

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Data statistik sensus penduduk menurut wilayah dan agama yang dianut di Indonesia pada tahun 2010 hingga 2016 menunjukkan “bahwa penduduk Indonesia yang beragama Islam mencapai kurang lebih 207.176.162 juta jiwa atau 87,21% dari total populasi di Indonesia yang berjumlah 237.641.326 juta jiwa”.¹ Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslim menduduki potensi yang besar bagi pasar halal. Tak diragukan lagi, mulai banyak produsen yang bersaing untuk mencanangkan label halal pada produk-produk pangannya. Label halal baru diwajibkan kepada pengusaha pada tahun 1996. Peraturan ini muncul setelah dilihat pentingnya sertifikasi halal untuk melindungi kepentingan umat Islam di Indonesia. Produk-produk dari luar negeri pun harus diseleksi dan bagi yang lolos, wajib mencantumkan label halal.² Seiring dengan pesatnya perkembangan media informasi juga, arus informasi yang dapat diperoleh produsen akan semakin banyak dan turut pula mempengaruhi pola produksi mereka.

Ada banyak fenomena tentang produsen yang tidak sesuai prosedur bisnis yang semestinya. Sebagai produsen seharusnya memberikan pelayanan

¹ Badan Pusat Statistik di kutip dari <https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321> diakses pada hari Kamis tanggal 15 Februari 2018 jam 09.00 WIB.

² Lies Afronyati, “Analisis Ekonomi Politik Sertifikasi Halal oleh Majelis Ulama Indonesia”, *Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik (JKAP)*, Vol 18, No 1, (Mei 2014), hlm. 37.

yang terbaik untuk para konsumennya yang menikmati hasil dari produksinya. Ada beberapa fenomena yang terjadi salah satunya adalah produsen suplemen makanan PT. Pharos Indonesia menarik produknya, Viostin DS lantaran berisi zat yang dianggap membahayakan kesehatan. Keputusan itu dilakukan setelah Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) menyebut Viostin DS terkontaminasi DNA babi.³ Fenomena lain yang terjadi di kawasan Tebet, Jakarta Selatan, bahwa ditemukan makanan yang mengandung boraks (zat yang berbahaya) pada salah satu minimarket.⁴ Fenomena lain yang terjadi di Jalan Pandan Wangi 75, Sidoharjo, Lamongan, Jawa Timur, bahwa petugas Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) Surabaya, bersama aparat Polres Lamongan menggrebek toko jamu tradisional yang berada di Surabaya, petugas juga menemukan kosmetik mengandung merkuri yang membahayakan kulit.⁵

Melihat fenomena yang ada, Indonesia mulai bergerak lebih banyak untuk memulai sertifikasi halal. Mulai diberbagai produk makanan dan minuman hingga merambah ke berbagai produk lainnya seperti produk obat-obatan dan berbagai macam produk kecantikan atau kosmetik. Tidak hanya

³ news.metrotvnews, “Produsen Tarik Produk Viostin DS” dikutip dari <http://news.metrotvnews.com/peristiwa/dN6r8MpN-produsen-tarik-produk-viostin-ds> diakses pada hari Rabu tanggal 07 Februari 2018 jam 07.37 WIB.

⁴ News Liputan 6, “Razia Minimarket di Tebet, Petugas Temukan Makanan yang Mengandung boraks”, dikutip dari <http://www.liputan6.com/tag/boraks> diakses pada hari Ahad tanggal 24 Desember 2017 jam 14.08 WIB.

⁵ News Liputan 6, “BPOM Surabaya Grebek Pabrik Jamu dan Kosmetik Berbahaya”, dikutip dari <http://www.liputan6.com/tag/kosmetik-berbahaya> diakses pada hari Ahad tanggal 24 Desember 2017 jam 14.37 WIB.

itu, berbagai macam produk yang dikonsumsi baik produk untuk konsumsi dalam negeri, maupun produk-produk impor selalu diperhatikan dan wajib melakukan sertifikasi halal. Hal itulah yang mendorong pendirian Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI).

Menurut Basu “faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya omzet penjualan, dibagi menjadi dua faktor yaitu, *pertama*, faktor internal. Yaitu faktor yang dikendalikan oleh pihak-pihak perusahaan, pada umumnya faktor internal adalah: a. Kemampuan perusahaan untuk mengelola produk yang akan dipasarkan, b. Kebijakan harga dan promosi yang digariskan perusahaan, c. kebijakan untuk memilih perantara yang digunakan. *Kedua*, faktor eksternal, yaitu faktor yang tidak dapat di kendalikan oleh perusahaan pada umumnya adalah: a. Perkembangan ekonomi perdagangan baik nasional maupun perdagangan moneter, b. Kebijakan pemerintah di bidang ekonomi, perdagangan dan moneter, c. Suasana persaingan pasar”.⁶

Dari beberapa faktor di atas ada faktor kebijakan pemerintah di bidang perdagangan yang salah satunya mewajibkan mencantumkan label halal pada produk, faktor kualitas produk, dan harga yang mempengaruhi naik atau turunnya penjualan. Dari sini peneliti akan mencoba menerangkan tentang bagaimana pengaruh persepsi sertifikat halal, kualitas produk, dan

⁶ Swastha, Basu. ” *Manajemen Pemasaran Modern Edisi II*”. (Yogyakarta: Liberty, 1998) hlm. 197.

harga pada catering Aqiqah Nurul Hayat untuk meningkatkan tingkat penjualannya.

Penelitian ini khususnya untuk wilayah catering Aqiqah Nurul Hayat baik konsumen maupun produsen, karena catering Aqiqah Nurul Hayat merupakan salah satu catering yang terbesar di Indonesia. Penelitian ini diadakan karena konsumen dan produsen berperan penting dalam meningkatkan penjualan apakah itu dari sertifikat halal sebagai kebijakan pemerintah dalam bidang perdagangan ataupun kualitas produk dan harga produk untuk meningkatkan penjualan. Berkaitan dengan hal itu, apakah para produsen dan konsumen catering merasakan peningkatan penjualan atau sebaliknya, atau adakah faktor-faktor lain yang mempengaruhi peningkatan penjualan pada catering Aqiqah Nurul Hayat tersebut.

Dari latar belakang masalah diatas maka penyusun akan membahas dan melakukan penelitian ini khususnya pada konsumen dan produsen catering Aqiqah Nurul Hayat dengan judul ***“Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan (Studi Pada Catering Aqiqah Nurul Hayat Yogyakarta)”***

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh persepsi sertifikasi halal terhadap persepsi peningkatan penjualan pada Catering Aqiqah Nurul Hayat?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kualitas produk terhadap persepsi peningkatan penjualan pada Catering Aqiqah Nurul Hayat?

3. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap persepsi peningkatan penjualan pada Catering Aqiqah Nurul Hayat?
4. Bagaimana pengaruh persepsi sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap persepsi peningkatan penjualan pada Catering Aqiqah Nurul Hayat?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh persepsi sertifikasi halal terhadap persepsi peningkatan penjualan pada catering Aqiqah Nurul Hayat.
- b. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh persepsi kualitas produk terhadap persepsi peningkatan penjualan pada catering Aqiqah Nurul Hayat.
- c. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh persepsi harga terhadap persepsi peningkatan penjualan pada catering Aqiqah Nurul Hayat.
- d. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh persepsi sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap persepsi peningkatan penjualan pada Catering Aqiqah Nurul Hayat.

2. Manfaat Penelitian

a. Teoritis

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan bisa memberikan masukan dan menambah kajian teoritis mengenai pengaruh persepsi sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap persepsi peningkatan penjualan pada catering aqiqah lain yang bersertifikat halal di Yogyakarta.

b. Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi masukan bagi para produsen jasa catering aqiqah lain untuk terus berlomba-lomba dalam kebaikan, terutama masalah sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga untuk peningkatan penjualan.

D. Sistematika Pembahasan

Penulisan tesis ini terdiri dari 5 bab terintegrasi sebagai suatu kesatuan integral yang saling berhubungan. Pembahasan sistematis dipergunakan untuk mempermudah proses penelitian, penyusun hasil penelitian, dan juga diharapkan dapat mempermudah pembaca dalam memahami isi tesis ini.

Bab I: Pendahuluan

Bab ini menguraikan latar belakang fenomena empiris yang actual dan alasan akademik serta urgensi mengapa penelitian ini perlu dilakukan. Kemudian dijabarkan rumusan masalah yang menjadi fokus, ruang lingkup

dan batasan penelitian. Selanjutnya terdapat penjelasan mengenai tujuan dan manfaat baik teoritis maupun praktis dari penelitian ini. Sistematika mengenai penulisan tesis juga dijabarkan pada bab ini.

Bab II: Telaah Pustaka, Kerangka Teori, dan Perumusan Hipotesis

Pada bab ini diuraikan telaah pustaka berupa kajian penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini baik berupa tesis, disertasi maupun jurnal penelitian local dan internasional. Setelah itu dideskripsikan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian untuk merumuskan hipotesis yang ingin diuji, beserta penjabaran hipotesis berupa jawaban sementara atas rumusan masalah yang telah diajukan dan akan diuji kebenarannya dalam proses penelitian ini.

Bab III: Metode Penelitian

Bab ini menjabarkan langkah-langkah penelitian yang dilakukan. Oleh karena penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif maka yang diketengahkan pada bab ini yakni jenis dan pendekatan penelitian, subjek penelitian, tempat atau lokasi penelitian, variabel penelitian dan pengukurannya, metode pembuatan dan uji instrument (validitas dan reabilitas), dan jalannya percobaan penelitian. Setelah itu diuraikan mengenai metode pengumpulan data dan mendeskripsikan data, metode dan alat analisis, serta model penelitian yang digunakan.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi gambaran umum responden yang diteliti. Selanjutnya dipaparkan uraian hasil penelitian berupa kondisi objektif hasil penelitian. Setelah itu, data atau informasi hasil penelitian diolah, dianalisis, ditafsirkan, dikaitkan dengan landasan teori yang telah diuraikan pada Bab II sehingga dapat diketahui secara jelas bagaimana hasil penelitian dapat menjawab permasalahan dan tujuan yang dikemukakan terdahulu serta apakah hasil penelitian ini sesuai atau tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Bab V: Penutup

Pada bab ini berisi penegasan kembali hasil analisis penelitian, berisi jawaban atas rumusan masalah dan kesimpulan singkat mengenai hasil pengujian hipotesis. Selanjutnya, terdapat subbab keterbatasan yang berisi kelemahan dari penelitian ini, dan saran yang berisi tawaran serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya dan juga pihak-pihak atau institusi-institusi yang terkait dengan penelitian.