

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peran UKM telah teraktualisasi sejak masa krisis sampai saat sekarang ini. Selama masa krisis hingga saat ini, keberadaan UKM mampu menjadi motor penggerak utama ekonomi Indonesia. Terutama ketika krisis kegiatan investasi dan pengeluaran pemerintah sangat terbatas, maka pada saat itu peran UKM sangat besar dalam membantu perekonomian rakyat.

Definisi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai beberapa variasi. Beberapa lembaga di Indonesia mempunyai definisi tersendiri mengenai UKM, bahkan Undang-Undang memiliki pengertian tersendiri. Berikut ini pengertian UKM Menurut UU No. 20 tahun 2008 Usaha Kecil dan Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang memiliki kriteria usaha sebagai berikut:

1. Usaha Kecil : Memiliki kekayaan bersih lebih dari 50 juta sampai dengan 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan pertahun lebih dari 300 juta sampai 2,5 miliar.
2. Usaha Menengah : Memiliki kekayaan bersih lebih dari 500 juta sampai 10 miliar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki omzet atau penjualan pertahun lebih dari 2,5 miliar sampai 500 miliar.

Sumatera Barat adalah sebuah daerah yang terkenal dengan penduduknya yang berjiwa wirausaha tinggi. Salah satu kota di Sumatera Barat yang mempunyai jiwa wirausaha tinggi tersebut adalah kota Payakumbuh. UKM di Kota Payakumbuh banyak bergerak diberbagai jenis bidang usaha, salah satu jenis usahanya adalah menghasilkan produk pangan, banyak sekali produk pangan olahan yang ditawarkan oleh pelaku UKM di Kota Payakumbuh. Menurut sumber data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Tenaga Kerja Kota Payakumbuh tahun 2016, jumlah industri makanan dari tahun 2012-2016 di Kota Payakumbuh terus meningkat, seperti pada tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1
Peningkatan Jumlah Industri Makanan di Kota Payakumbuh

No	Tahun	Jumlah
1	2012	424
2	2013	527
3	2014	554
4	2015	572
5	2016	679

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Payakumbuh Tahun 2016

Peningkatan jumlah UKM di Kota Payakumbuh ini tidak di ikuti oleh peningkatan kualitas dari produk yang dihasilkan. Sebagian besar dari produk hanya dibungkus dengan plastik putih transparan dan tidak menggunakan merk atau label apapun. Hanya ada beberapa varian produk saja yang menggunakan label pada kemasan.

Label adalah unsur dari atribut produk yang berguna sebagai media penyampaian informasi oleh produsen kepada konsumen mengenai produk yang dihasilkannya. Label merupakan salah satu unsur yang penting ada pada produk,

akan tetapi tidak semua produk UKM memiliki desain yang kreatif, inovatif, dan kurang menarik bagi konsumen. Salah satu unsur label yang dianggap penting bagi konsumen di Indonesia adalah label halal, karena 87,17% dari penduduk di Indonesia menganut agama Islam yang menjadi pasar potensial bagi UKM (BPS, 2010). Hal itulah yang menjadi alasan UKM mencantumkan label halal pada produknya, karena menurut Sukesti dan Budiman (2014) umat muslim merupakan salah satu konsumen terbesar harus dilindungi dari produk yang diduga mengandung bahan atau proses produksi yang tidak halal sesuai dengan hukum Islam.

Dalam bahasa Arab halal artinya diperbolehkan. Dengan adanya label halal ini, konsumen muslim dapat memastikan produk mana saja yang boleh dikonsumsi. Karena Dalam syariat Islam tidak diperkenankan bagi seorang muslim untuk mengkonsumsi produk yang memiliki kandungan atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan syariat Islam. Menurut Abdul, Ismail, Hashim, dan Johari (2009) halal mengacu sifat, asal, metode pengolahan makanan, dan cara memperolehnya yang sah menurut lembaga yang sah disampaikan melalui label halal pada kemasan.

Di Indonesia lembaga yang berwenang menerbitkan sertifikasi halal dinamakan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Dalam penelitian Kurniawan, Sutrisno, dan Martini (2014) menjelaskan ada beberapa proses yang harus dilalui oleh produsen dalam mendapatkan penerbitan fatwa halal/sertifikat halal. Dengan demikian produk-produk yang tidak mencantumkan label halal pada kemasannya dianggap

belum mendapat persetujuan dari LPPOM-MUI untuk diklasifikasikan kedalam daftar produk halal atau dianggap masih diragukan kehalalannya. Label halal tersebut akan membuat konsumen dari kalangan muslim berhati-hati dalam memutuskan untuk mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi produk-produk yang tidak memiliki label halal pada kemasannya.

Pemahaman yang semakin baik tentang keagamaan (*religiosity*) menjadikan seorang konsumen muslim lebih selektif dalam memutuskan produk yang akan dikonsumsi. Menurut perspektif Islam, *religiosity* merupakan perbuatan melakukan aktivitas ekonomi, sosial, politik atau aktivitas apapun dalam rangka beribadah kepada Allah SWT. Jadi, semakin seorang Muslim tersebut memberikan perhatian lebih terhadap keagamaan atau *religiosity*, maka setiap aktivitas yang akan dilakukan akan berlandaskan ketentuan yang telah diatur dalam agamanya.

Menurut Abdul, et al., (2009) dalam memutuskan pembelian seorang pembeli akan mencari informasi mengenai produk yang akan dibelinya, apakah halal dan bisa untuk dikonsumsi oleh umat Muslim. Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari pengintegrasian ini yang merupakan jadi pilihan oleh konsumen dalam memutuskan pembelian. Bagi umat Muslim label halal adalah salah satu yang menjadi pertimbangan dalam menentukan keputusan pembelian.

Di Kota Payakumbuh banyak sekali UKM yang menghasilkan produk makanan. Sebagian besar produk makanan UKM tersebut tidak menggunakan

label halal namun produk makanan tersebut juga tidak kalah bersaing dengan produk makanan UKM lainnya yang menggunakan label halal. Sebelumnya penulis juga telah melakukan survei pendahuluan kepada 15 orang mahasiswa yang beragama Islam mengenai label halal dan *personal religiosity*, 9 dari 15 orang konsumen mengatakan mengetahui tentang hukum dan kewajiban mengkonsumsi makanan halal, dan dari segi agama label halal itu penting baginya untuk dapat mengetahui apakah produk tersebut memang terbuat dari bahan baku yang halal, proses produksi yang halal, dan proses pengemasan hingga pemasaran yang halal kepada konsumen. Sehingga konsumen tersebut merasa aman mengkonsumsi produk makanan tersebut baik secara jasmani maupun rohani.

Dengan keadaan-keadaan yang seperti itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap produk makanan UKM di Kota Payakumbuh. Penulis ingin menganalisa pengaruh label halal dan *personal religiosity* terhadap *purchase decision* produk makanan UKM di Kota Payakumbuh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan sampel mahasiswa yang berdomisili di Kota Payakumbuh. Karena hasil penelitian yang akan diperoleh dalam penelitian ini akan lebih akurat sebab sampel yang diambil merupakan salah satu golongan konsumen terbesar dan dianggap memiliki kepribadian yang lebih kompleks dalam mengkonsumsi suatu produk khususnya produk makanan. Dalam penelitian ini diberikan batasan bahwa produk makanan dalam kemasan yang dimaksud adalah hanya produk-produk UKM yang diproduksi di Kota Payakumbuh. Dari latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai "**Pengaruh**

Label Halal dan *Personal Religiosity* terhadap *Purchase Decision* Produk Makanan UKM di Kota Payakumbuh“.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, masalah penelitian yang dikembangkan disini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh label halal pada kemasan terhadap *purchase decision* produk makanan UKM?
2. Bagaimana pengaruh *personal religiosity* terhadap *purchase decision* produk makanan UKM?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk menjawab rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, yaitu :

1. Menganalisis pengaruh label halal pada kemasan terhadap *purchase decision* produk makanan UKM.
2. Menganalisis pengaruh *personal religiosity* terhadap *purchase decision* produk makanan UKM.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi pihak-pihak berikut :

1. Manfaat Akademis

Dapat memberikan manfaat dalam pengembangan dan memperdalam ilmu manajemen, serta menjadi sumbangan referensi ilmiah untuk program studi manajemen khususnya konsentrasi bidang kewirausahaan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan positif bagi wirausahawan dan UKM, untuk masalah pelabelan, khususnya label halal.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai pengaruh label halal dan *personal religiosity* terhadap *purchase decision* produk makanan UKM di Kota Payakumbuh oleh mahasiswa di Kota Payakumbuh.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berisi tentang landasan teori mengenai variabel-variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran dan hipotesis

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, operasional variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan isi pokok dari penelitian yang berisi deskripsi objek penelitian, analisis data, pembahasan dan implementasi hasil penelitian sehingga dapat diketahui hasil analisis yang diteliti mengenai hasil pengujian hipotesis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran bagi penelitian berikutnya.

