

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Manusia memiliki kebutuhan dalam melangsungkan kehidupannya sehari-hari, terpatok kepada kebutuhan primer, meliputi pakaian, makanan, dan tempat tinggal. Kebutuhan primer dianggap juga sebagai kebutuhan pokok, dengan kata lain berbagai kebutuhan tersebut membuat menjadikan manusia ketergantungan. Namun, kebutuhan manusia juga dalam ilmu sosial terbagi ke dalam kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Makanan menjadi salah satu penyerta dari kebutuhan pokok, pada umumnya makanan terbagi menjadi makanan berat dan makanan ringan. Apapun jenis makanannya sangatlah penting untuk seluruh manusia, karena sebagai asupan energi, vitamin, dan tenaga untuk melangsungkan aktivitasnya.<sup>1</sup>

Masyarakat dalam memilih makanan yang hendak dikonsumsi, pada mulanya yang diperhatikan yaitu kemasan yang menjelaskan kandungan bahan pembuatan, adapun makanan instan yang perlu disajikan terlebih dahulu dalam kemasannya akan menjelaskan cara penyajiannya, dan logo atau labelitas yang terdapat kehalalannya, serta lain halnya. Oleh karena itu, dunia bisnis internasional sedang hangat-hangatnya membahas dan mempersoalkan industri halal yang sedang berkembang, tidak hanya dalam wilayah kenegaraan yang mayoritas penduduknya didominasi oleh agama Islam, wilayah negara yang mayoritas non-muslim pun memperhatikan

---

<sup>1</sup> ST.Fajrianti, Skripsi: *Respon Masyarakat Terhadap Produk Makanan Tanpa Label Halal di Kec.Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang (Analisis Hukum Ekonomi Islam)*, (Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2020), p.1.

konsumsi dalam industri halal. Dengan demikian, industri halal menyertai persaingan dagang dalam kancah pasar internasional.<sup>2</sup>

Dampak dari pergerakan industri halal memberikan pengaruh terhadap bisnis makanan untuk meningkatkan produknya memiliki legalitas dalam pencantuman label halal. Hal ini disebutkan dalam laporan hasil riset tahun 2021 oleh *The State of Global Islamic Economy Report* (SGIER) bahwa konsumsi produk halal di dunia mencapai hasil US\$ 2,02 triliun, estimasi peningkatannya hingga tahun 2024 mencapai US\$ 2,4 triliun. Prediksi peningkatan konsumsi ini persentasenya mencapai 6,2% kisaran tahun 2018-2024, dengan kata lain kenaikannya mencapai US\$ 3,2 triliun (kurang lebih Rp45,8 ribu triliun) di tahun 2024 mendatang. Laporan hasil riset SGIER tersebut menyebutkan produk yang tergabung ke dalam industri halal antar negara-negara Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) mencapai pendapatan US\$ 254 miliar.<sup>3</sup>

Makanan halal diatur dalam hukum Islam, bertujuan agar umat Islam sebagai konsumen memilih makanan yang aman kadar, kandungan, dan lain halnya untuk dikonsumsi. Oleh karena itu di Indonesia menjadi pasar industri halal yang berpengaruh dalam menarik konsumen. Menilik pada syariat Islam yang memerintahkan umatnya untuk mengonsumsi dan memproduksi makanan halal sebagaimana pada surat al-Maidah ayat 88:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

---

<sup>2</sup> Pemerintah Provinsi Sumatera Barat, *Pengembangan Kawasan Industri Makanan Halal di Sumatera Barat*, (Sumatera Barat: Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Barat, 2022), p.1.

<sup>3</sup> Pemerintah Provinsi Sumatera Barat, *Pengembangan Kawasan Industri Makanan Halal di Sumatera Barat*, (Sumatera Barat: Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Barat, 2022), p.1.

*“Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”*

Seruan dalam ayat di atas begitu didengar oleh konsumen yang beragama Islam dan pedagang makanan untuk memilih dan memastikan produk makanan yang halal. Dengan demikian, mengonsumsi makanan maupun minuman yang halal selain taat terhadap syariat, yaitu untuk kesehatan tubuh yang dikemukakan dalam perspektif agama Islam.<sup>4</sup> Hal ini tidak terlepas masyarakatnya mayoritas umat Islam, akan tetapi tidak dipungkiri terdapat umat agama lain yang hidup berdampingan dengan umat Islam dalam bermasyarakat. Bahkan penjual makanan dari berbagai macam latar belakang agama turut memperhatikan labelitas dan label halal dalam kemasan makanannya. Dengan demikian, signifikan yang begitu besar untuk makanan yang berlabel halal dalam menarik konsumen di suatu pasar. Sarana yang memberikan labelitas dalam regulasi kebijakan, pemerintah Republik Indonesia menugaskan hal ini kepada instansi di bawah naungan Kementerian Agama, yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).<sup>5</sup>

Pemberian labelitas halal pada produk makanan harus melalui beberapa tahap prosesi yang dilakukan pelaku usaha yang perseorangan maupun yang sudah berbadan hukum. Proses dalam mencantumkan sertifikat halal pemeriksaan yang dilakukannya meliputi bahan baku, proses

---

<sup>4</sup> A. Anugrah Ramadhani, Skripsi: *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar)*, (Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2023), p.2.

<sup>5</sup> Mita Indah Safitri, Lailatul Qadariah, *Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Sertifikasi Halal pada Ayam Geprek Layla Cabang Mojowarno Kabupaten Jombang*, Rizquna: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah, Vol.10 No.10 (2020), p.3.

dalam memproduksi makanan, dan produk sudah sesuai standar yang yang ditetapkan BPJPH. Merujuk kepada UU No.33 Th.2014 beserta turunan Undang-undangnya, diklasifikasikan menjadi tiga jenis produk yang harus bersertifikasi dan berlabel halal dalam kemasannya. Pertama, jenis produk termasuk ke dalam jenis makanan dan minuman. Kedua, bahan yang mendukung makanan dan minuman – bahan baku dan bahan tambahan pangan. Ketiga, produk sembelihan atau jasa penyembelihan juga diharuskan memiliki sertifikasi halal.<sup>6</sup>

Regulasi yang ada mengenai industri halal terhadap produk makanan menjadi urgensi konsumen dalam pemasaran produk makanan, lebih jelasnya konsumen beragama Islam lebih memperhatikan makanan yang tercantum label halal untuk dikonsumsi. Tapi, Indonesia sebagai masyarakat majemuk yang berdampingan antara satu agama dengan agama lainnya, terdapat konsumen yang juga beragama selain Islam. Persoalan sertifikasi halal pada makanan yang dibuat regulasinya secara sah dalam hukum ekonomi, perlu ditinjau respons dan polemiknya terhadap konsumen yang non-Muslim. Tentunya standarisasi halal suatu produk makanan ditentukan berdasarkan syariat Islam, pengaruhnya akan berdampak terhadap konsumen yang non-Muslim. Makanan akan selalu dibutuhkan oleh seluruh manusia, terkait standarisasi halal makanan agar dapat label halal, secara jelas regulasi tersebut lebih memihak kepada konsumen yang beragama Islam saja.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> A. Anugrah Ramadhani, Skripsi: *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar)*, (Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2023), p.2.

<sup>7</sup> Crysanti Ishardini, Darwanto, Dedi Junaedi, Faisal Salista. *Minat Beli Masyarakat Nonmuslim Terhadap Produk Makanan Halal*, Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, Vol.4 No.1 (2022), p.16-17.

Standarisasi makanan halal yang dibutuhkan oleh konsumen beragama Islam misalnya makanan yang tidak mengandung zat haywani babi, anjing, dan turunan dari daging kedua hewan tersebut. Selain itu, makanan dan minuman yang hendak mendapatkan label halal dalam kemasannya tidak mengandung alkohol (khamr) dan sejenisnya yang memabukkan. Bahkan daging-daging hewan yang hendak dikonsumsi harus terdapat kejelasan bahwa prosesi penyembelihannya sebagaimana yang diatur oleh syariat Islam. Makanan yang berlabel halal tidak diperbolehkan berada di satu tempat produksi, pengolahan, pengemasan, penyimpanan, dan pengiriman dengan makanan yang non-halal. Dengan demikian, dapat diperhatikan bahwa ketatnya standarisasi makanan halal diperhatikan suatu perspektif yang melingkupi dzat, cara mendapatkannya, cara memprosesnya, tempat dan cara penyimpanannya, perlu diperhatikan cara mendistribusikannya makanan yang memiliki label halal.<sup>8</sup>

Lokasi penelitian yang dilakukan berada di salah satu kecamatan Kota Serang yang terdiri dari Kecamatan Curug, Kecamatan Taktakan, Kecamatan Kasemen, Kecamatan Walantaka, Kecamatan Cipocok Jaya, dan Kecamatan Serang. Oleh karena itu, Kecamatan Serang menjadi lokasi pilihan karena sebagai kecamatan yang masyarakatnya majemuk hidup berdampingan antar umat beragama dengan populasi penduduk 224.546 jiwa dan laju pertumbuhan dengan persentase 0.67% pertahun.<sup>9</sup> Wilayah Kecamatan Serang secara administrasi memiliki luas wilayah 25,88 km<sup>2</sup> kurang lebih 9,70% dari wilayah Kota Serang secara keseluruhan.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Adinda Choirul Ummah, Moh. Bahrudin, Syamsul Hilal, *Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Pada Minat Beli Produk Makanan*, Ekonomi Keuangan Investasi dan Syariah (EKUITAS), Vol.4 No.4 (2023), p.1113-1119.

<sup>9</sup> BPS Kota Serang, *Kota Serang dalam Angka 2020*, (Kota Serang: BPS Kota Serang, 2020), p.48

<sup>10</sup> BPS Kota Serang, *Kota Serang dalam Angka 2020*, (Kota Serang: BPS Kota Serang, 2020), p.6.

## **B. Rumusan Masalah**

Pemaparan latar belakang masalah di atas menjadi daya tarik untuk meningkatkan penelitian yang akan dilakukan dengan judul “**ANALISIS PENGARUH PRODUK MAKANAN BERLABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN NON MUSLIM DI KECAMATAN SERANG**”.

Rumusan masalah perlu dibuat sebagai penentu pembahasan di dalam penelitian ini.

1. Bagaimana pemasaran produk makanan berlabel halal mempengaruhi minat pembeli konsumen Non-Muslim?
2. Bagaimana konsumen Non-Muslim di Kecamatan Serang dalam menilai produk makanan yang berlabel halal?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh pemasaran produk makanan berlabel halal terhadap konsumen Non-muslim.
2. Menganalisis penilaian konsumen Non-Muslim terhadap produk makanan yang berlabel halal di Kecamatan Serang.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat berdasarkan perspektif teoritis, penelitian ini dapat menjadi sesuatu yang baru dalam khazanah ilmu pengetahuan secara khususnya di Kecamatan Serang terhadap konsumsi yang berlabel halal.
2. Manfaat berdasarkan perspektif praktis, penelitian ini dilakukan agar khalayak umum dapat menentukan pasar industri halal di Kecamatan Serang, Kota Serang-Banten. Selain itu, mengetahui secara langsung

perilaku konsumen non-Muslim terhadap makanan yang berlabel halal.

### **E. Tinjauan Pustaka**

Penulis memaparkan penelitian ini dengan locus terhadap konsumen Non-Muslim terhadap makanan yang berlabel halal, sehingga merunut dalam rumpun keilmuan ekonomi Islam. Oleh karena itu, penelitian yang hampir serupa dengan penelitian ini telah menghiasi khazanah ilmu pengetahuan ekonomi Islam, akan tetapi penelitian ini tentunya memiliki diferensiasi secara spesifik dalam pembahasan di dalamnya.

#### **1. Dampak Pengetahuan dan Kesadaran Konsumen dalam Produk Halal MUI Terhadap Label Mie Gacoan di Kabupaten Ponorogo.<sup>11</sup>**

Penelitian skripsi yang dilakukan Lukitarina memaparkan hasil penelitiannya mengenai dampak pengetahuan dan kesadaran konsumen terhadap label halal MUI pada produk makanan Mie Gacoan bahwa konsumen Mie Gacoan memiliki kerendahan dalam pengetahuan terhadap halal Mie Gacoan, karena Mie Gacoan belum memiliki sertifikasi halal dari MUI.

Kesadaran ekstrinsik pun dimiliki oleh konsumen Mie Gacoan, karena konsumen merasa cukup mengonsumsi Mie Gacoan tanpa memerlukan labelitas halal dari MUI, hanya mengetahui dengan bukti bahan-bahan dari Mie Gacoan yang halal, maka Mie Gacoan dianggap sebagai produk yang halal. Namun, konsumen Mie Gacoan merasa sadar Mie Gacoan penting untuk memiliki labelitas halal dalam produknya. Ketiadaan sertifikasi halal terhadap Mie Gacoan tidak memberikan dampak

---

<sup>11</sup> Lukitarina, Skripsi: *Dampak Pengetahuan dan Kesadaran Konsumen dalam Produk Halal MUI Terhadap Label Mie Gacoan di Kabupaten Ponorogo*, (Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2023), p.66.

negatif, terbukti konsumen tetap mengonsumsi Mie Gacoan, walaupun belum adanya sertifikasi halal.

2. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar).<sup>12</sup>

Penelitian dalam skripsi yang dilakukan oleh Anugrah memaparkan hasilnya bahwa terdapat pengaruh yang mengarah kepada positif dengan signifikan untuk labelitas halal terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar, persentasenya sebesar 0,199 atau 19,9% sedangkan sisanya dari 100%-19,9% mendapat pengaruh yang bukan berasal dari faktor harga, citra, merek, rasa, dan sebagainya dalam penelitian ini. Dengan demikian, mahasiswa ekonomi Islam memperhatikan labelisasi halal dalam kemasan produk makanan ringan yang dikonsumsi.

3. Minat Beli Masyarakat Nonmuslim Terhadap Produk Makanan Halal.<sup>13</sup>

Artikel yang ditulis oleh Crysanti dan kawan-kawan memaparkan hasil penelitiannya bahwa labelitas halal suatu produk makanan memiliki pengaruh yang begitu besar dalam minat beli masyarakat Nonmuslim, hal ini menunjukkan sertifikasi halal pada produk makanan menjamin produknya untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Terlebih maraknya sumber informasi khalayak umum telah mengetahui mengenai sertifikasi halal, sehingga suatu produk menjadi perhatian apabila memiliki legalitas kehalalan.

---

<sup>12</sup> A. Anugrah Ramadhani, Skripsi: *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar)*, (Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2023), p.64.

<sup>13</sup> Crysanti Ishardini, Darwanto, Dedi Junaedi, Faisal Salista. *Minat Beli Masyarakat Nonmuslim Terhadap Produk Makanan Halal*, Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, Vol.4 No.1 (2022), p.31.

Industri halal mempengaruhi minat masyarakat dalam mengonsumsi makanan, bahkan mempengaruhi pelaku usaha produk makanan dalam segi strategi promosi, penentuan harga, dan menjadi pilihan utama masyarakat dalam membeli makanan halal. Alasan khususnya, produk makanan yang memiliki sertifikasi halal menjamin keamanan produk makanan yang dikonsumsi oleh masyarakat, karena memiliki standarisasi yang kuat seputar pengawasan dalam peredaran produk makanan di khalayak umum.

#### 4. Persepsi Konsumen Non-Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Halal.<sup>14</sup>

Artikel ilmiah yang ditulis oleh Fanut Ibrahim dan Hendri Hermawan Adinugraha bahwa terdapat pengaruh positif antara konsumen, label halal, dan harga terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk minuman Coca Cola. Dengan kata lain, apabila terdapat labelitas halal terhadap minuman Coca Cola, maka persentase minat masyarakat terhadap minuman Coca Cola meningkat.

#### 5. Pengaruh Harga dan Label Halal Terhadap Minat Beli Roti Naf'a di Kecamatan Kepung Kediri.<sup>15</sup>

Artikel penelitian yang ditulis oleh Abdul Wahab dan kawan-kawan memaparkan hasilnya bahwa labelitas halal secara parsial ketiadaan hubungan yang signifikan dalam pengaruh minat beli pada produk roti Pia Naf'a. Penelitian ini memaparkan yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap roti Pia Naf'a adalah harga pada produk makanan. Secara simultan, labelitas halal dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen pada roti Pia Naf'a.

---

<sup>14</sup> Fanut Ibrahim, Hendri Hermawan Adinugraha, *Persepsi Konsumen Non-Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Halal*, Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.3 No.1 (2020), p.168.

<sup>15</sup> Abdul Wahab Ahmad Kholil, Muhammad Wildan Fawa'id, Lailatul Hidayah, *Pengaruh Harga dan Label Halal Terhadap Minat Beli Roti Naf'a di Kecamatan Kepung Kediri*, Jurnal Qawanin, Vol.5 No.1 (2021), p.79-80.

6. Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal pada Minat Beli Produk Makanan.<sup>16</sup>

Artikel penelitian yang ditulis Adinda Choirul Ummah, Moh.Bahrudin, dan Syamsul Hilal memaparkan hasil penelitian bahwa sertifikasi halal mempengaruhi minat beli konsumen, terkhusus pada produk makanan. Dengan demikian, apabila kesadaran halal meningkat di masyarakat, maka akan selaras terhadap minat beli konsumen produk makanan. Oleh karena itu, halal bukan saja perihal isu agama, melainkan sudah masuk kepada ranah isu bisnis. Hal ini karena sertifikasi halal akan berdampak positif kepada positif untuk memperluas target konsumen yang lebih luas.

7. Persepsi Masyarakat Non-Muslim Terhadap Sertifikasi Halal Pada Ayam Geprek Layla Cabang Mojowarno Kabupaten Jombang.<sup>17</sup>

Hasil penelitian Mita Indah Safitri dan Lailatul Qadariyah pada artikel ilmiah ini menyatakan bahwa data yang diperoleh dari konsumen Non-Muslim, 30% menyatakan sertifikasi halal penting untuk minat beli konsumen terhadap produk makanan, sedangkan 70% data yang diperoleh sertifikasi halal tidak penting untuk konsumen dalam memilih produk makanan yang akan dikonsumsinya.

8. Niat Beli Konsumen Non-Muslim Terhadap Kosmetika Halal di Indonesia.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Adinda Choirul Ummah, Moh. Bahrudin, Syamsul Hilal, *Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Pada Minat Beli Produk Makanan*, Ekonomi Keuangan Investasi dan Syariah (EKUITAS), Vol.4 No.4 (2023), p.1113-1119.

<sup>17</sup> Mita Indah Safitri, Lailatul Qadariyah, *Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Sertifikasi Halal Pada Ayam Geprek Layla Cabang Mojowarno Kabupaten Jombang*, Rizquna: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah, Vol.10 No.10 (2020), p.13.

<sup>18</sup> Muhammad Syarif Ferdiansyah, Skripsi: *Niat Beli Konsumen Non-Muslim Terhadap Kosmetika Halal di Indonesia*, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2022), p.75.

Penelitian yang dikemas dalam skripsi ini, ditulis oleh Muhammad Syarif Ferdiansyah menghasilkan penelitian bahwa sertifikasi halal mengarahkan kepada konotasi positif terhadap sikap konsumen, niat beli, dan norma jual-beli konsumen terhadap kosmetik berlabel halal. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penambah wawasan mengenai pemasaran industri halal terhadap konsumen Non-Muslim.

9. Respon Masyarakat Terhadap Produk Makanan Tanpa Label Halal di Kec.Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang (Analisis Hukum Ekonomi Islam).<sup>19</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh St.Fajrianti dalam skripsinya menghasilkan data faktual di lapangan bahwa produk makanan yang dihasilkan oleh masyarakat Mattiro Sompe sekalipun tidak menggunakan label halal, pelaku usaha memahami dalam memproduksi makanan menggunakan bahan yang aman, hal ini terdapat pada regulasi penentuan harga produk makanan tergantung kualitas makanan yang dipakai oleh pelaku usaha. Bahkan diharuskan adanya transparansi antar penjual dan pelaku usaha produk makanan dimulai dari kualitas bahan-bahan yang digunakan, langkah ini perlu diperhatikan karena perlu menghindari tindak penipuan atau kebohongan.

10. Persepsi Masyarakat Tentang Kualitas Produk Makanan Khas Ramadhan di Pasar Tradisional.<sup>20</sup>

Artikel ilmiah yang ditulis oleh Nuphanudin, Yanti Mulia Roza, Nani, Dhany Isnaeni Dharmawan, dan Saida Zainurossalamia ZA hasil penelitiannya bahwa persepsi masyarakat terhadap produk makanan

---

<sup>19</sup> St.Fajrianti, Skripsi: *Respon Masyarakat Terhadap Produk Makanan Tanpa Label Halal di Kec.Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang (Analisis Hukum Ekonomi Islam)*, (Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2020), p.67.

<sup>20</sup> Nuphanudin, Yanti Mulia Rosa, Nani, Dhany Isnaeni Dharmawan, Saida Zainurossalamia ZA, *Persepsi Masyarakat Tentang Kualitas Produk Makanan Khas Ramadhan di Pasar Tradisional*, JIMEA: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi, Vol.7 No.1 (2023), p.484.

dipengaruhi oleh beberapa hal: (1) kinerja; (2) keandalan; (3) fitur; (4) daya tahan; (5) konsisten; (6) dan desain kemasan produk makanan serta produk makanan itu sendiri.

#### **F. Kerangka Pemikiran**

Setiap penelitian memiliki kerangka pemikiran yang bertujuan untuk mengarahkan struktur kepenulisan dan menjadi landasan dalam penelitian agar terfokus pada pembahasan perilaku konsumen Non-Muslim terhadap produk makanan yang terdapat label halal, sehingga pembahasan dapat berkembang. Namun, pembahasannya fokus terarah. Hal ini membuat penelitian ini memiliki pembeda dari penelitian yang hampir serupa, karena penelitian yang penulis lakukan mengarah kepada peninjauan label halal dan pemasaran produk makanan yang berlabel halal terhadap konsumen Non-Muslim. Oleh karena itu, pemilihan kata dalam judul penelitian ini perlu diuraikan terlebih dahulu sebagai salah satu substansi yang termasuk ke dalam kerangka pemikiran.

Menurut Kotler pemaparan perilaku konsumen atau *consumer behavior* adalah rumpun keilmuan yang mendalami cara individu maupun kelompok dalam memilih, membeli, memakai, dan memanfaatkan suatu barang atau jasa, serta gagasan atau pengalaman yang dapat memenuhi kebutuhan yang memenuhi hasrat bagi yang membutuhkan.<sup>21</sup> Dengan kata lain, perilaku konsumen memiliki definisi bidang ilmu yang mempelajari dinamika individu dan kelompok dengan barometer faktor-faktornya yang menjadi pengaruh yaitu psikologis, sosiologis, sosio-psikologis, antropologi, dan ekonomidalam melakukan suatu proses maupun suatu tindakan dalam pengambilan keputusan guna mencari informasi seputar produk barang atau jasa. Selain itu, adanya suatu tindakan dalam memilah dan memilih berbagai

---

<sup>21</sup> Mashur Razak, *Perilaku Konsumen*, (Makassar: Alauddin University, cet.I 2016), p.3.

promosi (pemasaran) seputar jual-beli sebagaimana kebutuhan hasrat tersebut.<sup>22</sup>

Bentuk sentral atas perhatian yang besar apapun jenis produknya memerlukan kualitas yang menambah daya tarik konsumen untuk membeli suatu produk, terutama produk makanan. Menurut Sopiah dan Sangadji kualitas suatu produk dapat dievaluasi dengan beberapa indikator. Pertama, *performance* (kinerja) adalah kemampuan suatu produk dalam pemenuhan hasrat dan kebutuhan konsumen yang membutuhkan suatu konsistensi. Kedua, Reliabilitas (keandalan) atau *durability* adalah kemampuan produk dalam mempertahankan kualitasnya agar tidak mudah rusak dan tahan dalam jangka waktu yang lama. Ketiga, fitur adalah suatu opsi tambahan guna meningkatkan nilai dari suatu produk. Keempat, desain produk dapat dilihat melalui kemasan produk makanan yang dapat memenuhi suatu kepuasan hasrat konsumen dalam nilai estetika sehingga meningkatkan minat jual di mata konsumen.<sup>23</sup>

Menurut UU RI No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dalam pasal 1 ayat 2 bahwa “*produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam*”. Sehingga produk yang terdapat label halal dalam kemasannya terbukti menjadi pilihan dalam daya minat konsumen untuk keamanan, kesehatan, dan lain halnya yang menjadikannya terdapat jaminan untuk konsumen dalam mengonsumsi. Kemudian dari pada itu, pada ayat 3 bahwa adanya Proses Produk Halal (PPH) menjadi tahapan yang sesuai untuk jaminan atas suatu produk mengenai ketetapan produk tersebut dinyatakan halal dimulai dari

---

<sup>22</sup> Aditya Wardhana, dkk. *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)*, (Kota Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia, 2022), p.7.

<sup>23</sup> Nuphanudin, Yanti Mulia Roza, Nani Dhany Isnaeni Dharmawan, Saida Zainurossalamia ZA, *Persepsi Masyarakat Tentang Kualitas Produk Makanan Khas Ramadhan di Pasar Tradisional*, JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), Vol.7 No.1 (2023), p.477.

*“pengolahan, penyimpanan, pengemasan, distribusi, penjualan, dan penyajian”*. Oleh karena itu, PPH menjamin keamanan suatu produk karena bahan yang disediakan untuk dikonsumsi maupun jasa dalam memenuhi hasrat konsumen sudah terjamin.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Pada BAB I berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, dan metode penelitian, serta sistematika pembahasan.

Pada BAB II berisi kondisi objektif dan geografis Kecamatan Serang.

Pada BAB III berisi landasan teoritis yang memuat pemaparan dasar regulasi label halal pada produk makanan yang beredar dari instansi pemerintahan sekitar Kecamatan Serang.

Pada BAB IV berisi pemaparan pengaruh label halal pada produk makanan dalam perspektif promosi dan pemasarannya kepada konsumen Non-Muslim di Kota Serang. Selain itu, berisi respons atas perilaku konsumen Non-Muslim di Kecamatan Serang terhadap produk makanan berlabel halal.

Pada BAB V berisi penutup yang memuat kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.