

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Agama Islam mempunyai pedoman untuk umatnya dari segala aspek kehidupan, termasuk pedoman dalam berkonsumsi. Sebagai konsumen muslim, kita harus memperhatikan kehalalan dalam mengkonsumsi suatu produk makanan, obat-obatan, maupun kosmetik. Terutama dalam hal makanan, dalam Islam, makanan merupakan tolak ukur dari segala cerminan penilaian awal yang bisa mempengaruhi berbagai perilaku seseorang (Al- Asyar,2003).

Adisasmito (2008) menyatakan bahwa mengkonsumsi suatu produk tidak boleh sembarangan, karena kita tidak mengetahui apa saja kandungan yang terdapat di produk tersebut. Oleh karena itu, masyarakat sebagai konsumen harus memiliki pengetahuan yang tinggi terkait suatu produk yang akan ia konsumsi terutama dalam hal konsumsi pangan. Konsumen bukan hanya sekedar menuntut produk pangan yang terjamin kandungan gizinya, namun keamanannya. Dalam hal ini konsumen muslim produk pangan yang aman bukan hanya sekedar terbebas fisik, kimia, mikrobiologi, namun juga ada unsur yang hakiki, yaitu aman dari barang yang diragukan atau diharamkan.

Produk halal merupakan produk yang memenuhi syariat kehalalan sesuai dengan syariat Islam, yaitu berupa bahan yang tidak mengandung babi dan bahan

yang berasal dari babi, tidak mengandung bahan- bahan yang diharamkan, semua bahan yang berasal dari hewan halal yaitu yang disembelih menurut syariat Islam, dan semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar (Girindra, 2005).

Lembaga Pengkajian obat- obatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) ialah sebagai satu- satunya lembaga yang berwenang dalam memberikan kebijakan sertifikat halal sampai tahun 2014 sebanyak 26.979 dari jumlah 8.636 perusahaan dengan jumlah produk yang sudah disertifikasi halal sebanyak 53.383 dari 231.851 produk yang diedarkan (Kementrian Agama, 2015).

Pada data BPS tahun 2015, Indonesia mempunyai jumlah penduduk mencapai 250 juta jiwa. Jumlah penduduk Indonesia akan terus meningkat setiap tahunnya dan akan memicu konsumsi masyarakat yang semakin tinggi. Hal ini akan mendorong Indonesia untuk melakukan impor barang konsumsi guna memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakatnya. Produk barang konsumsi di Indonesia dibagi menjadi dua jenis yaitu produk lokal dan produk impor (Soegiono, 2012).

Pada saat ini, di Indonesia produk impor mulai banyak diperdagangkan dengan berbagai kemasan yang menarik. Selanjutnya seiring dengan perkembangan industri produk makanan. Para produsen pun semakin inovatif dalam mengembangkan produknya. Bahan yang digunakan pun semakin beraneka ragam. Konsumen perlu waspada karena terdapat bahan makanan yang dinyatakan haram

seperti *angciu*, *emulsifier* (E471), *Rhum*, *Lard* (minyak babi), *Lestisin*, dan alkohol (Robbiyati, 2021).

Yunitasari dan Anwar (2019) menyatakan bahwa produk impor di Indonesia banyak sekali dan mudah ditemukan pada setiap pusat perbelanjaan besar maupun kecil. Makanan dan minuman impor yang telah beredar terdapat berbagai macam kemasan dan varian rasa yang menarik membuat para konsumen di Indonesia tertarik untuk membeli produk makanan dan minuman impor tersebut. Dengan demikian mengharuskan konsumen untuk lebih teliti dalam membeli, dikhawatirkan produk makanan tersebut tercampur dengan bahan yang mengandung unsur haram yang dilarang dalam Islam. Berdasarkan data statistik yang peneliti ambil pada tahun 2020 jumlah makanan olahan impor barang konsumsi cukup banyak dan bisa bergerak secara fluktuatif.

Industri mie instan dunia saat ini telah berkembang pesat, beberapa Negara Asia turut menjadi penyumbang konsumsi terbesar di dunia dengan menempati 5 besar konsumsi mie instan dunia. Berdasarkan *World Instant Noodles Association* (WINA) terdapat 4 negara Asia yang menjadi negara dengan konsumsi mie instan dunia ialah: Cina, Indonesia, Jepang, dan Vietnam. Berdasarkan survei yang dilakukan, Indonesia merupakan negara yang memiliki tingkat konsumsi mie instan yang tinggi. Pada tahun 2019 dunia mengonsumsi 106,42 miliar mie instan atau rata-rata 290 juta porsi per hari. Menurut WINA, 10 dari 15 negara penikmat mie terbanyak dunia, berasal dari Asia. Cina menempati urutan pertama dalam daftar

negara penikmat mie instan terbanyak tahun 2019, dengan mengonsumsi 41,5 miliar bungkus. Indonesia peringkat kedua sebesar 12,5 miliar porsi, kemudian India sebesar 6,7 miliar dan Jepang 5,6 miliar (Firmansyah dan Hidayatullah, 2020).

Mie Samyang adalah produk mie instan dari perusahaan Samyang Food inc yang berasal dari Korea Selatan. Mie Samyang adalah merek dari produk mie asal Korea yang memiliki cita rasa yang pedas. Sebenarnya nama asli dari produk Mie Samyang ini adalah *Hot chicken flavor ramen* (rasa ayam pedas) kemasan hitam dan *Hot chicken ramen cheese* (rasa ayam keju pedas) kemasan kuning. Sedangkan Samyang adalah nama perusahaan yang memproduksi mie tersebut, yaitu Samyang Food inc. Namun, dikarenakan tulisan latin yang tertulis dibungkus mie ini hanya “Samyang” dan sisanya huruf Korea, sedangkan mie tanah air lebih mengenalnya dengan sebutan Mie Samyang (Janah, 2018).

Menurut Janah (2018), dikutip dari Korea JoongAng Daily, Asia Tenggara termasuk salah satunya negara Indonesia berkontribusi 35 persen terhadap total pasar dari Mie Samyang pada 2016. Penjualan Mie Samyang di Asia Tenggara terdata sebesar 30 miliar won (Rp. 351,92 miliar, kurs Rp. 11,73 won), atau melonjak hingga lima kali lipat dibanding 2015.

PT Korinus, importir tunggal mie Korea halal samyang untuk Indonesia telah memastikan kehalalan produk samyang di Indonesia dengan sertifikat halal dari MUI. Sertifikat halal ini pun telah dikantongi sejak tahun 2017. Ada 22 varian samyang green yang telah mengantongi sertifikat halal dari MUI, termasuk

beberapa yang terpopuler di Indonesia seperti hot chicken ramen, carbonara, hot chicken ramen cheese flavor, dan hot chicken ramen extreme. (www.hhwt.com,2020).



Gambar 1.4 berbagai contoh produk Mie Samyang yang sudah berlabel halal

Sumber detik.com

PT Korinus yang merupakan importir satu- satunya untuk produk mie Samyang dengan label halal dari Samyang Food inc dan porsinya yang besar, selain itu cara pemasarannya yang membuat konsumen Indonesia tertarik yang salah satunya berupa video Samyang *Challenge* yang diunggah di *Youtube*. *Challenge* yang dimaksud ialah perlombaan makan dimana antara dua orang atau lebih beradu cepat dalam menghabiskan Mie Samyang, dan yang tercepat akan menjadi pemenangnya (Ranu dkk, 2017).

Selain itu, adanya pengaruh budaya Korean Pop (K-Pop) telah membuat pengaruh yang besar terhadap konsumen yang ada di Indonesia, melalui produk-produk budaya populer seperti drama, film, musik, dan berbagai macam aksesoris

budaya Korea yang memikat hati konsumen Indonesia. Masyarakat yang tertarik dengan *Korean Pop* secara tidak langsung akan meniru tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh idolanya, seperti itulah yang menyebabkan adanya ketertarikan untuk menggunakan atau membeli produk dari Korea (Pratiwi, 2013).

Label halal pada kemasan produk yang ada di Indonesia adalah sebuah logo yang tersusun dari huruf- huruf Arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran. Peraturan perlabelan yang dikemukakan oleh Dirjen POM RI (Direktur Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan Republik Indonesia), mewajibkan para produsen produk makanan untuk mencantumkan label tambahan yang memuat informasi tentang kandungan (*ingredient*) dari produk makanan tersebut. Dengan demikian konsumen dapat memperoleh sedikit informasi yang dapat membantu mereka untuk menentukan sendiri kehalalan suatu produk (Bulan, 2017).



Gambar 1.2 Label Halal Resmi MUI

Sumber: www.halalmui.org

Label halal itu sendiri sangatlah mudah untuk ditemukan, umumnya pada produk makanan dalam kemasan. Produk yang tidak jelas bahan bakunya dan pengolahannya pun dapat ditempel tulisan halal oleh produsen untuk meyakinkan

konsumen bahwa produknya ialah halal. Salah satu contoh label halal palsu yang sering digunakan oleh produsen adalah sebagai berikut:



Gambar 1.3 Label Halal Tanpa Ada Lembaga Yang Menjaminnya

Sumber: [www. Ahlubaitiindonesia.or.id](http://www.Ahlubaitiindonesia.or.id)

Menurut Kotler & Amstrong (2001) menyatakan Persoalan konsumen dalam memilih produk selain label halal ialah harga itu sendiri. Harga juga merupakan salah satu faktor konsumen untuk menentukan keputusan pembelian produk. Dimana harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, ataupun jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas keuntungan-keuntungan karena menggunakan atau memiliki produk atau jasa tersebut. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan menjadi pertimbangan akan permintaan suatu produk.

Harga juga mempengaruhi keputusan pembelian. Jika kenaikan harga yang terbentuk dari hukum permintaan dan penawaran yang berbunyi, jika harga naik maka permintaan akan turun, begitu juga sebaliknya jika harga turun maka permintaan naik. Pada aspek kemampuan ekonomi meninjau para konsumen

mempunyai tingkatan kemampuan ekonomi yang berbeda- beda. Maka dari itu, faktor harga dalam pemilihan suatu produk dapat menjadi tolak ukur yang serius dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Riski dkk., 2019).

Selain label halal dan harga, produk juga harus memperhatikan keamanan pangannya. Keamanan pangan ialah kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat merugikan, mengganggu, dan membahayakan kesehatan manusia serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat sehingga aman untuk dikonsumsi (PP RI 86/2019, 2019).

Alasan peneliti tertarik untuk meneliti produk Mie Samyang ialah karena Mie Samyang sudah terkenal di Indonesia dan produk ini terkenal dengan porsi yang banyak dan juga mempunyai cita rasa yang pedas. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih detail dan jelas serta disertai bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh label halal, harga dan keamanan produk terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk tertentu, dimana perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah. Atas dasar latar belakang tersebut maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA, DAN KEAMANAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN IMPOR DALAM KEMASAN PADA MAHASISWA STUDI KASUS PADA PRODUK MIE SAMYANG”**.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penulisan proposal penelitian tersebut yaitu:

1. Apakah label halal berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian mie samyang?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian mie samyang?
3. Apakah keamanan produk berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian mie samyang?
4. Apakah label halal, harga dan keamanan produk berpengaruh secara simultan dan signifikan pada keputusan pembelian mie samyang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah label halal berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian mie samyang.
2. Untuk mengetahui apakah harga produk berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian mie samyang.
3. Untuk mengetahui apakah keamanan produk berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian mie samyang.

4. Untuk mengetahui apakah label halal, harga, dan keamanan produk berpengaruh secara simultan dan signifikan pada keputusan pembelian mie samyang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian mengenai pengaruh labelisasi halal, harga dan keamanan produk terhadap keputusan pembelian produk Mie Samyang ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis khususnya maupun bagi pembaca.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna untuk syarat akademisi untuk menyelesaikan Strata 1 Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

- b) Bagi Peneliti Berikutnya

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam memberikan informasi, gambaran, referensi, dan faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian Mie Samyang di suatu perusahaan.

