

BAB I

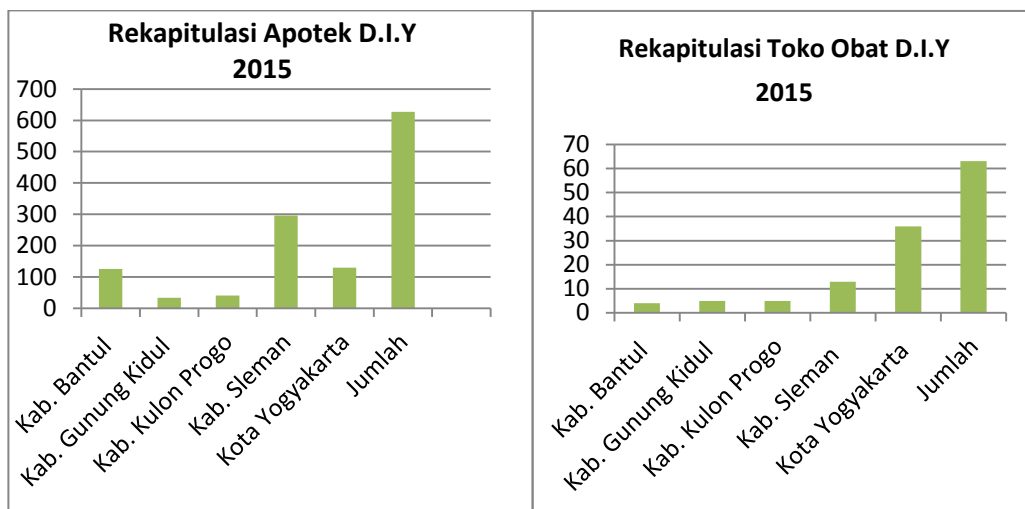
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara Indonesia adalah negara dengan jumlah konsumen Muslim yang cukup besar, tercatat dengan angka 207.176.162 penduduk yang memeluk agama Islam. Jumlah ini setara dengan 87.18% dari total penduduk Indonesia (BPS, 2015). Karena Islam merupakan agama yang universal, ajarannya mencakup seluruh aspek kehidupan setiap umat manusia yang berlaku di setiap tempat dan masa, semuanya diatur dan bersumber dari wahyu Allah SWT. Segala aktivitas manusia dalam menjalankan kehidupan di dunia ini telah memiliki standarisasi yang tertata dalam hukum syariah, dan menjadikan hukum tersebut pedoman dalam menjalankan kehidupan sehari-hari, oleh karena itu ketetapan Allah SWT adalah kewajiban bagi setiap manusia.

Manusia merupakan makhluk ciptaan Allah SWT yang paling sempurna (insan kamil). Allah menciptakan manusia dengan berbagai macam bentuknya karena Allah mempunyai sifat yang maha berkehendak, maka dari itu Allah menciptakan kondisi manusia dengan bermacam macam kebutuhan untuk menjaga kelangsungan hidupnya. Kebutuhan adalah segala sesuatu yang diperlukan manusia untuk mencapai kesejahteraan. Manusia membutuhkan sandang, pangan, papan, rasa aman, harga diri dan aktualisasi untuk hidup. Sehingga manusia menjadi konsumen, agar kebutuhan yang mereka miliki terpenuhi.

Kebutuhan manusia akan makan, minum, bukan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan dan kesenangan jasmani saja akan tetapi, lebih dari itu karena manusia harus mengemban tugas-tugas kekhalifahan yang telah diamanahkan oleh Allah akan tetapi, hal tersebut berbanding terbalik dengan jumlah produk obat bersertifikasi halal yang beredar menurut Lukmanul Hakim (2014) obat halal yang beredar di Indonesia, tidak lebih dari 1% , dari sekitar 18.401 jenis obat yang terdata dan beredar dimasyarakat, yang telah mempunyai sertifikasi halal hanya 28 jenis atau sekitar 0,15 persen. Angka tersebut sungguh sangat memperhatikan padahal jumlah apotek yang ada di wilayah Yogyakarta berjumlah sekitar 627 apotek dan 63 toko obat yang tersebar di seluruh wilayah Yogyakarta, namun melihat realita yang ada, dimana jumlah obat bersertifikasi halal masih sangat sedikit hal itu tidak sebanding dengan jumlah konsumen muslim yang ada di Yogyakarta. Walaupun tempat penjualan obat itu sendiri sudah sangat banyak khususnya di wilayah Sleman dapat dilihat pada gambar 1.1



Sumber: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (aplikasi pemetaan sarana kefarmasian)
<http://apif.binfar.depkes.go.id/index.php> diakses pada tanggal 10 Oktober 2015 08:00

Kebutuhan manusia menurut tingkat kepentingannya dapat digolongkan menjadi kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Dalam kebutuhan yang berbagai macam tersebut manusia dapat memprioritaskan kebutuhan mana yang harus didahulukan, dalam hal ini setiap manusia bebas menentukan kebutuhannya masing-masing. Oleh karena itu setiap individu tidak sama dalam menentukan kebutuhannya.

Kebutuhan dalam waktu pemenuhannya dapat di kelompokkan menjadi dua yaitu kebutuhan sekarang dan kebutuhan dimasa yang akan datang, contohnya obat bagi orang yang sakit adalah kebutuhan sekarang yang harus dipenuhi sebagai bentuk ikhtiar dalam upaya menuju proses kesembuhan, didalam hadits telah Diriwayatkan oleh Imam Bukhari di dalam shahih bukhori *Al-Jami' Ash-Shahih* 4/486, dari shahabat Abu Hurairah bahwasanya Nabi bersabda:

مَا أَنْزَلَ اللَّهُ دَاءً إِلَّا أَنْزَلَ لَهُ شِفَاءً

Artinya: “tidaklah Allah turunkan penyakit kecuali Allah turunkan pula obatnya”.

Dalam hal ini manusia sebagai makhluk ciptaan tuhan yang paling sempurna memiliki kelebihan dalam hal memilih produk yang dapat memberikan minat kepuasan tertinggi dalam memprioritaskan memilih kebutuhan baik yang dapat dirasakan secara lahir dan kebutuhan yang dapat dirasakan oleh batin. disini yang dimaksud secara lahir adalah mendatangkan manfaat atau kegunaan bagi fisik jasmaninya, dan secara batin yakni sampai pada ketenangan hati yakni tingkat kepuasan.

Dalam hal tersebut perilaku minat konsumen dalam menjadikan suatu prioritas pilihan utama yakni dipengaruhi oleh faktor-faktor dari dalam individu (internal) dan faktor lingkungan (eksternal). Salah satu faktor internal yang mempengaruhi perilaku dalam pengambilan keputusan pembelian adalah

keyakinan yang bisa di sebut faktor religiuitas. Aspek religiutas ini dapat dikatakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan pembelian pada produk halal menurut Delener (1994). “*Religious contracts in consumer decision behavior patterns: their dimensions and marketing implications*”. Secara umum dalam pengambilan keputusan pembelian produk obat sangat jarang mempertimbangkan kehalalannya baik dalam segi kemasan maupun kandungan dalam obat tersebut.

Maka dalam hal ini akan dibahas tentang pengaruh label halal, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian obat yang dijual secara bebas (*Over The Counter*) dengan mengguankan subjek mahasiswa dan mahasiswi pondok pesantren Universitas Islam Indonesia dengan alasan karena mahasiswa dan mahasiswi tersebut terdiri dari semua bidang studi yang ada di Pondok Pesantren Universitas Islam Indonesia, disamping itu juga mahasiswa yang berdomisili di pondok pesantren cenderung lebih memahami pengetahuan agama dan cenderung mempunyai keseimbangan dalam keilmuwan, baik pengatahuan agama maupun umum.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut di atas, maka dalam hal ini peneliti mengidentifikasi beberapa masalah pokok yang akan dibahas, sehingga muncul pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian obat bebas (OTC)?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian obat bebas (OTC)?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian obat bebas (OTC)?
4. Apakah label halal, promosi dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian obat bebas (OTC)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian obat bebas (OTC)
2. Untuk menganalisis promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian obat bebas (OTC)
3. Untuk menganalisis harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian obat bebas (OTC)
4. Untuk menganalisis variabel label halal, promosi dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian obat bebas (OTC) yang bersertifikasi halal

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Memberikan sumbangan pemikiran untuk kepentingan pendidikan dan pengajaran dalam upaya pengembangan ilmu pengetahuan dibidang ekonomi islam yang berhubungan dengan perilaku konsumen muslim dalam pembelian obat bebas (OCT) yang bersertifikasi halal

2. Bagi Praktisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang baru dan lebih mendalam tentang persepsi akan variabel label halal, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian obat bebas (OTC). Sebagai pertimbangan dalam melakukan kegiatan ekonomi agar sesuai dengan syariat islam

E. Sistematika Pembahasan

Keputusan pembelian akan obat bebas (OCT) yang berertifkasi halal masih jarang, padahal di dalam sertifikasi halal bukan hanya mencakup makanan, dan minuman saja akan tetapi terdapat obat dan kosmetik dalam hal ini peneliti ingin menganalisis apakah label halal, promosi dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian obat bebas (OTC). Berikut ini adalah sistematika pembahasannya secara lengkap :

Bab I berisi pendahuluan, pada bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan. Dari keseluruhan sub bab tersebut nantinya akan diperoleh berbagai hal yang digunakan untuk kajian pustaka dan landasan teori pada bab selanjutnya.

Bab II berisi kajian pustaka terhadap penelitian terdahulu yang dapat menjadi gambaran pada penelitian ini, selain itu terdapat landasan teori. Pada bab ini penyusun terlebih dahulu akan mencari berbagai macam literatur terdahulu yang mengkaji atau meneliti berbagai hal mengenai pengaruh label halal, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian obat. Dari kajian pustaka dan landasan teori tersebut sehingga nantinya akan dijadikan ebagai bahan pertimbangan dalam penelitian.

Bab III berisi metodologi penelitian, dalam bab ini akan diuraikan antara lain mengenai Desain Penelitian, Lokasi dan Objek Penelitian, Waktu Penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan Teknik analisis data. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan metode deskripsif yang digunakan untuk mengkaji dan mengukur nilai atau rata-rata dari hasil uji pengaruh label halal, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian obat bebas (OCT).

Bab IV berisi hasil penelitian, pada bab ini juga membahas tentang analisis menyeluruh atas penelitian yang dilakukan, hasil pengumpulan data yang diinterpretasikan dan pembahasan yang dikaji secara mendalam hingga tercapai hasil analisis yang dapat mendeskripsikan variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian obat bebas (OCT), sehingga dari hasil tersebut dapat dijadikan sebagai jawaban dari permasalahan.

Bab V berisi penutup, pada bab ini membahas kesimpulan penelitian yang merupakan jawaban dari perumusan masalah dalam penelitian. Selain itu juga berisi saran dari penyusun yang berhubungan dengan objek dan tujuan penelitian serta analisis yang telah dilakukan.

