

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehalalan produk makanan dan minuman merupakan hal yang sangat penting bagi kehidupan konsumsi umat Islam, karena setiap umat Islam wajib hukumnya mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal. Syariat Islam telah mengatur cara pemenuhan kebutuhan dan konsumsi manusia seperti dalam firman Allah Subhanahu Wata'ala yang tertera dalam Al-Qur'an Surah Al-Maidah ayat 88 berikut:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَانفُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikkan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”

Berdasarkan didalam Al-Qur'an disebutkan bahwa makanan yang halal adalah semua jenis makanan, kecuali yang secara khusus disebutkan dalam Al-Qur'an Surah Al-Maidah ayat 3 berikut:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَفَقَةُ وَالْمَوْقُودَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ
وَالنَّطِيجَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْوَاجِ ۗ ذَٰلِكُمْ
فِسْقٌ ۗ الْيَوْمَ يَبْسُ الدِّينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ ۗ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ
عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا ۗ فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ ۗ فَإِنَّ اللَّهَ
عَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: *“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”*

Ayat tersebut menjadi pedoman umat Muslim dalam mengonsumsi produk pangan (makanan atau minuman). Jika suatu makanan atau minuman tersebut jelas kehalalannya seperti yang dijelaskan didalam Al -Qur'an, maka konsumen muslim bisa dengan tenang mengonsumsi makanan atau minuman tersebut (Listyoningrum, 2012). Dalam pemilihan pangan halal dan haram akan berdampak pada pertumbuhan jasmani maupun rohani seseorang dan keluarganya. Sesuai dengan sabda Rasulullah Shallallahu 'alaihi wasallam yang menyatakan bahwa,

”....Tidak akan masuk surga orang yang dagingnya tumbuh dari (makanan) yang haram, neraka lebih pantas baginya.” (HR. Ahmad).

Purnamasari (2020) menyatakan bahwa di Indonesia saat ini tidak sedikit konsumen akan mengonsumsi atau menggunakan suatu produk tidak akan memperhatikan dahulu kehalalan dari produk tersebut. Sedangkan didalam ajaran Islam sendiri, tidak diperkenankan bagi seorang muslim untuk mengonsumsi produk-produk apabila zat yang dikandung suatu barang atau proses yang menyertainya diharamkan dalam Syari'at Islam. Pentingnya label halal bagi konsumen muslim dimaksudkan agar konsumen dapat mengetahui produk mana

saja yang boleh dikonsumsi, yakni dengan produk yang memiliki dan mencantumkan label halal dari MUI pada kemasannya. Maka setiap konsumen muslim akan lebih memilih produk yang sudah berlabel halal daripada produk lain yang tidak memiliki label halal.

Seiring dengan berkembangnya zaman, semakin beragam pula produk makanan yang beredar di pasaran, baik produk dalam negeri maupun dari luar negeri. Sisi baiknya, hal ini dapat memberikan keberagaman produk untuk dipilih sesuai dengan keinginan konsumen. Namun, dikarenakan adanya kemajuan teknologi industri makanan yang memperkenalkan kemajuan dan kerumitan bahan baku suatu produk olahan di pasaran, menyebabkan konsumen kesulitan untuk mengidentifikasi asal bahan suatu produk tersebut. Meskipun pembuatan produk tersebut sudah menggunakan teknologi modern, tetapi masih memungkinkan adanya pencampuran bahan baku atau bahan-bahan lain yang berasal dari sumber yang tidak diperbolehkan untuk konsumen muslim. Hal ini sangat dikhawatirkan, karena sering dianggap lebih ekonomis untuk memenuhi standar produk dan gaya hidup konsumen itu sendiri (Andriyani, 2019).

Kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) di bidang pangan saat ini sangat diluar akal manusia biasa. Jika dahulu pengolahan serta pemanfaatan bahan-bahan baku sangat sederhana dan apa adanya dari alam, maka sekarang manusia dengan ilmu pengetahuannya telah dapat merekayasa apa yang terdapat dalam alam, sampai hal-hal yang mikro sekalipun. Dengan demikian pengidentifikasian tentang proses dan bahan yang digunakan dalam suatu industri pangan menjadi sesuatu yang sulit.

Pada saat ini terdapat beragamnya produk pangan yang dimana masyarakat akan dengan mudah mendapatkan makanan atau minuman yang sebelumnya tidak mereka temui atau konsumsi. Oleh karena itu, masyarakat Indonesia saat ini dapat menikmati tren minuman kekinian dari hasil inovasi tersebut yaitu minuman *bubble tea* atau biasa disebut boba. *Bubble tea* merupakan minuman kombinasi teh dan susu yang berasal dari Taiwan, minuman ini mendapatkan tambahan *topping* yaitu berupa *tapioca pearl* atau boba. Namun tren ini patut dikhawatirkan, dikarenakan menurut Sedarnawati (2020), dosen Ilmu dan Teknologi Pangan Institut Pertanian Bogor sekaligus auditor halal Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI), menyatakan ada beberapa hal yang perlu diketahui yakni, ada dua bahan utama yang diperlukan untuk membuat boba, yaitu tepung tapioka dan gula aren. Jika dilihat dari komposisi bahan bakunya, pengolahan gula aren hanya melibatkan sedikit bahan kimia, yakni *Sodium Metabisulfit*. Titik kritis kehalalan zat ini dapat dikategorikan rendah. Sementara proses pembuatan gula tersebut menjadi butiran pasir perlu melalui beberapa tahapan, yaitu dari proses ekstraksi, penjernihan, evaporasi, kristalisasi, hingga pengeringan. Tahapan pada proses ini berpeluang menggunakan bahan dekolorisasi yang menggunakan karbon aktif. Biasanya karbon aktif ini berasal dari hasil tambang atau dari arang kayu, dan arang tulang. Akan tetapi, apabila menggunakan arang tulang, maka harus dipastikan berasal dari hewan halal yang disembelih sesuai syari'at Islam. Selain itu, gelatin juga menjadi salah satu bahan yang biasanya digunakan dalam pembuatan boba. Pada dasarnya gelatin dibuat dari tulang maupun kulit hewan. Maka perlu dipastikan

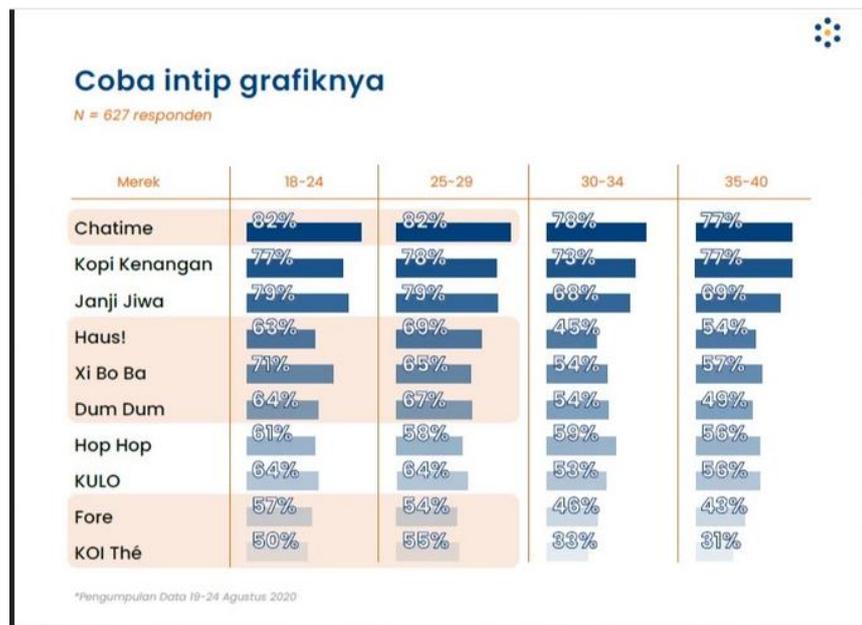
juga berasal dari hewan halal dan disembelih sesuai dengan syariat Islam (MUI, 2020).

Kemudian Rishi (2019) *Co-owner* atau pemilik bersama dari gerai minuman bob di Singapura yang bernama SOFNADE menjelaskan titik kritis pada *bubble tea*. *Bubble* sebenarnya disebut *pearl* karena bentuknya bulat hitam menyerupai mutiara dan seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya *pearl* ini terbuat dari bahan dasar tepung tapioka. Hingga menjadi *pearl* yang bisa dikonsumsi, terlebih dahulu melalui proses pembuatan dengan menambahkan bahan-bahan lain seperti air, gula, dan sebagainya. Setiap *topping* dalam sirup biasanya mengandung bahan pengawet dan terkadang mengandung alkohol ataupun gelatin. Maka dari inilah titik kritis kehalalan dari *bubble tea*. Alkohol sudah pasti masuk dalam kategori yang tidak halal, sedangkan untuk gelatin itu sendiri ada yang berasal dari babi. Titik kritis dalam pembuatan *topping* inilah yang perlu diperhatikan (Yuna, 2018).

Bubble tea merupakan minuman yang berasal dari Taiwan, apabila *topping* yang digunakan di impor dari Taiwan umumnya tidak memiliki sertifikasi halal langsung dari sana. Sehingga untuk mendapatkan sertifikasi halal untuk *bubble tea*, pihak produsen harus memastikan bahan-bahan yang digunakan tidak mengandung unsur-unsur yang haram, dan dalam hal ini mereka harus selektif dalam memilih produsen. Proses untuk mendapatkan sertifikasi halal di Taiwan sedikit sulit, karena lembaga yang berwenang akan melakukan prosedur pemeriksaan/audit yang sangat teliti dengan banyak formulir yang harus diisi.

Wakil Direktur Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI), Muti (2020) mengatakan bahwa banyak pengusaha UMKM belum memiliki pemahaman untuk mengetahui kehalalan bahan baku dari pabrik karena kesadaran untuk lakukan sertifikasi halal masih rendah karena umumnya pelaku usaha muslim maka sudah yakin produknya halal. Kesadaran biasanya muncul kalau ada tuntutan dari konsumen misalnya ketika akan memasok toko besar yang mempersyaratkan sertifikat halal, atau ada kesempatan ekspor yang mempersyaratkan sertifikat halal (MUI, 2020).

Untuk saat ini merek minuman kekinian yang banyak diminati masyarakat di Indonesia adalah sebagai berikut:



Sumber: Platform Lembaga Survey (Populix, 2020)

Gambar 1.1 Urutan Minuman Kekinian yang Diminati Masyarakat

Populix membentuk sebuah riset yang melibatkan 627 responden untuk mengetahui minuman kekinian yang diminati masyarakat. Populix adalah *platform* kolaborasi bagi peneliti dan partisipan studi yang bertujuan agar memperoleh data yang akurat. Orang-orang yang bergabung menjadi partisipan maka berkesempatan mendapatkan keuntungan-keuntungan dari Populix.

Riset yang dilakukan oleh Populix ini didominasi oleh kalangan generasi Z dengan tingkat partisipasi mencapai 42%. Populix menemukan setidaknya ada 10 *brand* yang paling populer di masyarakat. *Brand* “Chatime” menempati posisi tertinggi sebagai minuman kekinian terpopuler. Chatime, dengan produk minuman teh susu mutiara (*bubble tea*) ini dipilih oleh 83% responden. Chatime sudah mendapatkan sertifikat halal dari LPPOM-MUI pada tanggal 10 Maret 2020 dengan nomor sertifikat **00160103020320**, maka sudah dapat dipastikan keamanan produk *bubble tea* pada merek minuman Chatime ini (Populix, 2020).

Berdasarkan dari hasil survey yang dilakukan oleh Populix, dari 5 minuman teratas yang diminati masyarakat, dua diantaranya tidak memiliki sertifikat halal yaitu pada gerai minuman “Haus!” dan “Xi Bo Ba”. Namun dikarenakan gerai minuman kekinian “Haus!” belum ada di Kota Jambi maka peneliti akan membahas minuman merek Xi Bo Ba.

Xi Bo Ba merupakan jaringan gerai minuman di bawah naungan Kulo Group. Xi Bo Ba menyediakan minuman andalan yang segar berbahan teh dan susu dengan tambahan *topping tapioca pearl* atau boba. Antusias masyarakat di Tanah Air terhadap minuman dari Taiwan ini dinilai sangat tinggi, hal inilah yang

membuat dua *brand* waralaba kuliner Kulo Group dan Mitra Boga Ventura (MBV) menghadirkan gerai Xi Bo Ba. Saat ini terdapat 250 gerai Xi Boba di sejumlah kota di seluruh Indonesia, mulai dari Aceh hingga Papua. Gerai Xi Bo Ba sendiri terdapat pada 5 lokasi di Kota Jambi, yaitu bertepatan di depan Tugu Pers Lebak Bandung Kota Jambi, Jamtos, WTC Kota Jambi, Simpang Rimbo dan Sungai Asam, Pasar Jambi. Namun peneliti sendiri tertarik untuk melakukan penelitian pada gerai Xi Bo Ba di Jamtos, karena menurut peneliti Jamtos merupakan pusat perbelanjaan terbesar di Kota Jambi yang terdapat banyak sekali pengunjung dari setiap kalangan yang berbelanja disana. Hal tersebut disebabkan karena Jamtos berada ditengah pusat Kota yang terdapat perkantoran dan pemukiman, tidak hanya itu akses menuju Jamtos juga lebih mudah dan mendukung, hal ini termasuk kedalam salah satu dari tiga unsur dalam kualitas pusat perbelanjaan yang dikemukakan oleh Nadine Beddington (1982) (Waskita dan Selvi, 2008).

Berdasarkan dari hasil wawancara peneliti dengan salah satu karyawan Xi Bo Ba pada gerai Jamtos, diketahui bahwa gerai Xi Bo Ba ini berdiri pada tanggal 29 November 2019, yang merupakan gerai Xi Bo Ba yang pertama kali dibuka didalam pusat perbelanjaan di Jambi. Kemudian dijelaskan lagi oleh karyawan tersebut, bahwa gerai ini mampu menjual berkisar 400-500 gelas Xi Bo Ba semua variasi dalam sehari.

Disamping hal tersebut, sampai saat ini Xi Bo Ba belum mendapatkan sertifikat halal, namun minuman pada gerai Xi Bo Ba tetap diminati konsumen khususnya konsumen Muslim. Maka dari itu, perlu dicari tahu apa saja faktor-faktor yang menjadikan konsumen muslim memutuskan untuk membeli produk minuman pada gerai Xi Bo Ba. Keputusan konsumen dalam membeli suatu produk merupakan salah satu bentuk perilaku konsumen. Menurut J.F Engel (1989) pengertian perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan seseorang yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan, persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Handoko dan Swasta, 2008).

Dalam proses pengambilan keputusan pada umumnya seorang konsumen akan mencari dahulu informasi tentang bagaimana mengambil keputusan pembelian yang tepat. Dalam Islam, untuk memenuhi kebutuhannya seorang muslim harus senantiasa sejalan dengan *Al-Qur'an* dan *As-Sunah*. Dari segi kualitas, setiap Muslim tidak hanya harus memperhatikan kehalalannya namun juga harus *Thayyib*. Pemahaman yang semakin baik tentang agama maka semakin membuat umat Islam menjadi semakin berhati-hati dalam pemilihan produk yang dikonsumsi. Ketidakinginan masyarakat Muslim untuk mengkonsumsi produk-produk yang tidak halal akan meningkatkan keterlibatan yang lebih tinggi dalam proses pemilihan produk (*high involvement*). Dalam proses pemilihan produk akan menjadikan kehalalan sebagai prioritas utamanya. Namun pada kenyataannya ada banyak produk yang tidak berlabelkan halal beredar, ada yang tidak mengetahui tidak adanya label halal bahkan banyak juga yang mengetahui

tidak adanya label halal namun tetap memutuskan tetap membeli (Alfian dan Marpaung, 2017).

Untuk membeli suatu produk, konsumen juga akan mempertimbangkan faktor-faktor yang meempengaruhi keputusan untuk membeli produk tersebut. Menurut Schiffman & Kanuk (2007) Pengambilan keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal maupun faktor internal. Adapun Faktor eksternal ialah usaha pemasaran perusahaan dan Lingkungan sosial budaya (Keluarga, Kelas Sosial, Budaya dan Sub Budaya). Sedangkan Faktor internal adalah: Bidang Psikologis yaitu: Motivasi, Persepsi, Pembelajaran dan Sikap.

Kemudian menurut Kotler dan Keller (2016), proses keputusan pembelian konsumen diawali saat pembeli menyadari bahwa adanya masalah kebutuhan (*problem recognition*), yang mana pembeli menyadari adanya perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengann kondisi yang diinginkannya. Setelah itu seorang konsumen yang minatnya mulai timbul, akan terdorong untuk mencari informasi mengenai produk lebih banyak sehingga mendapatkan koleksi merek dengan berbagai fiturnya (*information search*). Sumber utama yang menjadi tempat pembeli untuk mendapatkan informasi dapat dikelompokkan menjadi empat yaitu:

- a) Sumber pribadi, keluarga, teman, tetangga, dan kenalan.
- b) Sumber promosi, iklan, tenaga penjualan, penyalur, kemasan, dan pameran.
- c) Sumber publik, media massa dan organisasi konsumen.

- d) Sumber pengalaman, pernah menangani, menguji dan menggunakan produk.

Berdasarkan penjelasan pada paragraf sebelumnya, peneliti akan memperluas kembali pembahasan faktor mengenai faktor internal maupun eksternal keputusan pembelian konsumen. Maka dari itu faktor yang akan diteliti oleh peneliti dapat dibagi menjadi faktor sosial dan budaya, dan faktor pribadi dan psikologis. Faktor sosial dan budaya terdiri dari faktor lingkungan, kelas sosial, peran dan status, keluarga dan pengiklanan (Prasetyawan, dkk, 2020). Sedangkan untuk faktor pribadi dan psikologis terdiri dari faktor gaya hidup (Antonika, dkk, 2015), harga (Prasetyawan, dkk, 2020), keyakinan, pengetahuan, kebutuhan, kesadaran halal (Adinugraha, dkk. 2017), kualitas (Putra, dkk, 2020) dan merek produk (Antonika, dkk, 2015).

Oleh karena itu, sehubungan dengan latar belakang diatas, peneliti melakukan penelitian tentang faktor-faktor keputusan yang diprioritaskan konsumen dalam membeli minuman merek Xi Bo Ba, yang dimana merek tersebut belum bersertifikasi dan berlabelkan logo halal namun tetap menarik minat masyarakat muslim di Kota Jambi. Diharapkan dari melakukan penelitian inilah peneliti akan dapat mengetahui apa saja yang menjadi faktor keputusan konsumen muslim dalam membeli minuman Xi Bo Ba. Maka dari itu, peneliti membuat penelitian dengan judul **“Analisis Keputusan Konsumen Muslim dalam Membeli Produk Minuman Xi Bo Ba (Studi Kasus Pada Konsumen Xi Bo Ba Jamtos)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen minuman pada gerai Xi Bo Ba?
2. Seberapa besar pengaruh faktor sosial dan budaya dan faktor psikologis dan pribadi terhadap keputusan konsumen muslim dalam membeli minuman Xi Bo Ba?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen gerai minuman Xi Bo Ba.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh faktor sosial dan budaya dan faktor psikologis dan pribadi terhadap keputusan konsumen muslim dalam membeli minuman Xi Bo Ba.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, masalah dan tujuan yang ingin diselesaikan, diharapkan penelitian ini bermanfaat untuk kepentingan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan kepada pembaca mengenai apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli dan kemudian untuk mengetahui besarnya pengaruh faktor sosial dan budaya dan faktor psikologis dan pribadi, terhadap keputusan konsumen muslim

dalam membeli minuman Xi Bo Ba. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan membantu masyarakat, baik secara teoritis maupun praktik, dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk minuman Xi Bo Ba, diharapkan masyarakat dapat mempertimbangkan dalam pengambilan keputusan membeli pada produk yang lain. Dan manfaat untuk pengusaha kedepannya ialah agar lebih meningkatkan kesadarannya dalam memenuhi sertifikat halal dan label halal untuk produknya.

