

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang terletak di Pulau Jawa, tepatnya di wilayah Jawa Barat. Kota Bandung juga merupakan ibukota dari Provinsi Daerah Tingkat I Jawa Barat. Menurut Pemerintah Provinsi Jawa Barat (2017), Kota Bandung terletak diantara 107° Bujur Timur dan 6° 55' Lintang Selatan, dan secara topografis Kota Bandung terletak pada ketinggian 768 meter di atas permukaan laut, dengan titik terendah di sebelah Selatan setinggi 675 meter di atas permukaan laut dan titik tertinggi di daerah Utara setinggi 1.050 meter. Menurut PPID Kota Bandung, Kota Bandung terbagi menjadi 30 kecamatan dan 151 kelurahan, dengan total luas wilayah Kota Bandung menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2018) mencapai 167,31 km<sup>2</sup>. Berikut ini merupakan lambang dari Kota Bandung yang disebutkan oleh Prokopim Kota Bandung (2021) yang ditetapkan dengan Peraturan Daerah Kota Besar Bandung pada tahun 1953 tertanggal 8 Juni 1953, yang diizinkan dengan Keputusan Presiden tertanggal 28 april 1953 No. 104.



Gambar 1.1 Lambang Kota Bandung

*Sumber: Prokopim Kota Bandung (2021)*

Menurut Diskominfo Kota Bandung (2021), Visi dari Kota Bandung adalah “Terwujudnya Kota Bandung yang Unggul, Nyaman, Sejahtera dan Agamis”. Visi tersebut didukung oleh beberapa misi, diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Membangun Masyarakat yang Humanis, Agamis, Berkualitas dan Berdaya Saing
2. Mewujudkan Tata Kelola Pemerintahan yang Efektif, Efisien, Bersih, dan Melayani
3. Membangun Perekonomian yang Mandiri, Kokoh, dan Berkeadilan
4. Mewujudkan Bandung Nyaman Melalui Perencanaan Tata Ruang, Pembangunan Infrastruktur, serta Pengendalian Pemanfaatan Ruang yang Berkualitas dan Berwawasan Lingkungan
5. Mengembangkan Pembiayaan Kota yang Partisipatif, Kolaboratif, dan Terintegrasi

Menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2020), jumlah penduduk yang ada di Kota Bandung pada tahun 2020 mencapai sebanyak 2.510.103 jiwa. Nilai tersebut meningkat dari pada tahun sebelumnya dimana pada tahun 2019 jumlah penduduk di Kota Bandung adalah sebanyak 2.507.888 jiwa. Dari sekitar 2 juta penduduk tersebut, sebagian besar penduduk di Kota Bandung menganut agama Islam. Sebagaimana yang disebutkan oleh Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2020), jumlah penduduk yang beragama Islam di Bandung pada tahun 2019 mencapai sebanyak 1.731.636 jiwa. Dengan tingginya angka tersebut, tentu saja berpengaruh terhadap permintaan konsumen terkait makanan bersertifikat halal. Namun, menurut Ulum dalam Fikri (2019), baru terdapat sekitar 25 ribu produk kuliner di Jawa Barat yang mengantongi sertifikat halal MUI. Angka tersebut belum memuaskan, karena kenyataannya terdapat sekitar ratusan ribu produk kuliner yang ada di Jawa Barat. Maka dari itu, Attaurik pada Tempo.co (2016) mengimbau kepada rumah makan dan kuliner di Bandung untuk memproses sertifikasi halal dan berharap pada 2017 seluruh restoran di Bandung memiliki label halal.

## **1.2. Latar Belakang Penelitian**

Jumlah pemain pada industri *Food and Beverage* (F&B) atau makanan dan minuman terus mengalami kenaikan seiring dengan perkembangan zaman. Sebagaimana dijelaskan oleh Kemenperin (2017), yaitu industri makanan dan

minuman (*food and beverage*) diprediksi masih akan menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional pada tahun depan. Hal tersebut dikarenakan sumbangan yang diberikan oleh industri makanan dan minuman (*food and beverage*) kepada PDB industri non-migas pada triwulan III tahun 2017 mencapai sebesar 34,95%. Hasil kinerja ini menjadikan sektor tersebut sebagai kontributor PDB industri terbesar dibanding subsektor lainnya. Menurut Akbar (2017), Kementerian Perindustrian mengatakan bahwa dilihat dari perkembangan realisasi investasi, penanaman modal dalam negeri (PMDN) triwulan III/2017 untuk sektor industri makanan dan minuman telah mencapai Rp 27,92 triliun atau meningkat sebesar 16,3% dibanding periode yang sama pada tahun 2016. Sedangkan, untuk Penanaman Modal Asing (PMA) nilainya adalah sebesar USD 1,46 miliar.

Menurut Kominfo (2021), Kementerian Perindustrian mencatat, kinerja industri makanan dan minuman rata-rata tumbuh sebesar 8,16% selama periode 2015-2019. Di tengah dampak pandemi yang terjadi pada tahun 2020, industri makanan dan minuman (*food and beverage*) masih mampu tumbuh secara positif dengan angka sebesar 1,58%. Industri ini juga memiliki peran yang penting dalam kontribusi ekspor industri pengolahan nonmigas. Pada periode Januari-Desember 2020, total nilai ekspor dari industri makanan dan minuman menyumbang 23,78% atau sebesar USD 31,17 miliar terhadap ekspor industri pengolahan nonmigas sebesar USD 131,05 miliar.

Menurut Indonesia.go.id (2020), penduduk Indonesia mayoritas memeluk agama Islam dengan persentase sebesar 87,2% dari total populasi. Hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Sebagaimana disebutkan oleh World Population Review (2021), Indonesia menduduki posisi pertama pada negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia dengan jumlah penduduk muslim sebanyak 231 juta jiwa. Dengan jumlah penduduk Islam yang tinggi tersebut, tentunya dapat memotivasi para pemain di industri produk halal untuk semakin mengembangkan potensi pasar domestik. Menurut Katadata (2020), Produk halal merupakan produk-produk yang diakui halal sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Industri produk halal termasuk ke

dalam bagian dari ekonomi syariah yang dikembangkan pemerintah sejak sekitar tiga dasawarsa terakhir.

Blazquez (2021) mengatakan bahwa Indonesia berada di posisi keempat dengan nilai indeks sebesar 71,5 terkait pasar makanan halal terkemuka di seluruh dunia pada tahun 2020. Posisi pertama dengan nilai indeks sebesar 2019,8 diraih oleh Malaysia. Sedangkan posisi kedua dan ketiga ditempati oleh Singapura dan Uni Emirat Arab dengan nilai indeks sebesar 125,2 dan 104,4. State of the Global Islamic Report dalam Katadata (2020) menyebutkan bahwa Indonesia menduduki urutan pertama sebagai negara dengan pengeluaran untuk makanan halal terbanyak, yaitu senilai US\$ 170 miliar. Angka yang tinggi tersebut tentunya menunjukkan potensi yang besar bagi pasar halal di Indonesia. Angka tersebut juga tidak hanya membuktikan mengenai tingginya konsumen makanan halal di Indonesia, namun juga menunjukkan tingginya produsen makanan halal di Indonesia. Kementerian PPN/Bappenas (2018) menyebutkan bahwa Indonesia memiliki target pasar yang sangat besar, karena masyarakat kelas menengahnya tumbuh mencapai 7-8% per tahun. Hal tersebut tentunya juga membuat daya beli masyarakat meningkat. Di sisi lain, kesadaran masyarakat dalam mengonsumsi makanan halal juga meningkat. Yurivito (2019) mengatakan bahwa walaupun Indonesia memiliki populasi penduduk beragama Islam terbesar di dunia, Indonesia justru masih banyak melakukan impor terhadap produk halal, salah satunya adalah makanan. Sebagaimana yang disebutkan Global Islamic Economy Report dalam Yurivito (2019), bahwa Brasil menjadi negara pengekspor makanan halal terbesar di dunia dengan nilai sebesar USD 5,5 miliar.

Hakim dalam Petriella (2018) mengatakan bahwa hingga kini hanya tercatat sebanyak 59 perusahaan restoran di Indonesia yang mengantongi sertifikasi halal Majelis Ulama Indonesia (MUI). Selain itu, Hakim dalam Petriella (2019), juga mengatakan bahwa dari tahun 2012 hingga 2018, baru terdapat sekitar 688.615 produk yang mengantongi sertifikat halal dengan jumlah perusahaan yang bersertifikasi halal sebanyak 55.626 unit dan sebanyak 65.116 jumlah pemegang sertifikat halal. Lukman pada Wahyudi (2019) mengatakan bahwa kesulitan UMKM dalam mengantongi sertifikat halal adalah terkait permasalahan biaya yang

cukup mahal. Tentunya, melakukan sertifikasi halal juga memungkinkan terjadinya kenaikan harga pada produk tersebut dikarenakan biaya sertifikasi yang cukup mahal. Majelis Ulama Indonesia pada Dewi (2020), menjelaskan bahwa biaya yang dipungut untuk mendapatkan sertifikasi halal yang diakui oleh LPPOM MUI adalah biaya pendaftaran, biaya analisis laboratorium (jika diperlukan analisis laboratorium), biaya audit, serta biaya edukasi dan sosialisasi halal. Namun, Arfin dalam Adhi (2017) mengatakan bahwa secara ekonomis, para pelaku usaha akan mendapatkan banyak keuntungan setelah melakukan sertifikasi halal MUI, dimana produk mereka akan lebih laris karena mendapatkan kepercayaan dari masyarakat karena menyediakan produk yang halal lal toyiban, yaitu baik, aman, dan bersih. Ulum pada Fikri (2019) mengatakan bahwa baru terdapat sekitar 25 ribu produk kuliner di Jawa Barat yang mengantongi sertifikat halal MUI. Angka tersebut belum memuaskan, karena kenyataannya terdapat sekitar ratusan ribu produk kuliner di Jawa Barat. Sertifikat halal tersebut sangat penting karena konsumen di Jawa Barat didominasi oleh konsumen muslim. Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2018) mencatat bahwa pada tahun 2016 terdapat sebanyak 396 restoran, 372 rumah makan, 14 cafe, dan 13 bar yang ada di Kota Bandung. Attaurik pada Tempo.co (2016) mengimbau kepada rumah makan dan kuliner di Bandung untuk memproses sertifikasi halal dan berharap pada 2017 seluruh restoran di Bandung memiliki label halal.

Jumlah penduduk yang beragama Islam di Kota Bandung pada tahun 2019 sebagaimana disebutkan oleh Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2020) adalah sebanyak 1.731.636 jiwa. Jumlah tersebut tentu saja mendominasi total keseluruhan penduduk Kota Bandung. Dengan tingginya angka tersebut, tentu saja mempengaruhi permintaan pasar terhadap makanan halal. Hosseini, Mirzaei, dan Iranmanesh (2020) mengatakan bahwa suatu produk yang telah mengantongi sertifikasi halal dapat memberikan jaminan kepada konsumen Muslim bahwa bahan yang digunakan dan proses produksi dari produk tersebut sesuai dengan “Syariah”, dan mengetahui bahwa suatu produk telah lulus proses sertifikasi ini juga dapat meningkatkan keinginan mereka untuk membeli produk tersebut. Namun, Zailani et al. (2017) mengatakan bahwa suatu produk yang memiliki sertifikasi halal

kemungkinan akan lebih memiliki harga yang lebih tinggi. Tentunya hal tersebut mungkin akan berdampak buruk bagi keinginan konsumen untuk membeli produk dengan sertifikat halal. Khraim dalam Hosseini et al. (2020) menyebutkan bahwa para peneliti percaya bahwa perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh komitmen beragama. Dengan kata lain, konsumen membuat keputusan tentang apa yang tidak boleh mereka beli dan apa yang boleh mereka beli berdasarkan norma-norma agama mereka. Hosseini, Mirzaei, dan Iranmanesh (2020) menunjukkan bahwa proses penyembelihan hewan, logo halal, kualitas makanan dan komitmen keagamaan berpengaruh positif terhadap kesediaan membayar makanan halal. Komitmen agama secara positif juga memoderasi hubungan antara penyimpanan, transportasi, dan kesediaan membayar untuk makanan bersertifikat halal.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian-penelitian sebelumnya, dan data yang dikumpulkan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pengaruh proses penyembelihan hewan, negara asal makanan, proses penyimpanan dan pengangkutan makanan, logo halal, harga, kualitas, dan komitmen beragama terhadap kesediaan umat Islam di Kota Bandung untuk membayar makanan bersertifikat halal. Maka dari itu, judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Penyembelihan Hewan, Negara Asal, Penyimpanan dan Pengangkutan, Logo Halal, Harga, Kualitas, dan Komitmen Beragama Terhadap Kesediaan Umat Islam di Kota Bandung untuk Membayar Makanan Bersertifikat Halal”**

### **1.3. Perumusan Masalah**

Berdasarkan data yang disebutkan oleh Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2020), jumlah penduduk Muslim di Kota Bandung mencapai 1.731.636 jiwa. Dengan tingginya angka tersebut, tentu saja mempengaruhi permintaan pasar terhadap makanan halal. Namun, tingginya jumlah penduduk Muslim di Kota Bandung tersebut belum mendorong para pelaku di industri makanan dan minuman untuk segera mengantongi sertifikat halal untuk produknya. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Ulum pada Fikri (2019), bahwa baru terdapat sekitar 25 ribu produk kuliner di Jawa Barat yang mengantongi sertifikat halal MUI. Angka tersebut belum

memuaskan, karena kenyataannya terdapat sekitar ratusan ribu produk kuliner di Jawa Barat. Sertifikat halal tersebut sangat penting, karena konsumen di Jawa Barat didominasi oleh konsumen Muslim. Lukman pada Wahyudi (2019) mengatakan bahwa kesulitan UMKM dalam mengantongi sertifikasi halal adalah permasalahan biaya yang cukup mahal.

Hosseini, Mirzaei, dan Iranmanesh (2020) mengatakan bahwa suatu produk yang telah mengantongi sertifikasi halal dapat meningkatkan tekad konsumen untuk membeli produk tersebut. Namun, Zailani et al. (2017) mengatakan bahwa suatu produk yang memiliki sertifikasi halal kemungkinan akan lebih memiliki harga yang lebih tinggi, yang mana akan berdampak buruk bagi keinginan konsumen untuk membeli produk dengan sertifikat halal. Khraim dalam Hosseini et al. (2020) menyebutkan bahwa para peneliti percaya bahwa perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh komitmen beragama. Dengan kata lain, konsumen membuat keputusan tentang apa tidak boleh mereka beli dan apa yang boleh mereka beli berdasarkan norma-norma agama mereka. Hosseini, Mirzaei, dan Iranmanesh (2020) menunjukkan bahwa proses penyembelihan hewan, logo halal, kualitas makanan dan komitmen keagamaan memiliki pengaruh positif terhadap kesediaan membayar makanan halal. Komitmen agama juga secara positif juga memoderasi hubungan antara penyimpanan, transportasi, dan kesediaan membayar untuk makanan bersertifikat halal.

#### **1.4. Pertanyaan Penelitian**

Pertanyaan penelitian yang diangkat dan yang akan menjadi dasar serta batasan penelitian dari penelitian ini disebutkan sebagai berikut.

1. Apakah proses penyembelihan hewan mempengaruhi kesediaan muslim Kota Bandung untuk membayar makanan bersertifikasi halal?
2. Apakah negara asal produk makanan mempengaruhi kesediaan muslim Kota Bandung untuk membayar makanan bersertifikasi halal?
3. Apakah proses penyimpanan dan transportasi halal mempengaruhi kesediaan muslim Kota Bandung untuk membayar makanan bersertifikasi halal?

4. Apakah logo halal mempengaruhi kesediaan muslim Kota Bandung untuk membayar makanan bersertifikasi halal?
5. Apakah kesadaran akan harga produk mempengaruhi kesediaan muslim Kota Bandung untuk membayar makanan bersertifikasi halal?
6. Apakah kualitas makanan mempengaruhi kesediaan muslim Kota Bandung untuk membayar harga yang lebih tinggi untuk makanan bersertifikasi halal?
7. Apakah komitmen beragama mempengaruhi kesediaan muslim Kota Bandung untuk membayar makanan bersertifikasi halal?
8. Apakah komitmen beragama antarpribadi dapat memoderasi (a) penyembelihan halal, (b) negara asal, (c) penyimpanan dan transportasi, dan (d) logo halal pada kesediaan konsumen untuk membayar makanan bersertifikat halal?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, berikut ini merupakan tujuan dari penelitian ini.

1. Untuk mengetahui apakah proses penyembelihan hewan mempengaruhi kesediaan muslim Kota Bandung untuk membayar makanan bersertifikasi halal.
2. Untuk mengetahui apakah negara asal produk makanan mempengaruhi kesediaan muslim Kota Bandung untuk membayar makanan bersertifikasi halal.
3. Untuk mengetahui apakah proses penyimpanan dan transportasi halal mempengaruhi kesediaan muslim Kota Bandung untuk membayar makanan bersertifikasi halal.
4. Untuk mengetahui apakah logo halal mempengaruhi kesediaan muslim Kota Bandung untuk membayar makanan bersertifikasi halal.
5. Untuk mengetahui apakah kesadaran akan harga produk mempengaruhi kesediaan muslim Kota Bandung untuk membayar makanan bersertifikasi halal.

6. Untuk mengetahui apakah kualitas makanan mempengaruhi kesediaan muslim Kota Bandung untuk membayar harga yang lebih tinggi untuk makanan bersertifikasi halal.
7. Untuk mengetahui apakah komitmen beragama mempengaruhi kesediaan muslim Kota Bandung untuk membayar makanan bersertifikasi halal
8. Untuk mengetahui apakah komitmen beragama antarpribadi dapat memoderasi (a) penyembelihan halal, (b) negara asal, (c) penyimpanan dan transportasi, dan (d) logo halal pada kesediaan konsumen untuk membayar makanan bersertifikat halal.

## **1.6. Batasan Masalah**

Ruang lingkup dari penelitian ini berfokus pada masyarakat Muslim dengan lokasi penelitian yang berada di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan sampel dari masyarakat Muslim di Kota Bandung dengan tujuan untuk dapat melihat kesediaan umat Islam di Kota Bandung untuk membayar makanan bersertifikat halal.

## **1.7. Manfaat Penelitian**

Berikut ini merupakan harapan manfaat penelitian dari hasil penelitian yang dilakukan.

### **1.7.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pengetahuan dan informasi mengenai pengaruh proses penyembelihan hewan, negara asal makanan, proses penyimpanan dan pengangkutan makanan, logo halal, harga, kualitas, dan komitmen beragama terhadap terhadap kesediaan umat Islam di Kota Bandung untuk membayar makanan bersertifikat halal kepada pembaca dan masyarakat.

### **1.7.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan manfaat untuk para pembuat kebijakan dan manajer perusahaan makanan halal dalam menambah pengetahuan dan wawasan terkait cara meningkatkan permintaan makanan halal.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran untuk peneliti-peneliti selanjutnya.

## **1.8. Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan tugas akhir dalam penelitian ini diuraikan menjadi sebagai berikut.

### **1.8.1. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan terkait gambaran dari isi penelitian yang dilakukan secara umum, padat, dan ringkas. Bab ini berisi gambaran umum dari objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah atau ruang lingkup penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

### **1.8.2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan tentang dasar teori-teori yang digunakan sebagai pendukung penelitian ini, mulai dari teori umum hingga teori khusus, disertai penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebelumnya dilanjutkan dengan kerangka pemikiran, serta diakhiri dengan hipotesis penelitian.

### **1.8.3. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai pendekatan, metode, dan teknik apa saja yang digunakan untuk memperoleh dan menganalisis temuan yang dapat menjawab permasalahan dari penelitian ini. Bab ini mencakup penguraian mengenai jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data, uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data, serta uji hipotesis.

### **1.8.4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memaparkan tentang karakteristik responden penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan yang diterangkan secara terstruktur sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan dari penelitian ini. Pada bab ini terdapat tiga bagian utama. Bagian pertama menerangkan tentang hasil dari karakteristik responden penelitian. Bagian kedua menjelaskan tentang hasil dari penelitian yang dilakukan.

Bagian ketiga menjelaskan tentang pembahasan atau analisis dari hasil penelitian yang dilakukan.

#### **1.8.5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan yang merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian untuk peneliti selanjutnya.