

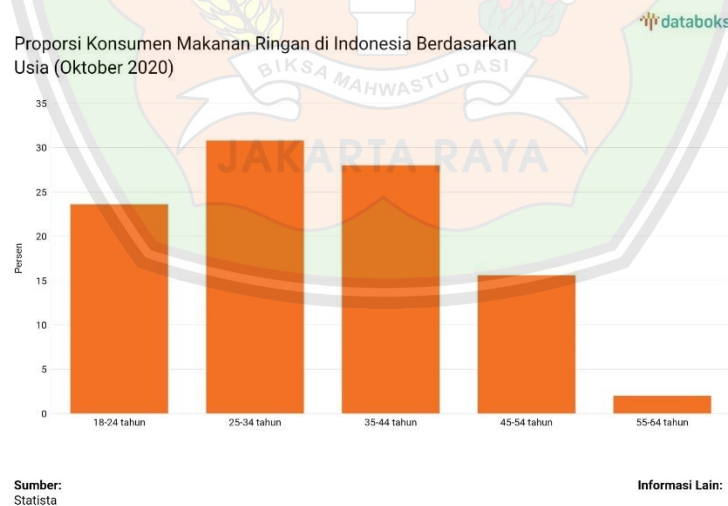
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era saat ini bisnis kuliner seperti makanan ringan menjadi minat yang cukup tinggi di kalangan konsumen. Terlebih pada masa pandemi seperti saat COVID-19 turut mendorong berbagai perubahan kebiasaan di keseharian masyarakat dunia salah satunya di Indonesia, tak terkecuali dalam hal mengkonsumsi makanan (Tribunnews.Com, 2021).

Konsumen yang paling banyak mengkonsumsi makanan ringan atau cemilan adalah perempuan dibanding dengan laki-laki dimana perempuan lebih sering mengkonsumsi makanan jajanan atau makanan ringan (51,5%) dibandingkan laki-laki (48,5%) (Yurita, 2020).



Gambar 1. 1 Proporsi Konsumen Makanan Ringan di Indonesia 2020

Sumber : databoks, 2021

Laporan Statista Global Consumer Survey pada Oktober 2020 menunjukkan, orang berusia 25-34 tahun di Indonesia paling banyak mengonsumsi makanan ringan, yakni 30,8%. Sebanyak 28% orang yang mengonsumsi makanan ringan berasal dari kelompok usia 35-44 tahun dan 23,6% berusia 18-24 tahun. Sementara itu, hanya sedikit orang berusia di atas 45 tahun yang mengonsumsi makanan ringan. Proporsinya sebesar 15,6% untuk usia 45-54 tahun dan 2% untuk usia 55-64 tahun. Statista memprediksi setiap orang di Indonesia rata-rata mengonsumsi 4,9 kg makanan ringan pada 2021. Karena itu, segmen ini bisa memperoleh pendapatan hingga US\$ 6,7 juta pada tahun ini.

Minat merupakan keinginan yang muncul dengan sendirinya setelah mendapat rangsangan dari produk yang dilihat, setelah timbul sebuah ketertarikan untuk membeli (Febriani. 2018). Kemudian minat pembelian memiliki 4 indikator yang mempengaruhi minat pembelian seseorang yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat eksploratif (Rizky dkk. 2014).

Di Indonesia sendiri jumlah UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah) tahun 2021 yakni sebanyak 3,59 juta UMKM dan sebagian besar UMKM yang ada di Indonesia memproduksi makanan ringan (snack). Banyak produsen atau UMKM yang mengalami kesulitan untuk menentukan *competitive advantage* bagi produk yang dihasilkannya (Nainggolan, 2018).

Salah satunya yakni produsen usaha Krublak merupakan UMKM di kabupaten Bekasi dengan produk kerupuk seblak yang mempunyai cita rasa yang khas dan berbeda dari kerupuk seblak lainnya. Bumbunya terbuat dari rempah –

rempah asli seperti kencur, bawang putih, cabai, dan daun jeruk dengan kualitas yang terbaik.

Produk usaha Krublak ini merupakan usaha salah satu mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan produk ini lolos dalam Program Pengembangan Usaha Mahasiswa (P2MW) 2023 yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi melalui Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan dan binaan UMKM Kabupaten Bekasi. Produk ini mempunyai 3 varian rasa yaitu : Original, Pedas Waras, dan Super Pedas. Dengan kemasan standing pouch dan plastik.

Seiring dengan pesatnya perkembangan media di zaman sekarang ini, arus informasi yang diperoleh konsumen akan semakin besar, dan juga dapat mempengaruhi cara konsumen dalam mengkonsumsi. Label Halal yang memberitahukan kepada konsumen tentang suatu produk yang berlabel, bahwa produk tersebut memang sudah halal dan bahan yang dikandungnya tidak mengandung unsur yang dilarang oleh syariat islam sehingga produk tersebut aman dapat dikonsumsi oleh konsumen. Dan produk yang belum berlabelkan halal pada produknya dianggap belum mendapat persetujuan dari otoritas yang berwenang (LPPOMMUI) untuk diklasifikasikan sebagai produk halal atau dianggap haram (<https://bpjph.halal.go.id>, 2022).

Labelisasi halal saat ini sedang di gencarkan oleh Kementerian agama bagi seluruh pedagang UMKM maupun pedagang kaki lima karena pada tahun 2024 makanan dan minuman yang beredar harus bersertifikat halal. Di sampaikan oleh kepala BPJPH yaitu pak Aqil, beliau mengatakan bahwa “Pada tahun 2024

tepatnya 17 Oktober 2024 semua produk makanan, minuman, sembelihan dan jasa penyembelihan harus sudah bersertifikasi halal. Kalau belum mempunyai maka akan di kenakan sanksi, sanksinya ada 3 yaitu : 1. Peringatan tertulis, 2. Denda, 3. Akan ditarik produknya dari peredaran pasar” “oleh karena itu masih ada waktu 1 tahun buruan daftar sertifikat sekarang” dari pernyataan Kepala BPJPH ini Kementerian Agama memfasilitasi sertifikat halal gratis bagi pedagang dari tahun 2023-2024 kuotanya sekitar 1 juta sertifikat halal dengan mekanisme pernyataan pelaku usaha (*self declare*)," (Kementerian Agama RI, 2023).

Usaha krublak sudah bersertifikat halal dan bersertifikat PIRT jadi dari segi kehalalan sudah tidak di ragukan lagi. Sehingga konsumen tidak perlu khawatir lagi dengan kehalalan dari Krublak ini. Karena usaha Krublak selalu mengutamakan kepuasan dan kepercayaan konsumen.

Fenomena yang terjadi pada saat ini pada Labelisasi Halal yaitu. Masih banyak UMKM yang belum mengetahui pentingnya Labelisasi Halal karena menurut mereka mengurus labelisasi Halal itu ribet dan mahal mereka belum banyak yang mengetahui bahwa ada program dari pemerintah mengenai pembuatan labelisasi halal secara gratis untuk membantu umkm kecil sehingga mereka lebih menjaga kehalalan dari produk yang mereka buat. Tetapi ada Sebagian dari mereka yang sudah mengetahui tentang labelisasi halal yang gratis tetapi mereka tidak mempergunakan dengan baik karena mereka merasa produk mereka sudah halal dan merasa tidak perlu dengan dicantumkan labelisasi halal pada produk mereka fakta di lapangan yang telah penulis analisis.

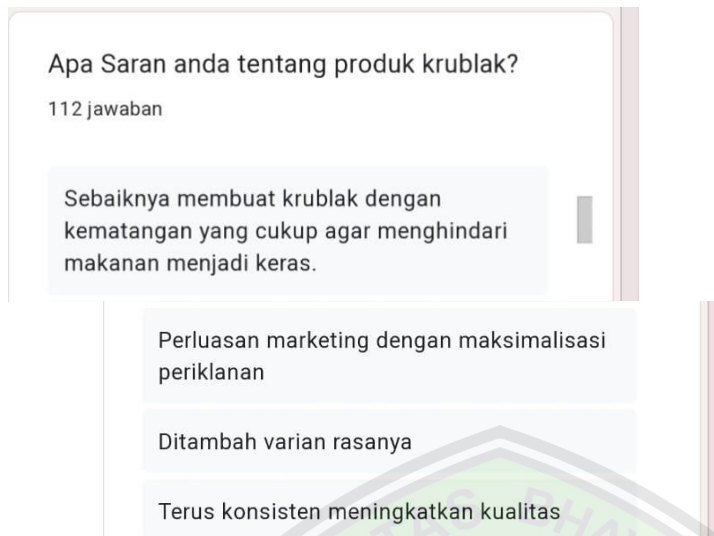
Kualitas produk merupakan salah satu komponen penting dalam menciptakan maupun mempertimbangkan strategi dalam suatu perusahaan, apabila kualitas produk yang dihasilkan bagus maka akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam menentukan pilihan untuk membeli suatu produk, sebaliknya jika kualitas produk buruk atau tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan beralih pembeliannya pada produk yang sejenis lainnya. Untuk mencapai kualitas produk yang diharapkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas, cara ini bertujuan untuk menjaga produk yang dihasilkan mampu memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga tepat pada segmentasi pasar yang dituju. Suatu produk dapat dikatakan berkualitas jika produk tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Arianty, 2015).

Menurut Wahid dan Puryantoro (2019), Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang 7 dinyatakan atau diimplikasikan. Dalam mengukur kepuasan konsumen yaitu dengan kemudahan. Kemudahan yang dimaksud adalah kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa. Ketersediaan produk juga akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkannya. Pelanggan akan semakin puas apabila produk mudah dijangkau dan selalu tersedia untuk dibeli konsumen. Berdasarkan pendapat di atas maka dapat dikatakan bahwa kualitas produk mengacu pada kapasitas produk untuk menjalankan fungsi yang dimaksudkan, yang meliputi tingkat ketahanan, ketergantungan, dan kebenarannya. Bisnis harus terus meningkatkan standar produk mereka karena hal itu dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap

barang atau jasa yang diterima dan mendorong pembelian berulang. Standarisasi mutu diperlukan untuk mencapai sasaran mutu produk. Hal ini bertujuan untuk menjamin bahwa produk akhir dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga pelanggan tidak kehilangan kepercayaan terhadap produk yang dibeli. Pengalaman pelanggan dengan produk yang baik atau buruk dapat mempengaruhi apakah mereka memutuskan untuk melakukan pembelian lagi atau tidak.

Hal serupa yang dilakukan oleh usaha Krublak dalam menjaga kualitas produk terutama pada bahan baku krublak, bahan baku usaha Krublak mendapatkan pasokan dari pedagang sayur sekitar yang bertujuan untuk mendukung usaha yang ada disekitar sehingga terbantu dan maju Bersama. Bahan baku yang di gunakan merupakan hasil alam yang di tanam oleh petani dengan kualitas yang baik. Hal itu juga bertujuan membantu para petani yang ada di Indonesia dan mengangkat cita rasa yang khas karena bumbu yang digunakan oleh usaha Krublak ini dari rempah rempah yang di tanam dari Indonesia dengan kualitas yang terbaik.

Walaupun demikian ternyata krublak masih terdapat kekurangan dari segi kualitas seperti terdapat di hasil prasurvei yang telah saya buat pelanggan memberikan masukan untuk lebih menjaga kualitas dari produk Krublak (kerupuk seblak)



Gambar 1. 2 Data prasurvei 2024

Dari survei tersebut dapat di simpulkan bawah kualitas produk krublak yang belum konsisten terhadap tingkat kematangan kerupuk sehingga konsumen merasa tidak puas dengan dan masih terdapat produk yang keras sehingga krublak harus lebih meningkatkan kualitas produknya, supaya tidak mempengaruhi minat beli pada produk krublak.

Keputusan pembelian menurut (Putri Sari, 2020) adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang bisa membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Setelah proses dalam proses keputusan pembelian dilakukan, tiba saatnya pembeli untuk mengambil keputusan apakah membeli atau tidak.

Dapat disimpulkan bahwa nilai kebaharuan penelitian ini ialah membahas Labeilisasi Halal dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli yang mempengaruhi Keputusan Pembelian terhadap Konsumen dengan objek terbaru yaitu Usaha Krublak di Perumahan Telaga Murni.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh Labeliasi Halal produk terhadap Minat Beli pada Krublak di Perumahan Telagamurni?
2. Apakah terdapat pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Krublak di Perumahan Telagamurni?
3. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat pada Krublak di Perumahan Telagamurni?
4. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Krublak di Perumahan Telagamurni?
5. Apakah Minat Beli berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Krublak di Perumahan Telagamurni?
6. Apakah terdapat pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli melalui Keputusan Pembelian pada Krublak di Perumahan Telagamurni?
7. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli melalui Keputusan Pembelian pada Krublak di perumahan Telagamurni?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan yang ingin dicapai oleh penulis yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh Labeliasi Halal produk terhadap Minat Beli pada Krublak di Perumahan Telagamurni?
2. Untuk mengetahui pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Krublak di Perumahan Telagamurni?

3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat pada Krublak di Perumahan Telagamurni?
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Krublak di Perumahan Telagamurni?
5. Untuk mengetahui Minat Beli berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Krublak di Perumahan Telagamurni?
6. Untuk mengetahui pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli melalui Keputusan Pembelian pada Krublak di Perumahan Telagamurni?
7. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli melalui Keputusan Pembelian pada Krublak di perumahan Telagamurni?

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan pelaksanaan penelitian ini, peneliti berharap manfaat yang dapat di peroleh dari penelitian antara lain:

1. Teoritis

Penulis berharap penelitian ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca, serta pegusaha cemilan dan lain – lain, terutama pada konsumen terkait labelisasi halal dan kualitas produk makanan terhadap minat beli konsumen melalui keputusan pembelian. Selain itu peneliti ini menjadi referensi bagi penelitan selanjutnya yang ingin mengeksplor konteks bisnis sejenisnya.

2. Praktis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini sebagai informasi tentang pemahaman perusahaan dan konsumen untuk melihat kejelasan labelisasi

halal dan kualitas produk krublak terhadap faktor - faktor minat beli konsumen melalui keputusan pembelian sehingga menimbulkan rasa percaya dan yakin terhadap produk tersebut. Serta dapat diimplementasikan secara langsung pada perusahaan tersebut untuk kemajuan yang lebih baik dan menguntungkan. Dan sebagai perbandingan teori secara praktik lapangan langsung.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis menggunakan sistematika penulisan secara sederhana agar mudah dipahami serta dapat memudahkan peneliti dalam menyusunnya. Berikut ini adalah bentuk sistematika penulisan skripsi, antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan Penulisan, manfaat Penulisan, dan sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini mengemukakan teori-teori yang mendukung terlebih untuk pemecahan masalah penelitian hingga dapat menyimpulkan suatu hipotesis dan variable penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang lokasi riset, jenis riset, sumber data, populasi dan sample, teknik dan metode pengumpulan dari data serta analisis apa saja yang tepat untuk digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan gambaran umum perusahaan, produk, dan menguraikan hasil dari riset.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan riset, dan saran dari riset yang diteliti oleh peneliti.

