan menganalisis produk agribisnis (makanan dan minuman) berlabel halal
2. Menganalisis persepsi masyarakat membeli dan mengkonsumsi produk agribisnis (Makanan dan minuman) berlabel halal
3. Menganalisis faktor-faktor konsumen membeli dan mengkonsumsi produk agribisnis (makanan dan minuman) berlabel halal

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam bidang produk agribisnis (makanan dan minuman) yang sudah

berlabel halal yang selanjutnya dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lainnya.

- b. Memperluas pengetahuan dan mengetahui sejauh mana analisis persepsi masyarakat terhadap produk halal
- c. Sebagai bahan masukan dalam melakukan upaya meningkatkan jaminan kehalalan suatu produk

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai cara mengamalkan ilmu yang didapat pada waktu kuliah dengan melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan pendidikan.
- b. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber bacaan literatur mengenai produk agribisnis halal (makanan dan minuman) yang sudah berlabel halal sehingga dapat menambah wawasan baru bagi masyarakat.

1.5 Batasan Penelitian

Yang dimaksud produk agribisnis dalam penelitian ini adalah makanan dan minuman yang sudah tersertifikasi halal oleh MUI dan sudah banyak beredar dan dijumpai di masyarakat. Responden penelitian adalah remaja (15-25 tahun), dewasa (26-35 tahun), dan orangtua (>35 tahun). Penulis akan menganalisis dan menyimpulkan perkembangan produk agribisnis makanan dan minuman berlabel halal, persepsi dan alasan serta faktor

konsumen membeli dan mengkonsumsi. Untuk daerah yang dituju adalah daerah yang berada di Indonesia bagian barat dan beragama apapun serta pengisian kuisisioner ini dilakukan melalui google form.