

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis *franchise* di Indonesia semakin meningkat salah satunya yaitu produk *Mixue Ice Cream & Tea*. Zhang Hongcao yang merupakan pendiri *Mixue Ice Cream & Tea* memulai bisnisnya pada tahun 1997 di Tiongkok. Produk ini masuk ke Indonesia pada tahun 2020 dengan gerai pertamanya bertempat di Bandung, Jawa Barat. Dua tahun berselang gerai es krim ini meningkat dan hampir di setiap kota terdapat gerai *Mixue Ice Cream & Tea*. (<https://narasi.tv>) (Kurniawan 2023). Pesatnya perkembangan dan ekspansi bisnis ini tentu merupakan suatu hal yang menarik. Sebab, menu yang ditawarkan Mixue sebenarnya bukan merupakan menu yang spesial atau belum pernah dilihat sebelumnya. Bisnis ini menjual berbagai varian es krim dan teh dengan harga terjangkau dan target pasarnya yaitu pelajar, mahasiswa dan masyarakat dari kalangan menengah ke bawah. Hingga saat ini gerai Mixue di Indonesia mencapai lebih dari 300 buah yang tersebar di berbagai daerah. Meskipun gerai Mixue terdapat di banyak lokasi, bukan berarti gerai Mixue asal didirikan di segala jenis lahan kosong seperti yang tengah viral. Salah satu kesamaan yang bisa ditemukan dari lokasi seluruh gerai Mixue adalah penggunaan metode *trading area*. Metode ini sendiri merupakan strategi bisnis yang memanfaatkan daerah yang padat di kota-kota kecil (<https://kumparan.com>) (Adinda, Kumparan.com 2023)

Peneliti memilih produk *Mixue Ice Cream & Tea* sebagai objek penelitian karena produk tersebut sedang ramai pada saat ini. Disamping itu ditengah antusiasme masyarakat terhadap pembelian *Mixue Ice Cream & Tea* adanya permasalahan terjadi yang menyebutkan bahwa produk tersebut belum adanya labelisasi halal dari Indonesia, dilansir dari instagram resminya @MixueIndonesia terkait sertifikasi halal, memang benar belum memiliki sertifikat halal, pada postingan tersebut menegaskan bahwa belum bersertifikat halal tidak sama dengan tidak halal. Dari pihak Mixue Indonesia juga menegaskan bahwa mixue sudah mengurus sertifikat halal sejak tahun 2021 awal, namun belum selesai dalam postingan tersebut pihak

mixue juga menjelaskan keterlambatan ini terjadi karena 90% bahan baku Mixue diimpor dari Negeri Tiongkok. Sumber bahan baku tidak terpusat seluruhnya di satu kota, dan adanya pandemi serta *lockdown*. Tidak hanya itu, pihak Mixue Indonesia juga menegaskan bahwa produk *Mixue Ice Cream & Tea* tidak menggunakan alkohol, *rhum*, atau mengandung babi. Dalam hal ini, pihak Mixue Indonesia juga menegaskan bahwa produk sudah lolos BPOM dan mendapatkan surat keterangan impor. Perlu diketahui, bahwa pihak Mixue Indonesia sangat berkomitmen dan beritikad dengan lebih baik dalam melayani masyarakat Indonesia secara luas, terutama dalam pengurusan sertifikasi halal. (<https://www.lombokinsider.com>) (Sianturi 2022)

Sertifikasi halal merupakan suatu fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Sertifikat halal MUI adalah sertifikat yang menyatakan keterangan mengenai kehalalan produk. Seperti yang terdapat pada Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 Pasal 1 Angka 10 mengenai Jaminan Produk Halal disebutkan “Sertifikasi Halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh MUI” (<https://www.dpr.go.id>)

Dalam ajaran Islam, seorang muslim diajarkan untuk mengonsumsi makanan yang halal. Muslim dilarang mengonsumsi daging babi, alkohol, darah, daging mati dan daging yang disembelih tidak berdasarkan hukum Islam (Q.S Al-baqarah : 173) Labelisasi halal merupakan sebuah tulisan atau pernyataan halal pada suatu kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut sudah berstatus halal, di Indonesia yang 90% penduduknya muslim harus memperhatikan produk yang harus dikonsumsi sesuai yang telah ditetapkan pada Al-Quran (Mandusari dan Wibowo 2018) dalam Firman Allah (Q.S Al-Maidah : 3) “*Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu sembelih. Dan (diharamkan pula) yang disembelih untuk berhala*”. Makanan halal yaitu makanan yang memenuhi syariat agama Islam baik dari segi bahan baku,

bahan tambahan yang digunakan maupun cara mengolah atau memproduksinya, sehingga pangan tersebut dapat dikonsumsi.

Pengetahuan mengenai suatu produk halal atau tidak itu sangat penting bagi masyarakat umum, terutama umat Islam dan sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Halal atau tidaknya suatu produk merupakan suatu keamanan yang sangat mendasar untuk umat Islam. Konsumen Islam cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal cenderung lebih aman dan terhindar dari kandungan zat yang berbahaya. Dengan demikian seharusnya pengetahuan tersebut menjadi persepsi yang kuat di benak penduduk muslim Indonesia. (Alim et al, 2018) . Urgensi label halal bagi konsumen muslim dimaksudkan agar dapat memastikan bahwa produk tersebut boleh atau tidak boleh mereka konsumsi. Produk yang terdapat labelisasi halal sudah dipastikan boleh dikonsumsi. Oleh karena itu, konsumen muslim hendaknya hati-hati ketika membeli suatu produk walaupun sejatinya membeli produk berlabel halal ataupun tidak merupakan hak konsumen itu sendiri.

Selain label halal dalam upaya meningkatkan konsumen Harga juga berperan dalam mempengaruhi minat pembelian konsumen terhadap suatu produk Harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli suatu produk. Harga sering kali dijadikan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa, yang mana pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat maka nilainya akan meningkat pula (Wahyudi 2021)

Persepsi harga seseorang akan berpengaruh terhadap minat beli seseorang, harga yang telah ditetapkan oleh penjual akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen, sebab harga yang dapat dijangkau konsumen akan cenderung membuat konsumen melakukan pembelian terhadap produk tersebut Menurut Kotler dan Keller pada penelitian (Juniantara 2018) menyatakan Harga merupakan 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. harga suatu produk juga merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang pada produk yang dibelinya. Konsumen akan membeli barang dengan harga yang mahal jika produk tersebut melebihi harapannya. Mendapatkan produk yang diinginkan dengan harga yang pas sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen,

Mixue Ice Cream & Tea menyediakan lebih dari 20 pilihan menu dengan harga yang bervariasi sesuai dengan pilihan menu apa yang diinginkan, mulai dari harga Rp 8.000,- hingga Rp 22.000,- jika mendatangi gerai secara langsung, *Mixue Ice Cream & Tea* di Cirebon sudah terdapat sebanyak 18 gerai perbulan Oktober 2023 dengan Manager Area Febian Sembada yang dikirim oleh pusat untuk mengelola dan mengontrol gerai yang terdapat di Cirebon, salah satunya yaitu *Mixue Perjuangan* yang terletak di Desa Karyamulya, Kec. Kesambi, Kab. Cirebon <https://maps.app.goo.gl/hHd5FVBqH68KwtXH9> dapat juga dilihat pada instagram milik *Mixue Ice Cream & Tea* cabang Perjuangan-Cirebon @Mixue_perjuangan (https://instagram.com/mixue_perjuangan).

Menurut (Cahya dan Shihab 2018) Pada penelitiannya menyatakan bahwa Pengaruh harga sebagian besar berkaitan dengan isyarat harga (murah/mahal dan tinggi/rendah) pada semua situasi pembelian dan paling tidak menunjukkan kepada konsumen bahwa jumlah pengeluaran ekonomis yang harus dikorbankan untuk terlibat dalam suatu transaksi pembelian.

Tabel 1. 1
Minat Konsumen terhadap Pembelian Mixue

| No | Pertanyaan | Presentase | | Jumlah (%) |
|----|--|------------|-------|------------|
| | | Ya | Tidak | |
| 1 | Apakah mengetahui bahwa Mixue belum memiliki Sertifikat Halal MUI? | 84.6% | 15.4% | 100% |
| 2 | Apakah harga Mixue bisa dibilang Murah? | 81.5% | 18.5% | 100% |

Sumber : Hasil Survey 4 Januari 2023 pada Konsumen Mixue

Setelah dilakukan survei kepada konsumen *Mixue Ice Cream & Tea*, ternyata 84.6% dari 100% diantaranya mengetahui bahwa produk tersebut belum memiliki sertifikasi halal dari DSN MUI tetapi tetap membeli produk tersebut. Dan 81.5% persen menyatakan bahwa harga produk *Mixue Ice Cream & Tea* tergolong murah sehingga produk tersebut selalu ramai pembeli. Dan berdasarkan hasil survey terhadap 65 responden mengenai alasan mengapa membeli *Mixue Ice Cream & Tea* dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen membeli produk tersebut karena penasaran dengan produk yang sedang “trend” terlebih harganya yang murah meskipun mereka mengetahui bahwa produk tersebut belum berlabelisasi halal, tanggapan lain menyebutkan bahwa mereka membeli *Mixue Ice Cream & Tea* karena rasanya yang enak dan terdapat banyak menu sehingga dapat membeli varian yang lain serta produknya mudah didapatkan sebab gerainya sudah ada dimana-mana. Dan produk ini memiliki banyak varian menu sehingga membuat konsumen penasaran dan tertarik untuk membeli kembali dengan mencoba berbagai macam menu lainnya. Mayoritas konsumen *Mixue Ice Cream & Tea* yaitu anak-anak hingga remaja tetapi ada juga orang tua yang penasaran dengan produk yang selalu ramai pengunjung ini.

Menghadapi permasalahan tersebut konsumen harus mengetahui betul produk seperti apa yang harus dikonsumsi terutama bagi umat Muslim yang harus mengutamakan produk tersebut sudah halal atau belum, bahan-bahan yang digunakan dalam produk tersebut apakah halal atau tidak terlebih konsumen membeli produk tersebut dikarenakan dengan harga yang murah dan mengikuti “trend” agar tidak tertinggal zaman. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Persepsi Label Halal dan Harga terhadap Minat Pembelian pada Konsumen *Mixue Ice Cream & Tea* di Cirebon”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka masalah yang dapat diidentifikasi pada penelitian ini yaitu :

1. Rendahnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya label halal dalam sebuah produk
2. Berdasarkan hasil survey mayoritas masyarakat membeli dikarenakan dengan harga murah tidak melihat produk tersebut sudah bersertifikat halal atau belum.
3. Masyarakat sangat mudah terbawa arus “trend” sehingga mengesampingkan hal yang lebih penting.

C. Batasan Masalah

Melihat indentifikasi masalah diatas, penulis akan membatasi permasalahan dengan membatasi ruang lingkup masalah yang terlalu luas atau lebar sehingga penelitian lebih fokus untuk dilakukan. Maka penelitian ini dibatasi pada konsumen *Mixue Ice Cream & Tea* di wilayah Cirebon. Dan materi penelitian ini hanya membahas mengenai persepsi Label Halal dan Harga terhadap Minat Beli konsumen.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah persepsi label halal berpengaruh terhadap minat pembelian pada konsumen *Mixue Ice Cream & Tea* ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat pembelian pada konsumen *Mixue Ice Cream & Tea* ?
3. Apakah persepsi label halal dan harga berpengaruh terhadap minat pembelian pada konsumen *Mixue Ice Cream & Tea* ?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah persepsi label halal berpengaruh terhadap minat pembelian pada konsumen *Mixue Ice Cream & Tea*
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap minat pembelian pada konsumen *Mixue Ice Cream & Tea*
3. Untuk mengetahui apakah persepsi label halal dan harga berpengaruh terhadap minat pembelian pada konsumen *Mixue Ice Cream & Tea*

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan sebagai bahan pertimbangan dan pengetahuan mengenai Pengaruh persepsi label halal dan harga terhadap minat pembelian pada konsumen *Mixue Ice Cream & Tea*, Berikut adalah beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi para pembaca dan juga menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya sebagai salah satu referensi dalam mengetahui pengaruh label halal dan harga terhadap suatu produk *franchise*.

2. Manfaat Praktisi

- a. Bagi Penulis

Untuk menambah dan meningkatkan pengetahuan dan wawasan yang di dapat pada saat masa perkuliahan mengenai pengaruh persepsi label halal dan harga terhadap minat pembelian pada konsumen *Mixue Ice Cream & Tea*,

- b. Bagi Pihak Luar

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan dan menjadi suatu pertimbangan dalam memilih produk *franchise* terutama bagi umat muslim.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberi kemudahan dan memberi gambaran umum terhadap pembaca mengenai penelitian yang telah

diuraikan oleh penulis, maka sistematika penulisan ini dibagi menjadi 5 (lima) bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, dalam bab ini akan membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan

BAB II KAJIAN TEORI, bab ini berisi tentang gambaran secara umum teori yang terkait dengan variabel yaitu Label Halal, Harga dan minat pembelian. Selain itu terdapat penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN, pada bab ini membahas mengenai tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, desain penelitian, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, dalam bab ini berisi tentang deskripsi data hasil penelitian variabel, analisis hasil penelitian, pengujian hipotesis, serta pembahasan

BAB V KESIMPULAN, pada bab terakhir ini berisikan kesimpulan dan saran mengenai penelitian.

