

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era modern ini, perkembangan ekonomi Indonesia sangat cepat. Pada tahun 2014 Indonesia mengalami peningkatan ekonomi diatas pertumbuhan ekonomi dunia. Pertumbuhan ini tidak lepas dari peran pengusaha di dalamnya. Pengusaha memanfaatkan penduduk Indonesia yang banyak dan bervariasi. Karena Pertumbuhan ekonomi sebenarnya bertumpu pada adanya penambahan penduduk (Smith Adam, 1776). Dengan penduduk Indonesia yang mencapai 220 jiwa merupakan pasar yang sangat besar di Indonesia. Disisi lain populasi umat islam di Indonesia mencapai 90 persen dari jumlah penduduk. Hal ini mengakibatkan membanjirnya produk-produk dari dalam maupun luar negeri. Membanjirnya produk ini akan mengakibatkan dilema bagi masyarakat Indonesia. Di satu sisi banyak pilihan bagi masyarakat disisi lain masyarakat harus jeli dalam memperhatikan kehalalan produk terutama makanan.

Produk makanan di Indonesia sangat bervariasi. Dengan pangsa pasar yang banyak perusahaan membuat produk yang sangat bervariasi terutama untuk ekonomi kalangan menengah kebawah. Karena mayoritas masyarakat Indonesia berekonomi menengah ke bawah. Di sisi lain, kesadaran keberagaman umat Islam diberbagai negeri termasuk di Indonesia, akhir-akhir ini semakin tumbuh subur dan meningkat. Sebagai konsekuensi logis,

setiap timbul persoalan, penemuan, maupun aktifitas baru sebagai produk dari kemajuan tersebut, umat Islam senantiasa bertanya-tanya, bagaimana kedudukan hal tersebut dalam pandangan ajaran dan hukum Islam.

Salah satu persoalan cukup mendesak yang dihadapi umat adalah membanjirnya produk makanan dan minuman olahan, obat-obatan, serta kosmetik. Sejalan dengan ajaran Islam, umat Islam menghendaki agar produk-produk yang akan dikonsumsi tersebut dijamin kehalalan dan kesuciannya. Menurut ajaran Islam, mengkonsumsi yang halal, suci dan baik merupakan perintah agama dan hukumnya wajib (Departemen Agama, 2003).

Konsep kehalalan di kehidupan masyarakat Indonesia sudah diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat. Halal diperuntukkan bagi sesuatu yang baik dan bersih untuk dimakan atau untuk dikonsumsi oleh manusia menurut syariat islam. Lawan halal adalah haram yaitu tidak dibenarkan atau dilarang menurut ajaran islam. Allah telah menegaskan dalam al qur'an surat al maidah ayat 3:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ نَزِيرِ الْإِنْدِ

“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, dan daging babi” QS (5: 3). Dari surat diatas Allah hanya memerintahkan umat manusia hanya mengonsumsi makanan yang halal saja. Halal atau tidak merupakan suatu keamanan pangan yang sangat mendasar bagi umat islam. Konsumen islam cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal daripada produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang (Sumarwan, 2011).

Dalam surat AL Nahl ayat 114 juga dijelaskan:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ لِيَاءَهُ تَعْبُدُونَ

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rizki yang telah diberikan Allah kepadamu, dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya kepadanya saja menyembah (QS. 16: 144)”.

Selain label halal, persoalan konsumen dalam memilih produk adalah harga itu sendiri. Harga juga merupakan salah satu faktor konsumen untuk menentukan keputusan pembelian pada produk. Dimana harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Amstrong, 2001). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, kerana dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah atas suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang. Oleh sebab itu, dalam penetapan harga perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk dan pangsa pasar semakin meningkat.

Kehalalan dan harga produk sangat berdampak terhadap keputusan pembelian. Sebagai contoh indomie produk dari PT. Indofood. Produk yang disajikan telah mempunyai label halal dari lembaga yang berwenang. Disisi lain indomie juga mempunyai harga yang terjangkau. Hal ini sangat layak apabila indomie dijadikan sebagai obyek penelitian. Dalam keputusan

pembelian ini mahasiswa juga ikut serta dalam penjualan mie instan tersebut. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang mayoritas mahasiswanya beragama Islam dapat menjadi perwakilan dari komunitas Muslim dan konsumen mie instan yang menjadi konsumen produk. Komunitas kritis yang bila ditinjau dari sisi informasi yang diperoleh dan kemampuannya untuk mencerna informasi adalah komunitas yang bisa memilah-milah produk-produk yang mereka konsumsi berdasarkan informasi yang mereka peroleh.

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih jelas serta disertai bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk tertentu, perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah. Untuk itu, akan dilakukan penelitian dengan menjadikan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta sebagai studied population, karena mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta dapat memahami dan mempertimbangkan tentang hukum yang berlaku mengenai labelisasi halal dan pengaruh harga produk tersebut. Atas dasar latar belakang tersebut maka penelitian akan melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK INDOMIE”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Muhammadiyah Surakarta?
2. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Muhammadiyah Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian mahasiswa muhammadiyah Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan perusahaan dapat mengetahui bagaimana pengaruh label halal dan harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Informasi ini sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan untuk membuat labelisasi halal dan harga produk.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi semua pihak yang berminat terhadap bidang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan dapat menambah wawasan serta pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran, yaitu yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran, khususnya mengenai pengaruh labelisasi halal dan harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Bagi penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai manajemen pemasaran. Selain itu penelitian ini juga berguna sebagai syarat akademisi untuk menyelesaikan Strata 1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman, penjelasan, dan penelaahan bahasan pokok permasalahan yang akan dibahas maka, skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

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

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang tinjauan pustaka yang meliputi landasan teori yaitu: pengertian label, pengertian halal, pengertian labelisasi halal, pengertian harga, pengertian keputusan konsumen, kerangka pemikiran, hipotesis.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi. Yang berisi tentang jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional variable, metode analisis data yang berupa analisis deskriptif. Uji validitas dan uji reabilitas, uji normalitas dan analisis regresi sederhana, uji asumsi klasik, uji regresi berganda.

BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang deskripsi objek penelitian yang terdiri dari gambaran umum Mahasiswa Muhammadiyah Surakarta, deskriptif data penelitian dan responden, uji reabilitas dan validitas, deskriptif variabel penelitian, hasil analisis data dan uji hipotesa, pembahasan dan penilaian deskriptif responden terhadap masing-masing variabel.

BAB 5: PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kumpulan dari saran-saran dari hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan dan pertimbangan oleh pihak-pihak yang berkaitan.