

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam sebuah perkembangan industri di suatu makanan import dari tahun ke tahun ini semakin meningkat. Makanan import yang mendukung perkembangan peningkatan tersebut yaitu salah satu nya Mie samyang. Mie samyang adalah salah satu makanan import yang sebagian besar belum memiliki label halal. Tetapi Mie samyang merupakan produk import mie instan dari samyang food.inc yang berasal dari korea selatan yang masuk ke Indonesia pada tahun 2016an yang sempat booming di kalangan remaja.

Mie Samyang memiliki produk yang banyak, namun di Indonesia Mie Samyang sudah memiliki beberapa varian, yaitu : Varian Hot chicken ramen flavour dan Hot chicken ramen cheese, kedua produk tersebut sudah berlabel Halal, distributor yang mengimpor produk tersebut adalah PT Korinus dan merupakan importir satu-satunya untuk produk Mie Samyang dengan Label Halal dari Samyang food.inc

Dalam sebuah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Mie Samyang terhadap niat beli konsumen. Niat beli (Purchase Intention) didefinisikan sebagai 3 niat individu untuk membeli sebuah merek spesifik yang mana individu tersebut ingin membeli sebuah merek yang sudah terpilih untuk diri mereka sendiri setelah evaluasi. (Khan, et al, 2012). Niat beli pasar seharusnya mengalami peningkatan, namun hal ini tidak terjadi pada industry Mie Samyang. Penjualan Mie Samyang pada tahun 2017 seharusnya dapat lebih meningkat, namun kenyataannya penjualan Mie Samyang turun sekitar 30%, tetapi dalam waktu yang tidak lama Mie

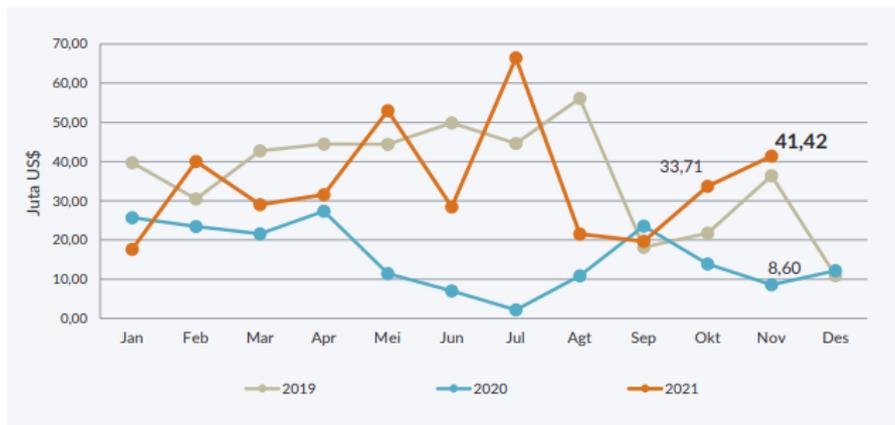
samyang kembali meningkat dalam penjualannya,hal ini dikutip oleh Kompas.com, Senin (10/7/2017).

Besarnya jumlah penduduk Indonesia menjadikan Indonesia sebagai pasar bagi produk-produk impor, hal ini juga berlaku untuk Kota Padang yang memiliki jumlah penduduk yang heterogen serta dengan lingkungan sosial perkotaan. Berdasarkan data Kementerian Perdagangan dari seluruh jenis barang konsumsi impor makanan dan minuman olahan merupakan yang terbesar di antara impor barang konsumsi lainnya, Sepanjang Januari-Juni 2018, berdasarkan data Kementerian Perdagangan, impor makanan dan minuman olahan untuk rumah tangga (*food and beverages mainly for household*) yakni mencapai US\$1,95 miliar atau naik 47,22% dari tahun sebelumnya (www.cnbcindonesia.com).

Berikut data perkembangan import tahun 2019 – 2021 dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah

Gambar 1. 1

Data Perkembangan Import Mie Samyang Tahun 2019-2021



Sumber: BPS (Badan Pusat Statistik) Provinsi Sumatera Barat

Pada gambar 1.1 diatas Nilai impor Sumatera Barat selama November 2021 sebesar US\$41,42 juta, mengalami peningkatan sebesar 22,87 persen dibandingkan dengan impor Oktober 2021 yang tercatat senilai US\$33,71 juta.

Sementara itu jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya nilai impor pada November 2021 naik 381,51 persen. Oleh karena itu, dikhawatirkan konsumen tidak lagi memperhatikan kehalalan produk olahan impor tersebut.

Kata halal berasal dari Bahasa Arab yang berarti “melepaskan” dan “tidak terikat”. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya (Muhammad,2018:13). Halal artinya tidak dilarang dan diizinkan melakukan atau memanfaatkannya. Halal itu dapat diketahui apabila ada suatu dalil yang menghalalkannya secara tegas dalam Al-Qur’an dan apabila tidak ada suatu dalil pun yang mengharamkannya atau melarangnya (Ernawati,2018: 13). Dari Departemen Agama (2003:52) menyatakan bahwa “Label halal adalah merupakan keterangan halal yang tertulis dibagian kemasan yang dikeluarkan atas dasar pengukuhan halal yang menyatu pada bagian kemasan produk dan sebagai bukti jaminan yang sah untuk digunakan maupun dikonsumsi oleh masyarakat yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam maupun peraturan undang-undang”.

dalam mengkonsumsi makanan apapun yang halal bagi mereka dan tidak diperkenankan mengkonsumsi makanan yang haram.Maka itu bagi seorang masyarakat muslim kita harus jeli dalam melihat label halal dalam sebuah kemasan produk makanan import.

Menurut Lembaga Pengawasan MUI produk-produk dari Mie Samyang sebagian belum memiliki sertifikat halal, sehingga dikhawatirkan masyarakat

mengonsumsi produk-produk Mie Samyang yang haram terlebih lagi produk Mie Samyang tersebut terdapat variasi daging babi (JPNN, 2017). Hal tersebut sejalan dengan Undang-Undang yang telah dibuat oleh pemerintah republik Indonesia untuk melindungi konsumen muslim di Indonesia. Salah satunya yakni Undang-Undang RI No. 33 tahun 2014 pasal 4 yang menjamin produk halal. Pasal tersebut menyebutkan bahwa produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di Indonesia wajib memiliki sertifikat halal. Sertifikasi halal merupakan kunci bagi umat muslim untuk membeli produk makanan di Indonesia, mengingat menurut Badan Pusat Statistik (2013) jumlah penduduk Indonesia yang beragama muslim tercatat sebanyak 207.176.162 penduduk atau sekitar 87,18% dari total jumlah penduduk Indonesia. Dengan adanya labelisasi terhadap produk makanan merupakan bentuk kepastian dari pemerintah bahwa produk tersebut layak dikonsumsi oleh masyarakat muslim Indonesia.

Menurut RR Eliyana (2021) *Brand image* adalah bagaimana suatu merek mempengaruhi persepsi pandangan masyarakat atau konsumen terhadap jasa. *Brand image* dapat dianggap sebagai jenis asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat suatu merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran atau citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek, samahalnya ketika kita berfikir tentang orang lain. Asosiasi ini dapat di konseptualisasi berdasarkan jenis, dukungan, keunggulan, kekuatan, dan keunikan. Menurut artikel Kompas.co.id 2021 menemukan bahwa brand-brand yang menjadi favorit konsumen berdasarkan total penjualan.

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan impor Samyang?

2. Bagaimana pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian produk makanan impor Samyang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan impor Samyang di kota Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian produk makanan impor Samyang di kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. akademis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan untuk lebih mengenal produk samyang berlabel halal.

2. Praktis

Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan masukan bagi pihak-pihak terkait, seperti konsumen, penjual dan pembaca serta sosialisasi pada masyarakat agar masyarakat lebih mengetahui dan memahami bagaimana konsep makanan halal, label halal LPPOM MUI serta pentingnya makanan halal sebagai kebutuhan utama masyarakat muslim, sehingga masyarakat muslim tidak hanya mengikuti trend yang ada saat ini.