

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi ini, kebutuhan akan ketersediaan produk halal semakin tinggi dan mendapatkan perhatian lebih dari generasi muda Muslim. Hal ini sejalan dengan pertumbuhan populasi Muslim global yang signifikan di dunia. Dengan jumlah penduduk Muslim terbesar. Penelitian ini tidak hanya meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keyakinan agama, tetapi juga untuk meningkatkan kualitas produk, keamanan dan kehandalan (Sujianto et al., 2024).

Dilansir dari kompas.com, tahun 2024 jumlah penduduk Indonesia mencapai 282.447.584 jiwa. Dan dari databoks populasi Muslim jumlahnya mencapai 245.973.915 jiwa, yaitu 87,08% dari keseluruhan penduduk (Muqaffi, 2022).

Badan penyelenggara jaminan produk halal telah mempublikasikan 1.830.445 sertifikat halal dengan total produk yang berhasil mendapatkan sertifikat halal sebanyak 4.556.892 tahun 2024 (dilansir dari hukumonline). Berdasarkan pasal 1 UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, produk halal adalah produk yang telah tersertifikasi sesuai dengan syariat Islam. Sementara itu, PP Nomor 24 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal pada Pasal 2 menegaskan bahwa setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib memiliki

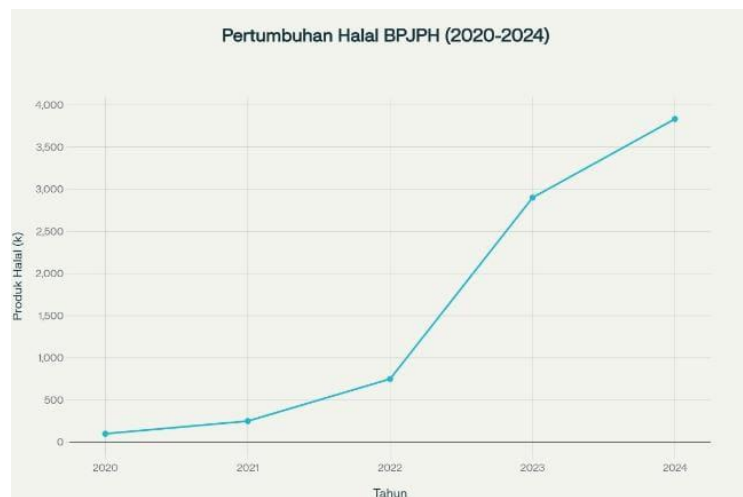
sertifikat halal. Ketentuan tersebut menegaskan bahwa semakin banyak yang sadar akan perlunya sertifikasi halal secara tidak langsung produsen melihat bahwa umat Islam sebagai konsumen sangat dominan, meskipun angka ini sangat positif dan jumlah produk halal terus bertambah, masalah konsumen ini disebabkan oleh preferensi khususnya di kalangan generasi muda (Novianti, 2021).

Masalah lain yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman pada konsep halal di kalangan generasi muda. Banyak dari mereka yang mengira bahwa halal hanya berlaku untuk makanan dan minuman saja. Mereka tidak menyadari bahwa produk halal juga berlaku untuk kosmetik, pakaian, dan lain-lain. Dengan demikian, pentingnya kesadaran dan preferensi. Pada dasarnya, generasi muda dan pengguna yang lebih memilih produk halal, mengharapkan hal ini mengarah pada stigma negatif seputar produk halal, yang dianggap lebih mahal dan ini menjadi tantangan bagi produsen untuk meyakinkan konsumen muda bahwa produk halal tidak hanya berkualitas tinggi tetapi juga terjangkau (Kusumaningrum et al., 2021).

Kesadaran halal dapat menjadi faktor yang mendorong tingginya minat konsumen memilih makanan halal. Bagi umat Muslim, mengonsumsi makanan non-halal tidak diperbolehkan dalam ajaran Islam. Dengan demikian, harga produk halal terus meningkat di Indonesia, menjadikannya negara yang paling banyak membeli produk halal. Kebanyakan Muslim tidak memperhatikan label halal atau bahan-bahan dalam produk, mereka lebih memperhatikan tanggal kadaluarsa saat memilih produk makanan. Mereka juga

sering mengabaikan label halal pada makanan yang dijual dalam kemasan (Rahma et al., 2024).

Gambar 1. 1
Pertumbuhan Produk Halal Tersertifikasi oleh BPJPH Dari Tahun 2020-2024



Sumber: *Hukumonline*

Dalam lima tahun terakhir, pertumbuhan produk bersertifikat halal mengalami peningkatan, grafik diatas menjelaskan pada tahun 2020, jumlah produk halal yang tersertifikasi masih relatif kecil, sekitar 100 ribu produk. Kenaikannya cukup perlahan di tahun 2021, naik menjadi sekitar 250 ribu produk bersertifikasi. Hal ini merupakan masa awal pengembangan sistem dan sosialisasi kebijakan sertifikasi halal. Tahun 2022 terjadi lonjakan signifikan dengan jumlah produk bersertifikasi mencapai 750 ribu. Sedangkan pada tahun 2023 menjadi titik balik dengan pertumbuhan mencapai sekitar 2,9 juta produk bersertifikasi. Kebijakan wajib halal untuk makanan dan minuman mulai

berlaku, sehingga banyak pelaku usaha berlomba mensertifikasi produk mereka. Dan pada tahun 2024, jumlah produk bersertifikasi diperkirakan 3,83 juta atau mendekati 4 juta produk. Capaian ini jauh melampaui pencapaian lembaga sebelumnya (MUI) dan menandakan transformasi besar dalam sertifikasi produk halal di Indonesia (hukumonline).

Dalam hal ini, perbedaan persepsi konsumen mengenai kualitas produk tentu bervariasi. Sebagian konsumen menilai citra sebuah produk berdasarkan dari pengalaman pribadi saat membeli, sementara yang lain mempertimbangkannya melalui rekomendasi dari lingkungan sekitar mengenai manfaat produk tersebut. Namun, dengan adanya sertifikasi halal yang dikhususkan untuk umat muslim memberikan kepercayaan diri tersendiri dalam berbelanja produk (Resti, 2022). Nilai yang dipersepsikan dari produk yang telah bersertifikasi halal bagi konsumen diartikan sebagai adanya pengetahuan yang luas mengenai logo halal yang tercantum pada label produk. Atau bisa dilihat dari kesadaran dan kepedulian konsumen terhadap logo halal, dan konsumen tersebut dapat dikatakan memahami arti serta tujuan dari logo tersebut pada suatu produk (Nur Always & Purnomo, 2022).

Menurut (Fajrina & Hayani, 2023). *Halal awareness* merupakan tingkat pemahaman serta pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen tentang produk yang memenuhi prinsip-prinsip halal. Hal ini mencakup pengetahuan tentang logo halal, pentingnya memilih produk halal, dan dampak mengkonsumsi produk non-halal terhadap kesehatan dan spiritualitas individu.

Kesadaran halal merupakan faktor kunci di antara faktor-faktor lain yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk halal.

Kesadaran halal mencakup pengetahuan konsumen tentang kehalalan bahan, proses produksi, dan sertifikasi halal yang diberikan oleh otoritas terkait. Tingkat pengetahuan yang tinggi terhadap aspek-aspek tersebut akan mempengaruhi pilihan generasi muda terhadap produk halal dalam kehidupan sehari-hari. Terlepas dari kesadaran halal, beberapa faktor lain dapat mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk halal. Misalnya, nilai-nilai sosial, budaya, dan agama memainkan peran penting karena faktor-faktor ini mempengaruhi sikap dan perilaku mereka (Alfiyani & Rosyada, 2024).

Banyak umat muslim yang mengkonsumsi bahan makanan karena sedang tren saat ini tanpa memperhatikan apakah kualitas makanan tersebut sudah memenuhi standar halal atau telah melalui proses yang sesuai dengan prinsip halal. Makanan menurut Islam terdiri dari dua hal penting yang menentukan kehalalan makanan tersebut, yaitu bahan dan caranya. Sebagai contoh, daging sapi yang sesuai syariat Islam adalah yang dibeli dari tempat yang sesuai syariat Islam untuk diolah menjadi daging yang halal. Begitu juga dengan makanan cepat saji, cara pembuatan dan bahan-bahan yang harus sesuai membuatnya dikenal sebagai makanan halal. (Nur & Khusnul, 2024). Kesadaran halal tidak hanya menjadi kewajiban bagi umat Islam untuk mempelajari persyaratan halal, tetapi dapat dijadikan sebagai gaya hidup yang akan bermanfaat bagi banyak orang. Gaya hidup halal membantu orang untuk

hidup sehat, dan kita harus menjadikannya sebagai tren agar orang-orang memahami arti halal. (Utami, 2021).

Menurut (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun, 2009) tentang kepemudaan, generasi muda atau pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan dengan rentang usia antara 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun. Undang-Undang ini mendefinisikan kepemudaan sebagai segala hal yang berkaitan dengan potensi, tanggung jawab, hak, karakter, kapasitas, aktualisasi diri, dan cita-cita pemuda. Definisi lain mengartikan generasi muda adalah orang-orang yang sangat cerdas dan aktif menggunakan teknologi internet, serta mencari hiburan dan bersosialisasi di dalamnya, generasi muda bisa disebut pengguna teknologi untuk mendapatkan semuanya dengan mudah dan cepat.

Tabel 1. 1
Jumlah Penduduk Desa Cadasari Menurut Kelompok Umur

Kelompok Umur	Jumlah
	2024
16 – 30	1.904
Total	1.904

Sumber : (Desa Cadasari, 2024)

Tabel di atas menunjukkan jumlah penduduk Desa Cadasari berdasarkan kelompok umur tahun 2024 yang berusia 16-30 tahun mencapai 1.904 jiwa, yang berarti ada lebih banyak generasi muda di desa tersebut.

Desa Cadasari Kecamatan Cadasari, sebagai salah satu daerah dengan populasi Muslim yang besar, merupakan lokasi yang menarik untuk diteliti. Generasi muda di daerah ini dihadapkan pada berbagai pilihan produk yang tidak selalu menjamin kehalalannya, sehingga penting untuk memahami bagaimana kesadaran halal mempengaruhi preferensi mereka terhadap produk halal.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kesadaran halal terhadap preferensi produk halal di kalangan generasi muda Muslim di Desa Cadasari Kecamatan Cadasari. Dengan mengetahui faktor yang mempengaruhi preferensi tersebut, diharapkan produsen dan konsumen dapat lebih mampu merancang strategi pemasaran produk halal yang lebih efektif dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya memilih produk yang sesuai dengan prinsip halal. (Rupianti Reni, 2023). Dengan demikian, berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh kesadaran halal terhadap preferensi produk halal. Dari uraian tersebut, penelitian ini diberi judul. **“Pengaruh *Halal Awareness* Terhadap Preferensi Produk Halal Generasi Muda Muslim Desa Cadasari Kecamatan Cadasari”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat dirumuskan beberapa permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Industri halal di Indonesia yang terus berkembang atau mengalami peningkatan yang menyebabkan terjadinya peningkatan pada tren halal.

2. Masih kurangnya kesadaran halal pada konsumen terhadap produk halal yang dibeli khususnya Generasi Muda.

C. Pembatasan Masalah

Permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah memperoleh pemahaman yang sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Agar tidak terlalu luas cakupan penelitiannya. Keterbatasan penelitian ini antara lain:

1. Analisis pengaruh *halal awareness* terhadap preferensi produk halal.
2. Lokasi penelitian terletak di Desa Cadasari dan penelitian ini berfokus pada generasi muda muslim yang berdomisili di Desa Cadasari Kecamatan Cadasari.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, identifikasi masalah serta pembatasan masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana *halal awareness* berpengaruh signifikan terhadap preferensi produk halal pada generasi muda Muslim Desa Cadasari Kecamatan Cadasari?”

E. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh signifikan *halal awareness* terhadap preferensi produk halal generasi muda Muslim Desa Cadasari Kecamatan Cadasari.

F. Manfaat / Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sejumlah manfaat, antara lain:

1. Manfaat Teoritis : dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang konsep halal dan bagaimana kesadaran halal mempengaruhi perilaku konsumen terutama dalam konteks generasi muda Muslim. Oleh karena itu, dapat menambah literatur yang ada tentang produk halal, terutama berdasarkan perilaku konsumen. Ini akan membantu studi perilaku konsumen dalam produk halal, dan menghasilkan kontribusi terutama untuk pemahaman dari aspek sosial dan budaya yang mempengaruhi perilaku konsumen generasi muda Muslim.
2. Manfaat Praktis:
 - a. Strategi Pemasaran : untuk membantu produsen dan pemasar dalam membuat strategi pemasaran melalui pemahaman bahwa kesadaran akan produk halal di kalangan generasi muda.
 - b. Pengembangan Produk : dapat menjadi langkah atau kekuatan pendorong bagi produsen untuk lebih mengembangkan produknya agar sesuai dengan tren pasar generasi muda Muslim.
 - c. Edukasi kepada Masyarakat : yaitu menjadi edukasi dan penyuluhan kepada masyarakat sehingga mereka sadar akan pentingnya produk halal.

3. Manfaat Akademik : penelitian ini dapat memberikan referensi yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji tentang kesadaran halal dan preferensi produk halal secara mendalam.

G. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama ini membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat atau pentingnya penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORITIS

Landasan teori konsep halal, definisi kesadaran halal, indikator kesadaran halal, definisi preferensi, definisi produk halal, dan aspek kehalalan produk dalam Undang-Undang Jaminan Produk Halal dan Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal dibahas dalam bab kedua, yang juga mencakup kajian teori. Hipotesis, kerangka konseptual, penelitian terdahulu yang relevan, dan hubungan antar variabel juga dibahas.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab tiga, ini membahas populasi dan ukuran sampel, metodologi penelitian, teknik pengumpulan data, definisi variabel operasional, serta waktu dan lokasi kegiatan penelitian. Selain itu, dijelaskan pula metode analisis data yang digunakan, seperti analisis instrumen, regresi linear sederhana, analisis asumsi klasik, analisis statistik deskriptif, dan uji hipotesis.

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab keempat ini memberikan pemaparan mengenai objek penelitian, gambaran umum responden, dan analisis data. Selain itu, bab ini juga mencakup hasil instrumen, asumsi klasik, persamaan regresi linear sederhana, hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN

Dalam bab kelima, peneliti menyampaikan kesimpulan dari hasil penelitian serta memberikan saran yang dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.