

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Indonesia adalah Negara dengan populasi penduduk berjumlah 269 juta jiwa atau 3,49% dari total populasi dunia dan menjadi Negara ke empat dengan penduduk terbanyak di dunia dan populasi muslim terbesar di dunia. Hal ini dapat dilihat berdasarkan laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC) atau MABDA bertajuk *The Muslim 500* edisi 2022. Ada 231,06 juta penduduk Indonesia yang beragama Islam, jumlah tersebut setara dengan 86,7% dari total penduduk Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslim menduduki potensi yang besar bagi pasar, oleh karena itu industri – industri di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahun (Rizaty, 2022).

Sektor Industri halal saat ini mengalami perkembangan yang sangat signifikan, dimana hal tersebut didukung oleh peningkatan populasi muslim di suatu wilayah. Industri halal memiliki cakupan yang luas tidak hanya sebatas pada produk kosmetik saja, tetapi mencakup produk – produk yang lain contohnya pada makanan. Dalam hal tersebut produksi makanan halal merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan di negara yang berkontribusi Muslim seperti Indonesia, juga termasuk aspek penting dalam Islam (Firdaus et al., 2022).

Mengonsumsi produk halal merupakan suatu persoalan sosial yang ada di masyarakat, serta menjadi tanggung jawab negara. Negara wajib menjamin kehalalan dari suatu produk, kewaspadaan konsumen serta regulasi pemerintah merupakan sebuah kesatuan penegakan hukum mengenai produk halal. Oleh karena itu maka *Islamic branding* sangat dibutuhkan pada era sekarang ini. *Islamic branding* merupakan bentuk dari kesadaran halal (*halal awareness*), konsep *Islamic branding* banyak digunakan oleh produsen dari negara nonmuslim ketika membuat produk untuk konsumen muslim. Tim riset Majelis Ulama Indonesia (MUI) melakukan survei mengenai pemahaman masyarakat di Indonesia terhadap produk halal. Dari survei tersebut terungkap bahwa tingkat kepedulian masyarakat akan produk halal meningkat tajam pada tahun 2010 yaitu sebesar 92,2 persen, dibandingkan pada tahun 2009 yang hanya 70 persen. Hal tersebut merupakan sebuah potensi yang bisa mengangkat Indonesia menjadi produsen halal tingkat global (Kusumastuti, 2020).

Bagi muslim, konsumsi halal merupakan bagian penting dalam kehidupan mereka yang harus diperhatikan. Karena mengonsumsi produk halal merupakan salah satu perintah Allah dan bentuk keimanan seorang muslim. Allah berfirman dalam al-Qur'an surat al-Mu'minun (23) ayat 51;

يَا أَيُّهَا الرِّسَالُ كُؤَامِنِ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ

عَلِيمٌ.....(51)

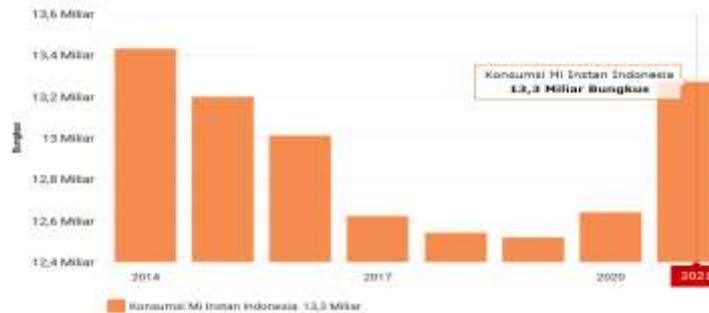
Artinya;

“Wahai para Rasul!, makanlah dari (makanan) yang baik – baik, dan kerjakanlah kebajikan. Sungguh, Aku Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S al-Mu'minin:51).

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa Allah sangat menekankan umat islam untuk mengonsumsi makanan halal lagi baik (*Halalan Tayyiban*). Pengetahuan ini melibatkan pemahaman akan produk mana saja yang dapat dikonsumsi. Dan konsumen akan berusaha mencari informasi bagaimana cara membuat keputusan yang baik ketika melakukan pembelian. Dalam memenuhi kebutuhannya, umat Muslim harus selalu konsisten dengan Al-Qur'an dan Sunnah. Dari segi kualitas, setiap Muslim harus memperhatikan kehalalan dan juga thayyib atas produknya. Pemahaman agama yang lebih baik membuat umat Muslim lebih selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsi salah satu contohnya Mi Instan.

Di Indonesia, Mie digemari di berbagai kalangan, mulai dari anak – anak, remaja, hingga lanjut usia. Alasannya Mie memiliki rasa yang enak, praktis dan mengenyangkan, hal tersebut penyebab mengapa Mie Instan menjadi makanan yang paling banyak dikonsumsi atau digemari oleh masyarakat Indonesia. Berikut data konsumsi Mie Instan masyarakat Indonesia:

### Konsumsi Mie Instan Indonesia (2014-2021)



Sumber: Databoks, 2021 (Akses 30 Desember 2022, 10.45 WIB)

*Gambar 1. 1 Konsumsi Mie Instan Negara Indonesia*

Berdasarkan Databoks, konsumsi Mie Instan di Indonesia meningkat 4,98% menjadi 13,27 miliar bungkus pada tahun 2021 dibanding tahun sebelumnya. Konsumsi Mie Instan tahun 2014 merupakan yang terbanyak seperti terlihat pada grafik, dengan konsumsi sebesar 13,4 miliar bungkus Mie Instan. Karena sebagian besar masyarakat Indonesia adalah muslim, maka mie instan di Indonesia sebagian besar adalah produk halal. Konsumsi Mie Instan Indonesia persentasenya mencapai 11,27% dari total konsumsi Mie Instan dunia yang mencapai 118,18 miliar bungkus pada tahun sebelumnya. Hal tersebut menjelaskan bahwa konsumsi Mie Instan yang dikonsumsi oleh masyarakat itu meningkat secara fluktuatif, dapat disimpulkan bahwa Indonesia memiliki minat beli yang tinggi terhadap Mie Instan. Berikut ada beberapa Mie Instan pilihan Masyarakat Indonesia yaitu;



Sumber : Top Brand Index 2022 (Akses 30 Desember 2022, 11.30 WIB)

*Gambar 1.2 Mie Instan pilihan Masyarakat Indonesia*

Dari data diatas dapat dilihat jika Indomie menjadi Mie instan pertama pilihan masyarakat dengan presentase tertinggi yaitu 72% dibandingkan mi lainnya. Mie Instan juga merupakan jenis makanan favorit yang sering dikonsumsi oleh para mahasiswa, khususnya pada mahasiswa yang tinggal di kost. (Katmawanti & Ulfah, 2019).

Di Indonesia Khususnya masyarakat Aceh juga sangat menggemari Mie Instan seperti Indomie, Mie Sedap dan lain – lain . Aceh merupakan salah satu provinsi dengan persentase penduduk muslim terbesar di Indonesia. Berdasarkan data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk di Serambi Mekah yang memeluk agama Islam sebanyak 5,24 juta jiwa atau setara 98,56% dari total populasi 5,33 juta jiwa (Databoks, 2021).

Mahasiswa di aceh gemar mengkonsumsi makanan kemasan seperti Mie Instan. Ada beberapa alasan mengapa mahasiswa di aceh lebih suka

mengonsumsi Mie Instan, yaitu pertama harganya yang relatif murah, kedua mudah untuk diolah dan ketiga memiliki berbagai macam pilihan rasa. Dibalik kelezatan rasa yang diberikan oleh mi instan, terdapat beberapa zat – zat berbahaya salah satunya seperti MSG (*Monosodium Glutamat*) yang dapat berdampak buruk terhadap kesehatan tubuh. Namun banyak orang yang tidak mengetahui bahkan mengabaikan dan Mengonsumsi Mie Instan dalam jumlah banyak dan jangka waktu yang lama dapat sangat berbahaya untuk tubuh.

Hal tersebut juga dilakukan oleh mahasiswa/i Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Malikussaleh, yang menjadikan Mie Instan sebagai salah satu pokok makanan pengganti nasi. Berikut informasi yang di peroleh dari observasi awal yang di lakukan pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Malikussaleh;

Saudari Nur Asna salah satu Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2019 *“Mengonsumsi Mie Instan hanya pada akhir bulan saja, dikarenakan dengan tabungan yang semakin menipis. Mie Instan menjadi hal yang mudah untuk dijangkau dengan harga murah.”*

Saudari Ellyanda salah satu Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2019 *“Mengonsumsi Mie Instan pada hari – hari tertentu seperti ketika banyaknya aktivitas atau kesibukan, hal itu Mie Instan menjadi makanan pengganti utama yang mereka konsumsi karena praktis dan cepat saji.”*

Dapat disimpulkan bahwa masih minimnya pengetahuan dan kesadaran halal masyarakat terhadap makanan halal dan baik (*Halalan Thayyiban*). Karena islam sangat mengutamakan seorang muslim untuk mengonsumsi makanan halal, tidak hanya dari segi kehalalannya tetapi juga baik untuk dikonsumsi secara baik.

Berdasarkan pemikiran yang dikemukakan di atas, mana penulis terdorong ingin melakukan penelitian untuk mencari tahu lebih dalam bagaimana seseorang atau mahasiswa dalam mengambil keputusan saat melakukan pembelian produk mi instan terutama pada indomie untuk memenuhi kebutuhannya. Sesuai dengan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Knowledge*, *Halal Awareness* dan *Halalan Tayyiban* terhadap keputusan pembelian Mie Instan pada Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2019 – 2021”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang ditulis diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Instan pada mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2019 – 2021?
2. Apakah *Halal Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Instan pada mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2019 – 2021?
3. Apakah *Halalan Tayyiban* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Instan pada mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2019 – 2021?
4. Apakah *Knowledge*, *Halal Awareness* dan *Halalan Tayyiban* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Instan pada mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2019 – 2021?

### **1.3 Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Knowledge* secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Instan pada mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2019 – 2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Halal Awareness* secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Instan pada mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2019 – 2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Halalan Thayyiban* secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Instan pada mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2019 – 2021.
4. Untuk mengetahui *Knowledge*, *Halal Awareness* dan *Halalan Thayyiban* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Instan pada mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2019 – 2021.

### **1.4 Manfaat penelitian**

Adapun manfaat penelitian dalam penelitian ini yaitu;

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dalam bidang Ekonomi Syariah, terutama pada perilaku konsumen berupa hubungan knowledge, halal awareness dan keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Masyarakat/Konsumen, hasil penelitian dapat dijadikan referensi tentang seberapa besar knowledge dan halal awareness mempengaruhi keputusan pembelian Mie Instan.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan tugas akhir penulis guna menyelesaikan studi Sarjana Ekonomi. Penulisan penelitian ini dapat juga memperkaya khasanah kajian ilmiah dibidang Ekonomi Syariah, khususnya yang berkaitan dengan knowledge, halal awareness dan keputusan pembelian Mie Instan.