

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, masyarakat sekarang sudah banyak yang dapat mengeksplor kreativitasnya untuk dapat ditujukan pada dunia di berbagai bidang sehingga penciptaan produk – produk baru di industri memungkinkan untuk berkembang dengan pesat. Tidak hanya pada teknologi yang berkembang, tetapi makanan pun dapat dikembangkan, sehingga dapat memperluas penyebaran makanan tersebut.

Di Indonesia berbagai macam cita rasa makanan dapat kita olah dan dapat dinikmati. Indonesia adalah Negara kepulauan terbesar dan masing-masing daerah di berbagai pulau Indonesia memiliki makanan yang khas dan belum ada di mana pun, seperti rendang dari Padang, pempek dari Palembang, Semarang terkenal dengan lumpianya dan juga Jakarta Ibukota Indonesia terkenal dengan kerak telur dan lain-lainnya. Di Indonesia tidak hanya terkenal makanan dari Indonesia saja, tetapi juga makanan dari Negara-Negara lain yang digemari oleh banyak orang, seperti shushi yang berasal dari Jepang, pizza dari Italia, ramyun dari Korea dan makanan-makanan dari berbagai Negara lainnya.

Indonesia tidak hanya memiliki makanan khas, tetapi juga memiliki jenis makanan lainnya salah satunya adalah mie. Mie adalah makanan umum yang dapat dinikmati dimana saja dan kapan saja.

Sejak sekitar tahun 2015-an, muncul *trend* makanan yang tiba-tiba saja menyeruak, terutama di kalangan para *vlogger*, yaitu *Samyang Challenge*. Tantangannya sederhana, hanya dengan makan sebungkus mie instan bermerek Samyang dengan rasa *spicy chicken*, tetapi jadi terasa berat karena mie asal Korea Selatan ini dapat membakar lidah para

konsumennya. Banyak masyarakat membeli produk tersebut disebabkan karena penasaran dengan rasa pedasnya dan juga sedang maraknya *Samyang Challenge*. Samyang bukanlah produk baru dalam dunia mie instan, *Samyang Food* adalah perusahaan pertama yang memproduksi mie instan di Korea Selatan pada 1963. Varian *spicy chicken* pun sudah ada sejak setidaknya tiga tahun terakhir. Namun barulah saat *Samyang Food* lebih menggiatkan ekspor, varian ini terdengar makin nyaring di seluruh dunia dan termasuk juga Indonesia. ([www.tirto.id](http://www.tirto.id). 2016)

Pada mulanya mie Samyang ini diterima baik di Indonesia, khususnya para remaja yang memang *trend* mie Samyang menjadi penasaran dengan rasa pedasnya, tetapi beredarnya berita bahwa mie Samyang mengandung bahan dari babi, membuat masyarakat Indonesia yang mayoritasnya muslim menjadi ragu-ragu pada produk mie Samyang tersebut.

Penurunan penjualan mie Samyang mencapai 30 persen karena adanya berita bahwa mie Samyang mengandung *babi*, padahal PT Korinus sudah mempunyai label halal dari *Korea Muslim Federation* (KMF) . ([www.detik.com](http://www.detik.com). 2017).

Hal tersebut mungkin saja terjadi disebabkan oleh kurangnya perhatian dari perusahaan mengenai arti penting label halal bagi masyarakat muslim. Oleh karena itu, perusahaan seharusnya menaruh perhatian pada faktor – faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen.

Faktor pertama, yaitu label halal mie Samyang sudah ada label halal dari *Korea Muslim Federation* (KMF), tetapi belum ada label halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) yang seharusnya mie Samyang dengan masuknya pasar Indonesia juga mengajukan label halal dari MUI karena ada masyarakat muslim yang tidak mengetahui

adanya label halal dari korea. Di bawah ini adalah salah satu contoh kemasan produk yang terdapat label halal tetapi bukan label halal dari MUI.



**Gambar I. 1 Contoh Gambar Label Halal (Non MUI)**

Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Imamuddin dengan judul *Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi T.A 2016/2017*, yang menegaskan bahwa, label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mie instan pada mahasiswa IAIN Bukittinggi T.A 2016/2017.

Ada pula penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fatmawati Sukesti, Mamdukh Budiman dengan judul *The Influence Halal Label and Personal Religiosity on Purchase Decision on Food Products in Indonesia*, yang menegaskan bahwa penggunaan label halal pada produk makanan di Indonesia mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti telah lakukan melalui distribusi angket pada mahasiswa Fakultas Ekonomi, diperoleh informasi bahwa ketiadaan label halal MUI produk mie Samyang membuat dirinya membuat dirinya enggan untuk menjamin minat membeli mie Samyang yang menyebabkan rendahnya keputusan pembelian produk mie Samyang.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian mie Samyang yaitu citra merek. Citra merek yang dimiliki oleh mie Samyang ialah mie instan asal Korea Selatan ini

memiliki porsi mie lebih besar dibandingkan mie instan asal Indonesia yang oleh karenanya mengkonsumsi mie Samyang lebih cepat kenyang dan terkadang tidak habis untuk dimakan disebabkan oleh porsi mie nya yang besar kurang sesuai dengan porsi mie yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia yang lebih sedikit, oleh karenanya menyebabkan berkurangnya citra merek dari produk tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Mohamad Rizan, Kartika Lestari Handayani, Agung Kresnamurti RP dengan judul Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie dan Mie Sedaap), yang menegaskan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara citra merek dan keputusan pembelian.

Ada pula penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khairani dengan judul *The Effect of Brand Image and Food Safety on the Purchase Decision of Samyang Noodles Product to The Students of Faculty of Economics and Business of University of North Sumatra Medan*, yang menegaskan bahwa citra merek dan keamanan pangan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kemudian, berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui distribusi angket pada mahasiswa Fakultas Ekonomi, diperoleh informasi bahwa mie Samyang memiliki citra merek yang kurang bagus yang menyebabkan rendahnya keputusan pembelian mie Samyang.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu label halal dan citra merek.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai masalah rendahnya keputusan pembelian mie Samyang pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah tersebut, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara label halal dengan keputusan pembelian?
2. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian?
3. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara label halal dan citra merek dengan keputusan pembelian?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data empiris dan fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid), serta dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) mengenai:

1. Hubungan antara label halal dengan keputusan pembelian.
2. Hubungan antara citra merek dengan keputusan pembelian.
3. Hubungan antara label halal dan citra merek dengan keputusan pembelian.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai bahan untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang penelitian pengaruh label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian dan juga untuk menjadi bahan

kelak nanti peneliti ingin berwirausaha atau bekerja di sebuah perusahaan yang memproduksi makanan.

## 2. Universitas Negeri Jakarta

Untuk bisa dijadikan bahan bacaan bagi mahasiswa di masa depan, juga dapat menambah koleksi bahan penelitian ilmiah di kampus, dan juga untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruh label halal dan citra merek pada keputusan pembelian

## 3. Perusahaan

Sebagai bahan peningkatan dalam label halal dan citra merek pada sebuah perusahaan yang memproduksi makanan untuk lebih baik. Selain itu, dengan mengetahui hasil penelitian ini perusahaan diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian untuk para konsumennya.

## 4. Pembaca

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang label halal dan citra merek dalam mengetahui keputusan pembelian para konsumen khususnya untuk para konsumen muslimin dimana pun berada.