

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di jaman modern ini, perkembangan ekonomi Indonesia sangat cepat. Pada tahun 2014 Indonesia mengalami peningkatan ekonomi diatas pertumbuhan ekonomi dunia. Pertumbuhan ini tidak lepas dari peran pengusaha di dalamnya. Pengusaha memanfaatkan penduduk Indonesia yang banyak dan bervariasi. Karena Pertumbuhan ekonomi sebenarnya bertumpu pada adanya penambahan penduduk (Smith Adam, 1776). Dengan penduduk Indonesia yang mencapai 220 jiwa merupakan pasar yang sangat besar di Indonesia. Hal ini mengakibatkan membanjirnya produk-produk dari dalam maupun luar negeri. Membanjirnya produk ini akan mengakibatkan dilema bagi masyarakat Indonesia. Di satu sisi banyak pilihan bagi masyarakat disisi lain masyarakat harus jeli dalam memperhatikan kehalalan produk terutama makanan.

Rumah makan dengan ciri khas internasional memiliki daya tarik tersendiri bagi seseorang. Kendati demikian, rumah makan dengan ciri khas internasional memiliki image yang mahal, akan tetapi masih mempunyai ciri khas tersendiri bagi masyarakat. Pelanggan yang menghampiri rumah makan internasional sangat beragam dari berbagai kalangan, baik keluarga besar, anak-anak, remaja, mahasiswa, bahkan sampai ibu rumah tangga. Kalangan mahasiswa sendiri dapat dijadikan sebagai target market dikarenakan mahasiswa telah memasuki usia yang notabennya dapat menentukan keputusan mereka sendiri dalam membeli sesuatu. Terdapat beberapa faktor yang menjadi alasan mahasiswa dalam hal memilih

tempat makan ciri khas internasional, yakni, label halal, dan bahan makanan yang digunakan oleh rumah makan tersebut.

Produk makanan di Indonesia sangat bervariasi. Dengan pangsa pasar yang banyak perusahaan membuat produk yang sangat bervariasi terutama untuk ekonomi kalangan menengah kebawah. Karena mayoritas masyarakat Indonesia berekonomi menengah ke bawah. Di sisi lain, kesadaran keberagaman umat Islam diberbagai negeri termasuk di Indonesia, akhir-akhir ini semakin tumbuh subur dan meningkat. Sebagai konsekuensi logis, setiap timbul persoalan, penemuan, maupun aktifitas baru sebagai produk dari kemajuan tersebut, umat Islam senantiasa bertanya-tanya, bagaimana kedudukan hal tersebut dalam pandangan ajaran dan hukum Islam.

Labelisasi halal menjadi aspek krusial dalam industri makanan, terutama bagi konsumen Muslim yang mengutamakan kehalalan dalam memilih produk. Penelitian menunjukkan bahwa label halal memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, karena memberikan jaminan keamanan dan kepercayaan terhadap produk yang dikonsumsi. Bagi restoran seperti Ramen One, yang menyajikan makanan Korea, penerapan label halal dapat menjadi strategi diferensiasi yang efektif. Dengan menonjolkan kehalalan produk, restoran dapat menarik lebih banyak konsumen Muslim dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa label halal, bersama dengan promosi yang tepat, dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Meskipun telah ada label halal pada produk makanan, masih terdapat tantangan dalam optimalisasi penerapannya. Beberapa faktor seperti kurangnya

pemahaman tentang pentingnya label halal, ketidaksesuaian antara klaim dan sertifikasi halal, serta kurangnya promosi yang efektif dapat mengurangi dampak positif dari label halal tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana optimalisasi labelisasi halal dapat meningkatkan jumlah konsumen di Ramen One, khususnya di kalangan konsumen Muslim.

Ada beberapa restoran korean pada Indonesia yang telah menerima sertifikat Halal seperti Yosinoya, Sushi Bar, Sushi Bodo, dan Pepper Lunch. Bahkan makanan Korean berupa snack serta jajanan yang ada di UMKM ataupun supermarket di kalangan warga telah mampu memikat dengan kreatifitas bungkus serta sertifikat halal. Di kutip dari situs resmi 1 tahun lalu. Akhirnya, setelah melalui serangkaian uji kelayakan semenjak September 2014-2015 meraih sertifikat halal dari LLPOM Majelis Ulama Indonesia (Febryanto, 2021).

Makanan Korea mempunyai ciri khas dari segi cita rasa serta bentuknya. Jenis kuliner tersebut adalah kimchi, kimbab, ramyeon, tteobokki. Sedangkan makanan ringan yang di tawarkan dari negara korea tersebut adalah odeng, kimbab, shusi. Makanan korea tersebut menjadi kuliner-kuliner manca negara yang populer serta disukai oleh warga Indonesia (Febryanto, 2021). Semua jenis kuliner korea disukai oleh rakyat Indonesia sebab mempunyai cita rasa yang tidak sama. Pertumbuhan restoran yang berciri khas korean tersebut sangat pesat pertumbuhannya, terlihat berasal yang dulunya masih sangat terbatas, saat ini warga bisa menemukan gerai-gerai secara praktis.

Berdasarkan penelitian Ambali (2012) mengatakan bahwa perkembangan jaman untuk pemanfaatan produk halal yang dibantu oleh elemen yang secara

mendasar memengaruhi keyakinan mereka yang ketat, sesuai prosedur, keterbukaan, logo halal, dan alasan kesejahteraan yang mungkin dapat mendorong pasar mulai sekarang. Eksplorasi Ahmad (2018) Soal halal, pandangan penggunaan halal, dan pengaturan produk secara signifikan memengaruhi untuk makanan halal tersendiri.

Resto dengan yang memiliki ciri khas dengan ciri khas internasional memiliki daya tarik tersendiri bagi seseorang. Dengan demikian rumah makan dengan ciri khas internasional yang memiliki image yang mahal, akan tetapi masih mempunyai ciri khas tersendiri bagi masyarakat. Pelanggan yang mengunjungi rumah makan Korean food yang sangat beragam dari berbagai kalangan, mulai dari keluarga, anak-anak, remaja, mahasiswa, bahkan sampai ibu rumah tangga. Dari kalangan mahasiswa sendiri sebagai target market utama yang dikarenakan mahasiswa telah memasuki usia yang notabennya dapat menentukan keputusan mereka sendiri dalam membeli sesuatu. Terdapat ada beberapa faktor yang menjadikan alasan mahasiswa kenapa dalam hal memilih tempat makan ciri khas internasional, label halal dalam suatu produk makanan.

Melihat landasan ini, kelompok umat Islam harus berhati-hati dalam mengonsumsi makanan Korea. Meski di Indonesia, ada banyak kafe yang mengubah bahan non-halal menjadi halal agar bisa dikenali oleh pembeli muslim. Untuk memiliki keputusan untuk menjamin kehalalan suatu bahan makanan, baik dari segi bahan makanan maupun siklusnya, diperlukan tanda atau konfirmasi halal dari kantor yang telah disetujui, khususnya Majelis Ulama Indonesia (MUI). Fathiet al. (2016) melihat bahwa kebutuhan dan minat akan afirmasi Halal saat ini

berkembang di negara-negara non-Muslim dan Muslim. Pembeli juga mengungkapkan minat mereka tentang keabsahan label halal padaprdu dan proses perakitan bahkan di negara bagian terbesar Muslim (Ahmed et al, 2018).

Berdasarkan penelitian Ambali (2012) menyatakan bahwa perkembangan populer untuk pemanfaatan halal dibantu oleh berbagai elemen yang secara mendasar memengaruhi keyakinan mereka yang ketat, keterbukaan, logo halal, dan alasan kesejahteraan yang mungkin dapat mendorong pasar mulai sekarang. Eksplorasi Ahmad (2018) Soal halal, pandangan penggunaan halal, dan pengaturanprduk secara signifikan memengaruhi untuk makanan halal.

Kehalalan dan harga produk sangat berdampak terhadap keputusan pembelian. Sebagai contoh pada *Korean food*. Produk yang disajikan telah mempunyai label halal dari lembaga yang berwenang. Meskipun Korean Food sangat digandrungi, masih terdapat tantangan terkait persepsi kehalalan di mata konsumen Muslim Indonesia. Banyak produk makanan Korea yang secara tradisional menggunakan bahan-bahan yang tidak diizinkan dalam Islam, seperti daging babi atau alkohol, atau diproses dengan cara yang meragukan kehalalannya. Oleh karena itu, labelisasi halal menjadi krusial untuk membangun kepercayaan konsumen dan memperluas pangsa pasar produk Korean Food di Indonesia.

Dengan adanya tren konsumen Muslim yang semakin sadar halal (*halal awareness*), pelaku usaha yang mampu menjamin kehalalan produk secara transparan akan memiliki daya saing yang tinggi dan berkelanjutan di pasar lokal maupun nasional. industri makanan dan minuman menjadi sektor yang sangat terpengaruh oleh perubahan perilaku konsumen tersebut. Konsumen tidak lagi

hanya mempertimbangkan rasa, harga, atau kemasan, tetapi juga kejelasan status kehalalan. Oleh karena itu, restoran-restoran yang menyajikan makanan asing seperti Korean food dihadapkan pada tantangan ganda: mempertahankan keaslian rasa, sambil memastikan bahwa seluruh elemen produk telah sesuai dengan standar halal yang diakui.

Ramen One Purwokerto sebagai salah satu pelaku usaha kuliner Korean food di wilayah mayoritas Muslim memiliki potensi besar untuk berkembang jika mampu memanfaatkan peluang ini dengan baik. Namun, peluang tersebut harus diimbangi dengan keseriusan dalam menerapkan prinsip halal secara menyeluruh—mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, hingga pelayanan kepada konsumen. Takkalah penting, kehalalan produk juga harus dikomunikasikan secara efektif agar konsumen benar-benar menyadari dan percaya bahwa produk yang mereka konsumsi telah memenuhi standar yang mereka harapkan.

Sayangnya, masih banyak usaha kuliner yang telah memiliki sertifikasi halal tetapi belum mampu menyampaikan informasi tersebut secara optimal kepada konsumennya. Akibatnya, konsumen tetap merasa ragu dan enggan membeli, meskipun secara formal produk tersebut telah tersertifikasi. Di sinilah pentingnya optimalisasi labelisasi halal sebagai strategi komunikasi dan kepercayaan, bukan sekadar kepatuhan administratif.

Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana labelisasi halal diterapkan, dioptimalkan, dan dipersepsikan oleh konsumen, khususnya di restoran dengan menu khas asing seperti Ramen One Purwokerto. Penelitian ini

hadir untuk menjawab persoalan tersebut, dengan tujuan mengevaluasi dampak labelisasi halal terhadap minat beli konsumen Muslim serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam proses optimalisasinya. Temuan dari studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pelaku usaha kuliner dalam membangun keunggulan kompetitif berbasis nilai dan kepercayaan di tengah tren halal yang terus berkembang.

Dengan demikian, studi ini menjadi penting untuk menganalisis bagaimana labelisasi halal dapat dioptimalkan dalam konteks usaha kuliner Korea, serta bagaimana pengaruhnya terhadap minat beli konsumen Muslim. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam proses tersebut, sehingga dapat menjadi landasan bagi strategi peningkatan kepercayaan dan loyalitas konsumen yang berorientasi pada nilai serta kualitas.

Penelitian ini berfokus pada Ramen One Purwokerto, sebagai salah satu penyedia Korean Food yang beroperasi di wilayah dengan mayoritas penduduk Muslim. Optimalisasi labelisasi halal pada produk makanan Korean Food di Ramen One Purwokerto diharapkan tidak hanya dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen Muslim, tetapi juga berpotensi signifikan dalam menarik lebih banyak konsumen baru. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi kebijakan pemerintah dalam mendukung pengembangan produk makanan halal yang berkualitas dan terpercaya. Atas dasar latar belakang tersebut maka penelitian akan melakukan penelitian dengan judul “*Optimalisasi Labelisasi Halal Terhadap Peningkatan Konsumen Produk Makanan Korean Food Di Ramen One Purwokerto*”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana optimalisasi labelisasi halal terhadap peningkatan konsumen produk Korean food di Ramen One Purwokerto?
2. Apa saja faktor pendukung peningkatan konsumen produk Korean food melalui labelisasi halal di Ramen One Purwokerto?
3. Apa saja faktor penghambat peningkatan konsumen produk Korean food melalui labelisasi halal di Ramen One Purwokerto?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka tujuan penelitian dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana optimalisasi labelisasi halal terhadap peningkatan konsumen produk Korean food di Remen One Purwokerto.
2. Untuk mengkaji faktor pendukung dalam optimalisasi labelisasi halal di Ramen One Purwokerto.
3. Untuk mengkaji hambatan dalam optimalisasi labelisasi halal di Ramen One Purwokerto.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penulisan penelitian ini memiliki manfaat yang dapat diambil, diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis. Diharapkan dalam penulisan penelitian ini dapat menambah khazanah kelimuan dan memberikan manfaat bagi penelitian-penelitian

selanjutnya dan dapat menjadi referensi khususnya terkait dengan halal dan haram dari sudut pandang Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

2. Manfaat Praktisi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan peningkatan konsumen produk makanan Korean food di ramen one purwokerto dan sebagai bahan informasi ataupun rujukan siapa saja yang ingin mengetahui secara mendalam tentang bagaimana peran labelisasi halal terhadap produk makanan Korean food yang ada di ramen one purwokerto.

