

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunitas muslim dalam menentukan sesuatu harus didasarkan pada aturan-aturan Islam yang telah ditentukan, kaum muslim seluruh dunia khususnya di Indonesia menjalankan segala kegiatan berdasarkan ajaran syariah. Banyak hal mengenai ajaran syariah, salah satunya adalah dalam hal mengkonsumsi suatu produk makanan. Masyarakat muslim telah membentuk pola khusus dalam mengkonsumsi suatu produk makanan, yaitu mengharuskan seluruh umatnya untuk mengutamakan kehalalan. Adanya aturan ini para pemasar harus mempertimbangkan aspek kehalalan suatu produk, agar komunitas muslim dapat memberikan kepercayaan kepada produk tersebut. Kesempatan ini dimanfaatkan dengan baik oleh para pemasar dengan cara memberikan label halal kepada produk yang sesuai dengan syariah Islam.

Indonesia merupakan pasar komunitas muslim yang demikian besar, begitu juga dengan penduduk muslim di Bandar Lampung yang berjumlah lebih dari 6.224.369 jiwa atau 92% dari keseluruhan jumlah jiwa penduduk di Lampung. Pemahaman yang semakin baik terhadap agama, makin membuat konsumen muslim menjadi semakin selektif dalam pemilihan produk yang dikonsumsi. Konsumen muslim di Indonesia dilindungi oleh lembaga secara khusus bertugas

mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen muslim, lembaga ini adalah Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan – Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Lembaga ini mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal dan produk yang telah memiliki sertifikat halal tersebut dapat mencantumkan label halal pada produknya. Artinya produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam, atau produk tersebut tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen muslim.

Begitu produk yang beredar dikalangan konsumen muslim bukanlah produk-produk yang secara keseluruhan memiliki label halal yang dicantumkan pada kemasannya. Artinya masih banyak produk-produk yang beredar dimasyarakat belum memiliki sertifikat halal. Konsumen muslim akan dihadapkan pada dua pilihan. Produk-produk halal dan produk yang tidak memiliki label halal sehingga diragukan kehalalan produk tersebut, maka keputusan untuk membeli produk-produk yang berlabel halal atau tidak akan ada sepenuhnya di tangan konsumen sendiri.

Mendaftarkan produk untuk diaudit keabsahan halal-nya oleh LPPOM-MUI sehingga produknya bisa mencantumkan label halal yang itu berarti produk tersebut telah halal untuk dikonsumsi umat muslim dan hilanglah *barrier* nilai yang membatasi produk dengan konsumen muslim.

Proses-proses yang menyertai dalam suatu produk makanan atau minuman agar termasuk dalam klasifikasi halal adalah proses yang sesuai dengan standar halal yang telah ditentukan oleh agama Islam. Diantara standar-standar itu menurut LPPOM-MUI adalah:

- 1) Tidak mengandung bahan baku babi dan bahan-bahan yang berasal dari babi
- 2) Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti; bahan yang berasal dari organ manusia, darah, dan kotoran-kotoran.
- 3) Semua bahan yang berasal dari hewan yang disembelih dengan syariat Islam.
- 4) Semua tempat penyimpanan tempat penjualan pengolahan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi; jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat.

Pengertian halal menurut Departemen Agama yang dimuat dalam KEPMENAG (Keputusan Menteri Agama) RI No 518 Tahun 2001 tentang pemerintah dan penetapan pangan halal adalah tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengelolaannya tidak bertentangan dengan syariah Islam.

Menurut Kotler diterjemahkan oleh Amstrong(1992:78) menyatakan bahwa:

“Label adalah bagian sebuah produk yang memuat keterangan-keterangan tentang produk atau penjualnya”.

Adapun menurut Saladin (2003:88) mengemukakan bahwa:

“Label adalah bagian dari sebuah barang yang berupa keterangan-keterangan tentang produk tersebut”.

Dapat disimpulkan bahwa label merupakan bagian dari produk yang memiliki sejumlah informasi mengenai sejumlah informasi mengenai produk dan penjualnya yang bentuknya dapat berupa label yang ditempel pada produk sampai pada grafik yang kompleks yang merupakan bagian dari kemasan.

Pencantuman labelisasi halal pada dasarnya tidak wajib, namun jika terdapat pelaku usaha pangan olahan yang memproduksi dan atau memasukkan pangan olahan ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dengan menyatakan produknya sebagai produk yang halal, maka pelaku usaha pangan olahan tersebut wajib mencantumkan labelisasi halal dan bertanggung jawab atas kehalalan produknya, agar hak konsumen atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa dapat terlindungi secara layak dan memadai.

Perubahan perilaku konsumen muslim dalam kegiatan pemenuhan kebutuhan pangan bisa terjadi karena bergesernya pola hidup menjadi konsumtif, ingin serba mudah dan instan. Bisnis restoran di Indonesia semakin banyak, ini dikarenakan dari kebutuhan yang diinginkan para konsumen sangat tinggi. Banyaknya restoran yang beragam, salah satunya adalah restoran Solaria. Resto ini dulunya hanyalah sebuah kedai biasa dan sederhana yang hanya untuk memenuhi kebutuhan makan para karyawan perkantoran. Kini, restoran Solaria hadir hampir di seluruh pusat perbelanjaan, tidak hanya di Jabodetabek tetapi juga di kota-kota besar baik di ibukota provinsi maupun kabupaten di seluruh Indonesia. Total mencapai 130 gerai di 25 kota di Tanah Air. Restoran Solaria berhasil

menawarkan konsep murah dan dengan porsi banyak serta hadir di lokasi-lokasi strategis seperti mal dan gedung perkantoran. Di Bandar Lampung terdapat 4 gerai Restoran Solaria yang tersebar di beberapa tempat, sebagaimana pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Lokasi Restoran Solaria di Bandar Lampung

No	Gerai	Alamat
1	Central plaza	Jl. Raden Ajeng Kartini No. 62 (Tanjung Karang), Bandar Lampung
2	Mall kartini	Mall Kartini Lantai 1, Jl. Kartini No. 49, Bandar Lampung
3	Mall Lampung	Jalan ZA Pagar Alam Rajabasa
4	Giant Hypermarket	Jl. Pangeran Antasari, Bandar Lampung,

Sumber : <https://foursquare.com/v/solaria>, 2014

Restoran Solaria yang pertama terdapat di Central Plaza, kemudian menabuh gerainya di Mall Kartini, Mall Lampung kemudian terakhir Giant Hypermarket. Sudah menjadi gaya hidup saat ini masyarakat memilih makan di restoran terutama bagi masyarakat yang sedang meluangkan waktunya di pusat-pusat perbelanjaan. Kesempatan ini tidak disia-siakan oleh restoran Solaria, karena melihat minat konsumen di Bandar Lampung yang demikian besar. Hal tersebut bisa dilihat dari bertambahnya gerai-gerai restoran Solaria. Restoran Solaria jika diperhatikan memang tidak memiliki menu khas sebagaimana layaknya gerai-gerai makanan yang terkenal, namun bisa dipastikan pelanggan restoran Solaria yang telah terbiasa mengunjungi gerai tersebut akan merasa nyaman dan akan kembali lagi untuk makan di gerai tersebut. Restoran Solaria telah mampu

menembus ruang pasar yang cukup bagus. Sajian harga yang disajikan oleh restoran Solaria cukup mampu dijangkau oleh banyak kalangan. Inilah strategi pemasaran restoran Solaria. Di samping itu restoran Solaria juga mampu menempatkan gerai-gerai pada tempat-tempat strategis seperti mall, pusat perbelanjaan, perkantoran dan sebagainya yang memang memiliki market penjualan yang cukup bagus. Restoran Solaria tidak memilih posisi sebagai restoran mahal yang elit dan sulit dijangkau oleh masyarakat kalangan bawah. Cara pemasaran tersebut, penjualan restoran Solaria menjadi lebih cepat berputar. Restoran Solaria pun menjadi terkenal di setiap kalangan dengan menu-menu andalannya. Berikut ini adalah tabel menu andalan atau favorit restoran Solaria.

Tabel 1.2
Daftar Menu Restoran Solaria

No	Daftar Menu	Rp
1	Nasi+ayam teriyaki	17,273
2	Nasi + ayam goreng tepung	18,182
3	Nasi+ayam goreng rica-rica	18,182
4	Nasi + ayamnanking	18,182
5	Miegorengseafood	20,910
6	Nasi + cumi goreng mentega	20,910
7	Nasi + cumigoreng rica-rica	20,910
8	Chickencordonblue *disajikan dengan salad+nasi	25,455
9	Chicken mozarella*disajikan dengan salad+nasi	25,455
10	Chicken steak chessy*disajikan dengan salad+nasi	25,455
11	Fish&chips*disajikan dengan salad+nasi	27,273
12	Fish&chips*disajikan dengan salad+nasi	27,273

Sumber : <http://solariadelivery.blogspot.com>,2014

Persaingan bisa berlangsung secara langsung dan tidak langsung. Sebagai pemasar bertugasmengidentifikasi berbagai pesaing yang mempunyai potensi untuk bersaing dengan produk atau jasa yang menghasilkan. Mengetahuipersaingan, akan lebih mudah untuk mengatur strategi untuk memenangkan persaingan. Identifikasi pesaing dapat dilihat dari jenis produk yang ditawarkan sebuah perusahaan memiliki produk yang beragam. Tugas perusahaan adalah mengidentifikasikan secara lengkap dan benar produk apa saja yang dimiliki oleh pesaing-pesaingnya. Identifikasikan siapa pesaing utama yang terdekat serta pesaing lainnya yang juga berpotensi mengancam perusahaan sekarang dan di masa yang akan datang. Kemudian mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan berarti mencari tahu keunggulan dan kelemahan yang dimiliki pesaing. Identifikasikan kelemahan dan keunggulan pesaing dalam berbagai bidang, misalnya dalam hal kelengkapan produk, mutu, kemasan, harga, distribusi, lokasi, serta promosi.

Pengertian persaingan seperti yang diungkapkan oleh Kotler dan Porter menyatakan bahwa persaingan dalam konteks pemasaran adalah keadaan dimana perusahaan pada pasar produk atau jasa tertentu akan memperlihatkan keunggulannya masing-masing, dengan atau tanpa terikat peraturan tertentu dalam rangka meraih pelanggannya (Kotler, 2002). Sedangkan menurut Porter, persaingan akan terjadi pada beberapa kelompok pesaing yang tidak hanya pada produk atau jasa sejenis, dapat pada produk atau jasa substitusi maupun persaingan pada hulu dan hilir (Porter, 1996). Berikut ini tabel pesaing Restoran Solaria di Bandar Lampung .

Tabel 1.3
Pesaing Restoran Solaria

No	Nama Restaurant	Alamat
1	D'Cost	Mall Kartini Lantai 2 Jalan Kartini No. 49, Bandar Lampung
2	Waroenk Steak	Jl. Zaenal Abidin No.59 Pagar Alam. Jl. Dr. Susilo No. 69 Teluk Betung.
3	Bumbu Desa	Jl. Teuku Umar No. 9, Kedaton, Bandar Lampung
4	Obonk Steak	Jl. Sudirman Ruko 52, Tanjung Karang, Bandar Lampung; Jl. ZA.Pagar Alam No.8, Bandar Lampung
5	KFC	Jl. Zaenal Abidin Pagar Alam No. 28 Kedaton. Mal Kartini, Lt. 1 (Jl. Kartini No. 49), Bandar Lampung
6	Mc. Donald	Central Plaza (Jl. R.A. Kartini No. 62), Bandar Lampung, Lampung
7	Pizza Hut	Jl Za Pagar Alam 15, Kota: Bandarlampung Plaza Lotus, Lantai Dasar (Jl. Raden Intan No. 73), Bandarlampung, Lampung 35118

Sumber : www.google.com, 2014

Restoran Solaria sempat mendapatkan isu bahwa produk makanan yang diproduksinya ternyata tidak halal, isu ini berkembang pesat melalui media elektronik seperti *broadcast message* di BlackBerry *messeger*, artikel, dan media online. Tentu saja ini menimbulkan kerugian bagi pihak restoran Solaria, adanya isu ini membuat para konsumen muslim Restoran Solaria menjadi ragu untuk mengkonsumsinya, hal ini semakin meyakinkan konsumen ketika mengetahui restoran Solaria tidak memiliki label halal. Walaupun tidak memiliki label halal pihak restoran Solaria membantah dengan tegas bahwa isu tersebut tidak benar. Beberapa lama isu beredar, kini pihak restoran Solaria sudah memiliki sertifikat halal dari LPPOM-MUI pada 3 Desember 2013, dengan adanya sertifikat halal

kini, konsumen restoran Solaria lebih percaya dan yakin akan kehalalan produk restoran Solaria.

1.2 Identifikasi Masalah

Adanya persaingan bisnis restoran-restoran yang semakin banyak dan ketat, sehingga perusahaan resto harus memiliki inovasi untuk berkembang dan maju. Labelisasi halal diharapkan dapat meyakinkan para konsumen yang merupakan mayoritas muslim bahwa produk makanan siap saji dapat diterima dengan baik, dan memiliki pengaruh yang cukup kuat agar konsumen muslim melakukan keputusan pembelian produk tersebut.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka permasalahan dalam skripsi ini adalah :

“ Apakah labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk makanan restoran Solaria di Bandar Lampung.”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk makanan restoran Solaria di Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat untuk :

- 1) Hasil penelitian ini dapat memberi masukan kepada restoran Solaria.
- 2) Penelitian ini dapat berguna untuk menambah wawasan serta pengetahuan dan pengalaman dalam penelitian dan teori-teori yang telah didapat selama

kuliah serta dapat memberikan nilai tambah bagi pembaca sehingga menambah wawasan untuk penelitian lebih lanjut.

1.5 Kerangka Pemikiran

Sertifikat Halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat Halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Islam adalah sebuah agama yang menjadi ideologis, sistem dan aturan hidup, kerangka berpikir, pedoman terhadap konsep dan pengembangan integritas diri, menjadi tolak ukur keabsahan suatu tindakan, serta sumber inspirasi bagi sebagian besar teori peradaban.

Menurut Kotler dan Keller (2009:24) tugas pemasaran adalah merencanakan aktivitas-aktivitas pemasaran dan membentuk program pemasaran yang terintegrasi penuh untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menghantarkan nilai kepada pelanggan. Aktivitas pemasaran muncul dalam semua bentuk aktivitas-aktivitas sebagai sarana bauran pemasaran yang luas , yang disebut dengan 7P dari pemasaran yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan Physical Evidence*. Produk merupakan bagian dari bauran pemasaran, yang kemudian diklasifikasikan lagi menjadi atribut produk. Dalam penelitian ini pembahasan difokuskan pada pengaruh label terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berbagai langkah dan kebijakan Majelis Ulama Indonesia (MUI) di bidang sertifikasi halal dimaksudkan untuk terus meningkatkan pelayanan kepada

masyarakat dalam memperoleh produk halal. Pengertian halal menurut departemen Agama yang dimuat dalam surat keputusan menteri Agama RI No 518 Tahun 2001 tentang pemeriksaan dan penetapan pangan halal adalah :

“....tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam.”

Pengetahuan konsumen tentang informasi yang tercantum dalam label akan memberikan dampak terhadap perilaku konsumen. Perilaku konsumen meliputi aktivitas individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, memakai, dan membuang barang, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan konsumen, jasa perilaku konsumen merupakan rangkaian keputusan-keputusan untuk membeli suatu produk. Stanton (2008:94) membagi label dalam 3 klasifikasi yaitu :

- 1) *Brand Label*, yaitu merek yang diberikan kepada produk atau dicantumkan pada kemasan. Sebagai contoh, beberapa jeruk berlabel merek (dicap).
- 2) *Grade Label*, yaitu label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk (*product's judged quality*) dengan suatu huruf, angka, atau kata. Misal buah-buahan dalam kaleng diberi label kualitas A, B dan C, dan jagung dan gandum diberi label kualitas 1 dan 2.
- 3) *Descriptive Label*, yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi/pembuatan, perawatan/perhatian, kinerja produk, atau karakteristik-karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk. Sebagai contoh, dalam label deskriptif untuk sekaleng jagung, akan ada pernyataan tentang jenis jagung dan ukuran, jumlah, porsi, bahan bakulainnya dan kandungan gizi.

Sesuai dengan keputusan Menteri Agama RI No 518 Tahun 2001 tentang pemeriksaan dan penetapan pangan halal bahwa label halal di dapatkan oleh suatu perusahaan atas produknya jika produk tersebut tidak mengandung unsur atau bahan haram yang dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam.

Maka model penelitian yang diajukan sebagai berikut :

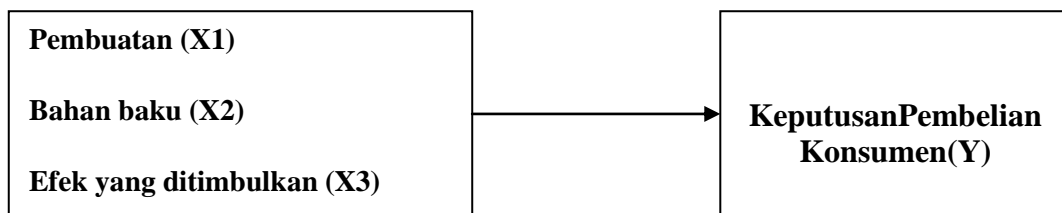
Pembuatan(X1), bahwa produk dimulai dan diakhiri melalui tahapan proses yang memenuhi kriteria kehalalan dalam Islam, yaitu menyembelih hewan sebagai bahan baku adalah laki-laki beragama Islam dan dalam prosesnya menyebut Asma Allah ; Tempat dan alat pembuatan produk bukan untuk babi atau barang tidak halal lainnya.

Bahan baku (X2), bahwa produk dibuat dari jenis bahan baku yang shahih kehalalannya, tidak mengandung bahan non alami melebihi takaran yang diperbolehkan, tidak mengandung pengawet dan zat berbahaya,

Efek yang ditimbulkan (X3), bahwa produk tidak merugikan konsumen dan atau membahayakan konsumen.

Tiga variabel tersebut biasanya terdapat di label suatu produk. Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen agar konsumen yakin dalam mengkonsumsi produk tersebut. Indonesia adalah negara dengan mayoritas masyarakatnya beragama Islam. Oleh karena itu, tersedianya produk halal bagi

konsumen muslim di Indonesia menjadi sebuah keharusan. Seperti yang telah dijelaskan bahwa labelisasi halal dapat dilihat dari proses pembuatan (X1), bahan baku yang digunakan (X2) dan efek yang ditimbulkan bagi konsumen setelah mengkonsumsi produk tersebut (X3). Dengan adanya informasi yang jelas mengenai ketiga hal tersebut, akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen atas suatu produk. Hal ini dapat dijelaskan dengan gambar berikut :



Gambar 1.1 Kerangka Pikir

1.6 Hipotesis

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :“Labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk makanan restoran Solaria di Bandar Lampung.”