

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis kini semakin dinamis seiring dengan meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya. Bisnis merupakan salah satu penggerak roda perekonomian, baik tingkat negara, maupun roda perekonomian suatu perusahaan, fenomena persaingan bisnis produk yang semakin ketat menjadikan kompetitor akan berkompetisi dalam mengolah ide kreatifnya untuk mendapatkan penghasilan tambahan semakin banyak kompetitor maka resiko kehilangan konsumen juga tentunya akan semakin besar.

Perkembangan bidang industri khususnya industri rumah tangga dapat dilihat dari maraknya usaha *home* industri dikalangan masyarakat, usaha *home* industri itu sendiri merupakan rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah namun bukan berarti *home* industri ini mudah diterapkan jika tidak ada strategi yang tepat dalam pengembangannya.

Semakin tingginya minat masyarakat untuk meningkatkan pendapatan maka masyarakat akan semakin berlomba-lomba untuk meningkatkan inovasi baru dalam industri rumahan selain untuk meningkatkan pendapatan keluarga hal ini juga berkesempatan untuk membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Industri merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk. Selain itu industri juga tidak terlepas dari usaha untuk meningkatkan mutu sumber daya manusia dan kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya alam secara optimal (Siska, 2018).

Industri makanan dan minuman merupakan penopang pertumbuhan ekonomi Indonesia, sehingga peranannya masih perlu ditingkatkan dalam membantu pertumbuhan ekonomi peran peningkatan tersebut dengan cara melihat masalah apa saja yang sedang dihadapi oleh pemilik industri makanan dan minuman yang ada di Indonesia, seperti salah satu *home* industri bakso kembar di Kota Metro yang bergerak di bidang pengolahan makanan.

Home industri bakso kembar Kota Metro merupakan salah satu *home* industri makanan yang berada di Jalan Sutan Syahrir Gang Villa 24b Tejoagung Metro Timur, yang didirikan pada tahun 2010 oleh Bapak Khalid Muhdam. Usaha

ini berdiri atas dorongan dan dukungan dari keluarga untuk membuat *frozen food* bakso. Pada awal berdirinya *home* industri bakso kembar hanya memproduksi bakso sapi dan hanya terbatas yaitu 3-5 kg sehari namun dengan seiring berjalannya waktu dari hasil penjualan dapat menambah modal untuk memproduksi bakso lebih banyak lagi.

Bakso merupakan salah satu olahan makanan yang berbahan dasar daging, baik daging ayam, daging sapi, maupun daging ikan yang dihaluskan terlebih dahulu kemudian dicampur dengan tepung dan bumbu-bumbu yang kemudian dibentuk bulat lalu direbus dalam air mendidih. Tetapi permintaan terhadap bakso yang semakin meningkat dari tahun ke tahun menyebabkan banyak para pengusaha *home* industri yang memproduksi bakso. Hal ini tentu saja menyebabkan persaingan bisnis produk bakso juga semakin meningkat (Marcella, 2016).

Persaingan yang ketat menuntut pelaku bisnis untuk inovatif dalam mengeluarkan produk yang sekiranya disukai konsumen tanpa inovasi produk bisa tersisih dalam persaingan dengan produk-produk lain yang semakin memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar *frozen food* atau makanan beku menjadi pilihan sebagian besar masyarakat, karena makanan ini dianggap sebagai salah satu makanan yang mudah diolah ketika berada di rumah dan dalam kondisi darurat.

Keputusan pembelian dari konsumen akan produk yang di produksinya merupakan suatu hal yang menjadi perhatian dari setiap pelaku bisnis dalam merumuskan strategi pemasaran yang kuat agar dapat memaksimalkan laba, menciptakan kepuasan konsumen dan dapat bersaing dengan bisnis. Kemajuan di bidang perekonomian selama ini telah banyak perkembangan yang pesat dalam bidang usaha pelaku bisnis perlu memahami psikologis konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Konsumen umumnya melakukan pembelian dan akan membeli setiap barang yang ditawarkan kepada mereka dan akan memilih apa yang akan dibeli sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Suwanto (2021) menjelaskan bagaimana seseorang dalam mengambil keputusan sebelum membeli produk atau barang yang diinginkan. Keputusan pembelian merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum melakukan keputusan membeli benar-benar dilakukan.

Adapun yang menjadi faktor-faktor keputusan pembelian yang dipertimbangkan beberapa diantaranya seperti: promosi, harga, dan label halal. Menurut Wardani dan Aristriyono (2019:91) promosi merupakan suatu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2016:408), promosi adalah suatu alat untuk berkomunikasi pembeli dan perusahaan lain yang bertujuan untuk mengubah memberikan informasi secara lugas.

Faktor kedua adalah harga, menurut Kotler dan Armstrong (2016:324) bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk. Menurut Rosha, Z., & Titipani W. (2019) mengatakan bahwa harga merupakan jumlah uang yang diberikan untuk produk atau jasa, atau lebih jelasnya adalah jumlah dari semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan sebuah manfaat dengan memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa.

Tabel 1. Data Ukuran dan Harga Bakso Kembar Kota Metro Tahun 2019-2023

Ukuran	Harga				
	2019	2020	2021	2022	2023
Bakso Ayam Sapi 175 gr	7.000	7.000	8.000	10.000	10.000
Bakso Ayam Sapi 500 gr	30.000	35.000	35.000	32.000	32.000
Bakso Ayam Sapi 1 kg	65.000	80.000	80.000	70.000	70.000
Bakso Ayam 500 gr	25.000	35.000	35.000	30.000	30.000
Bakso Ayam 1 kg	60.000	70.000	70.000	70.000	70.000
Bakso Sapi Murni 500 gr	55.000	60.000	60.000	60.000	60.000
Bakso Sapi Kelas II (500 gr)	45.000	50.000	55.000	50.000	50.000
Bakso Sapi Kelas II (1 kg)	90.000	100.000	105.000	100.000	100.000

Sumber: Pemilik Home Industry Bakso Kembar Kota Metro, 2023

Pada tabel 1 terlihat bahwa usaha bakso kembar mempunyai jenis barang yang bervariasi dengan harga mulai dari Rp. 10.000 hingga Rp. 100.000. Perubahan harga bergantung pada kualitas bakso dan bahan yang digunakan. Komponen berikutnya yang mempengaruhi pilihan pembelian adalah label halal. Islam melatih umatnya untuk memenuhi segala kebutuhan hidup dengan baik dan halal, baik dalam hal makanan dan minuman maupun keperluan lainnya. Halal merupakan bagian sangat penting bagi umat Islam, oleh karena itu tanda halal pada suatu barang juga sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Seperti firman Allah SWT dalam QS. Al-Maidah 5:88:

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya”. (QS. Al-Maidah 5: 88).

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan umat muslim untuk makan makanan halal dan baik (*thayyiban*). *Thayyib* berarti makanan yang dimakan mengandung gizi baik dan bermanfaat untuk kesehatan.

Home industri terus menerus mengalami pertumbuhan, terlebih lagi di bidang makanan dan minuman hal ini dikarenakan makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap manusia. Hal ini merupakan peluang yang sangat besar dalam persaingan UMKM untuk memasuki maupun bertahan di bisnis bidang kuliner semakin ketat. Strategi pengembangan usaha merupakan suatu cara yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menyesuaikan diri dalam perubahan home industri yang sedang di hadapi, agar usaha dapat dipertahankan.

Home industri Bakso Kembar Kota Metro salah satu usaha yang bergerak dalam bidang makanan. Ada banyak pesaing menjadikan pelaku usaha sadar bahwa persaingan pada industri makanan sangat ketat Pelaku usaha dituntut untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dan memenangi persaingan sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Pada dasarnya semakin banyak persaingan maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang diharapkannya maka dari itu pelanggan akan lebih pintar dan cermat dalam menghadapi munculnya produk-produk baru.

Tabel 2. Data Penjualan Bakso Kembar Kota Metro Tahun 2019-2023

Tahun	Total Produk Terjual	Total Penjualan Pertahun
2019	7.500 pcs	Rp. 120.000.000
2020	4.350 pcs	Rp. 63.852.000
2021	5.570 pcs	Rp. 72.345.000
2022	6.360 pcs	Rp. 96.255.100
2023	5.876 pcs	Rp. 80.520.000

Sumber: Pemilik Home Industri Bakso Kembar Kota Metro, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa penjualan bakso mengalami fluktuatif jika dilihat dari data tersebut produk yang terjual pada tahun 2019 sebanyak 7.500 pcs pada tahun 2020-2021 mengalami penurunan jumlah pembeli yang diakibatkan *covid-19*, dan kemudian pada tahun 2022 penjualan kembali meningkat lagi sebanyak 6.360 pcs, namun pada tahun 2023 penjualan produk bakso kembali menurun.

Permasalahan yang terdapat di lokasi dari objek penelitian ini adalah Keputusan pembelian yang menurun yang disebabkan oleh promosi serta harga jual dibandingkan pesaing mengakibatkan menurunnya konsumen dan membuat konsumen mempertimbangkan keputusan pembelian di *Home Industri Bakso Kembar* di Kota Metro.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Labelisasi Halal Sebagai Variabel Intervening (studi pada konsumen home industri bakso kembar kota Metro).”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Konsumen bakso kembar mengalami penurunan sehingga menandakan berkurangnya keputusan pembelian konsumen.
2. Promosi yang belum optimal mengakibatkan menurunnya jumlah pembeli pada bakso kembar kota metro.
3. Harga yang cenderung lebih mahal menurunkan minat beli konsumen.
4. Tidak adanya promosi harga seperti penawaran khusus atau diskon sehingga kurang menarik minat beli konsumen.
5. Banyaknya pesaing dalam produk yang sama membuat menurunnya jumlah pembeli.
6. Kurangnya kepercayaan konsumen terhadap label halal yang mungkin tidak valid atau tidak dapat dipertanggung jawabkan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dapat disimpulkan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah promosi (ξ_1) berpengaruh langsung terhadap labelisasi halal (η_1) di Home Industri Bakso Kembar Kota Metro?
2. Apakah harga (ξ_2) berpengaruh langsung terhadap labelisasi halal (η_1) di Home Industri Bakso Kembar Kota Metro?
3. Apakah promosi (ξ_1) berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian (η_2) di Home Industri Bakso Kembar Kota Metro?
4. Apakah harga (ξ_2) berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian (η_2) di Home Industri Bakso Kembar Kota Metro?
5. Apakah labelisasi halal (η_1) berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian (η_2) di Home Industri Bakso Kembar Kota Metro.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disampaikan maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah promosi (ξ_1) berpengaruh langsung terhadap labelisasi halal (η_1) di Home Industri Bakso Kembar Kota Metro.

2. Untuk mengetahui apakah harga (ξ_2) berpengaruh langsung terhadap labelisasi halal (η_1) di Home Industri Bakso Kembar Kota Metro.
3. Untuk mengetahui apakah promosi (ξ_1) berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian (η_2) di Home Industri Bakso Kembar Kota Metro.
4. Untuk mengetahui apakah harga (ξ_2) berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian (η_2) di Home Industri Bakso Kembar Kota Metro.
5. Untuk mengetahui apakah labelisasi halal (η_1) berpengaruh langsung terhadap Keputusan Pembelian (η_2) di Home Industri Bakso Kembar Kota Metro.

E. Kegunaan Penelitian

1. Teoritis

Kegunaan penelitian ini adalah untuk memberikan sumbangan pemikiran dalam rangka memperkaya wawasan dalam pengambilan keputusan lebih bermakna dan melakukan yang terbaik dan sesuai dengan pemasaran.

2. Praktis

Kegunaan dalam penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi orang banyak, kegunaan penelitian ini meliputi:

a. Bagi Home Industri Bakso Kembar Kota Metro

Bagi Home industri Bakso Kembar diharapkan menjadi masukan yang membangun guna meningkatkan strategi pemasaran dan memberikan dampak positif dalam meningkatkan volume penjualan .

b. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan informasi dan bahan pembelajaran untuk referensi pihak manajemen dan perpusatakaan Universitas Muhammadiyah Metro, penelitian ini juga untuk bahan pertimbangan kegiatan akademis dalam upaya perbaikan.

c. Bagi Penulis

Selain sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah pengetahuan di bidang ilmu manajemen khususnya bidang manajemen bisnis pelatihan penulisan untuk menerapkan teori dan pengetahuan dari perkuliahan.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sifat Penelitian: Penelitian kuantitatif
2. Populasi Penelitian: Seluruh konsumen Bakso di Kota Metro
3. Sampel Penelitian: Konsumen Bakso Kembar di Kota Metro
4. Objek Penelitian: Promosi, Harga, labelisasi halal, dan keputusan pembelian Bakso Kembar di Kota Metro
5. Tempat Penelitian: Kegiatan penelitian ini dilakukan di Home industri Bakso Kembar Kota Metro yang beralamatkan di Jalan Sutan Syahrir Gang Villa 24b, Tejoagung, kec. Metro Timur, Kota Metro, Provinsi Lampung.

G. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Berisikan tentang deskripsi teori, temuan penelitian yang relevan, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisikan tentang jenis penelitian, topik dan lokasi penelitian, metodologi penelitian, teknik pengumpulan data, pengujian persyaratan instrument, penguji persyaratan analisis dan hipotesis statistik.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisikan tentang gambaran umum, hasil penelitian meliputi deskripsi data dan analisis data serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

Berisikan tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR LITERATUR

Berisikan tentang daftar literatur menguraikan tentang nama penulis, judul tulisan, identitas penerbit, serta tahun terbit yang akan dijadikan rujukan ataupun sumber dari tulisan yang dibuat.

LAMPIRAN

Berisikan lampiran-lampiran berupa teks seperti dokumen pendukung maupun berupa gambar atau foto.