

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pesatnya perkembangan media saat ini, arus informasi yang diperoleh konsumen akan semakin banyak. Perkembangan zaman yang semakin modern berdampak terhadap kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat. Dimana perkembangan zaman tersebut membuat semakin beragamnya kebutuhan yang harus dipenuhinya. Bahkan tak jarang masyarakat membeli barang-barang yang tidak mereka butuhkan atau hanya mengikuti trend walaupun harus mengeluarkan uang yang tidak sedikit. (Bulan, 2016)

Pergeseran pola hidup seperti itu biasaya terjadi pada generasi millennial, yaitu mereka yang memasuki tahap usia dewasa muda (18-35 tahun) pada dekade diatas 2000-an. Mereka itu adalah konsumen dengan gaya hidup kelas menengah ke atas. Biasanya, dari mereka tidak segan mengeluarkan banyak uang untuk belanja produk fashion atau kosmetik terbaru, gadget berteknologi termutakhir, otomotif teranyar, sewa jasa transportasi premium online, atau makan di cafe dan mengkonsumsi makanan kekinian. Mereka beranggapan dengan terus mengikuti gaya hidup kekinian, hal tersebut akan menunjang karier mereka dan membuka peluang networking ataupun relasi yang lebih baik dan banyak. (Astuti et al., 2018)

Generasi milenial atau generasi *digital native*, yaitu generasi yang tumbuh dalam lingkungan yang serba digital. Menurut Hilman Fajrian millennial bersifat optimis, *goal oriented*, independen, penuh harapan, terobsesi pada kesuksesan, percaya diri, mementingkan gaya hidup dan tergantung pada teknologi 58% millennial suka berbelanja, 65% suka kuliner dan 20% gemar traveling. (Rinandiyana et al., 2017) Dengan Digitalisasi

sekarang cukup mengubah karakter dan perilaku konsumen yang besar dan lahir di era ini. Generasi baru yang punya selera dan perilaku yang berbeda dalam pembelian produk, dan cara mereka mengkonsumsi. Generasi millennial sangat konsumtif sehingga mereka menjadi sasaran yang sangat potensial.

Mengenai *know ledgeable* produk, millennial punya segudang info sebelum membeli *Searching cost* sebuah produk menjadi sangat mudah. Untuk membandingkan sebuah produk, generasi millennial tidak perlu lagi datang dari satu toko ke toko lain, atau dari menghubungi satu penyedia jasa ke yang lainnya. Mereka hanya tinggal pengang handphone, buka internet, mencari di mesin pencari, maka semua informasi lengkap mulai dari harga hingga review dari pengalaman konsumen sebelumnya. Generasi milenial lebih mementingkan pengalaman dalam mengkonsumsi, dan cerita dibalik sebuah produk. Mereka menghargai pengalaman unik, yang ditawarkan oleh sebuah barang atau jasa.

Pesatnya perkembangan informasi di era globalisasi ini, menyebabkan minat konsumen untuk membeli produk impor semakin tinggi. Akibat dari tingginya minat terhadap produk impor, kini produk-produk impor mulai membanjiri pasar tanah air. Kemasan yang menarik, citra produk impor yang dianggap unggul, harga yang bersaing dengan produk lokal serta strategi promosi pemasaran yang baik mengakibatkan kebutuhan konsumen terhadap produk produk impor semakin tinggi.

Sebagai konsumen yang cerdas, masyarakat muslim haruslah meneliti barang yang akan dikonsumsi sebelum membelinya, karena setiap individu memiliki hak pribadi secara perorangan untuk memutuskan membeli atau tidak membeli suatu barang. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pembelian dan penggunaan barang yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Armstrong

mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. (effendi, 2016)

Produk impor sering kali diyakini oleh sebagian besar masyarakat sebagai produk yang mempunyai kualitas unggul, karena disertai dengan persyaratan-persyaratan yang sudah standar mengenai proses produksi, packaging, maupun pemasarannya. Realitanya, ada beberapa produk import yang tidak memenuhi standar persyaratan, sehingga produk impor yang dibeli konsumen berkualitas rendah, bahkan membahayakan keselamatan konsumen. Bagi umat muslim kesalahan dalam memilih produk makanan yang dikonsumsi dapat menyebabkan kerugian lahir dan batin, secara lahir mengkonsumsi produk yang mengandung bahan berbahaya dapat mengganggu kesehatan, sedangkan secara batin mengkonsumsi produk yang tidak halal dapat menimbulkan dosa keharusan seorang muslim untuk mengkonsumsi sesuatu yang halal.

Di Indonesia, MUI (Majelis Ulama Indonesia) adalah lembaga yang kompeten untuk menjamin kehalalan suatu produk. Dalam kerjanya MUI di bantu oleh lembaga LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia). Lembaga ini dibentuk untuk membantu majelis ulama Indonesia dalam menentukan kebijaksanaan, merumuskan ketentuan-ketentuan, rekomendasi dan bimbingan yang menyangkut pangan, obatobatan dan kosmetika sesuai dengan ajaran Islam. Dengan kata lain (LPPOM-MUI) didirikan untuk memberikan rasa tentram pada umat tentang produk yang dikonsumsi.

Pemerintah mewajibkan seluruh produk yang beredar di Indonesia harus bersertifikasi halal, memiliki label halal dan memang terbukti dalam proses perolehannya, produk tersebut mengikuti produksi halal. Ketentuan UU Nomer 33 Tahun 2014 tentang Jaminan

Produk Halal (UU JPH), pada pasal 4 berbunyi: “Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikasi halal.” Dan dalam pasal 10 ayat (1) Peraturan Pemerintah nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan menyatakan bahwa: “Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label.”.

Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa aspek kehalalan menjadi hal yang sangat penting dalam peredaran produk pangan di Indonesia, khususnya bagi konsumen Muslim. Namun demikian, seiring dengan meningkatnya arus globalisasi dan perdagangan internasional, berbagai produk makanan impor semakin banyak masuk ke Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, nilai impor Indonesia pada tahun 2025 mencapai sekitar US\$241,86 miliar (Badan Pusat Statistik, 2026), yang menunjukkan tingginya masuknya produk luar negeri ke pasar domestik. Kondisi ini memungkinkan masyarakat untuk dengan mudah mengakses berbagai produk makanan impor yang beredar di pasaran.

Perkembangan globalisasi menyebabkan produk makanan impor semakin mudah masuk ke pasar lokal, termasuk Kabupaten Aceh Utara dan kota Lhokseumawe. Masyarakat di wilayah ini semakin sering menemukan berbagai jenis makanan impor melalui toko modern, minimarket, maupun platform marketplace. Produk makanan impor yang beredar antara lain seperti mie instan luar negeri, snack dari korea dan jepang, serta minuman kemasan luar negeri yang kini cukup mudah di jumpai di berbagai tempat penjualan.

Berikut adalah daftar beberapa produk impor yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Kabupaten Aceh Utara dan Kota Lhokseumawe tahun 2025. Data pada tabel ini diperoleh berdasarkan observasi awal peneliti di beberapa toko/ritel di Kabupaten Aceh Utara dan Kota Lhokseumawe pada tahun 2025.

Tabel : 1.1

Daftar Beberapa Produk Impor yang Dikonsumsi oleh Beberapa Masyarakat

No.	Nama Produk	Gambar Produk
1	Samyang Green Hot Chicken Ramen	
2	Cadbury Dairy Milk (Milk Chocolate)	
3	Topokki	
4	Lotte Choco Pie	

5	Glico Pocky	
6	Nestle Milo	

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa terdapat berbagai jenis produk makanan impor yang dikonsumsi oleh masyarakat, seperti Samyang, Cadbury Dairy Milk, Topokki, Lotte Choco Pie, dan Glico Pocky. Produk-produk tersebut umumnya berasal dari luar negeri dan cukup diminati oleh masyarakat, terutama kalangan remaja dan dewasa. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan produk makanan impor telah menjadi bagian dari pola konsumsi masyarakat di daerah penelitian.

Namun, sebagai wilayah dengan mayoritas penduduk Muslim, aspek kehalalan merupakan faktor yang sangat penting dalam keputusan pembelian. Produk makanan impor yang berasal dari luar negeri tidak selalu memiliki jaminan halal yang jelas sesuai dengan standar di Indonesia. Di Aceh sendiri berlaku Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2016 tentang Sistem Jaminan Produk Halal, sehingga masyarakat dituntut lebih selektif dalam memilih produk, termasuk produk impor yang belum tentu memiliki label halal resmi dari Indonesia.

Hal ini berdampak langsung pada bagaimana masyarakat di Kabupaten Aceh Utara dan kota Lhokseumawe mengambil keputusan pembelian. Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat seringkali berada dalam kondisi dilematis saat akan memutuskan untuk membeli produk makanan impor. Di satu sisi, ketertarikan terhadap variasi produk luar negeri sangat tinggi, namun di sisi lain, proses pengambilan keputusan tersebut terhambat oleh keraguan akan keaslian status halal produk yang belum memiliki logo BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal).

Ketidakpastian ini menyebabkan terjadinya fluktuasi pada tingkat penjualan produk impor tertentu di pasar lokal Kabupaten Aceh Utara dan kota Lhokseumawe. Konsumen cenderung melakukan evaluasi yang lebih panjang, mencari informasi tambahan melalui internet, atau bahkan membatalkan keputusan pembelian di detik terakhir karena merasa tidak tenang secara spiritual. Oleh karena itu, memahami bagaimana proses keputusan pembelian ini terbentuk menjadi sangat krusial, mengingat keputusan tersebut bukan sekadar tindakan transaksional, melainkan hasil dari pertimbangan mendalam antara kebutuhan gaya hidup dengan kepatuhan terhadap syariat Islam yang berlaku di Aceh. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian di wilayah ini sangat dipengaruhi oleh bagaimana konsumen menyeimbangkan aspek spiritual dengan manfaat fungsional produk

Salah satu faktor krusial yang mendasari keraguan dalam pengambilan keputusan tersebut adalah tingkat literasi halal. Di Kabupaten Aceh Utara dan kota Lhokseumawe tingkat literasi halal masyarakat dapat berbeda-beda, seperti kemampuan membaca label, mengenali logo halal luar negeri, mengecek izin edar, maupun memahami bahan baku. Perbedaan tingkat pemahaman ini dapat berpengaruh pada keputusan mereka dalam membeli makanan impor. Selain aspek halal, kualitas produk juga sangat penting, karena

pada dasarnya setiap orang yang ingin membeli suatu produk atau jasa ingin mendapatkan kualitas produk baik yang mereka beli. Produk ataupun jasa harus memiliki Kualitas yang baik sesuai dengan harga yang mereka tawarkan supaya perusahaan bisa bertahan dalam menghadapi persaingan, dalam hal kualitas produk. (Hartati, 2021).

Jika kualitas dari suatu produk tersebut baik dan memenuhi dari kebutuhan yang diinginkan oleh pembeli, maka pembeli tidak akan perduli dengan harga yang diberikan atau merasa tidak menyesal untuk membeli produk tersebut. Kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan penggunaan suatu produk. Pengalaman baik atau buruk dengan produk akan mempengaruhi konsumen untuk membeli kembali atau tidak. Sehingga manajer bisnis dituntut untuk menciptakan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan atau selera konsumen.

Selain kualitas produk, salah satu persoalan konsumen dalam memilih produk adalah harga dari produk itu sendiri. Harga juga merupakan salah satu faktor konsumen untuk menentukan keputusan pembelian pada produk. Dimana harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadikan tolak ukur akan permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah atas suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang. Oleh sebab itu, dalam penetapan harga perusahaan harus dapat

menentukan harga penjualan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk dan pangsa pasar semakin meningkat.

Dalam perspektif ekonomi, keputusan konsumsi seseorang tidak terlepas dari kondisi ekonomi dan kemampuan daya beli yang dimiliki. Pendapatan merupakan salah satu faktor ekonomi yang dapat menentukan kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan konsumsi. Semakin besar kemampuan ekonomi yang dimiliki, semakin besar pula kemampuan konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan melakukan konsumsi (Hutagalung et al., 2024). Selain pendapatan, harga juga berkaitan dengan daya beli konsumen, karena perubahan harga dapat memengaruhi kemampuan konsumen dalam memperoleh suatu barang (Indriaty et al., 2023). Oleh karena itu, dalam pembelian produk makanan impor, pertimbangan ekonomi seperti harga dan kemampuan daya beli menjadi salah satu aspek yang dapat memengaruhi keputusan konsumen.

Dalam perspektif ekonomi islam, kegiatan ekonomi dan konsumsi tidak hanya didasarkan pada pertimbangan kemampuan ekonomi, tetapi juga harus sesuai dengan prinsip dan ketentuan syariah. Ekonomi islam memiliki landasan hukum yang bersumber dari dalil naqli dan aqli, dengan Al-Qur'an dan hadis sebagai sumber utama dalam mengatur berbagai aktivitas kehidupan, termasuk kegiatan ekonomi (Itang, 2014). Dalam kegiatan konsumsi, islam memberikan ketentuan agar manusia mengonsumsi barang yang halal dan baik serta menghindari barang yang dilarang oleh syariat. Konsumsi dalam perspektif islam tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan, tetapi juga harus memperhatikan ketentuan agama agar kegiatan konsumsi memberikan kemaslahatan bagi konsumen (Nasrulloh, 2013).

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 168:

“Wahai manusia! Makanlah dari makanan yang halal dan baik yang terdapat di bumi”

Ayat tersebut menunjukkan bahwa dalam kegiatan konsumsi, seorang muslim diperintahkan untuk memperhatikan aspek halal dan baik dari barang yang dikonsumsi. Dengan demikian, kehalalan menjadi salah satu pertimbangan penting dalam perilaku konsumsi masyarakat muslim, termasuk dalam menentukan keputusan pembelian produk makanan impor.

Berdasarkan observasi awal dan wawancara singkat yang peneliti lakukan terhadap beberapa konsumen muslim di Kabupaten Aceh Utara dan kota Lhokseumawe, ditemukan fenomena yang memperkuat urgensi penelitian ini. Pertama, pada variabel literasi halal, sebagian besar konsumen mengaku sering kali merasa bingung saat membedakan logo halal internasional (seperti dari Korea, Thailand, atau China) dengan logo halal resmi yang diakui oleh BPJPH/MUI. Banyak konsumen yang berasumsi bahwa selama produk tersebut dijual secara bebas di toko modern, maka produk tersebut sudah pasti aman dan halal, meskipun mereka tidak melakukan pengecekan mendalam melalui aplikasi atau situs resmi jaminan produk halal. Hal ini menunjukkan adanya celah antara aturan yang ketat dalam Qanun Aceh dengan praktik literasi halal di masyarakat.

Kedua, dari segi harga dan kualitas, terdapat anomali perilaku di mana konsumen tetap menunjukkan minat beli yang tinggi terhadap produk makanan impor meskipun harganya relatif lebih mahal dibandingkan produk lokal serupa. Konsumen mempersepsikan bahwa harga tinggi pada produk impor adalah jaminan atas kualitas rasa dan keamanan kemasan yang lebih baik. Namun di sisi lain, ditemukan keluhan mengenai beberapa produk impor

yang kemasannya rusak atau informasi komposisinya tidak menggunakan bahasa Indonesia, sehingga menyulitkan konsumen untuk memastikan kandungan bahan di dalamnya.

Kesenjangan antara regulasi halal yang ketat di Aceh dengan realita rendahnya ketelitian konsumen, serta adanya dominasi persepsi kualitas yang mengalahkan pertimbangan harga, menjadi dasar kuat mengapa penelitian ini perlu dilakukan. Peneliti melihat adanya kebutuhan mendesak untuk membuktikan secara empiris apakah pemahaman halal benar-benar menjadi filter utama, ataukah daya tarik harga dan kualitas produk impor justru lebih mendominasi keputusan pembelian masyarakat Muslim di Kecamatan Samudera."

Penelitian ini menjadi krusial karena adanya anomali perilaku pada konsumen Muslim di Kabupaten Aceh Utara dan kota Lhokseumawe. Terdapat indikasi bahwa daya tarik kualitas dan gengsi merek produk impor mampu menggeser sensitivitas harga, bahkan dalam beberapa kondisi, mengaburkan urgensi literasi halal yang seharusnya menjadi filter utama bagi masyarakat Aceh yang tunduk pada aturan Qanun. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya sekedar menguji hubungan antar variabel, tetapi juga ingin mengungkap apakah aspek religiusitas (literasi halal) tetap menjadi prioritas utama ataukah telah terdistraksi oleh modernitas produk impor yang menawarkan keunggulan kualitas dan tren harga.

Beberapa penelitian terdahulu telah banyak mengkaji mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk impor, namun hasil yang ditemukan masih menunjukkan adanya keberagaman (inkonsistensi). Di satu sisi, terdapat penelitian yang menempatkan harga dan kualitas sebagai faktor dominan, sementara di sisi lain, aspek

literasi halal seringkali diposisikan hanya sebagai variabel pendukung. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan pada wilayah dengan karakteristik masyarakat yang umum. Hal inilah yang menjadi pembeda utama dalam penelitian ini, di mana peneliti mengintegrasikan variabel literasi halal dalam konteks masyarakat muslim di Kabupaten Aceh Utara dan kota Lhokseumawe yang memiliki keunikan hukum lokal berupa Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2016 tentang Jaminan Produk Halal. Fokus pada lokasi dan regulasi spesifik ini diharapkan dapat mengisi celah penelitian (*research gap*) yang belum banyak tersentuh oleh peneliti-peneliti sebelumnya.

Berdasarkan kondisi tersebut, penting untuk meneliti bagaimana tingkat literasi halal, harga, dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian makanan impor pada konsumen muslim di Kabupaten Aceh Utara dan kota Lhokseumawe. Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas serta disertai bukti ilmiah yang konkrit mengenai bagaimana pengaruh literasi halal, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk impor. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Tingkat Literasi Halal, Tingkat Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan mengacu pada latar belakang yang terurai diatas maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah :

1. Apakah tingkat literasi halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk makanan impor?
2. Apakah tingkat harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk makanan impor?

3. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk makanan impor?
4. Apakah tingkat literasi halal, tingkat harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh tingkat literasi halal secara parsial terhadap keputusan pembelian produk makanan impor.
2. Untuk menganalisis pengaruh tingkat harga secara parsial terhadap keputusan pembelian produk makanan impor.
3. Untuk menganalisis pengaruh tingkat kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian produk makanan impor.
4. Untuk menganalisis pengaruh tingkat literasi halal, tingkat harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian produk makanan impor .

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Manajemen Pemasaran Islam dan perilaku konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkuat teori-teori terkait pengaruh literasi halal, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengkaji fenomena serupa dalam konteks ekonomi syariah.

2. Manfaat Praktis

- **Bagi Konsumen:** Memberikan edukasi dan meningkatkan kesadaran (*awareness*) konsumen muslim di Kabupaten Aceh Utara dan kota Lhokseumawe akan pentingnya literasi halal sebagai pertimbangan utama di samping faktor harga dan kualitas saat mengonsumsi produk makanan impor.
- **Bagi Pelaku Usaha:** Memberikan masukan strategis bagi para distributor dan pelaku usaha produk impor mengenai pentingnya kepatuhan sertifikasi halal dan transparansi informasi produk guna membangun kepercayaan konsumen Muslim.
- **Bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait:** Menjadi bahan masukan bagi Pemerintah Daerah Aceh dan LPPOM MUI dalam merumuskan kebijakan sosialisasi Qanun Jaminan Produk Halal yang lebih efektif dan tepat sasaran bagi masyarakat di tingkat kabupaten dan kota.
- **Bagi Peneliti:** Menambah wawasan dan pengalaman langsung dalam melakukan penelitian ilmiah, serta sebagai sarana pengaplikasian ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan.