

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia mempunyai banyak penduduk dengan beraneka ragam macam agama. Indonesia mempunyai total jumlah penduduk beragama sebanyak 266.534.836 jiwa, yang di mana 231.069.932 atau sekitar 86,69% adalah penduduk beragama Islam (Kemenag, 2022). Bagi produsen produk dan jasa yang halal, tentu Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial bagi mereka. Kehalalan sebuah produk merupakan hal yang penting bagi seorang Muslim karena dengan mengkonsumsi produk yang halal akan menjauhkan diri dari hal-hal yang dilarang dari syari'at islam. Namun, setiap konsumen Muslim mungkin memiliki tingkat kepatuhan Syariah yang berbeda sesuai dengan pemahaman agama mereka masing-masing (Aliman & Othman, 2007).

Sebagai produsen dan konsumen, masyarakat Indonesia hendaknya lebih memperhatikan kehalalan produknya, sesuai dengan perintah Allah dalam Al-Qur'an yaitu Surah Al-Baqarah (2) ayat 168 dan Surah Al-Ma'idah (3) ayat 88 yang berbunyi:

Surah Al-Baqarah (2) ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا
خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Yā ayyuhan-nāsu kulū mim mā fil-arḍi ḥalālan ṭayyibaw walā tattabi'ū khuṭuwātisy-syaiṭān, innahū lakum 'aduwwum mubīn

Artinya: “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.” (Terjemahan Alquran Depag RI, 2021)

Surah Al-Ma'idah (3) ayat 88:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ
مُؤْمِنُونَ

Wakulū mimmā razaqakumullāhu ḥalālan ṭayyibaw wattaqullāhallaẓī antum bihī
mu`minūn

Artinya: “Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadaNya.” (Terjemahan Alquran Depag RI, 2021)

Berdasarkan dari dua ayat di atas, dapat dikatakan bahwa umat Islam harus memakan makanan yang halal dan baik. Indonesia sendiri mempunyai lembaga dalam menangani sertifikasi halal produk yaitu LPPOM MUI dan dalam kurun waktu 6 tahun (2012-2018), LPPOM MUI mencatat terdapat sekitar 10% atau 688.615 produk yang bersertifikat halal. Di dalam Islam terdapat dua syarat penting mengenai kehalalan, yaitu halal barangnya dan halal prosesnya (Izzuddin, 2018). Sebagai upaya untuk membantu umat Muslim dalam memilih barang yang halal, maka produsen khususnya makanan harus mencantumkan label halel terhadap produknya. Dengan banyaknya komoditas tanpa label halal akan merugikan para pembeli yang beragama islam dalam membeli produk berlabel halal khususnya makanan karena mayoritas penduduk di Indonesia yaitu beragama Islam. Menurut penelitian Izzuddin (2018) juga menjelaskan bahwa banyak produsen yang dengan sengaja mencampurkan bahan halal dengan yang tidak halal, hal ini disebabkan oleh banyaknya masyarakat beragama Islam yang kurang memperhatikan mengenai pentingnya untuk mengetahui komposisi bahan yang digunakan dalam pembuatan suatu produk, terutama makanan. Padahal ketika konsumen berniat melakukan pembelian suatu produk halal, maka sertifikasi halal penting dipertimbangkan. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian dari Adi dkk. (2014) yang menyimpulkan bahwa sertifikasi pelabelan halal mempunyai pengaruh terhadap minat pembelian konsumen.

Dengan adanya media sosial pada zaman sekarang ini telah memudahkan konsumen dalam mencari informasi mengenai makanan halal yang beredar di masyarakat, sehingga pada akhirnya mereka akan mengetahui dengan baik makanan yang akan mereka beli tentang kehalalannya. Salah satu informasi yang tersebar dengan cepat pada saat ini adalah budaya pop. Budaya pop merupakan budaya yang banyak peminatnya serta cepat untuk berganti. Negara yang saat ini sedang mempopulerkan budaya pop ialah Korea Selatan. Contohnya seperti budaya K-Pop yang berhasil mendunia melalui aktor dan aktris serta musisinya. Menurut penelitian Nisrina dkk. (2020) menjelaskan bahwa K-pop sendiri mulai masuk ke Eropa dan Asia termasuk Indonesia yaitu pada tahun 2011. Sehingga ada banyak jenis produk khas Korea seperti drama, lagu, fashion, hingga makanan mulai mempengaruhi masyarakat di berbagai belahan di dunia termasuk Indonesia. Menurut penelitian Syam (2015) menjelaskan bahwa demam Korea *Hallyu* atau yang disebut juga *Korean wave* selalu menunjukkan berbagai macam budaya populer dari negaranya, hal itu menjadikan tingginya minat remaja untuk menyukai bahkan menjadikan *role model* dalam kehidupan para remaja.

Pada saat ini, salah satu yang banyak diminati dari hal-hal berbau Korea ialah makanannya. Salah satu makanan yang banyak diminati oleh remaja ialah mie instan Korea. Tetapi, masih terdapat beberapa produk mie instan Korea yang tidak jelas akan kehalalannya. Namun tampaknya, satu studi di Jakarta menemukan bahwa tidak adanya label halal pada kemasan mie instan Korea ternyata tidak mempengaruhi niat beli remaja sekolah di Jakarta (Hendradewi dkk., 2021). Hasil studi tersebut menunjukkan bahwa kaum remaja belum sepenuhnya memperhatikan halal tidaknya suatu produk walau hanya dengan melihat label atau tulisan halal yang tertulis pada kemasan produk tersebut. Padahal dilansir dari IDN Times (2017), BPOM sempat dengan resmi menyebut 4 mie instan Korea yang diimport ke Indonesia mengandung Babi. Dalam hal ini, mie instan yang dimaksud yaitu Mie Instan U-dong, Mie Instan Shin Ramyun Black, Mie Instan Rasa Kimchi, dan Mie Instan Yeul Ramen yang dinyatakan positif mengandung Babi oleh BPOM. Dengan demikian remaja di Indonesia yang terpengaruh oleh hal-hal yang berbau Korea harus lebih memperhatikan produk makanan tersebut.

Sumenep adalah salah satu Kabupaten di pulau Madura yang juga dipengaruhi oleh hal-hal yang berbau Korea. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), Sumenep mempunyai generasi Z yakni kelahiran 1997-2012 sebanyak 243.656 remaja yang berusia 10-24 tahun atau sekitar 22,97% dari total penduduk di Sumenep yang berjumlah 1.124.436 penduduk. Data tersebut merupakan data sensus penduduk pada tahun 2020 (BPS, 2021). Adapun datanya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah penduduk Kabupaten Sumenep, 2020

Kelompok Umur	Laki-laki	Persentase	Perempuan	Persentase	Jumlah	Persentase
0-9	63.720	12%	60.270	10%	123.990	11%
10-24	123.899	23%	119.757	21%	243.656	22%
25-39	120.368	22%	127.779	22%	248.147	22%
40-54	128.460	24%	138.937	24%	267.397	24%
55-74	92.775	17%	110.684	19%	203.459	18%
75-95+	13.512	2%	24.275	4%	37.787	3%
Total	542.734	100%	581.702	100%	1.124.436	100%

Sumber: Data Sensus Penduduk 2020 – Badan Pusat Statistik Republik Indonesia

Dari data di atas diketahui bahwa Sumenep memiliki banyak remaja generasi Z kelahiran 1997-2012 yang berusia 10-24 tahun. Menurut penelitian Hendradewi dkk. (2021) menjelaskan bahwa remaja yang berusia 11-21 tahun sudah memiliki pengetahuan yang cukup dalam hal memilih makanan halal pada saat mereka berkuliner. Dengan adanya hal ini, remaja khususnya generasi Z di Sumenep diharapkan telah memiliki kesadaran serta pengetahuan yang baik dalam memilih mie instan Korea halal yang beredar di masyarakat. Dengan melihat penelitian dari Hendradewi dkk. (2021) yang mendapati bahwa remaja khususnya di Jakarta belum peduli terhadap label halal pada kemasan mie instan Korea, sedangkan pada tahun 2017, BPOM sempat dengan resmi menyatakan bahwa terdapat empat mie instan Korea yang positif mengandung Babi. Kemudian, alasan peneliti memilih Sumenep sebagai objek penelitian dikarenakan masyarakat Sumenep masih mempunyai kultur budaya Islami yang masih sangat kental dan taat, namun remaja di Sumenep memiliki minat yang tinggi untuk membeli mie instan Korea yang terkadang belum terdapat label halalnya. Sehingga, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian

serupa di lokasi dan responden yang berbeda dengan judul **“Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Niat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja di Sumenep Yang Dimediasi Oleh Sikap**

1.2 Kesenjangan Penelitian

Seperti pada pemaparan pembahasan di atas, pada penelitian ini terdapat kesenjangan, baik dari segi teori yang belum teruji secara empiris maupun perbedaan hasil penelitian yang telah dilakukan. Penelitian oleh Izzuddin (2018) mempunyai persamaan dengan penelitian ini di bagian variabel eksogen yaitu label halal dan kesadaran halal, namun mempunyai perbedaan di objek penelitian dan variabel eksogennya. Penelitian oleh Izzuddin (2018) menggunakan objek penelitian Makanan Kuliner, sedangkan di penelitian ini menggunakan objek produk mie instan Korea, dan terdapat penambahan variabel eksogen bahan makanan pada penelitian tersebut.

Penelitian oleh Sudarsono & Nugrohowati (2020) mempunyai persamaan yaitu meneliti terhadap produk makanan halal, namun mempunyai perbedaan di variabel eksogen yang digunakan. Variabel eksogen yang digunakan adalah religiusitas dan pengetahuan, sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel eksogen kesadaran halal dan label halal.

Penelitian oleh Astuti & Asih (2021) mempunyai persamaan dengan penelitian ini di variabel eksogen yang digunakan yaitu *halal awareness* dan juga sama-sama membahas makanan berbau Korea. Untuk perbedaan pada penelitian sebelumnya adalah variabel lain yang digunakan seperti *country of origin* dan *religiosity*, sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel label halal.

Penelitian oleh Rambe & Afifuddin (2012) mempunyai persamaan penelitian label halal terhadap minat beli makanan kemasan. Sedangkan perbedaannya terhadap makanan kemasan yang diteliti, yaitu kemasan mie instan Korea.

Penelitian oleh Yunus dkk. (2014) mempunyai persamaan dari penelitian ini adalah penggunaan variabel independen seperti *halal awareness* dan variabel dependen seperti *purchase intention*. Untuk perbedaannya pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel independen *Islamic brand* dan *product*

ingredient, sedangkan peneliti menggunakan variabel independen label halal yang dimediasi oleh sikap.

Penelitian oleh Hendradewi dkk. (2021) mempunyai kesamaan di variabel kesadaran halal, label halal, serta objek penelitiannya yaitu mie instan Korea. Perbedaan pada penelitian ini ialah terdapat tambahan variabel mediasi yaitu sikap. Dan perbedaan di tempat penelitian. Penelitian dari Hendradewi dkk. (2021) objeknya pada remaja sekolah di Jakarta, sedangkan penelitian ini melakukan penelitian pada remaja generasi Z di Sumenep.

Berdasarkan dari penelitian sebelumnya yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti mengambil judul “Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Niat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja di Sumenep Yang Dimediasi Oleh Sikap” dengan beberapa pertimbangan seperti berikut:

- Belum terdapat penelitian yang membahas tentang Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap niat beli mie instan Korea pada remaja khususnya di Sumenep yang dimediasi oleh sikap terhadap mie instan Korea.
- Terdapatnya perbedaan objek dan hasil penelitian satu dengan yang lain terhadap konsep dan hipotesis yang sama

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran halal terhadap sikap remaja dalam memilih mie instan Korea
2. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran halal terhadap niat beli mie instan Korea pada remaja di Sumenep
3. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap sikap remaja di Sumenep dalam memilih mie instan Korea
4. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap niat beli mie instan Korea pada remaja di Sumenep
5. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap niat beli mie instan Korea pada remaja di Sumenep

6. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran halal terhadap niat beli mie instan Korea jika melalui sikap pada remaja di Sumenep
7. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap niat beli mie Instan Korea jika melalui sikap pada remaja di Sumenep

1.4 Ringkasan Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono Metode kuantitatif ini dapat dipergunakan terhadap populasi atau sampel yang akan dijadikan sebagai penelitian dan tetap mengguna filsafat positivisme sebagai landasannya. Tujuan dari penelitian kuantitatif yaitu untuk menguji hipotesis yang dibuat dengan mengumpulkan data menggunakan alat penelitian. Untuk menganalisis data yang ada, penelitian ini menggunakan aplikasi SmartPLS 3 dengan metode analisis SEM PLS. Penentuan jumlah populasi dan sampel menyesuaikan dengan Hair dkk. (2010), yakni sedikitnya jumlah indikator dikalikan 5. Prosedur pengumpulan data yaitu melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada remaja di Sumenep yang belum pernah membeli mie instan Korea.

1.5 Ringkasan Hasil Penelitian

Dengan demikian dari hasil penelitian ini, bisa dipahami tentang adanya bentuk dari dampak kesadaran halal dan pelabelan halal pada niat beli produk mie instan Korea bagi remaja di Sumenep. Label halal serta sikap mampu memberi efek yang signifikan terhadap niat beli. Sebagaimana kesadaran halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli namun kesadaran halal berdampak signifikan terhadap sikap. Sedangkan, label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap. Kesadaran halal melalui sikap berpengaruh signifikan terhadap niat beli. Sedangkan, label halal melalui sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli.

1.6 Kontribusi Riset

1.6.1 Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat terhadap berkembangnya pengetahuan serta memperluas bahan kajian atau referensi untuk penelitian yang berkaitan dengan produk kemasan khususnya mie instan Korea.

1.6.2 Bagi Masyarakat

Penelitian ini mampu memberikan pengetahuan tentang seberapa besar pengaruhnya kesadaran halal serta pelabelan halal terhadap niat beli para remaja Sumenep untuk membeli mie instan Korea.

1.6.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu membantu dalam penambahan wawasan serta ilmu pengetahuan yang berguna untuk memberikan referensi kajian untuk bahan penelitian selanjutnya.

1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini tersusun berdasarkan sistematika sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang penelitian, kesenjangan penelitian, tujuan penelitian, ringkasan hasil dan metode penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mencakup landasan teori yang dipakai, hubungan antar variabel, penjelasan persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, dan hipotesis

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini mencakup metode penelitian yang digunakan, model empiris, identifikasi variabel yang digunakan, definisi operasional variabel, penentuan populasi dan sampel dan prosedur pengumpulannya, serta teknik analisis.

BAB 4 : PEMBAHASAN

Bab ini mencakup gambaran umum objek penelitian, deskripsi hasil penelitian, analisis dan pembahasan, evaluasi *outer*, *inner model*, hubungan variabel secara tidak langsung, dan pembahasan antar variabel yang digunakan

BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini mencakup hasil akhir dari penelitian ini seperti ringkasan hasil dan simpulan, keterbatasan dan saran