

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.1 Latar Belakang**

Pada masa globalisasi seperti saat ini gaya hidup masyarakat mulai beralih menjadi praktis. Banyak dari kebutuhan masyarakat yang berganti menjadi serba praktis salah satunya merupakan santapan. Fenomena ini membuat industri santapan paling utama di Indonesia menghadapi perkembangan yang lumayan besar serta masih berpotensi untuk berkembang. Perkembangan industri mie terjadi peningkatan yang signifikan terhadap permintaan akan mie instan (Perwitasari, 2021). Mie instan adalah makanan yang disukai oleh semua masyarakat, mie ini dimasak sangat praktis cuma dengan merebus mie praktis tersebut didalam panci yang telah berisi air mendidih serta bisa disajikan didalam mangkok sehabis itu ditambahkan bumbu bumbu yang telah berisi didalam kemasan (Purba, 2021).

Makanan mie instan digemari oleh masyarakat dan terdapat banyak jenis mie lainnya di Indonesia seperti produk Indomie goreng dan indomie rebus. Seiiring dengan di terimanya mie instan di Indonesia Indomie menjadi berkembang pesat (Ratriani, 2020). Masyarakat di Indonesia sudah tidak asing dengan produk mie yang impor dan mie yang terkenal dari korea yaitu Mie Samyang. Mie Samyang yang populer atas viralnya 'Samyang *Challenge*' beberapa tahun lalu. *Buldalk Bokkeummyeon* (rasa ayam pedas) adalah nama asli produk mie samyang ini. Samyang *food inc* ini merupakan nama dari perusahaan yang memproduksi mie terkenal. Semenjak mie 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 samyang ini memandang kepedulian warga tentang kehalalan sesuatu produk yang sangatlah berarti. Cita rasa mie samyang asal korea ini diterima masyarakat sekitar, alasannya karena mie ini berbeda dengan mie praktis yang terdapat di Indonesia. Dari segi produk, mutu produk, lebih kenyal serta komposisinya pula lebih besar sehingga biayanya pula berbeda lebih mahal dari

mie praktis yang terdapat di Indonesia (Rahayu, Martha, 2017). Terdapat isu yang mengatakan 4 produk mie Samyang memiliki faktor babi, diantaranya Samyang rasa *U-Dong, Kimchi, Shin Ramyun Black, dan Mi Ottogi*. Diimpornya produk mie instan tersebut oleh PT Koin Bumi (Risalah. & Puspita, 2017) .

Suatu produk makanan terdapat label di dalam kemasan tersebut, maka dari itu produk yang sudah terdapat sertifikasi halalnya bisa dilihat pada kemasan dari produk, agar masyarakat bisa mengetahui yang mana produk halal dan yang mana produk tidak halal dari kemasan itu sendiri masyarakat bisa menilainya agar tidak kebingungan dan akhirnya salah memilih sesuai keinginan. Suatu kewajiban jika setiap orang memasukan atau memproduksi pangan ke wilayah Indonesia merupakan keterangan yang ada pada label. Maka, pencantuman keterangan halal pada label pangan bukan merupakan suatu kewajiban untuk semua produsen pangan (Amaliah, Murdiati, 2013).

Dalam suatu negara dapat menjamin produk yang mempunyai label atau simbol dari kemasan mie samyang terdapat informasi yang relevan, sehingga perusahaan dapat menghasilkan sertifikasi halal paling utama buat negeri yang kebanyakan masyarakatnya muslim. Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang melaporkan kehalalan sesuatu produk cocok dengan syariat islam ialah sertifikasi halal. Sertifikat Halal ialah ketentuan buat mencantumkan label halal. Konsumen mempunyai hak buat memperoleh kehalalan sesuatu produk cocok syariat islam, dan memperoleh data yang jujur serta jelas menimpa gimana komposisi, metode penyimpanan, serta metode memasak mie Samyang, dan benda yang diproduksi menemukan jaminan biar tiap konsumen mengenali komposisi santapan yang haram ataupun halal buat disantap hingga dari itu, lewat logo halal yang tercatat dikeluarkan oleh LPPOM MUI merupakan Halal tersebut maksudnya melepaskan, membongkar, membolehkan (MUI, 2019).

Industri yang melakukan sesuatu usaha bergerak dibidang santapan serta minuman tidak hendak terlepas dari sertifikat halal, dan tujuannya bisa membagikan kepastian status kehalalan suatu produk. Agar masyarakat bisa mengidentifikasi mie Samyang yang hendak dimakan serta status dari kehalalan produk tersebut. Pastinya pada produk makanan tersebut mencantumkan label yaitu menandai atau sebagai logo

gambar halal ataupun tidak halal. Label ini jadi aksesoris selaku data untuk konsumen dari benda yang mau dibelinya, saat sebelum membeli umumnya masyarakat bisa membaca informasi yang tercantum pada label produk tersebut. Sebagai regulator produk halal di Indonesia, Sertifikat ini diperoleh melewati segala proses pengujian yang ketat sehingga memenuhi persyaratan halal yang diresmikan oleh LPPOM MUI. Kemudian Mie Samyang sudah mengantongi sertifikat halal dari Federasi Muslim Korea serta ijin edar dari Tubuh Pengawas Obat serta Santapan Republik Indonesia (BPOM RI) (LPPOM, 2021).

Dalam QS Al-Baqarah ayat 168 menjelaskan Tentang Makanan Halal:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ

مُبِينٌ

*Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.*

Produk halal tersebut telah sewajarnya mempunyai nilai tambah serta khasiat untuk pembeli sehingga mutu terpelihara. Produk yang halal tidak hanya dari sisi bahan bakunya, pula dari proses penyimpanan serta pengangkutannya. Dalam berpromosi ataupun beriklan, tidak boleh melebih- lebihkan khasiat produk, wajib relevan antara produk yang diiklankan dengan khasiat ataupun juga keadaan benda yang dijual. Setiap kali ditemukan paling utama melalui transaksi online, benda nampak bagus tetapi di setiap benda yang telah diterima berbeda dari yang diiklankan (Hadi, 2018). Promosi adalah sesuatu upaya yang dicoba salah satunya dengan menggunakan konsep serta prinsip marketing buat memasarkan sesuatu produk ataupun jasa yang dimiliki (Halim, 2013).

Samyang *green* ialah suatu brand populer dari korea selatan yang nyatanya telah tidak asing lagi buat warga Jakarta saat ini. Tekstur mie yang tebal, kenyal, dipadukan

dengan ramuan bumbu yang cocok membikin mie samyang dicintai serta digemari oleh seluruh golongan mulai dari kanak-kanak hingga masyarakat yang berusia. Masyarakat masih kurang aware dengan label halal yang tercantum pada kemasan produk tersebut buat membagikan awareness yang baik untuk para konsumen setia serta masyarakat Jakarta, samyang green ini menggelar samyang *Challenge* (Suteja, 2021). Dalam berpromosi PT Jakarta Boga Utama Sari meluncurkan Samyang terkini ialah *Hot Chicken Flavor Ramen Stew Type, Ramen Spicy, Hot Chicken Flavor Ramen Jjajang*, serta *Buldak Sauce*. Melalui promo challenge ini, optimis varian terkini Samyang setidaknya bisa memacu perkembangan bisnis sebesar 10 persen di tahun ini (Aisyah, 2021). Berpromosi atau beriklan produk halal harus selaras dengan pesan gaya hidup halal, dan menunjukkan bahwa produk yang dijual membangun merek atau label serta melindungi supaya iklan elemen pemasaran terletak dalam jalan yang pas serta tidak berubah-ubah. Sehingga dengan menciptakan citra merek dalam kemasan dapat mempengaruhi penilaian atas suatu kepuasan yang lebih baik dan terjamin untuk keputusan pembelian masyarakat (LPPOM, 2015). Keputusan pembelian masyarakat kepada produk mie samyang ini menjadi perhatian. Sehingga keputusan pembelian merupakan suatu komponen dalam perilaku konsumen untuk menentukan produk yang akan mereka beli dan pakai.

Masyarakat tidak asing lagi dengan mie samyang yang sudah tersebar di supermarket, maka dari itu mie samyang sekarang mudah didapatkan karena dengan berbelanja ke supermarket saja sudah bisa mendapatkan mie samyang. Tetapi tergantung varian rasanya seperti yang baru-baru ini mie samyang meluncurkan varian baru paling tidak di Jakarta terdapat pusat pembelanjaan yang menjual mie samyang dengan berbagai varian rasa.

Masyarakat dapat memeriksa berbagai bahan yang halal supaya mengenali bahan-bahan yang akan dikonsumsi, dari komposisi makanan yang dapat dimakan serta terdapat label halal ataupun tidak yang tercantum dalam kemasan produk. Mie Samyang *Green* yang telah bersertifikat halal. Sejak lama Mie Samyang *Green* ini sudah dikenal. Ketetapan Halal MUI sudah dimiliki dari memasuki pasar Indonesia. Produk impor yang sudah bersertifikat halal dan menciptakan izin edar merupakan

Samyang *Green*. Ketetapan Halal MUI menjadi suatu Keunggulan utama dari produk. Produk yang dipasarkan di Indonesia memenuhi hak konsumen nyatanya, dengan adanya Ketetapan Halal MUI menjadi salah satu produk terjamin halal yang sudah dibuktikan. Ada sebagian kualitas yang sama dengan opsi produk, konsumen muslim hendak lebih memilah produk berlogo halal MUI dan memberikan nilai tambah yang besar terhadap penjualan produk. Suatu produk impor yang rasanya bisa diterima oleh kebanyakan lidah masyarakat Indonesia merupakan Samyang *Green* (LPPOM, 2021).

Berdasarkan penjelasan diatas, telah menunjukkan pentingnya label halal sebagai promosi dan upaya pengembangan pasar, namun penelitian tentang signifikansinya pada mie instan produk non lokal seperti mie samyang belum secara spesifik ditunjukkan. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mempelajari lebih lanjut kepada Masyarakat muslim di Jakarta supaya peneliti dapat membuktikan apakah dengan adanya label halal dan promosi produk mie samyang dapat meningkatkan keputusan pembelian pada masyarakat Jakarta.

## **I.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah terdapat pengaruh label halal mie samyang terhadap keputusan pembelian masyarakat Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh promosi mie samyang terhadap keputusan pembelian masyarakat Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh label halal dan promosi mie samyang secara bersama sama terhadap keputusan pembelian masyarakat Jakarta?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh label halal mie samyang terhadap keputusan pembelian masyarakat Jakarta.
2. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh promosi mie samyang terhadap keputusan pembelian masyarakat Jakarta.
3. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh label halal dan promosi mie samyang secara bersama sama terhadap keputusan pembelian masyarakat Jakarta.

#### **I.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan di atas , maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pengetahuan, diantaranya:

##### 1. Aspek Teoritis

- a. Untuk peneliti selanjutnya dapat dijadikan sebagai bahan bacaan ataupun referensi yang dapat bermanfaat untuk meningkatkan wawasan mengenai Label Halal dan Promosi mie samyang terhadap keputusan pembelian masyarakat Jakarta.
- b. Untuk pembaca dapat dijadikan sebagai bahan bacaan serta dapat untuk meningkatkan wawasan mengenai keputusan pembelian masyarakat Jakarta.

##### 2. Aspek Praktis

###### a. Bagi Mahasiswa FEB

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat buat menaikan pengetahuan serta referensi mengenai Apakah pengaruh Label Halal dan Promosi mie Samyang terdahap keputusan pembelian masyarakat Jakarta.

###### b. Untuk Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk perusahaan sebagai dasar yang objektif dalam pengambilan keputusan dan diharapkan dapat berguna bagi perusahaan untuk memperkuat pemasaran agar meningkatkan penjualan.

###### c. Bagi Peneliti

Penulisan ini diharapkan bisa jadi sarana bagi menerapkan ilmu-ilmu pemasaran syariah yang sudah didapatkan oleh peneliti selama menempuh pendidikan pada program studi ekonomi syariah S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN Veteran Jakarta.