

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

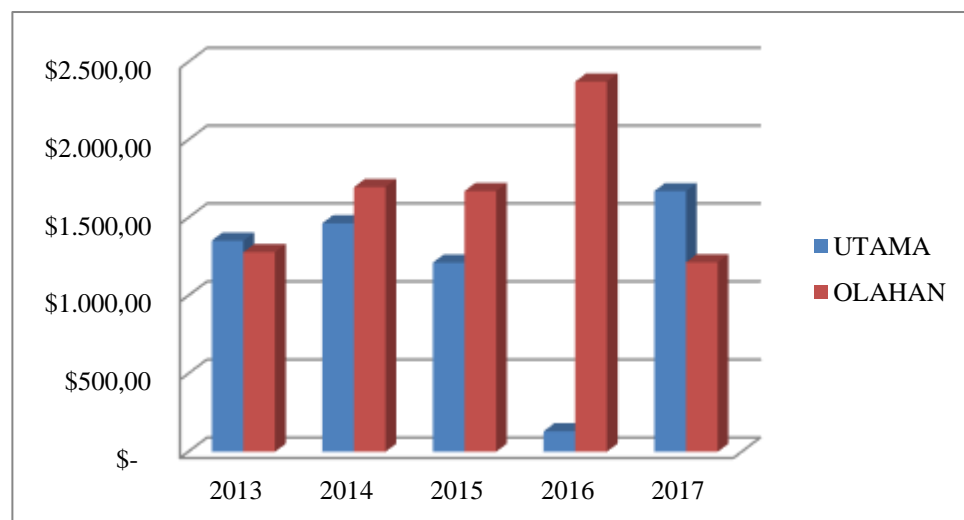
Di era modern saat ini kita tidak dapat menghindar dari pengaruh global dalam masalah apapun termasuk masalah pangan. Pangan merupakan kebutuhan pokok yang paling penting bagi manusia. Oleh karena itu, berbagai perusahaan di Indonesia maupun luar negeri saling bersaing dalam menciptakan produk makanan yang dibutuhkan masyarakat. Di samping itu, tantangan yang dihadapi perusahaan di dalam pasar persaingan yang semakin ketat ini adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan kepuasan atas keinginan para konsumen.

Salah satu tahap yang dapat dilakukan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen adalah dengan mengkaji perilaku konsumen. Menurut Schiffman dan Kanuk (2010:23) dalam Naashir dkk (2016), perilaku konsumen didefinisikan sebagai perilaku yang konsumen tunjukkan dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Selain itu, perusahaan atau produsen juga harus mengetahui beberapa tahap dalam keputusan pembelian, agar konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut dan melakukan pembelian ulang.

Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk mencapai 270 juta jiwa pada tahun 2020 dan jumlah tersebut akan terus meningkat setiap tahunnya. Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat ini akan berbanding lurus dengan peningkatan konsumsi masyarakat. Oleh karena itu, apabila produk makanan yang tersedia tidak mampu

memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat, maka akan mendorong Indonesia untuk melakukan perdagangan internasional. Adanya perdagangan internasional ini mengakibatkan produk makanan olahan yang tersebar di Indonesia terbagi menjadi dua jenis, yaitu produk makanan olahan lokal dan produk makanan olahan impor.

Produk makanan olahan impor merupakan makanan yang tidak asing lagi di Indonesia. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya produk olahan impor yang tersebar di berbagai supermarket di Indonesia, baik itu makanan maupun minuman. Berdasarkan data statistik yang peneliti dapatkan pada tahun 2019, jumlah impor barang konsumsi yang masuk ke Indonesia cukup banyak dan bergerak secara fluktuatif. Data tersebut dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut:



Gambar 1.1 Data Impor Barang Konsumsi Indonesia

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2019

Data di atas menunjukkan bahwa produk makanan olahan impor selalu mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2016 jumlah produk yang diimpor mengalami kenaikan dan pada tahun 2017 mengalami penurunan, yang mana keadaan tersebut akan terus berubah.

Selain itu, Indonesia juga merupakan negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, di mana perlu adanya perhatian terhadap produk makanan olahan impor yang masih beredar bebas di Indonesia, yaitu bukan hanya memperhatikan dari sisi komposisi yang menyehatkan secara medis saja, namun juga perlu memperhatikan bahwa makanan yang dikonsumsi tersebut halal. Untuk mempermudah dalam mengetahui makanan yang dikonsumsi tersebut halal, maka dapat dilihat dari label halal yang tercantum pada kemasan makanan tersebut. Namun sayangnya 93,3% konsumen adalah mereka yang kurang atau bahkan tidak memperdulikan kelengkapan label produk seperti tercantumnya label halal pada kemasan (Fitriah dan Kusumadinata, 2017) dalam Mujiono (2018).

Selain label halal, pendapatan juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian, yang mana dapat kita ketahui bahwa pendapatan merupakan hasil yang diterima, baik berupa uang maupun yang lainnya atas penggunaan kekayaan (jasa manusia). Dalam hal ini, semakin tingginya tingkat pendapatan seseorang cenderung semakin tinggi pula pengeluaran yang akan dilakukan. Selain itu harga juga merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan keputusan pembelian, di mana konsumen akan mencari produk yang sesuai dengan preferensinya dan mempertimbangkan produk mana yang di nilai paling ekonomis. Tidak jarang juga konsumen memandang harga sebagai indikator penentu dari kualitas produk yang dijual, terutama jika konsumen harus mengambil keputusan pembelian. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk.

Sebagai contohnya Mi Samyang merupakan salah satu produk makanan olahan impor yang sudah beredar di berbagai supermarket dan minimarket yang berada di Indonesia. Namun sebenarnya nama produk makanan yang berasal dari Korea Selatan ini adalah *Buldak Bokkeummyeon*, sedangkan Samyang adalah nama perusahaan yang memproduksi mi tersebut, yaitu Samyang Foods. Kepopuleran jenis mi instan ini disebabkan oleh adanya tantangan unik di media sosial yang disebut dengan Samyang Challenge. Selain itu lidah Indonesia yang menggemari aneka makanan pedas juga mendukung berkembangnya *trend* Mi Samyang tersebut. Jenis mi instan ala Korea ini memang berbeda dari mi instan pedas lainnya yang biasa ditemui di Indonesia, selain memiliki rasa yg super pedas dan bervariasi, mi instan ini juga memiliki porsi jumbo dengan lembaran mi yang lebih tebal dan besar.

Di Kecamatan Ciamis terdapat dua minimarket yang menjual produk makanan Mi Samyang, diantaranya Indomaret dan Alfamart. Tetapi diantara kedua minimarket tersebut, Indomaret menjadi salah satu minimarket yang lebih banyak dipilih oleh masyarakat di Kecamatan Ciamis, hal ini disebabkan karena Indomaret memiliki keunggulan yang lebih bagus dibandingkan Alfamart, baik itu dari sisi penjualannya maupun jumlah gerai minimarketnya. Indomaret merupakan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari dan didirikan pada tahun 1988. Di Kecamatan Ciamis terdapat 7 minimarket Indomaret, diantaranya berada di Kelurahan Ciamis, Kelurahan Maleber, Kelurahan Kertasari, dan Kelurahan Cigembor. Berdasarkan survei yang telah peneliti lakukan sebelumnya, dapat kita ketahui bahwa angka penjualan Mi

Samyang di Indomaret tiap bulannya memiliki tingkat penjualan yang lebih tinggi dibandingkan mi instan impor lainnya. Data tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1 Data Penjualan Mi Instan Impor di Indomaret Kecamatan Ciamis Tahun 2021

No.	Merek Mi Instan	Total Penjualan Tahun 2021		
		Bulan Januari	Bulan Februari	Bulan Maret
1	Mi Samyang	46 bungkus	41 bungkus	50 bungkus
2	Nong Shim Neoguri Udon	33 bungkus	30 bungkus	28 bungkus
3	Yum-Yum Mi Tomyun	10 bungkus	24 bungkus	19 bungkus

Sumber: Indomaret Kecamatan Ciamis, 2021

Minat yang tinggi pada Mi Samyang ini dapat dibuktikan melalui angka penjualannya yang terdapat pada data diatas, di mana walaupun harga jual Mi Samyang sendiri terbilang mahal dibandingkan jenis mi instan lainnya yang ada di Indonesia, namun harga jual yang cukup mahal tersebut ternyata tidak mempengaruhi tingkat konsumerisme warga Indonesia.

Berdasarkan fenomena di atas, sehubungan dengan belum adanya penelitian mengenai pengaruh label halal, pendapatan, dan harga terhadap keputusan pembelian Mi Samyang di Kecamatan Ciamis, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Label Halal, Pendapatan, dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Mi Samyang (Survei pada Konsumen Indomaret di Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis Provinsi Jawa Barat)**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh label halal, pendapatan, dan harga produk secara parsial terhadap keputusan pembelian produk makanan Mi Samyang di Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis Provinsi Jawa Barat?
2. Bagaimana pengaruh label halal, pendapatan, dan harga produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk makanan Mi Samyang di Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis Provinsi Jawa Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh label halal, pendapatan, dan harga produk secara parsial terhadap keputusan pembelian produk makanan Mi Samyang di Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis Provinsi Jawa Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh label halal, pendapatan, dan harga produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk makanan Mi Samyang di Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis Provinsi Jawa Barat.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman, menambah wawasan dan pengetahuan khususnya tentang pengaruh label halal, pendapatan dan harga produk terhadap keputusan pembelian yang diteliti.

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai rujukan dan informasi dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai keputusan pembelian.

3. Bagi Pelaku Usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pihak-pihak terkait, khususnya bagi perusahaan pengolah produk makanan.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi penelitian akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Indomaret di Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis Provinsi Jawa Barat.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dimulai sejak Bulan Maret 2021 dengan pengajuan judul kepada pihak Program Studi Ekonomi Pembangunan dan diselesaikan pada Bulan Desember 2021. Jadwal penelitian dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

