

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Di era globalisasi pada saat ini, perkembangan ekonomi Indonesia berjalan sangat cepat. Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia memberikan dampak kepada hampir seluruh aspek kehidupan, khususnya pada perekonomian. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan ekonomi yang negatif pada tahun 2020 dengan titik terendah pada Triwulan II tahun 2020.

Namun pada perkembangan selanjutnya pertumbuhan ekonomi mengalami rebound pada Triwulan III tahun 2020. Mengawali tahun 2021, berbagai lembaga internasional telah mengeluarkan proyeksi pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2021. Hampir semua lembaga internasional tersebut, baik World Bank, IMF, maupun OECD memproyeksikan bahwa Indonesia akan mengalami pertumbuhan ekonomi yang positif pada tahun 2021. Proyeksi akan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang positif pada tahun 2021 akan tetap menjadi proyeksi tanpa adanya strategi konkret yang harus dilakukan oleh pemerintah bersama dengan DPR RI.

Pertumbuhan ekonomi yang positif ini tidak lepas dari peran pengusaha di dalamnya. Karena kenyataannya yang terjadi sekarang banyak persaingan antara pengusaha dalam melabelkan makanan atau produk yang halal untuk dikonsumsi oleh masyarakat sehingga dunia bisnis semakin menarik untuk diperbincangkan baik dari segi produk makanan maupun produk lainnya. Masyarakat kini hidup dengan beragam macam kebutuhan

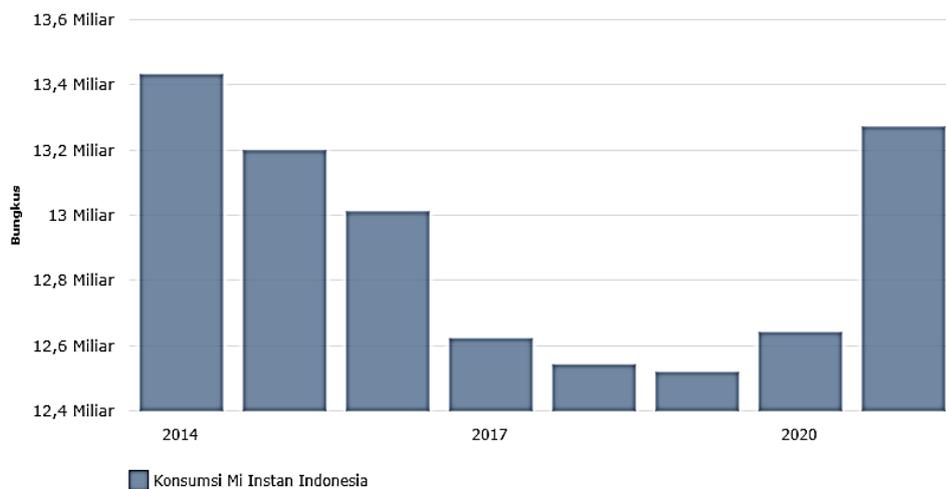
dan kemauan yang semakin luas dan penuh dinamika untuk memenuhi kepuasan mereka masing-masing. Dalam setiap perusahaan masa kini persaingan sudah sangat ketat dikarenakan perkembangan dunia bisnis yang sudah sangat maju dan bersaing secara ketat. Misalnya, segala sesuatu yang masuk dalam ruang lingkup internal dalam negeri atau dalam rumah tangga.

Setiap berbisnis selalu membutuhkan strategi persaingan agar tetap dapat mempertahankan serta untuk memperoleh tempat yang menguntungkan dalam mencapai sasaran pasar potensial. Di Negara Indonesia memiliki populasi umat Islam paling banyak dengan beragam suku dan menjadi Negara penikmat mie instan.

Mie Instan telah menjadi makanan alternatif bagi sebagian masyarakat Indonesia. Selain mudah cara memasaknya, mie instan dapat disimpan dalam jangka waktu yang lama. Berdasarkan data Instantnoodles, konsumsi mie instan Indonesia meningkat 4,98% menjadi 13,27 miliar bungkus pada 2021 dibanding tahun sebelumnya. Pembatasan kegiatan sosial masyarakat saat pandemi Covid-19 menjadikan mie instan sebagai alternatif stok makanan di rumah. Selain itu, bantuan sosial di masa pandemi juga sebagian dalam bentuk mie instan membuat konsumsi mie instan pada tahun lalu meningkat. Konsumsi mie instan tahun lalu merupakan yang terbanyak sejak 2015 seperti terlihat pada grafik. Jumlah tersebut menempatkan konsumsi Indonesia merupakan yang terbesar kedua dunia setelah Tiongkok dengan konsumsi sebesar 43,99 miliar bungkus pada tahun lalu. Mie goreng merupakan jenis mie instan yang paling populer bagi

masyarakat di Indonesia. Rasa sayur, ayam, dan udang yang memiliki bumbu cabai banyak dikonsumsi.

**Gambar 1.1**  
**Konsumsi Mi Instan Indonesia (2014-2021)**



Dkatadata.co.id

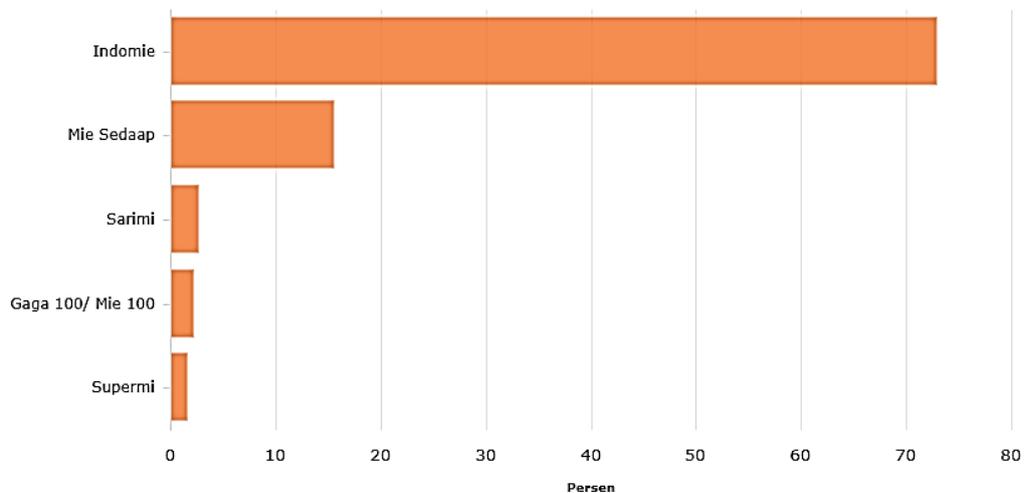
databoks

Sumber : World Instant Noodles Association (WINA)

Kemudian Pasokan gandum di dunia terkena dampak akibat perang Rusia-Ukraina yang menyebabkan harga komoditas tersebut dan turunnya ikut terkerek naik. Indonesia sendiri masih ketergantungan pada impor gandum yang menjadi bahan baku dari mi instan. Menurut data Food and Agriculture Organization (FAO), Indonesia bahkan menjadi pengimpor gandum terbesar di dunia dengan mengimpor sebanyak 10,29 juta ton gandum pada 2020. Produk turunan dari gandum, yaitu mi instan menjadi salah satu makanan favorit masyarakat Indonesia. Konsumsi mi instan Indonesia mencapai 13,27 miliar bungkus tahun lalu atau setara 11,23%

konsumsi mi instan dunia. Menteri Pertanian, Syahrul mengatakan Perang Rusia menyebabkan 180 juta ton gandum tidak bisa diekspor dari negara tersebut. Kondisi itu akan mempengaruhi industri makanan di Indonesia.

**Gambar 1.2**  
**5 Merek Mi Instan Paling Populer di Indonesia (2022)**



Dkatadata.co.id

databoks

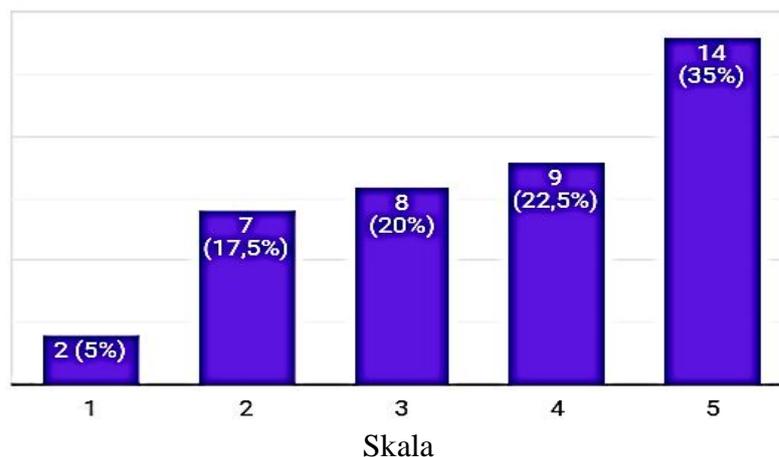
Sumber : Top Brand Award, 2022

Pada tahun 2020 Indonesia konsumsi mie instan sampai dengan 12,6 miliar porsi. Jumlah itu meningkat 120 juta porsi atau 0,96% dibandingkan pada tahun sebelumnya. Melansir dari Statista, jumlah tersebut merupakan yang terbesar kedua di dunia. Urutan pertama masih ditempati oleh Tiongkok yang Konsumsi mie instannya mencapai 46,3 miliar porsi pada tahun lalu. Besarnya konsumsi mie instan di Indonesia terjadi karena menjangkau semua kelas ekonomi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), rumah tangga menengah atas (pengeluaran Rp5-10 juta per bulan) memiliki proporsi terbesar dalam konsumsi mie instan di Indonesia, yaitu

96%. Mie instan semakin populer akibat muncul berbagai varian cara memasaknya di pasaran. Banyak masyarakat yang mengkreasikan mie instan menjadi beragam sajian. Terutama pada masyarakat Desa Karangasem yang menjadikan mie instan sebagai kebutuhan sehari-hari. Hal ini terbukti berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pra kuesioner yang dibagikan kepada responden dari berbagai kalangan serta usia menghasilkan bahwa masyarakat Desa Karangasem 82,5% sering konsumsi mie instan, 80% mie instan menjadi sajian favorit dan 92,5% produk mie instan Indomie yang banyak dikonsumsi serta diminati. Masyarakat Desa Karangasem juga menjadikan produk mie instan Indomie sebagai kebutuhan sekunder dimana kebutuhan sekunder adalah pelengkap kebutuhan primer.

**Gambar 1.3**

**Mie Instan Menjadi Kebutuhan Masyarakat Desa Karangasem (2022)**



Sumber : Google Form Pra Kuesioner Kepada Masyarakat Desa Karangasem

Salah satu persoalan cukup mendesak yang dihadapi masyarakat adalah membanjirnya produk makanan dan minuman olahan, obat-obatan,

serta kosmetik. Sejalan dengan ajaran Islam, umat Islam menghendaki agar produk-produk yang akan dikonsumsi tersebut dijamin kehalalan dan kesucianya. Menurut ajaran Islam, mengkonsumsi yang halal, suci dan baik merupakan perintah agama dan hukumnya wajib (Departemen Agama, 2003: 1).

Konsep kehalalan di kehidupan masyarakat Indonesia sudah diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat. Halal diperuntukkan bagi sesuatu yang baik dan bersih untuk dimakan atau untuk dikonsumsi oleh manusia menurut syariat islam. Akan tetapi, beberapa waktu lalu masyarakat dihebohkan dengan adanya isu bahwa beberapa produk mie instan yang beredar di pasaran mengandung minyak babi. Adanya unsur babi pada beberapa produk mie instan tersebut beredar di media masa dan media sosial. Kemudian yang menjadi fokus adalah produk Indomie goreng yang disebut salah satu produk yang mengandung minyak babi tersebut padahal produk tersebut telah berlabelkan halal dan tersertifikasi halal oleh LPPOM MUI. Kesimpangsiuran berita tersebut terjawab melalui surat pemberitahuan DN23/Dir/LPPOM MUI/XII/16 dan surat pemberitahuan DN32/Dir/LPPOM MUI/VIII/19 guna menyikapi isu yang berkembang di masyarakat perihal adanya kandungan babi pada beberapa produk terutama pada produk Indomie.

Menghadapi banyaknya isu tentang produk-produk dipasaran yang diragukan kehalalannya, konsumen harus lebih berhati-hati sebelum membuat keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan

kesimpulan terbaik dari seseorang individu konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam menentukan suatu keputusan pembelian produk halal, dengan tersedianya sertifikat halal yang dikeluarkan MUI dalam bentuk adanya label halal pada kemasan produk pangan. Kehalalan dan harga dari sebuah produk berdampak terhadap keputusan pembelian karena kedua faktor tersebut sangatlah penting bagi konsumen muslim.

Selain label halal, persoalan konsumen dalam memilih produk adalah harga. Harga juga merupakan salah satu faktor konsumen untuk menentukan keputusan pembelian pada produk. Dimana harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Armstrong, 2001). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk.

Penetapan harga yang salah atas suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang. Oleh sebab itu, dalam penetapan harga perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk dan pangsa pasar semakin meningkat. Bisa dilihat bahwa kehalalan dan harga suatu produk sangat berdampak terhadap keputusan pembelian. Sebagai contoh indomie produk dari PT. Indofood. Produk yang disajikan

telah mempunyai label halal dari lembaga yang berwenang. Disisi lain indomie juga mempunyai harga yang terjangkau. Hal ini sangat layak apabila indomie dijadikan sebagai obyek penelitian.

Penelitian ini di lakukan untuk memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai sejauh mana pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk indomie. Penelitian ini berangkat dari kebiasaan masyarakat Desa Karangasem yang sering mengkonumsi mie instan. Untuk itu, akan dilakukan penelitian dengan menjadikan masyarakat Desa Karangasem Kecamatan Leuwimunding sebagai populasi. Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, maka hal ini menjadi peristiwa yang membuat peneliti merasa tertarik untuk membuat karya ilmiah dengan judul **“Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie (Pada Masyarakat Desa Karangasem Kecamatan Leuwimunding)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Indomie?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Indomie?
3. Bagaimana pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Indomie?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini, yang sesuai dengan permasalahan yang diajukan antara lain yaitu :

1. Mengetahui bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Indomie
2. Mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Indomie
3. Mengetahui bagaimana pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Indomie

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya, adapun manfaat dari penelitian sebagai berikut :

#### **1. Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi bahan pertimbangan bagi para peneliti selanjutnya mengenai pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Indomie.

#### **2. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, menjadi sarana pengembangan ilmu pengetahuan kemudian diterapkan dalam dunia kerja, dan menambah wawasan bagi konsumen produk Indomie mengenai pengaruh labelisasi halal dan

harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Indomie.

