# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah salah satu makhluk ciptaan Allah yang dianugerahi akal pikiran untuk memahami perintah-Nya. Salah satu perintah Allah SWT adalah memilih makanan yang halal dan menjauhi makanan yang haram. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 168 yang artinya, "*Wahai manusia, makanlah dari makanan yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan. Sungguh syaitan itu musuh yang nyata bagimu*".[1]

Islam mewajibkan umatnya untuk mengkonsumsi makanan halal. Makanan halal berarti makanan yang diizinkan oleh hukum Islam dan harus memenuhi berbagai syarat diantaranya adalah tidak mengandung sesuatu yang dianggap melanggar hukum menurut hukum Islam. Kemudian disiapkan, diproses, diangkut atau disimpan menggunakan alat atau fasilitas yang terlepas dari sesuatu yang haram menurut hukum Islam, dan saat proses persiapan, pengolahan, pengangkutan atau penyimpanan tidak mengalami kontak langsung dengan makanan yang haram. Persyaratan tersebut akan menjamin kualitas dan menjadi simbol dari *good quality* makanan halal.[2]

[1] Departemen Agama RI, *Al-Quran Terjemah Tafsir PerKata*, (Bandung: Syamil Al-Quran, 2010), hlm. 25.

[2] Tri, *Halal Journal Malaysia* (Inggris, 2008). Diakses dari www.republika.co.id pada tanggal 22 Desember 2016.

Saat ini makanan halal tidak hanya merupakan suatu masalah keagamaan, tetapi juga dalam konteks bisnis dan perdagangan, makanan halal menjadi jaminan kualitas serta gaya hidup. Hal tersebut membuktikan adanya gejala perkembangan pasar halal secara global didorong oleh meningkatnya kesadaran konsumen akan pentingnya mutu dan keamanan produk yang dikonsumsi serta terdapat pula pergeseran persepsi konsumen atas konsep halal.[3]

Dalam hal memilih makanan seseorang dipengaruhi oleh banyak faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi makanan diantaranya adalah agama, ras, pengetahuan, persepsi, dan lain-lain. Agama dan suku tertentu memiliki perintah dan larangan untuk mengonsumsi makanan-makanan tertentu. Bangsa Yahudi memiliki aturan terhadap makanan yang disebut dengan aturan Kosher. Penganut agama Hindu dan Budha merupakan kelompok vegetarian. Demikian pula dengan agama Islam yang memiliki aturan makanan halal dan menghindari makanan haram, sehingga faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli makanan.[4]

Berkaitan dengan perilaku konsumen dalam membeli barang yang ia inginkan, maka pada dasarnya mereka memiliki kehendak bebas dalam memilih barang apa saja yang ia inginkan sebagaimana ia bebas dalam berperilaku yang lain. Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mempergunakan barang dan jasa.[5]

---

[3] Market brief ITPC Osaka, 2013, *Journal Product Halal*, hlm 16.
[4] Riaz and Chaundry, 2004, *Halal Food Production*, Florida CRC Press.
[5] David L Loudon, Albert J Della Bitta, *Consumer Behaviour*, (New York: Mc Graw Hill, 1993).

Perkara halal-haram merupakan sebuah wacana yang mudah sekali bergulir di daerah Indonesia. Alasan yang mendasarinya dikarenakan masyarakat Indonesia sebagian besarnya adalah umat Islam yang peduli akan ajaran agamanya. Jumlah penduduk masyarakat Indonesia di Kabupaten Sleman, Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Jumlah Penduduk Sleman Berdasarkan Agama

| Kecamatan | Islam | Kristen | Katholik | Hindu | Budha | Konghuchu | Alih Kepercayaan | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| GAMPING | 83.083 | 3.684 | 5.347 | 69 | 110 | 6 | 0 | 92.299 |
| GODEAN | 64.046 | 2.963 | 3.384 | 48 | 50 | 31 | 0 | 70.522 |
| MOYUDAN | 30.315 | 474 | 4.578 | 6 | 1 | 10 | 0 | 35.384 |
| MINGGIR | 26.783 | 704 | 6.904 | 4 | 0 | 14 | 0 | 34.409 |
| SEYEGAN | 49.135 | 347 | 1.233 | 90 | 12 | 14 | 0 | 50.831 |
| MLATI | 79.999 | 2.970 | 6.458 | 120 | 99 | 19 | 1 | 89.666 |
| DEPOK | 103.702 | 7.656 | 11.498 | 311 | 208 | 56 | 6 | 123.437 |
| BERBAH | 52.134 | 1.755 | 2.776 | 51 | 21 | 172 | 0 | 56.909 |
| PRAMBANAN | 51.382 | 415 | 2.585 | 12 | 10 | 13 | 0 | 54.417 |
| KALASAN | 74.356 | 3.400 | 6.682 | 133 | 44 | 120 | 0 | 84.735 |
| NGEMPLAK | 55.129 | 1.619 | 3.233 | 112 | 20 | 11 | 1 | 60.125 |
| NGAGLIK | 85.391 | 3.139 | 6.799 | 155 | 91 | 21 | 7 | 95.603 |
| SLEMAN | 64.583 | 1.163 | 3.936 | 10 | 14 | 25 | 0 | 69.731 |
| TEMPEL | 53.281 | 220 | 874 | 5 | 11 | 16 | 0 | 54.407 |
| TURI | 34.673 | 149 | 2.353 | 4 | 1 | 2 | 10 | 37.192 |
| PAKEM | 32.308 | 1.013 | 4.184 | 14 | 2 | 16 | 0 | 37.537 |
| CANGKRINGAN | 31.185 | 225 | 363 | 14 | 1 | 61 | 0 | 31.849 |
| **Jumlah** | **971.485** | **31.896** | **73.187** | **1.158** | **695** | **607** | **25** | **1.079.053** |

Sumber: Data Penduduk Kabupaten Sleman, Yogyakarta 2016

Indonesia dengan populasi penduduk mayoritas muslim merupakan pasar potensial yang besar bagi para produsen barang dan jasa. Meskipun masing-masing konsumen memiliki kadar kepatuhan terhadap syariah yang berbeda-beda tergantung tingkat religiusitas mereka, tetapi secara umum konsumen muslim

akan memiliki sikap positif terhadap produk-produk yang menggunakan pendekatan halal dalam pemasaran mereka.[6]

Seiring dengan meningkatnya jumlah populasi muslim di Indonesia, studi dalam konteks pengakuan terhadap makanan halal perlu diperiksa lebih lanjut. Produk halal harus diakui sebagai simbol kebersihan, keamanan, dan kualitas tinggi bagi konsumen Muslim. Inilah saatnya untuk mempelajari faktor-faktor apa saja yang harus dipertimbangkan dalam mempengaruhi keputusan membeli konsumen muslim secara lebih mendalam sehingga hasilnya dapat memperkuat posisi Indonesia dalam pasar produk halal.[7]

Kondisi perilaku konsumen di Indonesia dalam pengambilan keputusan pembelian produk, juga dapat dikatakan sebagai bagian dari aktifitas yang berkaitan dengan religiusitas. Perilaku konsumen Indonesia yang religius dapat dilihat dari adanya kenyataan yang menunjukkan bahwa konsumen Indonesia sangat peduli terhadap isu agama. Sebagaimana yang banyak diberitakan di media-media baik online maupun cetak yang menerangkan bahwa banyak warga yang resah dengan adanya isu tentang daging sapi oplos, ayam bangkai (tiren), dan lainnya.[8]

Namun demikian, dalam kenyataan sehari-hari masih terdapat beberapa perilaku konsumen yang tidak menunjukkan adanya religiusitas konsumen. Misalnya, konsumen seringkali tidak memperhatikan kehalalan suatu produk jika

---

[6] Aliman N.K, Othman M.N, 2007, *Purchasing Local And Foreign Brands: What Product Attributes Matter*?, Proceeding of The Asia Pasific Management Conference, Australia, pp 400-411

[7] Merican, Z. 1995, *Halal Food Industry in Malaysia-Opportunities and Constraints Conference on Halal Foods*, Marketing Market Needs.

[8] http: satelitnews.co.id/2014/06/30/waspadai-daging-oplosan-dan-ayam-tiren, diakses tanggal 22 Desember 2016.

tidak ada isu haram terhadap produk tersebut, adanya konsumen yang membeli produk bajakan, masih banyaknya masyarakat muslim yang memilih menggunakan jasa layanan keuangan yang konvensional dibandingkan yang syariah, meskipun Majelis Ulama Indonesia (MUI) secara jelas telah mengeluarkan fatwa bahwa bunga bank adalah haram.

Preferensi konsumen dalam membeli atau memilih produk salah satunya dipengaruhi oleh persepsi atau pandangan yang dimilikinya. Persepsi sebagai proses dimana seseorang memilih mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Terdapat tiga proses yang berbeda dalam memutuskan bagaimana kita mengartikan suatu informasi, yaitu perhatian yang selektif, gangguan yang selektif, dan mengingat kembali yang selektif. Preferensi seseorang untuk membeli suatu produk tidak dapat dilepaskan dari lingkungan, pengalaman dan rangsangan yang diterima konsumen selama ini.[9]

Salah satu lingkungan yang baik dan religius di Kota Yogyakarta berada di Dusun Mlangi. Dusun Mlangi ini terletak di sebelah barat Kota Yogyakarta, tepatnya di desa mlangi, Nogotirto, Gamping, Sleman, Yogyakarta. Dusun Mlangi dahulunya merupakan hadiah atau pemberian Sultan Hamengku Buwono I terhadap kerabatnya yakni Kyai Nur Iman yang bernama asli Pangeran Hangabehi Sandiyo, yang merupakan putra dari RP. Suryo Putro, putra sulung Kanjeng Susuhunan Pakubuwono I. Kemudian pemberian tersebut oleh Kyai Nur Iman dijadikan tempat pengembangan Agama Islam dengan mendirikan tempat

[9] Philip Kotler dan Kevin L Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2006).

mengajar bagi para santri, atau dalam bahasa jawa dikatakan *mulangi* dan akhirnya disebut Mlangi.

Saat ini dusun Mlangi menjadi salah satu objek wisata religi di Kota Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena terdapat sedikitnya 10 pesantren yang mengelilingi masjid jami' mlangi. Diantaranya adalah pesantren Al Falakiyah, Al-Huda, dan Al-Salafiyah yang merupakan pesantren tertua di dusun mlangi. Di sebelah selatan masjid jami' mlangi terdapat makam kyai Nur Iman yang selalu ramai dikunjungi peziarah setiap bulan ruwah.

Dusun mlangi ini juga sangat kental dengan berbagai kegiatan religi yang dilakukan oleh penduduknya, seperti pengajian, tadarrus, sholat berjamaah dan tepat waktu. Para lelaki di Dusun Mlangi ini sudah terbiasa memakai sarung, baju muslim, dan peci meski tidak hendak pergi ke masjid. Sedangkan yang perempuan selalu mengenakan jilbab di dalam maupun di luar rumah. Hal ini mereka lakukan sebagai wujud pengamalan ajaran Islam yang seolah menjadi prioritas bagi warga Mlangi. Kebiasaan religi yang telah dilakukan masyarakat dusun mlangi ini tidak lain karena dipengaruhi oleh lingkungan yang sangat akrab dengan ajaran Agama Islam.[10]

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul "Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Produk Makanan Halal Di Dusun Mlangi Yogyakarta".

[10] https://www.yogyes.com/id/yogyakarta-tourism-object/pilgrimage-sites/mlangi, Diakses tanggal 22 Desember 2016.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Dari mana sumber informasi masyarakat Dusun Mlangi Yogyakarta mengenai produk makanan halal?
2. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap pembelian produk makanan halal di Dusun Mlangi Yogyakarta?

## C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Mendiskripsikan sumber informasi masyarakat Dusun Mlangi Yogyakarta mengenai produk makanan halal.
b. Mendiskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap pembelian produk makanan halal di Dusun Mlangi Yogyakarta.

### 2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara teoritis, penelitian ini berguna dalam menambah khazanah keilmuan tentang preferensi konsumen dalam membeli produk makanan halal. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai salah satu bahan

pertimbangan ataupun referensi dalam memproduksi karya-karya ilmiah bagi seluruh civitas akademika di Universitas Islam Indonesia.

b. Secara praktis, penelitian ini berguna bagi masyarakat sebagai informasi dalam mengkonsumsi produk makanan yang halal. Hasil penelitian ini dapat berguna bagi para produsen makanan sebagai bahan pertimbangan dalam proses produksi makanan yang halal.

## D. Sistematika Pembahasan

Penulisan tesis yang berjudul ”Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Produk Makanan Halal Di Dusun Mlangi Yogyakarta” ini terdiri dari 5 (lima) bab. Pertama adalah pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua adalah penelitian terdahulu dan kerangka teori yang membahas tentang penelitian terdahulu, kerangka teori yang mencakup pengertian preferensi konsumen, perilaku konsumen dalam Islam, keputusan pembelian, proses pengambilan keputusan pembelian, produk makanan halal, kerangka pemikiran penelitian, dan hipotesis.

Bab ketiga adalah metode penelitian yang mencakup jenis penelitian, populasi dan sampel, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, teknik analisis data, dan skala pengukuran.

Bab keempat adalah hasil penelitian dan pembahasan yang menjelaskan dan mendiskripsikan mengenai hasil penelitian dan analisis data untuk menjawab rumusan masalah serta membuktikan kebenaran hipotesis.

Terakhir adalah bab kelima yang merupakan penutup dari penelitian ini, yaitu berisi tentang kesimpulan dari pembahasan dan pemberian saran-saran yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.