

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, persaingan di dunia bisnis semakin ketat. Hal ini mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dan beradaptasi agar dapat mempertahankan pangsa pasar serta memenuhi harapan konsumen. Salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan bisnis adalah kemampuan perusahaan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan serta preferensi konsumen. Dalam konteks ini, faktor-faktor seperti label halal, kualitas produk, dan harga menjadi elemen krusial yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang sangat kompetitif di pasar global, termasuk di Indonesia. Mie instan merupakan salah satu produk yang sangat populer di Indonesia, dengan banyak merek yang bersaing di pasar. Salah satu merek yang dikenal luas di Indonesia adalah "Mie Gacoan." Mie Gacoan telah mencapai popularitas tinggi di antara konsumen Indonesia karena berbagai faktor, seperti citarasa yang khas dan inovasi produk yang terus-menerus. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, penting bagi Mie Gacoan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat beli kembali (*rebuying*) konsumen terhadap produk mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh label halal, kualitas

produk, dan harga terhadap minat beli kembali konsumen terhadap produk Mie Gacoan.

Peningkatan minat beli kembali (*rebuying*) konsumen merupakan aspek krusial dalam strategi pemasaran setiap perusahaan. Mie Gacoan, sebagai salah satu produk mie instan yang populer di pasaran, menghadapi persaingan yang ketat. Dalam konteks ini, faktor-faktor seperti label halal, kualitas produk dan harga telah menjadi pusat perhatian, tidak hanya bagi produsen Mie Gacoan tetapi juga bagi konsumen.

Label halal pada produk menjadi krusial bagi konsumen yang berorientasi pada prinsip-prinsip syariah. Label tersebut menjadi tanda bahwa produk telah di produksi, di proses dan telah memenuhi persyaratan sesuai dengan aturan-aturan syariah Islam, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan minat beli kembali pada konsumen. Kehalalan produk menjadi sangat penting dalam berbagai industri termasuk makanan dan minuman terutama di negara-negara dengan mayoritas penduduk muslim, Konsumen yang menjalankan prinsip halal dalam kehidupan sehari-hari cenderung lebih memilih produk yang memiliki sertifikasi halal, karena hal ini berkaitan erat dengan keyakinan dan nilai-nilai agama. Selain itu, label halal juga menjadi indikator keamanan dan kebersihan produk, yang dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap merek atau produk tertentu. Dalam masyarakat yang semakin sadar akan kehalalan produk, label halal telah menjadi penting. Bagi konsumen Muslim, keberadaan label halal pada Mie Gacoan bukan hanya sekadar jaminan kepatuhan agama, tetapi juga menunjukkan kualitas dan kepercayaan pada produk tersebut.

Kualitas produk adalah penilaian konsumen tentang sejauh mana produk atau layanan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Kualitas produk memiliki peran sentral dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Konsumen cenderung lebih tertarik pada produk yang memberikan nilai tambah dan memenuhi harapan mereka. Produk dengan kualitas tinggi tidak hanya memberikan kepuasan fungsional, tetapi juga emosional kepada konsumen. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk dapat membentuk citra merek dan mempengaruhi loyalitas konsumen jangka panjang. Kualitas produk juga merupakan faktor utama dalam menentukan kepuasan konsumen. Kualitas Mie Gacoan melibatkan aspek termasuk rasa, tekstur, dan keamanan pangan, yang akan berperan penting dalam memengaruhi apakah konsumen akan membeli kembali produk ini.

Harga tetap merupakan salah satu faktor utama yang cukup kompleks dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam konteks ekonomi yang berfluktuasi, harga yang wajar dan sesuai dengan kualitas diharapkan dapat mempengaruhi minat beli kembali konsumen. Harga yang terlalu tinggi bisa mengurangi minat pembelian, sementara harga yang terlalu rendah mungkin menimbulkan keraguan terhadap kualitas produk. Harga yang sesuai dengan nilai yang diberikan oleh produk dapat mendorong konsumen untuk membeli kembali, terutama bagi konsumen yang memiliki keterbatasan anggaran. Namun, harga yang terlalu tinggi juga dapat menjadi hambatan bagi minat beli konsumen. Oleh karena itu, penentuan harga yang tepat perlu mempertimbangkan nilai relatif produk dibandingkan dengan pesaing di pasaran.

Produk Mie Gacoan adalah contoh produk yang diangkat dalam penelitian ini. Potensi pasar produk ini perlu dijelajahi, dan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli kembali konsumen Mie Gacoan terhadap produk Mie Gacoan akan memberikan informasi yang diharapkan bermanfaat bagi produsen dan pelaku bisnis syariah.

Menurut survei yang dilakukan oleh Indonesia Halal Training & Education Center (2022), produk restoran dan cafe merupakan kategori produk dengan tingkat pencantuman label halal yang paling tinggi dengan persentase 93%. Hal ini juga diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap konsumen Mie Gacoan bernama Agung Supriatna yang menyatakan bahwa label halal yang tercantum pada produk Mie Gacoan mempengaruhi minat belinya terhadap produk tersebut karena sebagai seorang Muslim, sudah menjadi suatu kewajiban untuk mengonsumsi segala sesuatu yang halal. Sedangkan konsumen lain bernama Salma Almira berpendapat bahwa label halal mempengaruhi minat belinya terhadap produk Mie Gacoan, namun kembali lagi kepada individu-individu lain yang tentunya mempunyai berbagai pendapat lain. Berikutnya konsumen bernama Nisrina Maharani menganggap label halal pada suatu makanan itu sangat berpengaruh pada minat belinya terhadap produk makanan tersebut sudah terkenal memiliki kualitas yang bagus (Laporan Survei Top Halal Index, 2022).

Terdapat kekurangan penelitian sebelumnya yang mendalam mengenai hubungan antara label halal, kualitas produk, harga, dan minat beli kembali konsumen Mie Gacoan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi

celah pengetahuan tersebut dan memberikan kontribusi baru dalam literatur ekonomi syariah.

Dalam konteks bisnis Mie Gacoan, pemahaman mendalam tentang pengaruh label halal, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli kembali konsumen akan menjadi landasan penting dalam mengembangkan strategi pemasaran yang sukses. Penelitian ini akan mengkaji secara lebih mendalam bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi dan saling mempengaruhi dalam konteks konsumen Mie Gacoan dalam memilih produk Mie Gacoan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai persepsi dan preferensi konsumen dalam memilih produk Mie Gacoan berdasarkan label halal, kualitas produk, dan harga. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dan sebagai bahan referensi bagi pihak-pihak terkait dalam pengembangan industri Mie Gacoan di masa depan. Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi dan manfaat yang signifikan baik bagi industri makanan maupun bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang diatas, dapat diuraikan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap minat beli kembali konsumen mie gacoan pada produk Mie Gacoan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli kembali konsumen mie gacoan pada produk Mie Gacoan?

3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli kembali konsumen mie gacoan pada produk Mie Gacoan?
4. Apakah label halal, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli kembali konsumen mie gacoan pada produk Mie Gacoan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan judul, latar belakang, dan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah label halal berpengaruh terhadap minat beli kembali konsumen mie gacoan pada produk Mie Gacoan
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap minat beli kembali konsumen mie gacoan pada produk Mie Gacoan
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli kembali konsumen mie gacoan pada produk Mie Gacoan
4. Untuk mengetahui pengaruh label halal, kualitas produk dan harga terhadap minat beli kembali konsumen mie gacoan pada produk Mie Gacoan

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan keilmuan dan wawasan yang bermanfaat mengenai label halal dan kualitas produk pada produk Mie Gacoan. Selain itu penelitian ini diharapkan

dapat dijadikan sebagai rujukan bagi peneliti selanjutnya yang akan mengkaji label halal dan kualitas produk.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil pengetahuan ini diharapkan bisa memberikan wawasan yang berharga bagi produsen Mie Gacoan dan pelaku bisnis lainnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk halal dan memahami prefensi dan kecenderungan pasar konsumen Mie Gacoan terhadap produk halal dan harga yang terjangkau. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan relevan untuk mencapai target pasar dan meningkatkan penjualan produk halal.

