

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Seiring dengan perkembangan zaman pada saat ini banyak masyarakat yang membuka usaha bisnis *online* maupun *offline* untuk menambah omzet keuntungannya pada kehidupan sehari-hari. Makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer bagi semua orang sehingga mereka akan melakukan usaha dalam memenuhi kebutuhannya tersebut.

Saat ini di Indonesia telah banyak perusahaan dalam bidang kuliner, baik perusahaan kuliner lokal maupun milik negara asing. Tiap - tiap industri kuliner yang ada di Indonesia melakukan berbagai macam kreasi dan inovasi yang semuanya ditujukan untuk mendapatkan perhatian konsumen dan meningkatkan omzet penjualan.

Mayoritas masyarakat Indonesia saat ini berprofesi sebagai pekerja, yang tentunya lebih memilih minuman dan makanan cepat saji untuk memenuhi kebutuhan mereka. Sebagai seorang pengusaha di bidang kuliner tentunya hal ini menjadi peluang yang besar untuk menciptakan makanan dan minuman cepat saji sehingga kebutuhan primer masyarakat Indonesia dapat terpenuhi dengan cepat. Perkembangan di era modern saat ini membuat banyak industri di bidang kuliner bersaing di pasar Indonesia sehingga membuat masyarakat lebih mempertimbangkan dalam memutuskan produk apa yang akan mereka konsumsi. Berbagai minuman cepat saji di tawarkan di berbagai tempat, mulai

dari sepanjang jalan di kota, maupun di pedesaan. Agar dapat bersaing di dalam pasar Indonesia khususnya dalam bidang kuliner, perusahaan harus memiliki suatu cara atau strategi sehingga produk yang diproduksi dapat diminati oleh masyarakat sekitar.

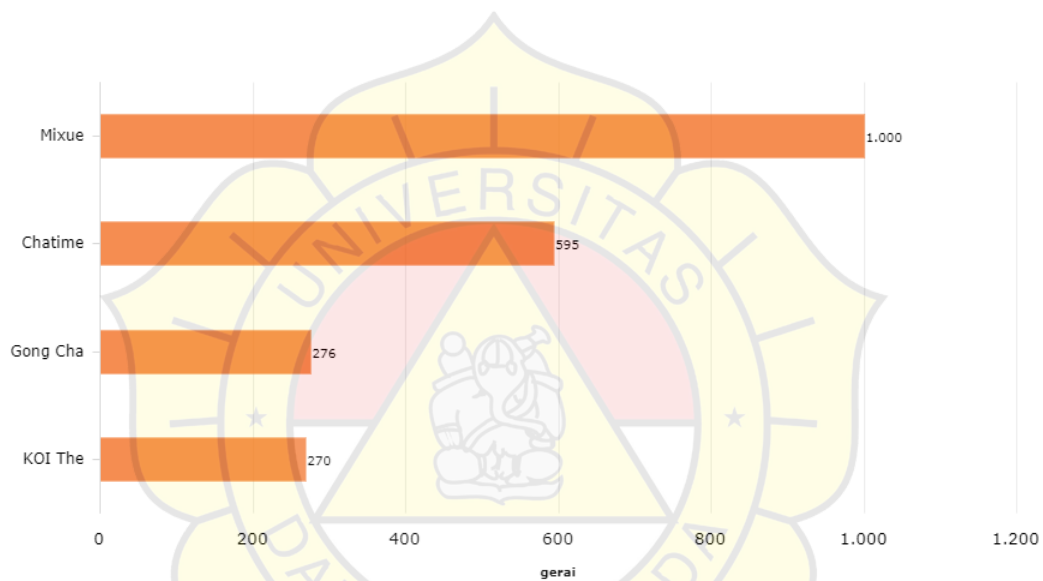
Membangun citra merek yang baik dan positif akan diingat oleh masyarakat sehingga konsumen mau mengonsumsi produk dari perusahaan itu sendiri. Tanpa citra merek yang baik, perusahaan akan sulit untuk meningkatkan atau mempertahankan produk yang telah ada sehingga perusahaan terus dituntut agar berinovasi untuk menciptakan kesan produk yang positif dan melekat pada konsumen serta mampu menarik perhatian pasar.

Mixue *Ice Cream & Tea* merupakan perusahaan dalam bidang kuliner minuman cepat saji yang kini mampu menarik perhatian masyarakat untuk dikunjungi. Salah satu minuman cepat saji di DKI Jakarta dengan peminat paling banyak baik dari kalangan pelajar, mahasiswa, pekerja, maupun keluarga yaitu Mixue Cihampelas *Walk*, karena ditempat tersebut memberikan fasilitas bagi pengunjung berupa *free wifi*, waktu pelayanan 24 jam, ruangan yang ber AC, tempat yang nyaman.

Perusahaan Mixue terkenal karena memiliki strategi pemasaran yang baik, mulai dari promosi, produk yang berkualitas, dan harga yang murah. Satu *ice cream cone* bahkan tidak mencapai Rp 10.000, sedangkan minuman besar termahal adalah Rp 22.000. Jadi *ice cream* ini cocok di berbagai kalangan. Strategi pemasaran Mixue pertama sebenarnya diterapkan oleh sebagian besar produk dari China yang terjangkau untuk semua orang. Meskipun Mixue

mampu menarik minat dan perhatian banyak konsumen, *brand* Mixue tetap harus bersaing khususnya dengan pesaing sejenisnya seperti *ice cream* McDonald, minuman Xi-Boba, *ice cream* AICE. Hal ini dapat dilihat bahwa *brand* Mixue belum mampu memimpin pasar di kategori minuman cepat saji.

Dilansir dari (katadata.co.id,2021) gerai Mixue menjadi gerai terbanyak se Asia Tenggara dalam penjualan *bubble tea*, sebagai berikut :



**Gambar 1. 1 Data Gerai *Bubble Tea* di Asia Tenggara Berdasarkan Perusahaan Tahun 2021**

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>

Berdasarkan data tersebut, Mixue meraih posisi pertama sebagai gerai terbanyak sejumlah 1000 gerai. Posisi tersebut tepat di atas Chatime dengan jumlah gerai sebanyak 595 gerai. Waralaba Mixue juga adalah waralaba yang berasal dari Tiongkok dan menjadi peringkat pertama dalam jumlah gerai terbanyak minuman *bubble tea* di Asia Tenggara.

Dilansir dari (jabarekspress.com) Mixue memiliki omzet per tahunnya mencapai 44 triliun per tahun dengan harga produk nya hanya 8.000 sampai dengan 24.000 penjualan mixue diperkirakan akan terus bertambah seiring berjalannya waktu sehingga diprediksi terhindar dari resesi 2023. Apalagi sekarang omzetnya invasi semakin merajalela. Anak jaman sekarang ketika ditanya mixue pasti jawabannya *ice cream* enak dan murah, hal ini membuat mixue menjadi *top of mind netizen* kalo sudah menjadi *top of mind* maka peluang menang Mixue dengan kompetitornya semakin besar.

Harga minuman Mixue lebih murah dari kompetitornya berikut tabel harga Mixue dan para kompetitornya :

**Tabel 1. 1**  
**Daftar Harga Mixue dan Para Kompetitornya**

Merek Minuman	Harga
Chatime	19 ribu – 30 ribu
Gong cha	15 ribu – 29 ribu
KOI The	17 ribu – 46 ribu
Mixue	10 ribu – 22 ribu

Sumber : Diolah oleh Penulis (2023)

Berdasarkan tabel di atas Mixue memiliki harga paling murah dari kompetitornya sehingga Mixue menjadi *top of mind* kepada konsumennya sebagai minuman termurah. Selain harganya yang murah rasanya tidak kalah enak dengan para pesaingnya apalagi Mixue memiliki varian minuman dicampur dengan *ice cream* yang menjadi kesukaan untuk konsumennya.

Dilansir dari (suara.com) belum lama ini akun instagram mixue Indonesia mengumumkan bahwa produknya belum memiliki sertifikat halal, hal ini membuat para konsumennya khawatir dalam membeli produk mixue.



**Gambar 1. 2 Produk dan Gerai Mixue**

Sumber: [Mixue.com](http://Mixue.com)

Menurut Arianty (2016) keputusan pembelian merupakan tindakan yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan permasalahan yang terjadi dan harus dihadapi atau merupakan langkah langkah yang diambil untuk dapat mencapai tujuan dengan secepat mungkin dengan biaya yang seefisien mungkin. Apabila konsumen merasa langkah yang diambil sudah benar maka mereka akan melakukan pembelian suatu produk tersebut.

Menurut Sahir (2016) label halal adalah jaminan yang diberikan oleh suatu lembaga yang berwenang seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat – Obatan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) untuk memastikan bahwa produk tersebut sudah lolos pengujian kehalalan sesuai syariat islam. Label halal ini

bertujuan agar Mixue dapat memenuhi keinginan konsumennya agar bahan dari produknya mengandung bahan-bahan yang tidak melanggar syariat Islam.

Harga merupakan suatu patokan nilai terhadap barang atau jasa untuk memberikan penawaran dari pesaing lain. Menurut Malau Harman (2017) harga adalah ukuran atau satuan moneter suatu produk barang ataupun jasa lainnya yang ditukar guna mendapatkan hak milik atau pemakaian barang ataupun jasa tersebut. Apabila harga Mixue lebih murah dari kompetitornya maka secara otomatis Mixue memenangkan harga dari para kompetitornya dan memiliki banyak konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, Mixue ini menggunakan kualitas produk jika produk Mixue belum memiliki sertifikat halal maka penjualan Mixue dapat menurun karena konsumen ragu dalam membeli produk Mixue tidak hanya kualitas produk tetapi harga dari Mixue tersebut sangat murah sehingga konsumen dapat membeli tanpa khawatir harga yang diberikan dapat menguras uang konsumen tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, akan menjadi kajian tersendiri bagi peneliti untuk meneliti seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, maka penulis akan menetapkan penelitian ini dengan judul **"PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIXUE (Studi kasus konsumen Mixue di DKI Jakarta)"**.

## 1.2 Identifikasi, Pembahasan dan Rumusan Masalah

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Dengan ada dan tidak adanya logo halal dari MUI dapat berdampak pada keputusan pembelian konsumen Mixue
2. Dengan harga yang murah serta minuman dan *ice cream* yang enak membuat Mixue menjadi *top of mind* bagi para konsumennya.
3. Adanya Mixue di *gofood* dan *shopee food* membuat konsumen menjadi lebih mudah untuk memesan Mixue tanpa harus ke gerainya.

### 1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis membahas batasan masalah dalam penelitian ini dan untuk meminimalisir masalah dan menghindari meluasnya permasalahan. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah label halal, harga dan keputusan pembelian. Dengan lokasi di DKI Jakarta sebagai tempat penelitian dan objek karakteristik responden orang yang melakukan pembelian produk Mixue minimal 3 bulan terakhir.

### 1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian Mixue di DKI Jakarta ?
2. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Mixue di DKI Jakarta ?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Mixue di DKI Jakarta ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian maka tujuan dari penelitian yang ingin diketahui adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian Mixue di DKI Jakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Mixue di DKI Jakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Mixue di DKI Jakarta.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian mengenai pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan konsumen ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Kegunaan Akademis
  - a. Menambah wawasan dan pengalaman dalam dunia bisnis terutama dibidang *café*.



b. Sebagai referensi dalam memecahkan masalah – masalah dalam berbisnis di masa yang akan datang.

2. Kegunaan Praktis

- a. Hasil penelitian dapat digunakan oleh Mixue sebagai acuan untuk membuat kebijakan yang berkaitan dengan kualitas produk, harga dan promosi, serta dapat dijadikan sebagai acuan evaluasi perusahaannya.
- b. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dalam hal pengembangan di bidang penelitian.

