

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Di zaman sekarang dengan perkembangan teknologi, informasi maupun *fashion* yang semakin cepat membuat kebutuhan manusia semakin banyak. Kebutuhan ini tidak terbatas hanya pada kebutuhan yang terlihat secara fisik tapi juga kebutuhan jiwa yang ingin terus berubah menjadi lebih baik. Seperti perkara hijrah yang kini banyak dilakukan oleh mayoritas masyarakat Indonesia yang memeluk agama Islam. Hijrah yang secara bahasa artinya meninggalkan, memiliki makna meninggalkan segala hal kondisi yang buruk menuju keadaan yang lebih baik dan kondusif dalam mengakkan agama islam. Dalam kegiatan berhijrah bagi wanita muslim yang ingin tampil total menutup auratnya kaos kaki merupakan kebutuhan yang tak terelakan, tapi dalam hal ini ternyata kaos kaki juga bisa menjadi sumber ketidaksempurnaan ibadah jika saja ada unsur bahan dan produksinya yang tidak halal saat digunakan.

Bagi konsumen yang memeluk agama islam dilarang untuk mengkonsumsi sesuatu yang tidak halal baginya sebagaimana yang telah Allah jelaskan dalam Al-Quran surat Al-Maidah ayat 3:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ

“Dihara’mkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi” (QS. Al-Maidah: 3).

Selain itu dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 114 juga dijelaskan:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ لِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu, dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya” (QS. An-Nahl: 114).

Kata “memakan” jika diterapkan dalam konteks sekarang memiliki arti yang luas tidak sekedar memakan sesuatu melalui mulut, tapi juga saat menggunakan produk yang terus melekat pada kulit bahan olahannya pun harus terbebas dari hal-hal yang dilarang terutama pada tahap produksinya. Hal ini lah yang menjadi dasar terbentuknya lembaga yang berwenang memberikan sertifikasi halal dan mencantumkan label halal kepada suatu perusahaan yaitu LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) yang bertujuan membantu kerja MUI (Majelis Ulama Indonesia) yaitu lembaga yang kompeten untuk melakukan penjaminan kehalalan produk. Dengan kata lain LPPOM-MUI didirikan agar dapat memberikan rasa tenang pada umat tentang produk yang dikonsumsi (Adisasmito, 2008: 10).

Labelisasi halal menjadi kebutuhan yang penting terutama bagi konsumen yang memeluk agama islam, karena label halal yang terdapat pada kemasan produk tentu akan mempermudah konsumen untuk mengidentifikasi sebuah produk yang halal. Konsumen muslim cenderung memilih produk yang dinyatakan halal dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga berwenang (Sumarwan, 2011: 210).

Label halal yang terdapat pada kemasan produk tidak hanya berlaku untuk makanan dan kosmetik, karena faktanya saat ini untuk mendukung kebutuhan masyarakat Indonesia yang mayoritas adalah muslim bahkan industri tekstil pun di beri label halal. Hal ini karena penggunaan pewarna atau serat dari hewan yang diharamkan seperti babi dalam tahap produksi dapat mengganggu seorang muslim ketika produk tersebut tetap digunakan saat beribadah. Kebutuhan ini didukung pemerintah dengan adanya Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) 2014 juga mensyaratkan bahwa suatu produk yang beredar dan diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikasi halal, oleh karenanya produsen wajib memproses sertifikasi halal setiap produknya.

Selain labelisasi halal, keputusan konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan pemasar juga dipengaruhi oleh kualitas produk itu sendiri. Kualitas merupakan salah satu kunci dalam memenangkan persaingan dengan pasar. Kualitas dapat diartikan sebagai “kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan” (Tjiptono, 2012: 152). Berdasarkan definisi ini, kualitas adalah hubungan antara produk dan pelayanan atau jasa yang diberikan kepada konsumen dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen.

Ketika perusahaan telah mampu menyediakan produk yang berkualitas maka perusahaan tersebut telah membangun salah satu faktor pembentuk nilai pelanggan. Dalam pandangan konsumen, nilai suatu produk merupakan kualitas produk yang dinikmati konsumen dengan pengorbanan sejumlah uang atau sumber daya yang lain (Oliver, 1997: 167). Kotler dan Keller (2009: 143)

mendefinisikan kualitas produk adalah produk yang telah memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Sejalan dengan hal itu (Kotler & Amstrong, 1996: 279) mengemukakan kualitas produk (product quality) adalah kemampuan suatu produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan dan kemudahan dalam penggunaan. Pengaruh kualitas suatu produk sangatlah penting karena dengan kualitas produk yang semakin baik maka konsumen pun akan berani untuk membayar mahal terhadap produk yang dijual, hal ini tentunya dapat meningkatkan profit atau laba perusahaan dan meningkatkan daya saing serta menjadi nilai tambah bagi konsumen agar mau untuk membeli produk yang ditawarkan oleh pemasar.

Setiap konsumen memiliki pertimbangannya sendiri yang digunakan pada saat melakukan keputusan pembelian. Hal ini karena keputusan pembelian merupakan hasil dari pemilihan suatu tindakan terhadap dua atau lebih pilihan alternatif, tapi jika keputusan pembelian itu dilakukan tanpa adanya pilihan maka hal itu disebut sebagai "*hobson's choice*" (Schiffman dan Kanuk, 2010: 361). Proses keputusan pembelian pun dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu, strategi pemasaran, perbedaan individu, dan faktor lingkungan (Sumarwan, 2011: 9-10). Maka dari itu cara termudah untuk memenangkan persaingan yaitu dengan mampu menganalisis faktor-faktor keinginan dan kebutuhan konsumen.

Pentingnya labelisasi halal dan kualitas produk diperhatikan oleh para pelaku usaha di Indonesia salah satunya PT. Soka Cipta Niaga Bandung. PT. Soka Cipta Niaga Bandung ini merupakan perusahaan kaos kaki yang memiliki sertifikat halal pertama di Indonesia pada tahun 2015, kehalalan kaos kaki Soka dapat

dilihat pada proses produksinya dan tetap terjaga karena terus diperbaharui setiap 2 tahun sekali. Perusahaan yang didirikan tanggal 11 November 2011 ini bergerak dalam bidang perdagangan dan distribusi di Indonesia maupun luar negeri dan terus berkomitmen untuk menjadi perusahaan kaos kaki nomor 1 di Indonesia. Produk kaos kaki dari perusahaan ini memiliki merek dagang yaitu SOKA yang kuat dan telah diakui pasar global, didukung oleh teknologi, ilmu pengetahuan dan manajemen yang prima. Kaos kaki SOKA kini memiliki 20 macam warna dan motif. Seiring berjalannya waktu, PT. Soka Cipta Niaga mengalami perkembangan pesat, dengan jaringan luas dari mulai Aceh sampai Papua, nasional maupun internasional, dan online maupun offline. Banyaknya pesaing yang ada dapat menjadi penghambat dalam operasional kerja maupun pencapaian target penjualan CV. Harapan Baru Kaos Kaki dan Distributor Kaos Kaki Bandung yang memiliki keunggulan selalu mengutamakan kualitas dengan dibantu oleh peralatan produksi yang juga berkualitas.

**Tabel 1**  
**Penjualan Produk PT. Soka Cipta Niaga Bandung**

No.	Target Penjualan		Total Penjualan	
	Tahun	Total Target Penjualan	Tahun	Total Penjualan
1	2011	850 pcs	2011	935 pcs
2	2012	895 pcs	2012	932 pcs
3	2013	923 pcs	2013	921 pcs
4	2014	976 pcs	2014	912 pcs
5	2015	1450 pcs	2015	1475 pcs
6	2016	1685 pcs	2016	1895 pcs
7	2017	2000 pcs	2017	2445 pcs

*Sumber : Data Internal Perusahaan, 2018*

Berdasarkan tabel 1 diatas mengenai penjualan produk PT. Soka Cipta Niaga Bandung menunjukkan bahwa pada tahun awal yaitu tahun 2011 hingga 2012 PT. Soka Cipta Niaga berhasil untuk mencapai target perusahaan tapi karena terkendala bahan baku dan respon masyarakat yang kurang baik karena masih kalah bersaing dengan kompetitor lainnya pada tahun 2013 sampai 2014 PT. Soka Cipta Niaga Bandung mengalami penurunan. Hingga pada tahun 2015 semenjak PT. Soka Cipta Niaga Bandung melegalkan produknya menjadi produk yang berlabelisasi dan bersertifikasi halal dari MUI penjualan produk PT. Soka Cipta Niaga Bandung ini sangat naik secara terus menerus secara signifikan. Dapat dilihat hasil penjualan yang dilakukan oleh PT. Soka Cipta Niaga Bandung pada tahun 2015 hingga tahun 2017 yang mendapatkan respon bagus dari konsumen

sehingga mampu memenuhi target penjualan secara optimal sehingga operasional PT. Soka Cipta Niaga dapat dikatakan stabil.

Meskipun target penjualan produk dapat tercapai tapi bila manajemen PT. Soka Cipta Niaga tidak mampu untuk menganalisis atau tidak memberikan perhatian yang serius mengenai hal-hal yang dapat mengakibatkan penurunan jumlah penjualan produk kaos kaki PT. Soka Cipta Niaga maka kondisi ini dapat memicu ketidakstabilan operasional PT. Soka Cipta Niaga selanjutnya. Permasalahan yang terjadi pada PT. Soka Cipta Niaga tak lepas dari keputusan pembelian konsumen atau calon konsumen atas produk kaos kaki PT. Soka Cipta Niaga. Dalam hal ini penelitian mengenai faktor labelisasi halal dan kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk kaos kaki PT. Soka Cipta Niaga nampaknya perlu dilakukan mengingat tujuan PT. Soka Cipta Niaga yang ingin menjadi perusahaan kaos kaki No. 1 di Indonesia, maka hal ini diperlukan untuk dapat meningkatkan penjualan secara signifikan pada PT. Soka Cipta Niaga.

Berkaitan dengan uraian yang telah disampaikan dan hasil penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh labelisasi halal, dan kualitas produk. Maka dari itu diperlukan pengujian secara empiris atau penelitian yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih jelas dan disertai bukti ilmiah mengenai pengaruh labelisasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT. Soka Cipta Niaga. Berdasarkan keterangan dan informasi yang telah disampaikan maka dalam penelitian ini, peneliti mengambil judul **“PENGARUH LABELISASI HALAL DAN**

**KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PEMAKAI KAOS KAKI PT. SOKA CIPTA NIAGA BANDUNG”** (Studi pada Konsumen Produk Kaos Kaki di Outlet PT. Soka Cipta Niaga Cabang BIP).

**B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, diketahui bahwa :

1. Permasalahan pemasaran dalam suatu produk pada dasarnya merupakan masalah yang rumit seperti yang dihadapi oleh PT. Soka Cipta Niaga Bandung karena menyangkut dengan keputusan pembelian konsumen.
2. Setiap konsumen mempunyai kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda dimana permasalahan-permasalahan produk inilah yang menjadi perhatian setiap perusahaan termasuk PT. Soka Cipta Niaga Bandung. Agar konsumen dapat merasakan kepuasan dan nilai-nilai dalam suatu produk.
3. Banyaknya pesaing yang bergerak di bidang kaos kaki di kota Bandung membuat konsumen memiliki banyak pilihan terhadap kualitas produk yang ingin dibeli.
4. Menurunnya keputusan pembelian konsumen di PT. Soka Cipta Niaga Bandung dapat dilihat dengan menurunnya hasil penjualannya pada tabel di tahun 2013 hingga 2014 yang tidak mencapai target penjualan.
5. Tetap diperlukannya pengevaluasian terhadap pelabelisasian dan sertifikasi halal serta kualitas produk pada produk kaos kaki PT. Soka Cipta Niaga Bandung agar dapat menjaga dan meningkatkan jumlah penjualan produk kaos kaki PT. Soka Cipta Niaga Bandung.



### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan diatas, maka dapat dijelaskan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian kaos kaki PT. Soka Cipta Niaga?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kaos kaki PT. Soka Cipta Niaga?
3. Apakah labelisasi halal dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian kaos kaki PT. Soka Cipta Niaga?

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian kaos kaki PT. Soka Cipta Niaga.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kaos kaki PT. Soka Cipta Niaga.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh labelisasi halal dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian kaos kaki PT. Soka Cipta Niaga.

## **E. Kegunaan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini memiliki kegunaan teoritis dan praktis akan dipaparkan sebagai berikut:

### **1. Kegunaan Teoritis**

- a. Bagi peneliti, penelitian ini untuk memperdalam ilmu, pengalaman dan pengetahuan khususnya mengenai pengaruh labelisasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Serta memiliki kerangka berpikir yang sistematis dan menambah pengalaman mengenai bagaimana membuat suatu karya tulis ilmiah khususnya membuat skripsi yang baik.
- b. Bagi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa lain khususnya mahasiswa jurusan Manajemen konsentrasi Pemasaran yang akan menindaklanjuti penelitian ini dengan mengambil penelitian yang sama dan dengan informan penelitian yang lebih baik.
- c. Bagi tempat penelitian baik Instansi Pemerintahan maupun Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan khususnya mengenai pengaruh labelisasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian studi pada konsumen PT. Soka Cipta Niaga Bandung agar dapat diperhatikan lebih jauh lagi.

### **2. Kegunaan Praktis**

- a. Penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran dan masukan kepada tempat penelitian baik Instansi Pemerintahan maupun Perusahaan

akan pentingnya pengaruh labelisasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

- b. Memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi dari Jurusan Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

## **F. Kerangka Pemikiran**

Kerangka Berpikir menurut Uma Sekaran, 1992 dalam (Sugiyono 2009: 91) mengemukakan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dengan demikian maka kerangka pemikiran adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya yang saling berhubungan, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan.

1. Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian

Di Indonesia sendiri kebutuhan yang paling penting yaitu mengenai produk halal karena penduduk Indonesia lebih banyak yang beragama Islam. Konsumen muslim cenderung memilih produk yang dinyatakan halal dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga berwenang (Sumarwan, 2011: 210). Hal ini karena bagi umat Islam sendiri label halal menjadi penting karena dapat memberikan mereka ketenangan hati yang di percaya bahwa produk yang telah telah mendapat label halal

merupakan produk yang terbaik untuk mereka sesuai dengan ajaran agama Islam.

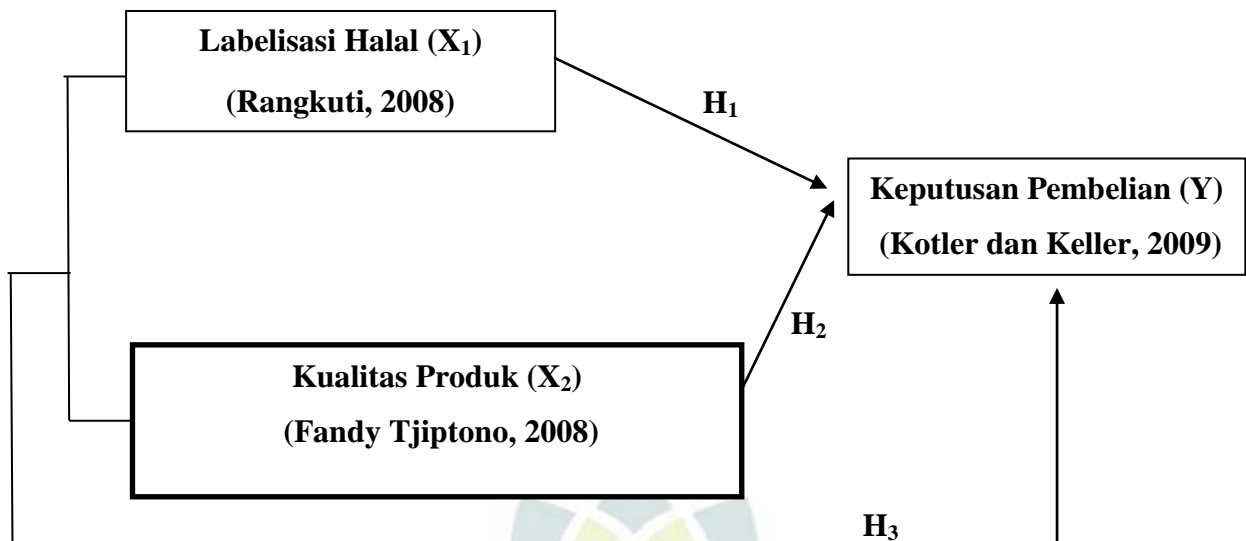
## 2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, keandalan, kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk serta yang lainnya (Kotler dan Armstrong, 1997: 279). Semakin kualitas suatu produk dianggap baik maka produk tersebut akan lebih banyak memberikan manfaat kepada konsumen saat produk itu telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen.

## 3. Pengaruh labelisasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Labelisasi halal dan kualitas produk akan saling mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Apalagi dengan mayoritas konsumen yang ditargetkan yaitu masyarakat yang beragama Islam maka labelisasi halal terhadap suatu produk dan kualitas produk akan meningkatkan nilai suatu produk di mata konsumennya.

Maka karena itu jika suatu usaha atau produk yang ditawarkan oleh pemasar ingin dapat diterima oleh konsumen maka perlu melakukan analisis terlebih dahulu mengenai keinginan dan kebutuhan konsumen yang dituju dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya agar konsumen mau untuk melakukan keputusan pembelian. Untuk lebih jelasnya akan disajikan bagan kerangka pikir dalam penelitian yang dapat dilihat melalui skema sebagai berikut:



**Gambar 1**

**Model Kerangka Pemikiran**

*Sumber : Diolah Penulis Tahun 2018*

Penelitian terdahulu akan sangat bermakna jika judul-judul penelitian yang digunakan sebagai bahan pertimbangan sangat bersinggungan dengan penelitian yang hendak dilakukan. Berikut ini merupakan hasil penelitian terdahulu yang berasal dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya :

**Tabel 2**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Wahyu Budi Utami (2013)	Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Membeli (Survey) pada Pembeli Produk	Dari hasil penelitiannya, bahwa adanya pengaruh labelisasi halal melalui merek akan semakin meningkatkan

		Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An-Nisa (Yogyakarta)	keputusan pembelian produk kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An-Nisa (Yogyakarta)
2	Mutiara Rinda Sadly Harahap (2013)	Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Perempuan Muslim di Kota Medan	Hasil penelitiannya yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada perempuan muslim di Kota Medan.
3	Eri Agustian H. (2013)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall's Conell	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa labelisasi halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
4	Iranita (2016)	Pengaruh Labelisasi Halal Produk Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa	Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan labelisasi halal dan produk kemasan berpengaruh secara signifikan terhadap

		Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji	keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji.
5	Tri Widodo (2015)	Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa universitas Muhammadiyah Surakarta)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa labelisasi halal dan kualitas produk mempunyai hubungan dan secara serentak (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk indomie
6	Zamroni (2010)	Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Merek Poliytron di Kabupaten Kudus	Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian, ada pengaruh antara variabel desain produk terhadap keputusan pembelian, ada pengaruh antara variabel

			promosi terhadap keputusan pembelian. Semakin baik Kualitas Produk, maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen
7	Erna Restu Hidayah (2016)	Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Depot Air Mineral Shofiro Bantarsoka, Purwokerto, Banyumas)	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari labelisasi halal terhadap keputusan pembelian.

Sumber: Diolah Penulis Tahun 2018

### G. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian. Hipotesis ini dimaksudkan untuk memberi arah bagi analisis penelitian (Marzuki, 2005). Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum di dasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiono, 2014). Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris.



Berdasarkan teori dan kerangka berpikir yang telah dibuat maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh positif Labelisasi Halal (X<sub>1</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

**H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh positif Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

**H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh positif Labelisasi Halal (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

