

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini di Indonesia banyak sekali industri yang sudah berkembang. Munculnya industri-industri ini disebabkan kebutuhan manusia yang meningkat. Pada hakekatnya manusia tidak terlepas dari namanya konsumsi. Makanan adalah kebutuhan primer yang dibutuhkan manusia sehari-hari. Meskipun demikian, manusia dalam memilih produk yang dibutuhkan tidak memilih produk yang tidak jelas asal-usul, komposisi bahannya dan keahalan dari produk tersebut.

Pada tahun 2023, menurut data BPS jumlah penduduk Indonesia mencapai 278 696,2 juta jiwa (BPS, 2023). Pada jumlah penduduk Indonesia tersebut 240,62 juta jiwa merupakan penduduk muslim Indonesia. Negara Indonesia merupakan negara penduduk muslim terbanyak di ASEAN. Oleh karena itu, Indonesia memiliki potensi pasar industri halal yang signifikan.

Lembaga yang bertanggung jawab untuk memeriksa barang-barang yang digunakan oleh orang Indonesia telah memberikan sertifikat dan logo halal untuk melindungi konsumen Muslim di Indonesia, memungkinkan mereka untuk membeli dan menggunakan produk tanpa mengkhawatirkan keahalan produk. Lembaga-lembaga tersebut seperti BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan), LPPOM (Lembaga Pengkajian Pangan,

Obat-obatan dan Kosmetika), dan BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal).

Perekonomian Indonesia sudah berkembang dengan cepat, perkembangan tersebut tidak lepas dari para pebisnis yang memanfaatkan masyarakat yang banyak dan beragam. Perubahan besar sekarang terjadi di sektor bisnis karena banyak orang bersedia berhenti dari pekerjaan mereka untuk memulai bisnis mereka sendiri.

Dalam dunia bisnis tentunya ada yang namanya persaingan, dalam bersaing pebisnis harus kompetitif dan sinergis ideal supaya perusahaan dan produk yang mereka punya memiliki citra yang bagus di mata konsumen (Rambe & Nawawi, 2022). Dalam menghadapi persaingan tentu saja para pebisnis ini mempunyai strategi persaingan, misalnya para pebisnis harus mengikuti perubahan-perubahan yang ada dan harus menciptakan inovasi baru supaya bertahan dan dapat bersaing dengan pebisnis lainnya.

Halal adalah faktor terpenting ketika memilih produk untuk seorang Muslim. Alhasil, pada saat membeli suatu produk konsumen senantiasa mencari terlebih dahulu produk yang diinginkannya. Dan pembeli harus mencantumkan informasi yang lengkap tentang produk tersebut salah satunya tentang kehalalan produk. Halal sendiri merupakan sesuatu yang baik dan tentunya dapat di konsumsi dan digunakan. Konsep halal terdapat pada Q.S Al-Baqarah ayat 172:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah”. (QS. Al Baqarah: 172)

Ayat tersebut menjelaskan bagaimana Allah SWT memerintahkan kita untuk memakan makanan yang halal, yang melampaui segala sesuatu yang baik di muka bumi. Allah SWT juga melarang kita mengikuti jalan setan, karena setan sebenarnya adalah musuh nyata umat manusia. Terkadang manusia tidak menyadari bahwa mereka telah tertipu oleh bisikan setan, sehingga menyebabkan mereka bertindak melawan larangan Allah SWT tanpa merasa bersalah atau bahkan menganggap remeh dosa-dosa mereka (Nashirun, 2020).

Perilaku konsumen mempengaruhi keputusan pembelian. Keputusan pembelian didasarkan pada perilaku konsumen karena orang sering kali membeli barang atau jasa setelah memikirkannya (Aisyah et al., 2022). Pada keputusan pembelian makanan, konsumen muslim pasti akan membeli produk makanan yang tentunya halal. Menurut Kotler ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan untuk membeli produk, termasuk jenis, bentuk, merk, penjualan, waktu pembelian, jumlah, dan metode pembayaran (Kotler & Armstrong, 1997).

Seorang muslim dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk pasti memerhatikan dari citra merek tersebut atau *brand image*. Pasti seorang muslim akan memilih produk yang mempunyai citra merek Islam, karena tentu saja sudah terjamin halal. Praktik *brand image Islamic* di Indonesia saat ini banyak disukai oleh para pebisnis. Karena masyarakat

muslim yang sangat yang ada di Indonesia sangat banyak. *Brand image Islamic* sendiri adalah identitas perusahaan yang membentuk citra mereknya menjadi nama baik yang dapat dipercaya konsumen dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam. *Brand image* sendiri terdapat pada Q.S Asy-Syu'ara ayat 181-183:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (١٨١) وَزِنُوا بِالْقِسْطِاسِ الْمُسْتَقِيمِ (١٨٢) وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ (١٨٣)

Artinya: Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.

Sesuai ayat Al-Qur'an yang disebutkan di atas, cara yang paling efektif untuk mempertahankan kepercayaan konsumen dalam bisnis adalah jujur atau menahan diri dari melakukan hal-hal seperti menipu dan mengurangi standar yang dapat menyebabkan kerugian dan ketidakpuasan dari konsumen. Karena jika kita melakukan hal ini, kita akan kehilangan kepercayaan pelanggan, yang kemudian akan berhenti membeli produk kita.

Keputusan pembelian konsumen selain dilihat dari citra merek Islaminya atau *brand image Islamic* nya, dilihat juga dari kualitas produk dan juga harga. Kualitas produk sendiri merupakan gambaran sejauh mana produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen akan cenderung memilih produk yang memiliki kualitas bagus dan sudah terjamin. Kualitas produk juga sangat penting bagi pelanggan Muslim, karena produk berkualitas tinggi yang terjamin dapat menghilangkan ketakutan mereka saat melakukan pembelian. Selain itu, karena produk

berkualitas tinggi, faktor ini dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli kembali.

Selain itu, konsumen juga menjadi lebih selektif dalam memilih produk karena mereka lebih memilih produk yang kreatif dan berkualitas tinggi. Para pengusaha harus berupaya membuat suatu produk dengan kualitas terbaik dan memperbaiki produk-produk mereka supaya bisa memenuhi kebutuhan konsumen. Karena semakin tinggi kualitas produk akan sangat berpengaruh pada pembelian konsumen.

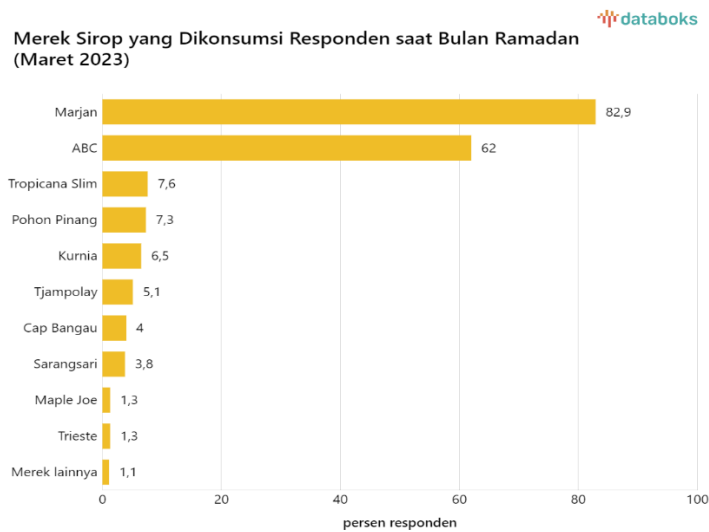
Selanjutnya, selain kualitas produk harga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Jika suatu produk diberi harga terjangkau, maka konsumen akan memilihnya dan membelinya. Para pengusaha harus mempertimbangkan harga dari produk yang akan dijual, supaya konsumen dapat membeli produk tersebut. Harga yang terlalu tinggi atau terlalu rendah dapat mempengaruhi keputusan pembeli. Karena harganya yang lebih terjangkau, konsumen mungkin akan beralih ke produk lain yang sebanding. (Mustika Sari & Prihartono, 2021).

Sirup marjan adalah salah satu produk minuman khususnya sirup yang sudah terkenal di Indonesia. Sirup marjan sendiri merupakan produk sirup yang berasal dari PT. SubaIndo yang kemudian diakuisisi oleh PT. Lasallefood Indonesia. Perusahaan menawarkan produk yang berkualitas dan juga bervariasi.

Sirup marjan mempunyai keunggulan dalam menarik konsumen terutama konsumen muslim, yaitu dengan mempromosikan produknya dengan iklan yang kreatif dan Islami serta tayang pada saat mendekati bulan Ramadhan. Konsep promosi tersebut merupakan *brand image Islamic* yang dimiliki sirup marjan dalam menarik konsumennya.

Sirup marjan juga menjaga kualitas produk dan kualitas rasanya agar menjadi sirup yang dapat disukai banyak kalangan. Dengan mempunyai berbagai variasi rasa yang dapat disukai setiap ini menjadi strategi yang digunakan oleh perusahaan sirup marjan untuk menarik konsumen baru sambil mempertahankan konsumen yang sudah ada.

Sirup marjan melakukan penjualan secara online maupun offline. Sirup marjan juga dinyatakan sudah halal dikarenakan dalam proses pembuatannya menggunakan bahan dan cara yang halal serta sudah bersertifikat BPJPH dengan nomor sertifikat ID00410000154241021. Walaupun mempunyai keunggulan, sirup marjan mempunyai harga yang cukup tinggi dibandingkan merek sirup yang lain. Meskipun sirup marjan mempunyai harga yang tinggi, tetapi sirup marjan tetap menjadi pilihan banyak orang yang ingin mengkonsumsi sirup. Hal ini terlihat pada data di bawah ini dimana jumlah persentase penjualan sirup marjan lebih tinggi dibandingkan merek sirup yang lain.



Gambar 1. 1 Merek Sirup Yang Dikonsumsi Saat Bulan Ramadhan 2023

Sumber: *databoks* 2023

Kepuasan konsumen dapat memiliki sejumlah keuntungan, termasuk meningkatkan hubungan antara pedagang dan konsumen, menciptakan dasar untuk pembelian di masa depan dan menghasilkan rekomendasi positif dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan bisnis.

Salah satu faktor yang mendorong minat pembelian berulang adalah kepuasan konsumen terhadap produk yang terjangkau dan berkualitas tinggi. Konsumen yang puas dengan produk tersebut akan membeli kembali dan menyajikannya kepada orang lain. Untuk mendapatkan konsumen baru datang membutuhkan biaya yang lebih tinggi daripada mempertahankan yang sudah ada dengan membuat mereka merasa lebih puas, yang membuat mereka lebih mungkin untuk melakukan pembelian lain (Nurlaela Anwar & Ananda Wardani, 2021).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Rizky Mudfarikah, Renny Dwijayanti (2021) yaitu tentang pengaruh kualitas

layanan dan harga terhadap minat beli ulang yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen pada kedai kopi Haku kota Tulungagung, karena harga dapat digunakan sebagai alat untuk membandingkan produk dengan pesaing.

Penelitian yang dilakukan oleh Reyfaldi dan Arief (2021) yaitu tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat pembelian ulang dalam berbelanja online Shopee menyatakan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian ulang.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis berpendapat hal tersebut dapat menjadi topik yang menarik untuk diteliti dengan judul "**PENGARUH BRAND IMAGE ISLAMIC, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG SIRUP MARJAN**".

B. Rumusan Masalah

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

1. Apakah *brand image Islamic* berpengaruh terhadap minat beli ulang sirup marjan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang sirup marjan?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli ulang sirup marjan?
4. Apakah variabel *brand image Islamic*, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap minat beli ulang sirup marjan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian sebagai berikut

1. Mengetahui pengaruh *brand image Islamic* terhadap minat beli ulang ulang sirup marjan.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang ulang sirup marjan.
3. Mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli ulang sirup marjan.
4. Mengetahui pengaruh secara simultan variabel *brand image Islamic*, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap minat beli ulang sirup marjan.

E. Manfaat Penelitian

a. Manfaat dari segi teoritis

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli kembali makanan halal. Penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman bagaimana *brand image Islamic*, kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Selain itu, penelitian ini dapat menambah dan memberikan wawasan baru terhadap penelitian-penelitian sebelumnya.

b. Manfaat dari segi praktik

Penelitian ini dapat bermanfaat dengan memberikan wawasan dan pengetahuan kepada penulis dan pembaca khususnya konsumen marjan

mengenai *brand image Islamic*, kualitas produk dan harga. Diharapkan karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat untuk nantinya. Selain itu, untuk pembaca yang tertarik dengan pemasaran dan bisnis makanan halal dapat memperoleh informasi lebih banyak dari penelitian ini.

