

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan perkembangan Globalisasi yang berdampak pada kehidupan manusia di permukaan bumi ini, terutama dalam hal gaya hidup serta pola konsumsi makanan dan minuman di masyarakat. Label halal merupakan salah satu pegangan bagi para konsumen muslim untuk membeli suatu produk. Hal ini dikarenakan penduduk Indonesia saat ini mencapai jumlah 103 juta jiwa yang kebanyakan 85% penduduknya beragama Islam, dan ini berdasarkan keterangan data statistik tahun 2016 (Republik Nasional, 2016). Dari data statistik tersebut, membuat para pengusaha berlomba-lomba memproduksi baik makanan dan minuman yang berlabelkan halal untuk diproduksinya. Kesempatan besar ini dimanfaatkan oleh pengusaha untuk masuk kepasar Indonesia melalui produk baik itu dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Produk makanan dan minuman di Indonesia sangat bervariasi yang terdiri atas berbagai macam produk, baik itu makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetik.

Dengan pangsa pasar yang banyak tersebut, perusahaan membuat suatu produk sesuai dengan tingkat pendapatan masyarakat terutama untuk ekonomi kalangan menengah kebawah. Sebab mayoritas masyarakat Indonesia kebanyakan berekonomi menengah ke bawah. Salah satu persoalan cukup mendesak yang dihadapi umat adalah membanjirnya produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetik yang mengakibatkan dilema bagi masyarakat Indonesia. Di satu sisi

banyak pilihan bagi masyarakat disisi lain masyarakat harus jeli dalam memperhatikan kehalalan produk terutama makanan dan minuman.

Sebagai umat muslim seharusnya memiliki kesadaran untuk menjaga nilai-nilai agama yang sudah diajarkan termasuk dalam hal mengkonsumsi makanan dan minuman. Menjaga nilai-nilai agama tersebut dapat diperoleh dari informasi dan ilmu pengetahuan. Teknologi saat ini dapat memberikan informasi dengan mudah tentang halal atau tidaknya suatu produk. Sehingga konsumen dapat lebih berhati-hati dalam memilih dan mengkonsumsi suatu makanan maupun minuman. Karena apabila seorang muslim asal membeli suatu produk tanpa melihat terlebih dahulu label halal, maka makanan atau minuman tersebut mungkin dapat membahayakan. Kandungan produk itu mungkin dapat merugikan kesehatan, selain itu juga menyebabkan dosa apabila mengkonsumsi makanan dan minuman tersebut.

Ajaran Islam atau disebut syari'at, mengajarkan tegas untuk menghindari hal-hal yang dilarang oleh Allah SWT dan melaksanakan apa saja perintahnya. Mereka dibatasi oleh kehalalan dan keharaman yang dimuat dalam Al Qur'an dan Al Hadits yang menjadi panduan utama bagi Islam. Allah telah menegaskan dalam Al Qur'an Surat Al Maidah ayat 3 yang menjelaskan tentang "Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah yang mengalir, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan di terkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelihnya, dan (diharamkan bagimu) yang di sembelih untuk berhala". Dari surat diatas Allah SWT memerintahkan umat Islam hanya mengkonsumsi

makanan halal saja yang nantinya baik bagi kesehatan dan tidak merugikan manusia itu sendiri.

Dalam Islam kehalalan adalah sesuatu yang sangat penting bagi setiap umat muslim. Rasulullah SAW bersabda “Tidaklah tumbuh daging dari makanan haram, kecuali neraka lebih utama untuknya” (HR At Tirmidzi). Sesuatu yang halal bisa menjadi suatu berkah dan sehat untuk manusia. Selain itu, kehalalan juga sebagai parameter utama dalam proses pemilihan produk. Sehingga membuat keterbatasan pada produk-produk makanan yang beredar untuk memasuki pasar umat muslim. Dalam memastikan makanan yang di konsumsi halal menjadi tanggung jawab bagi setiap muslim. Islam senantiasa mengajarkan kita agar mengkonsumsi yang serba halal dan sesuai dengan syari’at. Untuk itu memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia menjadi sangat penting bagi perusahaan yang berkecimpung dalam produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetik.

Dengan adanya Lembaga Pengawas dan Perlindungan Obat dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM_MUI) dapat membantu masyarakat dengan mudah mengetahui tentang labelitas produk yang mereka konsumsi. Lembaga ini bertugas mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan atau mencantumkan sertifikat halal. Sehingga produk yang telah memiliki sertifikat halal dapat mencantumkan label halal tersebut ke dalam produknya. Artinya produk tersebut mulai proses sampai kandungannya terbukti higienis dan telah lulus standar nasional Indonesia serta terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran Islam.

Dengan adanya pengetahuan tentang labelisasi halal pada produk tersebut akan membuat persepsi konsumen yang kuat bagi umat muslim khususnya. Sehingga untuk mengetahui sikap dan perilaku konsumen secara umum, maka keputusan pembelian konsumen yang dapat menjawab persoalan tersebut.

Selain persepsi kehalalan pada produk, persoalan yang dihadapi konsumen dalam memilih produk adalah harga. Dimana harga merupakan salah satu faktor pertimbangan yang berpengaruh terhadap konsumen dalam menentukan keputusan pembelian pada produk, karena tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan menjadi alat ukur akan permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah pada produk mengakibatkan jumlah penjualan tidak maksimal dan pangsa pasar akan berkurang. Maka dalam menetapkan harga perusahaan harus dapat mempertimbangkan harga penjualan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk semakin meningkat.

Menurut Kotler dan Keller (2009:29), “Label merupakan gantungan sederhana yang ditempelkan pada produk atau gambar yang dirancang secara rumit dan menjadi bagian kemasan”. Label halal yang beredar di Indonesia adalah sebuah logo yang tersusun dari huruf-huruf Arab dan huruf lain yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran.



Gambar 1.1

Logo Label Halal (MUI)

Sumber: http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/detil_page/48/1863/8/

Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan Pasal 2 ayat 1:205 “Bahwa setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label di dalam dan atau di kemasan pangan”. Pencantuman tulisan “halal” juga diatur oleh keputusan bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama No.427/MENKES/SKB/VIII/1985 “Makanan halal adalah semua jenis makanan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang terlarang/haram atau yang diolah menurut hukum Islam”. Produsen yang mencantumkan tulisan “halal” pada label/penandaan makanan produknya bertanggungjawab terhadap halalnya makanan tersebut bagi pemeluk agama Islam.

“Persepsi merupakan proses dimana seseorang memilih, mengorganisasi, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini” (Nugroho J. Setiadi, 2008:14). Sedangkan persepsi labelisasi halal sendiri dapat diartikan sebuah kesan yang diperoleh dalam pemilihan, pengorganisasian dan pengevaluasian oleh individu menghasilkan makna bahwa apapun yang berlabel halal telah terjamin kehalalannya sesuai dengan syari’at Islam.

Selain persepsi labelisasi halal, harga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dimana “Harga (*price*) adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Pengertian yang lebih luas, Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa” (Kotler dan Armstrong, 2008:345). Harga adalah faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembelian, selain itu merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan

sedangkan elemen lainnya melambangkan biaya. Harga bukan hanya angka-angka di label harga tetapi mempunyai banyak bentuk dan fungsi seperti sewa, uang sekolah, ongkos, upah, bunga, tarif, biaya penyimpanan, gaji dan komisi semuanya merupakan harga yang harus dibayar untuk mendapatkan barang atau jasa. Selain itu, harga juga dapat mengkomunikasikan *positioning* nilai yang dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar melalui negosiasi antara pembeli dan penjual. Jadi kehalalan dan harga produk itu sendiri sangat berdampak terhadap keputusan pembelian.

Mie Instan adalah mie yang sudah dimasak terlebih dahulu dan dicampur dengan minyak, bisa di persiapkan untuk konsumsi hanya dengan menambahkan air panas dan bumbu yang sudah ada dalam paketannya. Salah satu produk mie instan yang di kemas dalam bentuk cup adalah pop mie. Pop mie di produksi oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Diluncurkan pada tahun 1987 dan pada saat tahun 2010-2013 pop mie sudah mulai mengalami perubahan dengan tampilan dan desain kemasan yang lebih menarik dari kemasan sebelumnya.

Pop mie merupakan produk terbaru mie instan dalam kemasan siap saji yang legendaris di Indonesia, dengan memiliki label halal pada kemasannya. Sehingga banyak konsumen dari semua kalangan baik untuk orang dewasa dan anak-anak yang mengkonsumsi produk tersebut. Pop mie hadir dalam 3 varian cup yaitu pop mie regular dan spesial, pop mie mini dan pop mie goreng. Selain itu, pop mie juga memiliki berbagai macam rasa diantaranya rasa mie goreng, ayam, kari ayam, bakso, soto ayam dan ayam bawang. Dengan banyak pilihan rasa serta kemudahan dalam penyajiannya pop mie menambah keistimewaan para pecinta mie dan itu menjadi daya tarik sendiri bagi konsumen untuk mengkonsumsinya.

Melihat dari penelitian sebelumnya yang sama telah dilakukan berkaitan dengan kehalalan produk makanan dan minuman yang terjadi di Indonesia. Untuk penelitian yang dilakukan oleh Eka Dewi (2016) dengan judul "Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan". Metode yang digunakan adalah Analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, label halal dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Bharata dan Widyaningrum (2016) dengan judul "Pengaruh Label Halal dan Iklan Terhadap Proses Keputusan Pembelian". Metode yang digunakan Analisis melalui Generalized Analisis Komponen Terstruktur (GSCA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal dan iklan berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan pembelian.

Tri Widodo (2015) dengan judul "Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)". Metode yang digunakan adalah Analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa labelisasi halal dan harga mempunyai hubungan dan secara serentak (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Indomie.

Wulan, Hastuti dan Burhan (2013) dengan judul "Pengaruh Label Halal pada Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Krim". Metode yang

digunakan adalah Analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pembuatan, bahan utama dan bahan tambahan mempunyai hubungan dan secara serentak (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Es Krim, namun secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Es Krim.

Agustian dan Sujana (2013) dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Produk Wall’s Conello)”. Metode yang digunakan adalah Analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk *Wall’s Conello*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah tempat dan periode penelitian. Tempat yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah Obyek Wisata Joyokarto. Peneliti tertarik di bidang manajemen pemasaran, khususnya tentang Persepsi labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk pop mie pada pengunjung yang datang di Obyek Wisata Joyokarto. Peneliti melakukan penelitian di Obyek Wisata Joyokarto, karena banyak masyarakat yang datang kesana setiap harinya terutama pada saat liburan dan pada saat hari besar seperti hari raya idul fitri. Selain itu, dibandingkan dengan wisata lainnya Obyek Wisata Joyokarto banyak diminati masyarakat karena lokasinya strategi, banyak fasilitas yang tersedia dan sudah memiliki beberapa persyaratan izin usaha secara resmi dari pemerintah kabupaten Lumajang salah satunya yaitu Tanda Daftar Perusahaan Perorangan (PO) dengan nomor NPWP: 26.552.636.8-625.000.

Peneliti menjadikan obyek tersebut sebagai contoh kecil dimana sebagian besar konsumennya beragama Islam yang menjadi konsumen produk berlabel halal. Maka peneliti akan melakukan dengan menjadikan pembeli yang datang di Obyek Wisata Joyokarto sebagai studied population, karena pembeli dapat memahami dan mempertimbangkan hukum yang berlaku mengenai labelisasi halal pada kemasan produk Pop Mie.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh Persepsi Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pop Mie (Studi Kasus Pada Obyek Wisata Joyokarto)”**.

1.2 Batasan Masalah

Agar permasalahan dalam penelitian ini tidak berkembang terlalu luas dan lebih fokus pada satu permasalahan yang diteliti, maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini dengan pembatasannya sebagai berikut :

- a. Peneliti membatasi penelitian ini hanya terkait dengan Manajemen Pemasaran khususnya labelisasi halal, harga dan keputusan pembelian.
- b. Obyek Wisata Joyokarto
- c. Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung yang datang ke obyek wisata Joyokarto.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalahnya sebagai berikut :

- a. Apakah persepsi labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pop Mie (Studi Kasus Pada Obyek Wisata Joyokarto)?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pop Mie (Studi Kasus Pada Obyek Wisata Joyokarto)?
- c. Apakah persepsi labelisasi halal dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Pop Mie (Studi Kasus Pada Obyek Wisata Joyokarto)?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah diatas, maka tujuan dilakukan peneliti sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui persepsi labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pop Mie (Studi Kasus Pada Obyek Wisata Joyokarto).
- b. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pop Mie (Studi Kasus Pada Obyek Wisata Joyokarto).
- c. Untuk mengetahui persepsi labelisasi halal dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Pop Mie (Studi Kasus Pada Obyek Wisata Joyokarto).

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini diantaranya :

a. Bagi STIE Widya Gama Lumajang

Peneliti mengharapkan agar hasil penelitian ini dapat berguna sebagai referensi akademik bagi rekan-rekan mahasiswa maupun pembaca yang sedang melakukan penelitian pada bidang yang sama.

b. Bagi Peneliti

Sebagai acuan atau tolak ukur bagi peneliti untuk menambah pengalaman di bidang penelitian dan menambah pemahaman mengenai tema yang menjadi fokus penelitian. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan peneliti untuk memperdalam pengalaman di bidang pemasaran serta implementasi atas teori yang telah didapatkan selama masa perkuliahan dan merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana strata satu di sekolah STIE Widya gama lumajang.

c. Bagi Pelaku Usaha

Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dan dasar yang objektif pengambilan keputusan dalam membuat atau mengembangkan strategi pemasaran produk yang berlabel halal.

d. Bagi Peneliti lain

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan kajian atau referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Manajemen Pemasaran.