

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, gaya hidup masyarakat mulai bergeser. Pergeseran ini dapat dilihat dari segala sesuatu dituntut serba cepat dan praktis. Banyak kebutuhan yang diubah menjadi serba instan, salah satunya adalah makanan. Fenomena ini membuat industri makanan terutama di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi dan masih berpotensi untuk berkembang lagi. Pertumbuhan omset industri makanan dan minuman dari tahun ke tahun telah mengalami peningkatan yang signifikan. Dari fenomena di atas industri baru mulai tumbuh yaitu *fast food* atau lebih dikenal dengan sebutan makanan instan. Salah satu makanan instan yang paling digemari oleh masyarakat adalah mie instan.

Mie instan adalah mie yang sudah dimasak terlebih dahulu dan dicampur dengan minyak, dan bisa disajikan hanya dengan menambahkan air panas dan bumbu-bumbu yang sudah ada dalam bungkusnya. Mie instan telah menjadi makanan yang diakui secara internasional, dan konsumsi di seluruh dunia terus meningkat dengan sifat mie seperti rasa, nutrisi, umur simpan yang lebih lama, dan harga yang terjangkau telah membuatnya populer. Terdapat banyak pesaing produk merek Mie Instan yang ada di Indonesia baik dari produk lokal maupun impor. Produk lokal seperti Indomie, Supermie, Mie Sedap dan masih banyak lagi membuat persaingan dibidang bisnis tersebut semakin ketat. Saat ini ada pesaing baru yaitu perusahaan impor Mie Instan dari Korea. Dari Mie Instan Korea itu sendiri ada beberapa merek yang masuk ke Indonesia seperti merek Samyang *Green*, *Shin Ramyun*, *Neoguri* dan masih banyak lagi sehingga membuat persaingan juga dalam segmen Mie Instan Korea di Indonesia. Banyaknya pesaing merek produk impor Mie Instan Korea yang hadir di Kota Bandar

Lampung membuat persaingan dibidang bisnis tersebut semakin ketat karena disebabkan oleh banyaknya ragam pilihan jenis Mie Instan dengan variasi bentuk rasa, tekstur, dan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dihadirkan.

Tabel 1.1
Mie Instan Khas Korea Halal Terenak Yang Ada Di Indonesia

No	Mie Instan
1.	Nongshim Shin Ramyun
2.	Samyang Food Buldak Ramen
3.	Nongshim Neoguri
4.	Samyang Food Buldak Ramen Jjajang
5.	Nongshim Kimchi Ramyun
6.	Shrimp Big Bowl
7.	Nongshim Soon Veggie Ramyum
8.	Samyang Food Buldak Ramen Cheese
9.	Samyang Food Yukgaejang
10.	Samyang Food Buldak Ramen Carbonara

Sumber: my-best.id

Tabel 1.1 di atas adalah persaingan merek-merek pilihan masyarakat terhadap merek Mie Instan Korea yang halal, karena sebelumnya tidak halal itu menjadi masalah buat konsumen. Menurut Endra Nirwana, *Sales and Marketing Manager* PT Korinus, mengatakan produk Ramyun asal Korea Selatan ternyata positif mengandung DNA babi, sehingga penjualannya pada tahun 2017 mengalami penurunan. Sebanyak 30% penjualan dari mie Samyang setiap hari mengalami penurunan karena masyarakat menjadi ragu untuk membeli produk tersebut (money.kompas.com 2017). Dimana persepsi masyarakat seperti bahan baku dan

cara pembuatan yang tidak halal menjadikan konsumen enggan membeli Mie Instan Korea. Karena persaingan yang sudah semakin ketat maka penting bagi perusahaan untuk mengeluarkan strategi supaya produknya di beli. Atas isu tersebut saat ini perusahaan Mie Instan Korea bergerak mengambil keputusan mencantumkan label halal MUI di kemasan Mie Instan Korea. Dimana label halal adalah pencantuman tulisan pada kemasan produk dan atau pernyataan label yang menunjukkan bahwa produk yang dimaksudkan adalah berstatus sebagai produk halal.

Majelis Ulama Indonesia akan memberikan labelisasi halal terhadap suatu produk apabila produsen tersebut telah mendaftarkan produknya. Dengan adanya label halal ini konsumen muslim akan lebih dimudahkan untuk memilih produk mana saja yang diperbolehkan untuk dikonsumsi. Menurut Tjiptono (dalam Yusuf, 2017) label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjualan. Menurut Departemen Agama yang dimuat dalam KEPMENAG RI No. 518 tahun 2001 tentang pemeriksaan dan penetapan pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam. Dengan adanya peraturan ini, maka para pemasar memiliki kesempatan untuk mengincar pasar konsumen khususnya dari kaum Muslim dengan label halal dan konsumen akan lebih mudah dalam memilih produk yang benar-benar halal yang sudah dikeluarkan oleh MUI. Bagi masyarakat muslim produk-produk halal adalah bagian penting yang tidak bisa diabaikan. Semua produk yang dikonsumsi setidaknya bisa dibuktikan dengan label halal.

Mie Instan Korea Samyang dari perusahaan impor PT Korinus adalah perusahaan yang akan menjadi fokus penelitian penulis. Mie Instan Korea Samyang masuk ke Indonesia pada Oktober 2015. Samyang *Foods Inc* sendiri adalah nama perusahaan yang memproduksi mie yang terkenal pedas tersebut. Samyang *Food* didirikan

pada 15 September 1961 oleh Jeon Jung, Samyang *Food* memulai debutnya sebagai mie instan Korea pertama di Indonesia. Produk Mie Instan Korea Samyang itu hadir di Indonesia pertama kali dengan varian rasa *hot chicken ramen*. Pada saat itu popularitas Mie Instan Korea Samyang kian tak terbendung, salah satu pemicunya adalah fenomena Samyang *Noodle Challenge* yang sebelumnya ramai tersebar di media sosial seperti instagram, youtube, dan lain-lain. Samyang *Noodle Challenge* adalah sebuah aktivitas yang dilakukan oleh orang-orang dalam mengkonsumsi Mie Instan Korea Samyang dengan tantangan untuk tidak minum sampai Mie Instan Korea Samyang nya habis. Minat yang tinggi pada Mie Samyang juga dibuktikan lewat angka penjualannya yang fantastis.

Dikutip dari Korea JoongAng Daily (Syifa, 2020), negara-negara di Asia Tenggara termasuk Indonesia, sudah menyumbang 35% dari pasar Mie Instan Korea Samyang pada tahun 2016. Di Asia Tenggara, Mie Instan Korea Samyang pada tahun 2016 laku 30 miliar won (berdasarkan kurs saat itu 11,73 rupiah per won atau 351,92 miliar rupiah). Setelah viral “Samyang *Challenge*”, Samyang menjadi rekor ekspor tertinggi pada tahun 2016 dengan 110 miliar won (Rp 1,29 triliun). Namun pada tahun 2017 terkait pernyataan BPOM mengenai empat produk mie instan Korea yang mengandung babi (tidak halal) yang diimpor oleh PT Koin Bumi, PT Korinus selaku importir Samyang dengan varian yang sudah memiliki 5 sertifikasi halal mengaku mengalami kerugian yang signifikan. Kerugian ini diduga sebagai akibat ramainya pemberitaan penarikan izin edar mie instan asal Korea oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) karena mengandung babi, importir PT Korinus mengaku mengalami kerugian seperti yang dikatakan oleh Sales and Marketing Manager PT Korinus Endra Nirwana bahwa sejak berita itu beredar, penjualannya sudah turun sekitar 30 persen setiap harinya (tribunsolo.com).

Semenjak Mie Instan Korea samyang tersebar di Indonesia tahun 2015 yang telah memiliki logo halal, akan tetapi logo halalnya masih memakai logo dari

Federasi Muslim Korea yang tidak dapat masuk ke Indonesia. Perusahaan Mie Instan Korea Samyang ini memandang kepedulian warga tentang kehalalan sesuatu produk yang sangatlah berarti. Suatu kewajiban jika setiap orang memasukan atau memproduksi pangan ke wilayah Indonesia merupakan keterangan yang ada pada label (Novida, Tati, Prima 2021).

Kota Bandar Lampung yang memiliki penduduk mayoritas muslim. Islam adalah agama mayoritas yang dianut sekitar 92,63% masyarakat Kota Bandar Lampung. Selain itu ada juga yang beragama Kristen 3.55%, Katolik 1.59%, Hindu 0.35%, Buddha 1.48%, dan Kong Hu Cu 0.04% yang rata-rata dianut masyarakat keturunan Tionghoa dan pendatang. Hal tersebut tentu saja menjadi peluang bisnis makanan untuk menciptakan produk halal. Selain perizinan usaha, sertifikasi halal jadi hal wajib dimiliki sebuah usaha bisnis makanan. Pentingnya mencantumkan label halal dari MUI tidak hanya untuk konsumen tetapi juga untuk para produsen yang akan memberi produk.

Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) Bandar Lampung menarik produk mie asal Korea yang mengandung fragmen babi. Penarikan produk mie ini berdasarkan imbauan dari BPOM pusat karena berdasarkan hasil uji laboratorium diduga mengandung fragmen babi, sehingga dilakukan penarikan produk. Ada empat produk mie asal Korea yang dilakukan penarikan yakni Samyang Mie Instan U-dong, Samyang Mie Instan rasa Kimchi, Nongshim Mie Instan Shin Ramyun Black, dan Ottogi Mie Instan Yeul Ramen (archive.netralnews.com 2017).

Menurut Surat Keputusan dari Menteri Kesehatan dan Menteri Agama No.427/MENKES/SKB/1985 menetapkan bahwa keputusan pencantuman label halal MUI, yakni makanan halal adalah seluruh jenis makanan, bahan dan cara pengolahannya dilakukan sesuai prosedur hukum islam (Wajdi & Farid, 2003).

Namun nyatanya masih ada beberapa makanan yang tidak halal dan sudah beredar di masyarakat. Pada pertengahan Juni 2017 lalu, Badan Pemeriksa Obat dan Makanan (BPOM) mengumumkan bahwa 4 (empat) produk mie instan dari Korea Selatan dinyatakan positif mengandung lemak babi, di antaranya *Shin Ramyun Black*, *Ottogi* (nama produknya *Yeul Rameni*) dan 2 (dua) buah produk Samyang, yaitu Samyang *Kimchi* dan *U-Dong*. Ke-empat produk tersebut berasal dari PT Koin Bumi (Nasional.republika.co.id). Namun terkait pernyataan BPOM mengenai empat produk mie instan Korea yang mengandung babi (tidak halal) yang diimpor oleh PT Koin Bumi, PT Korinus selaku importir Samyang dengan varian yang sudah memiliki 5 sertifikasi halal mengaku mengalami kerugian yang signifikan. Kerugian ini diduga sebagai akibat masifnya pemberitaan di berbagai media massa. Seperti yang dikatakan oleh Sales and Marketing Manager PT Korinus Endra Nirwana bahwa sejak berita itu beredar, penjualannya sudah turun sekitar 30 persen (Tribunsolo.com). Produk Mie Instan Korea yang halal dan tidak halal dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Produk Mie Instan Korea Samyang Yang Halal dan Tidak Halal

No	Halal	Tidak Halal
1	Samyang <i>Hot Chicken Ramen</i>	<i>Shin Ramyun Black</i>
2	Samyang <i>Hot Chicken Ramen Big Bowl</i>	<i>Ottogi</i> (nama produknya <i>Yeul Rameni</i>)
3	Samyang <i>Hot Chicken Ramen Cup</i>	Samyang <i>Kimchi</i>
4	Samyang <i>Hot Chicken Ramen Cheese Flavour</i>	Samyang <i>U-Dong</i>
5	Samyang <i>Hot Chicken Ramen Ice Flavour</i>	
6	Samyang <i>Hot Chicken Ramen Cheese Flavor Big Bowl</i>	

Sumber: Membedakan Jenis Mie Samyang yang Halal dan Haram, 2020

Dari Tabel 1.2 di atas sebelumnya Mie Instan Korea Samyang telah mengantongi sertifikat halal dari Federasi Muslim Korea dan izin edar dari Badan Pengawas

Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM RI). PT Korinus, importir tunggal Mie Samyang juga telah mengantongi sertifikat halal dari LPPOM MUI untuk produk Mie Samyang dengan nomor registrasi halal 00090084950917. Sertifikat tersebut diperoleh setelah melalui serangkaian proses pengujian yang ketat dan memenuhi persyaratan halal yang ditetapkan LPPOM MUI sebagai regulator produk halal di Indonesia. Penyerahan sertifikat Halal untuk produk Samyang dilakukan langsung oleh LPPOM MUI yang bertempat di LPPOM Building, Bogor pada 28 September 2017. Daftar Mi Samyang yang sudah terdaftar tersertifikasi Halal oleh MUI yaitu Samyang *Hot Chicken Ramen*, Samyang *Hot Chicken Ramen Big Bowl*, Samyang *Hot Chicken Ramen Cup*, Samyang *Hot Chicken Ramen Cheese Flavour*, Samyang *Hot Chicken Ramen Ice Flavour* dan Samyang *Hot Chicken Ramen Cheese Flavor Big Bowl* (Republika.co.id /Jumat 10 Nov 2017).

Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Amalia.S, 2017), keputusan pembelian adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, memberi menggunakan mengevaluasi dan menghabiskan suatu produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhannya.

Perusahaan harus bisa memasarkan produk atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Maka dari itu selain label halal salah satu kendala yang dihadapi konsumen saat memilih sebuah produk yang akan dibeli adalah kualitas produk. Menurut Kotler & Amstrong

(dalam Lubis, 2020) kualitas produk yang merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan akan menimbulkan suatu kesadaran akan merek produk tersebut. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak.

Selain label halal dan kualitas produk faktor citra merek juga menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan citra merek akan memberikan penilaian lebih terhadap produk itu sendiri. Maka setiap perusahaan akan berusaha menyusun strategi pemasaran yang dapat menjangkau pasar sasarnya dengan seefektif mungkin. Menurut Keller (dalam Amin, 2020) tentang citra merek adalah kesan pelanggan terhadap sebuah merek yang terlihat dari asosiasi merek yang berada diingatan konsumen. Fenomena tersebut dapat dilihat dari kondisi persaingan saat ini yang terjadi pada produk Mie Insa Korea Samyang. Keanekaragaman produk Mie Instan asal Korea yang ada pada saat ini mendorong konsumen untuk melakukan identifikasi dalam pengambilan keputusan saat menentukan suatu merek yang menurut mereka memenuhi kriteria sebuah produk Mie Instan asal Korea yang ideal. Konsumen cenderung menjadikan citra merek sebagai acuan sebelum melakukan pembelian suatu produk/jasa. Maka, perusahaan harus mampu menciptakan citra merek yang menarik sekaligus menggambarkan manfaat produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga dengan demikian konsumen memiliki citra yang positif terhadap merek. Pilihan konsumen pada suatu merek produk tergantung pada citra merek yang melekat pada produk tersebut. Apakah merek suatu produk memiliki citra yang baik atau tidak, yang kemudian ditunjang dari kualitas produk dan label halal itu sendiri. Sehingga produsen harus mampu

memberikan yang terbaik, yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan adanya merek, maka konsumen akan dapat dengan mudah membedakan karakteristik dari masing-masing produk. Para produsen sudah tentu sangat tertarik terhadap keputusan yang dianut oleh seseorang tentang produk dan jasa mereka. Keputusan konsumen sangat dipengaruhi oleh keputusan orang terhadap merek tertentu. Selanjutnya keputusan ini membentuk citra terhadap merek dan produk dan orang yang berbuat sesuai keputusannya.

Berdasarkan uraian di atas bahwa fenomena terkait label halal, kualitas produk dan citra merek pada Mie Instan Korea Samyang masih rendah terkait dengan pencantuman label halal, keseluruhan ciri kualitas produk belum sesuai dan citra merek sebagai suatu persepsi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat suatu merek dari produk Mie Instan Korea Samyang. Bahwa label halal, kualitas produk dan citra merek sangat penting bagi konsumen, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh label halal, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Mie Instan Korea Samyang di Bandar Lampung.

Dari uraian dan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Korea Samyang di Bandar Lampung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut ini:

1. Apakah label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Mie Instan Korea Samyang di Bandar Lampung?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Mie Instan Korea Samyang di Bandar Lampung?
3. Apakah citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Mie Instan Korea Samyang di Bandar Lampung?
4. Apakah label halal, kualitas produk dan citra merek secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Instan Korea Samyang di Bandar Lampung?

1.3 Ruang Lingkup

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup subjek penelitian ini adalah konsumen Mie Instan Korea Samyang di Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah label halal, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Mie Instan Korea Samyang di Bandar Lampung.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat pada penelitian ini diselenggarakan di Kota Bandar Lampung Provinsi Lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Ruang lingkup waktu yang ditentukan pada penelitian yang dilaksanakan didasarkan pada kebutuhan penelitian pada bulan November 2021 sampai dengan Maret 2022.

1.3.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini mengacu pada ilmu Manajemen Pemasaran yang membahas tentang label halal, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Mie Instan Korea Samyang di Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mie Instan Korea Samyang di Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Mie Instan Korea Samyang di Bandar Lampung.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh label halal, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Mie Instan Korea Samyang di Bandar Lampung.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

1. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan panduan untuk meningkatkan keputusan pembelian dikemudian hari.
2. Bagi Akademik
Penelitian ini diharapkan menambah referensi dan bahan informasi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan tentang label halal, dan citra merek.
3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang label halal, dan citra merek terhadap keputusan pembelian Mie Instan Korea Samyang di Bandar Lampung.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini terdiri dari lima bab yaitu pendahuluan, landasan Teori, metode penelitian, analisis data dan pembahasan dan terakhir penutup.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Landasan teori terdiri dari kerangka acuan teoritis berdasarkan variabel-variabel yang dianggap relevan terhadap faktor yang dapat keputusan pembelian Mie Instan Korea Samyang di Bandar Lampung terhadap label halal, kualitas produk dan citra merek yang diambil dari berbagai literatur yang berkaitan dengan topik, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas tentang variabel penelitian berdasarkan definisi operasionalnya, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas hasil dari analisis data yang dilakukan dengan data analisis yang telah ditetapkan sehingga hipotesis dapat diuji.

BAB V : PENUTUP

Penutup berisikan tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan juga saran-saran yang dapat dijadikan sebagai masukan bagi masyarakat, perusahaan, maupun peneliti sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

