

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan populasi penduduk muslim terbanyak kedua di dunia, setelah negara Pakistan.² Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk di Indonesia pada pertengahan tahun 2024 sekitar 281 juta jiwa. Data kependudukan yang digunakan pada tahun 2024 ini, diperoleh dari hasil proyeksi penduduk. Proyeksi penduduk merupakan suatu perhitungan ilmiah yang didasarkan pada asumsi dari komponen-komponen perubahan penduduk yaitu kelahiran, kematian, dan migrasi.³

Gambar 1.1

Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan Jiwa), 2022-2024

Indonesia	Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan Jiwa)		
	2022	2023	2024
Indonesia	275.773,8	278.696,2	281.603,8

Sumber: Badan Pusat Statistik

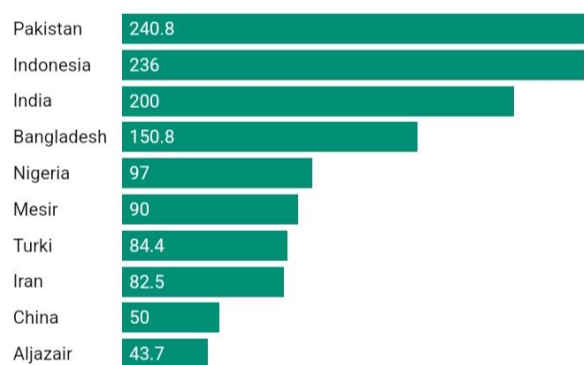
² Chandra Dwi, “10 Negara dengan Umat Muslim Terbanyak di Dunia, RI Nomor Berapa?”, diakses melalui <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240310150636-128-521083/10-negara-dengan-umat-muslim-terbanyak-di-dunia-ri-nomor-berapa>, pada 26 Agustus 2024

³ Badan Pusat Statistik, “Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan Jiwa), 2022-2024”, diakses melalui <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html>, pada 26 Agustus 2024

Melansir dari data *World Population Review*, menunjukkan jumlah populasi penduduk muslim di Indonesia mencapai 236 juta jiwa atau sebesar 84.35% dari jumlah penduduk Indonesia.⁴ Hal tersebut membuktikan bahwa kegiatan konsumsi terbesar di Indonesia dipegang oleh umat muslim.

Gambar 1.2

Negara dengan Jumlah Penduduk Muslim Terbanyak (Juta Jiwa)



Sumber: CNBC Indonesia

Perilaku umat muslim membuat keputusan dan pemilihan terhadap suatu produk untuk memenuhi kebutuhan ekonomi termasuk contoh ekonomi mikro. Dalam ekonomi mikro Islami, segala pembahasan yang ditujukan melakukan *explanation* dan *prediction* didasarkan pada teori. Teori dibangun untuk menerangkan dari fenomena yang terjadi dalam suatu waktu dengan menggunakan hukum-hukum dasar dan beberapa asumsi yang terpenuhi. Dalam teori ekonomi mikro Islami, hukum-hukum dasar ekonomi murni (yang tidak mengandung nilai filosofi tertentu) tetap digunakan sepanjang hukum dasar tersebut tidak bertentangan dengan hukum syariah. Salah satu tujuan

⁴ Chandra Dwi, “10 Negara dengan Umat Muslim Terbanyak di Dunia, RI Nomor Berapa?”, diakses melalui <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240310150636-128-521083/10-negara-dengan-umat-muslim-terbanyak-di-dunia-ri-nomor-berapa>, pada 26 Agustus 2024

mempelajari ekonomi mikro Islami adalah bagaimana menerapkan prinsip-prinsip ekonomi mikro Islami dalam pengambilan keputusan agar mendapatkan solusi terbaik, yaitu solusi yang akan menguntungkan diri sendiri dan tidak menzalimi orang lain.⁵

Ilmu ekonomi Islami adalah sebuah sistem ekonomi yang menjelaskan segala fenomena tentang perilaku pilihan dan pengambilan keputusan dalam setiap unit ekonomi dengan memasukkan tata aturan syariah sebagai variabel independen (ikut memengaruhi segala pengambilan keputusan ekonomi).⁶ Dalam ekonomi Islam, konsumsi dinilai sebagai sarana wajib bagi seorang muslim untuk merealisasikan pengabdian sepenuhnya hanya kepada Allah SWT. Konsumsi adalah pembelanjaan atas barang-barang dan jasa-jasa yang dilakukan oleh rumah tangga dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang melakukan pembelanjaan tersebut.⁷ Untuk memenuhi kebutuhan, baik berupa barang maupun jasa, dalam ekonomi Islam harus menurut syariat Islam.⁸ Jika seorang muslim melakukan kegiatan konsumsi dengan niat sesuai aturan Allah SWT, maka kegiatan konsumsi tersebut dinilai ibadah.

Kegiatan konsumsi meliputi pembelanjaan barang dan jasa. Barang adalah barang rumah tangga yang sifatnya tahan lama yaitu, perlengkapan, kendaraan, dan barang yang tidak tahan lama yaitu, makanan dan pakaian.

⁵ Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), hal. 1-6

⁶ *ibid*, hal. 5

⁷ Zulkifli Rusby, *Ekonomi Islam*, (Riau: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR, 2017), hal.

29

⁸ *ibid*, hal. 35

Sedangkan jasa adalah barang yang tidak berwujud konkret yaitu, pendidikan.⁹ Salah satu kegiatan konsumsi yang sering dilakukan oleh banyak orang adalah makan dan minum. Menurut Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka Kementrian Perindustrian, Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dan potensi yang besar dalam mendukung perekonomian Indonesia. Pada awal tahun 2024, sektor industri makanan dan minuman mendominasi struktur PDB industri pengolahan non-migas sebesar 39,91% atau 6,47% dari total PDB Nasional. Hal ini juga dibuktikan dengan nilai ekspor industri makanan dan minuman yang mencapai 2,71 miliar USD atau 19,4% dari ekspor industri pengolahan non-migas pada April 2024. Ekspor industri makanan dan minuman merupakan ekspor terbesar kedua setelah sektor industri logam dasar.¹⁰ Penjualan makanan dan minuman kemasan di Indonesia diperkirakan terus meningkat seiring dengan perubahan kebiasaan masyarakat. Hal ini menandakan bahwa kini orang Indonesia banyak yang mengonsumsi makanan dan minuman kemasan.

Produk makanan dan minuman kemasan yang semakin banyak, membuat orang Indonesia harus lebih berhati-hati dalam memilih dan memilah. Sebagai konsumen muslim, salah satu hal yang harus diperhatikan ketika akan mengonsumsi makanan dan minuman adalah memeriksa kehalalan dari makanan dan minuman tersebut. Konsumen muslim harus memiliki kesadaran

⁹ Syaparuddin, *Edukasi Ekonomi Islam: Perilaku Konsumen Muslim*, (Yogyakarta: TrustMedia Publishing, 2021), hal. 3

¹⁰ Kementrian Perindustrian, “Kemenperin Jaring dan Kembangkan IKM Pangan Inovatif melalui Program Indonesia Food Innovation 2024”, diakses melalui <https://ikm.kemenperin.go.id/kemenperin-jaring-dan-kembangkan-ikm-pangan-inovatif-melalui-program-indonesia-food-innovation-2024>, pada 28 Agustus 2024

dalam memilih makanan dan minuman, karena perkara halal dan haram dalam makanan dan minuman sudah tertera jelas dalam Al-Qur'an. Kehalalan produk makanan dan minuman bisa dilihat dari pencantuman label halal pada kemasan. Pencantuman label halal merupakan sarana informasi dari produsen ke konsumen bahwa produk yang dijual telah memperoleh sertifikat halal, sehingga konsumen muslim dapat merasa aman untuk mengonsumsi produk tersebut. Saat ini masih ada beberapa pengusaha yang belum mencantumkan label halal pada produk makanan dan minuman kemasannya. Sebelum memutuskan untuk membeli produk makanan dan minuman kemasan, konsumen muslim dapat memastikan ada label halal atau tidak dalam kemasan produk.

Selain produk makanan dan minuman yang halal, konsumen muslim juga harus memperhatikan produk makanan dan minuman yang baik (*thayyib*). Produk makanan dan minuman kemasan yang baik untuk dikonsumsi harus memiliki izin edar yang diterbitkan oleh Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) dan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) di Dinas Kesehatan Kabupaten atau Kota. Izin edar bertujuan untuk mengetahui keamanan, mutu, dan gizi suatu produk.¹¹ Dengan banyaknya produk makanan dan minuman kemasan yang beredar dipasaran, masih ada sejumlah produk yang belum memiliki izin edar. Makanan dan minuman kemasan tanpa izin edar dapat membahayakan kesehatan konsumen. Konsumen muslim dapat

¹¹ Legalitas, "Pengurusan Izin Edar", diakses melalui <https://legalitas.org/jasa-izin-edar>, pada 10 November 2023

memperhatikan produk makanan dan minuman kemasan yang akan dibeli sudah tercantum izin edar atau belum.

Salah satu hal yang juga memengaruhi pembelian produk makanan dan minuman kemasan adalah harga. Konsumen pasti akan membandingkan harga produk satu dengan produk yang lain.¹² Namun dalam kondisi seperti ini, terkadang konsumen muslim tidak mempertimbangkan produk makanan dan minuman yang akan dikonsumsi sesuai dengan tingkat kebutuhan. Konsumen muslim harus lebih mengevaluasi kesesuaian harga dengan nilai produk yang didapatkan serta jumlah uang yang akan dikeluarkan, agar tidak berlebihan dalam hal konsumsi.¹³ Semakin harga sesuai dengan kualitas produk maka keputusan pembelian akan semakin naik, begitu pula sebaliknya semakin harga kurang sesuai dengan kualitas produk, maka keputusan pembelian akan semakin turun.

Minat beli merupakan tahap di mana konsumen menunjukkan kecenderungan untuk bertindak sebelum akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.¹⁴ Minat beli muncul dari adanya keyakinan konsumen terhadap suatu produk yang akan dikonsumsi. Dengan meningkatnya minat beli seorang konsumen terhadap suatu produk, maka kemungkinan pembeliannya juga akan semakin tinggi. Begitu pula sebaliknya, menurunnya

¹² Afrida Pratiwi et al., “Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Mart Cikaret”, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2 No. 2, (2019), hal. 154

¹³ Aulia Rahman dan Muh Fitrah, “Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Islam di Kelurahan Barombong Kota Makassar”, *Jurnal Laa Maisyir*, Vol. 5 No. 1, (2018)

¹⁴ Nurul Firdaus et al., “Pengaruh Harga dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Makanan Ringan dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Santri Pondok Pesantren Gadingmangu Jombang”, *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, Vol. 3 No. 5, (2024)

minat beli seorang konsumen terhadap suatu produk, maka kemungkinan pembeliannya akan semakin rendah.¹⁵ Minat beli ditentukan oleh tingkat pengetahuan seorang konsumen muslim terhadap produk makanan dan minuman kemasan. Menurut Kotler dan Keller, ada beberapa faktor yang memengaruhi minat beli yaitu faktor promosi, faktor kemasan, faktor *brand*, faktor harga, dan faktor kualitas produk.¹⁶ Diantara faktor yang memengaruhi minat beli konsumen, label halal dan izin edar masuk dalam kategori faktor kemasan dan kualitas produk. Harga juga menjadi faktor penting dalam memengaruhi minat beli konsumen. Minat konsumen muslim untuk mengonsumsi produk makanan dan minuman kemasan yang mencantumkan label halal dipengaruhi oleh norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, dan religiusitas pribadi.¹⁷ Pencantuman izin edar juga menjadi salah satu faktor konsumen muslim berminat untuk mengonsumsi makanan dan minuman kemasan, dikarenakan pencantuman tersebut menjamin keamanan dan kelayakan suatu produk.¹⁸ Harga juga berpengaruh terhadap minat beli, karena konsumen muslim akan berminat untuk membeli produk makanan dan

¹⁵ Bintang Muhammad Irsyad dan Rivera Pantro Sukma, "Intermediasi Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing dan Citra Merek", *Eduturisma an International Journal of Tourism and Education*, Vol. 7 No. 2, (2023), hal. 1

¹⁶ Daniel Joel Immanuel Kairupan dan Yuda Fakhri, "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli pada Aplikasi Tiktok Shop", *JEB*, Vol. 18 No. 1, (2024), hal. 28

¹⁷ Sri Ernawati dan Iwan Koerniawan, "Pengaruh Label Halal dan Kesadaran Halal terhadap Minat Pembelian Konsumen pada Produk UMKM di Kota Bima", *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 16 No. 1, (2023), hal. 210

¹⁸ Suci Ramadhani Putri dan Sonja Andarini, "Persepsi Pencantuman Label Halal, Label BPOM, dan Tanggal Kadaluarsa Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Minuman Ready to Drink di Surabaya", *I-Economics: A Research Journal on Islamic Economics*, Vol. 8 No. 1, (2022), hal. 3

minuman kemasan apabila harganya cocok.¹⁹ Setiap konsumen muslim pasti mempunyai minat beli yang berbeda-beda, tergantung dari keinginannya.

Menurut Marlius et al., keputusan konsumen merupakan tindakan yang dilakukan konsumen dalam memutuskan sebuah produk yang dianggap menjadi solusi dari kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut.²⁰ Menurut Rukmayanti dan Fitriana, faktor yang memengaruhi keputusan pembelian adalah harga dan kualitas produk.²¹ Perusahaan terus berusaha membuat produk berkualitas tinggi dan membuatnya mampu bersaing dengan perusahaan lain. Faktor harga produk juga menjadi salah satu faktor yang ditangani oleh manajemen pemasaran.²² Perilaku konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu budaya, sosial, dan psikologis. Keanekaragaman budaya, lingkungan sosial, dan psikologis seseorang memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Menurut Kotler, selain dari pihak sekitar yang memengaruhi dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen lebih dulu terdorong oleh rangsangan pasar seperti produk, harga, promosi, dan distribusi.²³ Rangsangan pasar terkait produk makanan dan minuman kemasan seperti label halal dan izin edar menjadi pertimbangan sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian.

¹⁹ Rizqy Tsaniya dan Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt”, *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, Vol. 5, (2022), hal. 34

²⁰ Firmansyah Tonda et al., “Pengaruh Promosi dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran)”, *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital (JPMD)*, Vol. 2 No. 3, (2024), hal. 182

²¹ Ahmad Gozali, “Literature Review: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen”, *Jurnal Jubisma*, Vol. 6 No. 1, (2024), hal. 1

²² *ibid*, hal. 1

²³ Eka Purna Yudha et al., “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Shopee”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, Vol. 11 No. 1, (2024), hal. 242

Dari banyaknya populasi penduduk muslim di Indonesia, mayoritas penduduk didominasi oleh generasi Z. Generasi ini lahir pada tahun 1997 hingga 2012, saat ini generasi Z berada dalam usia 11 hingga 27 tahun. Konsumen muslim dalam rentang usia tersebut masih berada pada fase mengenyam pendidikan formal dan non formal. Salah satu konsumen muslim yang sedang mengenyam pendidikan formal adalah mahasiswa. Dalam lingkungan masyarakat, mahasiswa dianggap sebagai kaum intelektual yang memiliki potensi besar untuk perubahan positif. Dilihat dari kemampuan untuk mencerna informasi, mahasiswa adalah orang yang dapat mencerna informasi dengan baik, termasuk memilih dan memilah produk-produk yang akan dikonsumsi. Provinsi Jawa Timur menduduki peringkat kedua dengan jumlah mahasiswa terbanyak di Indonesia, dengan 1.13 juta mahasiswa atau 10.53% dari total mahasiswa Indonesia.²⁴

Jika di ranah pendidikan formal ada mahasiswa, maka di ranah pendidikan non formal ada santri, yang menjadi salah satu konsumen muslim. Nama santri dipakai untuk orang yang belajar di pondok pesantren. Pondok pesantren berperan penting dalam mentransformasi nilai-nilai keagamaan pada masyarakat.²⁵ Santri diharapkan dapat mengimplementasikan nilai-nilai agama Islam dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam kegiatan konsumsi. Santri harus lebih selektif dalam memilih dan memilah produk-produk untuk

²⁴ Agnes Z. Yonathan, "10 Provinsi dengan Jumlah Mahasiswa Terbanyak", diakses melalui <https://data.goodstats.id/statistic/10-provinsi-dengan-jumlah-mahasiswa-terbanyak-hdsM7>, pada 03 September 2024

²⁵ Yudhi Fachrudin, "Model Pembinaan Karakter Santri dalam Pendidikan Pesantren", *Jurnal Dirasah*, Vol. 3, (2020)

dikonsumsi. Mengonsumsi makanan dan minuman sesuai syariat Islam bertujuan untuk memaksimalkan *maslahah* (kebaikan).²⁶ Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang merupakan salah satu pondok pesantren tertua dan terbesar di Provinsi Jawa Timur. Pondok Pesantren ini, memiliki puluhan lembaga pendidikan dengan santri berjumlah lebih dari 15 ribu.²⁷ Saat ini Alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang tersebar di berbagai wilayah, baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

Berdasarkan adanya pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji secara mendalam apakah mahasiswa yang notabenenya alumni pondok pesantren mencari informasi terlebih dahulu dengan melihat label halal, izin edar, dan harga pada produk makanan dan minuman kemasan. Agar dapat mengetahui lebih jelas disertai bukti ilmiah, maka perlu dilakukan penelitian ilmiah mengenai pengaruh labelisasi halal, izin edar, dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan dengan minat beli sebagai variabel intervening. Peneliti akan melakukan penelitian dengan menjadikan mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang sebagai objek. Penelitian akan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner pada sampel mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang. Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul **“Pengaruh Labelisasi Halal, Izin**

²⁶ Zulkifli Rusby, *Ekonomi Islam*, (Riau: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR, 2017), hal. 35

²⁷ Zahwa Nailarri'fa Annabila, “Alasan Santri Jadikan Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas sebagai Primadona”, diakses melalui <https://www.google.com/amp/s/jombang.nu.or.id/amp/daerah/alasan-santri-jadikan-pesantren-bahrul-ulum-tambakberas-sebagai-primadona-yVnmb>, pada 04 September 2024

Edar, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman Kemasan dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa di Jawa Timur Alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi identifikasi masalah peneliti yaitu:

1. Label halal memengaruhi minat beli konsumen muslim untuk mengonsumsi makanan dan minuman kemasan, karena kehalalan suatu produk yang dikonsumsi sangat penting dalam Islam. Namun terkadang minat beli atau keinginan yang tinggi membuat konsumen muslim tidak memperhatikan label halal ketika memutuskan untuk membeli produk makanan dan minuman kemasan.
2. Izin edar memengaruhi minat beli konsumen muslim untuk mengonsumsi makanan dan minuman kemasan, karena pencantuman izin edar sangat penting untuk menjamin produk aman dikonsumsi. Namun minat beli atau keinginan yang tinggi membuat konsumen muslim tidak memperhatikan izin edar ketika memutuskan untuk membeli produk makanan dan minuman kemasan.
3. Harga memengaruhi minat beli konsumen muslim untuk mengonsumsi makanan dan minuman kemasan, karena apabila harga produk cocok dengan kualitas yang didapat, maka konsumen muslim akan memutuskan

untuk membelinya. Namun minat beli atau keinginan yang tinggi membuat konsumen muslim tidak memperhitungkan harga ketika memutuskan untuk membeli produk makanan dan minuman kemasan.

4. Beberapa pengusaha makanan dan minuman kemasan masih ada yang belum mencantumkan label halal pada produk makanan dan minuman kemasan, hal tersebut membuat beberapa konsumen muslim lebih waspada saat memutuskan untuk membeli produk makanan dan minuman kemasan. Konsumen muslim terkadang tidak terlalu memperhatikan label halal saat memutuskan untuk membeli produk makanan dan minuman kemasan, padahal masih ada produk dipasaran yang belum mencantumkan label halal pada kemasannya.
5. Beberapa pengusaha makanan dan minuman kemasan masih ada yang belum memiliki izin edar pada produk makanan dan minuman kemasan, hal tersebut membuat beberapa konsumen muslim lebih waspada saat memutuskan untuk membeli produk makanan dan minuman kemasan, karena berefek pada kesehatan konsumen muslim. Konsumen muslim terkadang tidak terlalu memperhatikan izin edar saat memutuskan untuk membeli produk makanan dan minuman kemasan, padahal masih ada produk dipasaran yang belum memiliki izin edar pada produknya.
6. Saat memutuskan untuk membeli produk makanan dan minuman kemasan, konsumen muslim terkadang tidak mempertimbangkan harga produk makanan dan minuman kemasan sesuai dengan tingkat kebutuhannya. Kadang kala ada konsumen muslim yang memilih harga jauh lebih murah

atau harga jauh lebih mahal, namun tidak memikirkan manfaat yang terkandung dari produk makanan dan minuman untuk kesehatan tubuh.

7. Ketika konsumen muslim memiliki minat beli yang tinggi untuk melakukan pembelian, maka akan memutuskan untuk membeli produk makanan dan minuman kemasan. Begitu pula sebaliknya, ketika konsumen muslim memiliki minat beli yang rendah untuk melakukan pembelian, maka akan memutuskan untuk tidak membeli produk makanan dan minuman kemasan.
8. Ketika konsumen muslim menginginkan suatu produk makanan dan minuman kemasan, konsumen muslim cenderung akan mencari informasi terlebih dahulu mengenai kehalalan produk tersebut, yaitu mengecek label halal sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli.
9. Ketika konsumen muslim menginginkan suatu produk makanan dan minuman kemasan, konsumen muslim cenderung akan mencari informasi terlebih dahulu mengenai keamanan produk tersebut, yaitu mengecek izin edar sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli.
10. Ketika konsumen muslim menginginkan suatu produk makanan dan minuman kemasan, konsumen muslim cenderung akan mencari informasi terlebih dahulu mengenai harga produk tersebut sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk makanan dan minuman kemasan pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang?
2. Apakah izin edar berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk makanan dan minuman kemasan pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk makanan dan minuman kemasan pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang?
4. Apakah labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang?
5. Apakah izin edar berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang?
6. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang?

7. Apakah minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang?
8. Apakah labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan dengan minat beli sebagai variabel intervening pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang?
9. Apakah izin edar berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan dengan minat beli sebagai variabel intervening pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang?
10. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan dengan minat beli sebagai variabel intervening pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh signifikan labelisasi halal terhadap minat beli produk makanan dan minuman kemasan pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang.

2. Untuk menguji pengaruh signifikan izin edar terhadap minat beli produk makanan dan minuman kemasan pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang.
3. Untuk menguji pengaruh signifikan harga terhadap minat beli produk makanan dan minuman kemasan pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang.
4. Untuk menguji pengaruh signifikan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang.
5. Untuk menguji pengaruh signifikan izin edar terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang.
6. Untuk menguji pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang.
7. Untuk menguji pengaruh signifikan minat beli terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang.
8. Untuk menguji pengaruh signifikan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan dengan minat beli

sebagai variabel intervening pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang.

9. Untuk menguji pengaruh signifikan izin edar terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan dengan minat beli sebagai variabel intervening pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang.
10. Untuk menguji pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan dengan minat beli sebagai variabel intervening pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang.

E. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang terkait atau membutuhkan informasi dan data yang terkait dengan penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan informasi kepada Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dan informasi yang berhubungan dengan pengaruh labelisasi halal, izin edar, dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan dengan minat beli sebagai variabel intervening pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang.

2. Manfaat Secara Praktis

a. Bagi Pengusaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh labelisasi halal, izin edar, dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan, sehingga dapat menambah pengetahuan dan pemahaman pengusaha mengenai pentingnya mencantumkan label halal dan izin edar pada kemasan dan memberi harga sesuai kualitas produk.

b. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman bagi konsumen muslim agar lebih memperhatikan tentang labelisasi halal, izin edar, dan harga sebelum memutuskan untuk membeli produk makanan dan minuman kemasan, dengan tujuan mendapatkan manfaat dan berkah dari kegiatan konsumsi.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi peneliti selanjutnya, sebagai acuan dan masukan terkait permasalahan labelisasi halal, izin edar, dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan dengan minat beli sebagai variabel intervening pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup merupakan batasan yang memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian agar lebih efektif. Adapun yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini terdiri dari:

- a. Variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang menyebabkan munculnya variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel independen atau bebas adalah labelisasi halal (X_1), izin edar (X_2), dan harga (X_3).
- b. Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat adalah keputusan pembelian (Y).
- c. Variabel intervening (*mediating*) adalah variabel yang dapat memengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel intervening atau *mediating* adalah minat beli (Z).

2. Keterbatasan Penelitian

Agar penelitian tidak terlalu meluas, peneliti akan memberikan batasan terhadap penelitian ini dengan rumusan sebagai berikut:

- a. Penelitian hanya dilakukan pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang.
- b. Penelitian hanya dilakukan pada produk makanan dan minuman kemasan seperti: kemasan plastik, kaleng, kaca, dan lain sebagainya,

bukan produk makanan dan minuman yang harus diolah terlebih dahulu oleh penjual.

- c. Penelitian dilakukan pada produk makanan dan minuman kemasan yang ada di toko kelontong, supermarket, dan sejenisnya.
- d. Permasalahan yang dikaji hanya berfokus pada pengaruh labelisasi halal, izin edar, dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan dengan minat beli sebagai variabel intervening pada mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang.

G. Penegasan Istilah

Untuk menghindari salah pengertian dalam penelitian ini, maka dikemukakan penegasan istilah, sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

a. Labelisasi Halal

Label halal adalah tanda kehalalan suatu produk, termasuk produk makanan dan minuman kemasan.²⁸ Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.²⁹

²⁸ Muhammad Fahmul Iltiham dan Muhammad Nizar, *Label Halal Bawa Keberkahan*, (Pasuruan: Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan, 2019), hal. 30

²⁹ *ibid*, hal. 59

b. Izin Edar

Izin edar adalah bentuk persetujuan pendaftaran obat dan makanan yang diberikan oleh Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan untuk dapat diedarkan di wilayah Indonesia.³⁰

c. Harga

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.³¹

d. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian.³²

e. Minat Beli

Minat beli merupakan dorongan positif ketika konsumen melihat suatu produk atau jasa dan timbulah sikap positif terhadap produk tersebut.³³

2. Definisi Operasional

Penegasan operasional pada penelitian ini membahas tentang “Pengaruh Labelisasi Halal, Izin Edar, dan Harga terhadap Keputusan

³⁰ Badan Pengawas Obat dan Makanan, *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 15 Tahun 2020 tentang Perubahan atas Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2017 tentang Pengawasan Pemasukan Obat dan Makanan ke dalam Wilayah Indonesia*, Jakarta

³¹ Edwin Zusrony, *Perilaku Konsumen di Era Modern*, (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021), hal. 128

³² *ibid*, hal. 35

³³ Bobby Hartanto dan Leni Indriyani, *Minat Beli di Marketplace Shopee*, (Tebing Tinggi: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), hal. 16

Pembelian Produk Makanan dan Minuman Kemasan dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa di Jawa Timur alumni Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang yang membahas mengenai pengambilan keputusan pembelian produk makanan dan minuman kemasan yang dipengaruhi oleh labelisasi halal, izin edar, dan harga dengan minat beli sebagai variabel intervening.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Penelitian ini disusun sebagai tugas akhir dalam bentuk skripsi. Dalam bagian ini berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas pada setiap bab dalam penelitian. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagian Awal, terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

Bagian Utama, terdiri dari:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang pendahuluan yang terdiri dari: (a) latar belakang masalah, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) manfaat penelitian, (f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (g) penegasan istilah, (h) sistematika penulisan skripsi.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang terdiri dari: (a) teori konsumsi (b) teori perilaku konsumen (c) teori yang membahas tentang keputusan pembelian, (d) teori yang membahas tentang minat beli, (e) teori yang membahas tentang labelisasi halal, (f) teori yang membahas tentang izin edar, (g) teori yang membahas tentang harga, (h) kajian penelitian terdahulu, (i) kerangka konseptual, (j) hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang metode yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari: (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi, sampling, dan sampel penelitian, (c) sumber data, variabel dan skala pengukuran, (d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, (e) teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis.

BAB V: PEMBAHASAN HASIL

Pada bab ini menjelaskan tentang pembahasan dari hasil penelitian yang telah diperoleh. Menjelaskan temuan-temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian.

BAB VI: PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan tentang penutup yang berisi kesimpulan berdasarkan penelitian dan saran berkaitan dengan penelitian.

Bagian Akhir, terdiri dari: daftar pustaka, lampiran-lampiran untuk meningkatkan validitas isi skripsi, surat pernyataan keaslian tulisan, bukti kendali bimbingan skripsi, dan biodata diri.