

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia menjadi Negara pertama yang mempunyai jumlah populasi muslim yang terbesar di dunia bahkan berpotensi menjadi pasar dan produsen utama produk halal di pasar global. Saat ini, sektor makanan dan minuman menjadi salah satu sektor yang mengalami perkembangan yang sangat cepat dan pesat. Kemenperin (2022) mencatat bahwa industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan mencapai 3,57 % pada triwulan III tahun 2022. Persaingan yang semakin ketat pada industri makanan dan minuman ini mengharuskan perusahaan untuk menciptakan strategi bersaing yang baru agar tetap dapat bertahan dalam persaingan. Salah satu produk industri makanan dan minuman yang mengalami pertumbuhan penjualan positif di Indonesia adalah pasar es krim. Terdapat berbagai variasi es krim baik lokal maupun impor tersedia di Indonesia. Salah satu produk impor yang hadir adalah produk es krim Mixue. Pada tahun 2020, Mixue membuka cabang pertamanya di Indonesia tepatnya di Bandung dan kini telah menyebar luas hingga mencapai 300 gerai. Meskipun sejak tahun 2020 sudah masuk ke Indonesia namun produk ini mulai populer pada tahun 2022. Pada saat ini popularitas es krim Mixue kian tak terbendung, salah satu pemicunya banyak para *influencer* yang mengulas produk mixue sehingga banyak masyarakat yang mulai tertarik untuk ikut mencoba.

Tabel 1. 1 Top Brand Index 2022 Kategori Es Krim

Brand	TBI
Wall's	46,30%
Campina	26,20%
Aice	10,30%
Diamond	7,00%

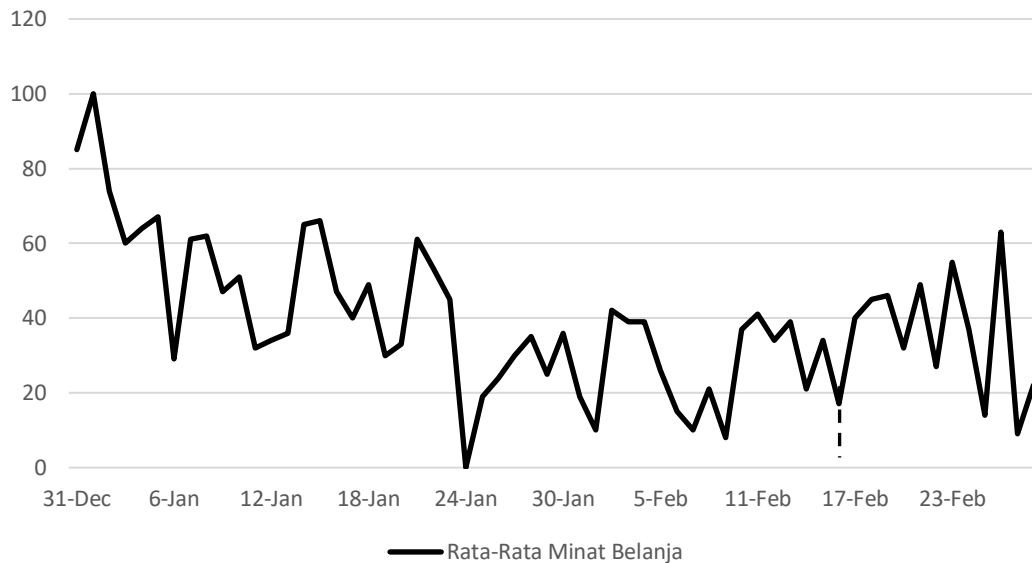
Sumber : Top Brand Index (2022)

Meski Mixue sangat populer akhir akhir ini, produk Mixue masih belum bisa menandingi merek es krim lainnya. Hal tersebut dibuktikan dengan laporan Ken Research mengenai Pangsa pasar domestik Indonesia yang masih didominasi oleh pemain internasional utama yaitu Unilever, dengan nama brand Wall's. Hingga kini Wall's masih menjadi brand es krim terbesar dan terfavorit di Indonesia. Hal ini sejalan dengan data Top Brand Index (2022) kategori es krim dimana Wall's menduduki posisi pertama dan meraih nilai indeks tertinggi sebesar 46,30%, disusul dengan Campina sebesar 26,20%, Aice sebesar 10,30%, dan Diamond sebesar 7,00%. Produk-produk tersebut sudah memiliki sertifikasi halal dan diketahui tingkat penjualan produk tersebut cenderung mengalami peningkatan setiap tahunnya. Berdasarkan data Top Brand Index (2022) , produk es krim Wall's mengalami peningkatan sebesar 0,60%. Produk es krim Campina mengalami peningkatan sebesar 0,80%, produk es krim Aice dan es krim Diamond mengalami peningkatan yang sama sebesar 0,10%.

Berbeda halnya dengan Mixue, Berdasarkan data *Google Trend* (2023) minat belanja produk Mixue pada awal tahun 2023 mulai mengalami penurunan. Menurunnya minat belanja masyarakat tentu berdampak pada proses keputusan pembelian masyarakat terhadap suatu produk. Faktor yang menjadi penyebab menurunnya minat belanja masyarakat pada produk Mixue adalah sertifikasi halal produk (*halal certification*). Beberapa waktu lalu tepatnya di awal tahun 2023 mulai muncul isu bahwa Mixue belum mengantongi atau memiliki sertifikasi halal. Hal tersebut menyebabkan beberapa masyarakat meragukan kehalalan produk es krim Mixue sehingga dapat mempengaruhi permintaan pasar yang menurun dan membuat kurangnya kepercayaan konsumen terhadap produk ini sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat. Didorong dengan jumlah masyarakat muslim yang cukup besar di Indonesia yang diperkirakan berjumlah 237,56 juta jiwa membuat sertifikasi halal dalam suatu produk menjadi suatu hal yang penting yang dapat mempengaruhi penjualan terutama pada produk makanan dan minuman. Kotler & Keller (2016:198) mendefinisikan *purchase decision* sebagai contoh keadaan di mana

pelanggan memiliki preferensi untuk sekelompok merek yang mereka pilih dan memutuskan untuk membeli merek yang menurut mereka paling menarik.

Gambar 1. 1 Perkembangan Minat Belanja Mixue Tahun 2022-2023



Sumber : *Google Trend* (2023)

Menanggapi penurunan minat belanja konsumen tersebut, pihak manajemen Mixue mengumumkan bahwa produknya telah mengajukan sertifikasi halal sejak tahun 2021, namun karena 90% bahan baku produksinya di impor langsung dari China menyebabkan pemeriksaan kehalalan produk membutuhkan waktu dan proses yang lama (Kaskus, 2022). Hingga pada tanggal 17 Februari 2023, pihak Mixue kembali mengumumkan bahwa produknya telah mendapatkan sertifikasi halal. Hal tersebut menyebabkan tingkat minat belanja masyarakat mulai mengalami sedikit peningkatan dibandingkan pada saat munculnya isu negatif.

Tabel 1. 2 Tabel perbandingan Minat Belanja Konsumen Sebelum dan Sesudah Adanya Sertifikasi Halal

Bulan	Rata Rata Minat Belanja (%)	Persentase Kenaikan (%)
Sebelum Terbit Sertifikat Halal		
November 2022	10,57	-
Desember 2022	21,09	10,52
Januari 2023	38,65	17,56
Februari 2023	25,54	-13,11
Sesudah Terbit Sertifikat Halal		
Maret 2023	26,75	1,21
April 2023	45,23	18,48

Sumber : *Google Trend* (2023)

Berdasarkan data *Google Trend* (2023), sebelum Mixue mendapatkan sertifikasi halal resmi MUI, rata rata minat belanja konsumen pada bulan Januari 2023 hingga Februari 2023 diketahui mengalami penurunan sebesar 13,11%. Namun setelah diterbitkannya sertifikasi halal produk pada 17 Februari 2023, rata rata minat belanja konsumen mulai mengalami peningkatan pada bulan Maret 2023 sebesar 1,21%. Namun tingkat minat belanja konsumen pada produk mixue masih tergolong rendah sehingga perlu diteliti lebih lanjut apakah keberadaan sertifikasi halal produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan data Goodstats (2023), pencinta es krim di Indonesia cenderung didominasi oleh masyarakat usia muda pada rentang usia 18 - 29 tahun dengan latar belakang pendidikan mahasiswa yaitu sebesar 59%. Objek pada penelitian ini adalah para mahasiswa yang berasal dari Universitas Islam 45 Bekasi. Dimana para mahasiswa pada Universitas ini mayoritas beragama Islam yang tentunya harus menerapkan sistem keislaman dalam kehidupan sehari-hari seperti dalam hal mengonsumsi makanan ataupun minuman. Tentu pada kehidupan sehari-hari seharusnya para mahasiswa lebih memilih makanan yang halal atau yang diperbolehkan dalam Syari'at Islam. Berdasarkan hasil survey pendahuluan yang dilakukan kepada 10 mahasiswa, sebagian besar mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi memiliki tingkat kesadaran halal yang tinggi dalam mengonsumsi suatu

produk. Responden cenderung memeriksa sertifikasi halal serta logo halal pada produk yang akan dibeli. Akan tetapi, walaupun tingkat kesadaran halal yang dimiliki tinggi, sebagian besar mahasiswa sudah pernah membeli produk Mixue sebelum produk tersebut memiliki sertifikasi halal. Mereka mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut karena menurut mereka produk tersebut adalah produk yang sedang trend dan sangat gencar di berbagai platform media sosial pada saat itu, baik melalui youtube, Instagram, tiktok, dsb. Bahkan 5 dari 10 responden masih memiliki minat yang tinggi untuk membeli produk tersebut walaupun sebelumnya Mixue belum memiliki sertifikasi halal.

Tabel 1. 3 Tingkat Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Mixue

No	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah Responden	Target dalam %
		Ya	Tidak		
1	Saya membeli produk Mixue karena sesuai dengan kebutuhan saya.	80	20	10	100
2	Saya selalu mencari tahu detail produk Mixue termasuk testimoni dari konsumen lain sebelum memutuskan untuk membelinya	80	20	10	100
3	Saya terbiasa membeli produk es krim yang halal dibanding yang belum jelas kehalalannya.	80	20	10	100
4	Jika terdapat alternatif lain yang lebih murah dan lebih jelas kehalalannya maka saya akan membelinya	40	60	10	100
5	Saya merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk Mixue	40	60	10	100

Sumber : Survey Pendahuluan, 2023

Berdasarkan tabel survey pendahuluan yang dilakukan pada 10 responden diatas, dapat dilihat mengenai beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Mixue mengenai keputusan pembelian konsumen pada produk Mixue. Ditinjau dari beberapa pertanyaan yang disajikan, diketahui sebanyak dua responden atau 20%

menyatakan bahwa produk Mixue tidak sesuai dengan kebutuhannya, sebanyak dua responden atau 20% menyatakan bahwa mereka tidak melakukan pencarian informasi mengenai produk Mixue sebelum membeli produk, responden beranggapan bahwa hanya mengikuti *trend* yang ada sehingga tertarik untuk mencoba. Sebanyak delapan responden atau 80% menyatakan lebih memilih membeli produk yang halal dibandingkan yang tidak jelas kehalalannya. Sedangkan diketahui bahwa sebelumnya produk Mixue tergolong produk syubhat (diragukan kehalalannya). Sebanyak empat responden atau 40% menyatakan bahwa mereka akan memilih alternatif produk lain apabila lebih murah dan lebih jelas kehalalannya, dan sebanyak enam responden atau 60% beranggapan bahwa mereka tidak puas setelah membeli dan mengonsumsi produk Mixue serta enggan merekomendasikannya pada orang lain. Ketidakpuasan tersebut diduga disebabkan karena masih belum ada kejelasan mengenai sertifikasi halal produk tersebut sehingga dapat menurunkan keputusan pembelian konsumen.

Sertifikasi halal menjadi salah satu alat *marketing* yang dapat meningkatkan penjualan. Sertifikasi halal merupakan jaminan keamanan bagi seorang muslim selaku konsumen agar dapat memilih serta membedakan makanan yang baik serta sesuai dengan syariat Islam. Adanya sertifikasi halal pada produk menimbulkan kepercayaan tersendiri terutama bagi konsumen muslim dalam mengonsumsi produk tersebut. Ketidakjelasan sertifikasi halal yang dimiliki produk dapat menimbulkan keraguan konsumen untuk mengonsumsi produk tersebut. Karena produk tersebut dianggap konsumen sebagai produk syubhat yang belum memiliki izin dari instansi terkait khususnya LPPOM MUI. Sebelumnya pihak manajemen Mixue Indonesia melalui laman instagramnya menyatakan produk Mixue masih belum memiliki sertifikasi halal. Hal tersebut menimbulkan banyak keraguan konsumen sehingga mempengaruhi tingkat penjualan.

Tabel 1. 4 Persepsi Konsumen Tentang *Halal Certification* Pada Produk Mixue

No	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah Responden	Target dalam %
		Ya	Tidak		
1	Saya terlebih dahulu memastikan sertifikat halal pada gerai Mixue yang akan dikunjungi	50	50	10	100
2	Saya lebih memilih mengonsumsi produk yang bersertifikasi halal dari pada yang tidak memiliki sertifikasi halal	90	10	10	100
3	Saya berhenti mengonsumsi produk Mixue bila tidak terdapat sertifikat dan logo halal	80	20	10	100
4	Saya mengetahui dan dapat membedakan logo halal otentik dari MUI	80	20	10	100
5	Menurut saya keberadaan logo halal penting dalam memilih dan mengonsumsi produk Mixue	90	10	10	100

Sumber : Survey pendahuluan, 2023

Berdasarkan tabel survey pendahuluan yang dilakukan pada 10 responden diatas, dapat dilihat mengenai beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Mixue mengenai sertifikasi halal yang dimiliki produk Mixue. Dintinjau dari beberapa pertanyaan yang disajikan, sebanyak 5 responden atau 50% menyatakan bahwa akan mereka memastikan sertifikasi halal pada gerai Mixue yang akan dikunjungi. Sedangkan sebelumnya Mixue belum memiliki sertifikasi halal pada gerai dan produknya. Sebanyak Sembilan responden atau 90% menyatakan bahwa mereka lebih suka mengonsumsi produk yang bersertifikasi halal dibanding produk yang tidak mempunyai sertifikasi halal seperti Mixue yang sebelumnya masih tergolong syubhat (ragu ragu). Sebanyak delapan responden atau 80% menyatakan bahwa mereka berhenti mengonsumsi Mixue bila tidak terdapat sertifikat dan logo halal. Hal ini tentu dapat mempengaruhi tingkat keputusan pembelian produk Mixue mengingat sebelumnya produk tersebut belum memiliki sertifikasi halal. Sebanyak delapan responden atau 80% beranggapan bahwa mereka mengetahui dan dapat mengenali label halal yang asli dari MUI, dan sebanyak Sembilan responden atau 90%

menyatakan bahwa keberadaan logo halal sangat penting dalam mengonsumsi produk Mixue. Dengan demikian, status sertifikasi dan kehalalan produk Mixue bermasalah. Hal ini dapat mempengaruhi tingkat bagaimana konsumen memutuskan pembelian.

Selain sertifikasi halal, aspek lain yang menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian adalah tingkat kesadaran halal pada konsumen itu sendiri. Kesadaran halal merupakan tingkat pemahaman dan pengetahuan yang dimiliki seseorang mengenai halal sesuai dengan hukum Islam. Kesadaran halal mengacu pada jumlah informasi yang dimiliki konsumen Muslim tentang pemilihan dan pengonsumsiannya produk halal sesuai dengan aturan hukum Islam. Kesadaran halal dapat didasarkan melalui sikap positif seseorang berupa pandangan yang menguntungkan dari kesadaran halal. Tingkat pemahaman konsumen muslim mengenai pentingnya mengonsumsi produk halal dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli suatu produk. Konsumen dengan pengetahuan yang luas dan lebih tinggi terutama pengetahuan tentang agama Islam akan menjadi lebih berhati-hati dan waspada dalam memilih produk sesuai dengan harapannya salah satunya pertimbangan kesesuaian produk dengan syariat Islam. Namun pada kenyataannya masih banyak masyarakat Indonesia yang memiliki pola pikir bahwa kehalalan produk hanya dilihat dari bahan produksinya saja seperti tidak mengandung babi, khamr, dsb. Masih banyak masyarakat yang tidak mempertimbangkan secara lebih luas mengenai faktor lain yang mempunyai dampak pada tingkat halal suatu produk seperti proses pengolahan, cara penyimpanan, dll. Terutama Dampak dari globalisasi kemudian menghadirkan banyaknya produk dari luar negeri yang masuk ke Indonesia. Kerap kali produk yang masuk ke Indonesia belum memiliki label halal, namun sudah diperdagangkan secara bebas padahal mengonsumsi produk pangan bukan hanya halal tetapi juga *thayyib* (Aulia, 2018:4).

Tabel 1. 5 Persepsi Konsumen Tentang *Halal Awareness* Pada Produk Mixue

No	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah Responden	Target dalam %
		Ya	Tidak		
1	Saya mengonsumsi produk <i>Ice cream</i> halal untuk menunjukkan komitmen saya terhadap syariat.	90	10	10	100
2	Saya bermasalah dengan produk Mixue yang statusnya masih syubhat (tidak jelas halal haramnya)	80	20	10	100
3	Saya selalu memperhatikan ada tidaknya logo halal yang terdapat pada kemasan produk Mixue	80	20	10	100
4	Saya selalu mencari referensi tentang status kehalalan produk Mixue dari internet, buku, maupun sumber lainnya	80	20	10	100
5	Saya mengonsumsi produk <i>ice cream</i> halal karena terjamin proses produksinya lebih sehat dan higienis	90	10	10	100

Sumber : Survey Pendahuluan, 2023

Berdasarkan hasil survey pendahuluan yang dilakukan pada 10 responden diatas, dapat dilihat mengenai tingkat kesadaran halal konsumen pada produk Mixue. Dintinjau dari beberapa pertanyaan yang disajikan, sebanyak Sembilan responden atau 90% menyatakan bahwa mereka mengonsumsi produk *Ice cream* halal untuk menunjukkan komitmennya terhadap syariat. Delapan responden atau 80% menyatakan bahwa bermasalah dengan produk Mixue yang statusnya masih syubhat (tidak jelas halal haramnya). Delapan responden atau 80% menyatakan bahwa mereka selalu memperhatikan ada tidaknya logo halal yang terdapat pada kemasan produk Mixue. Delapan responden atau 80% menyatakan bahwa selalu mencari referensi tentang status kehalalan produk Mixue dari internet, buku, maupun sumber lainnya. Dan Sembilan responden atau 90% menyatakan bahwa mereka memiliki mengonsumsi produk *ice cream* halal karena terjamin proses produksinya lebih sehat dan higienis. Berdasarkan pernyataan tersebut, diketahui

bahwa tingkat kesadaran halal mulai meningkat. Dengan tingginya tingkat kesadaran halal konsumen dalam mengonsumsi produk dapat akan mempengaruhi konsumen tersebut dalam memilih suatu produk yang halal sesuai syariat Islam. Sedangkan produk Mixue sebelumnya belum memiliki sertifikasi halal yang jelas sehingga hal ini menjadi permasalahan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amalia & Markonah (2022:164) menjelaskan bahwa *halal certification* tidak berpengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian Marzuki & Triyono (2021:9) yang menyatakan bahwa *halal certification* cukup efektif dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Adapun penelitian terdahulu oleh Esa et al. (2021:297) menyatakan bahwa tingkat kesadaran halal seorang konsumen tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra & Jaharuddin (2022:1534) bahwa tingkat *halal awareness* dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Dengan demikian diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai variabel tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Halal Certification* dan *Halal Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Ice Cream Mixue* (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Universitas Islam 45 Bekasi)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada bagian latar belakang yang telah dikemukakan oleh penulis, maka penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah *Halal Certification* berpengaruh pada keputusan pembelian Produk Mixue di kalangan Mahasiswa Muslim Universitas Islam 45 Bekasi?
2. Apakah *Halal Awareness* berpengaruh pada keputusan pembelian Produk Mixue di kalangan Mahasiswa Muslim Universitas Islam 45 Bekasi?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Halal Certification* terhadap keputusan pembelian Produk Mixue di kalangan Mahasiswa Muslim Universitas Islam 45 Bekasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Halal Awareness* terhadap keputusan pembelian Produk Mixue di kalangan Mahasiswa Muslim Universitas Islam 45 Bekasi.

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif, wawasan, pengetahuan, dan pengalaman penulis mengenai dampak *halal certification* dan *halal awareness* terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menetapkan taktik bersaing baru dalam hal pemasaran sehingga dapat mendongkrak penjualan serta dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi perusahaan mengenai pentingnya memiliki sertifikasi halal pada suatu produk karena dapat menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam memilih dan membeli suatu produk sehingga dapat meningkatkan penjualan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi, wawasan baru, serta dapat menjadi sumbangan bagi perkembangan ilmu ekonomi pemasaran terutama dapat menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah sangat penting agar penelitian ini dapat lebih terkonsentrasi mengingat cukup banyak masalah yang perlu dipecahkan. Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka permasalahan penelitian ini di batas pada :

1. Penelitian ini terfokus pada variabel *halal certification* dan *halal awareness* kaitannya dengan keputusan pembelian produk Mixue oleh konsumen di Universitas Islam 45 Bekasi

2. Objek penelitian penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam “45” Bekasi yang beragama Islam sebesar 100 responden mahasiswa/i.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, dibuat sistematika penulisan agar mudah dipahami serta dapat memberikan gambaran umum mengenai tugas ini. Sistematika pelaporan adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang akan berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan tinjauan pustaka yang berupa teori yang digunakan untuk yang berkaitan dengan topik penelitian guna mendukung penelitian yang mencakup teori-teori mengenai *halal certification*, *halal awareness*, dan keputusan pembelian. Serta berisi penelitian terdahulu dan hipotesa.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas gambaran metodologi yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas mengenai analisa terhadap hasil hasil penelitian yang kemudian akan digunakan untuk menjawab hipotesis masalah yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir sebagai penutup yang berisi kesimpulan berupa jawaban atas masalah masalah yang telah diidentifikasi. Selain itu, pada bab ini penulis akan mengajukan beberapa saran sebagai pertimbangan guna kemajuan semua pihak.