

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini banyak sekali muncul inovasi-inovasi baru terhadap makanan siap saji yang mana inovasi ini memiliki beragam jenis dari mulai olahan siap saji, maupun olahan yang harus di masak ulang. Dari berbagai macam olahan siap saji yang salah satunya adalah olahan makanan siap saji yang berasal dari daging, yang di olah menjadi sosis baik yang bisa langsung di makan maupun yang harus di masak terlebih dahulu. Olahan ini berupa sosis yang banyak beredar dan berasal dari perusahaan, umkm maupun perseorangan, baik yang berbahan dasar dari daging sapi, daging ayam bahkan daging babi.

Sosis Kanzler merupakan salah satu produk yang berasal dari Pt. Macroprima pangnutama (Cimory group). Dimana nama Kanzler berasal dari bahasa jerman yaitu "kanselir" yang memiliki arti "kepala negara", dimana awal produksi sosis ini bermula pada tahun 1999, dan memiliki 4 produk unggulan yaitu *bratwurst*, *frankfurter*, *bockwurst* dan *wiener*.

Saat ini keberadaan Sosis Kanzler ini sedang sangat marak dan menjadi trending di indonesia di kalangan masyarakat, dimana berawal dari video review makanan yang di lakukan di platfrom Youtube atau yang lebih di kenal dengan sebutan "Mukbang show" di kalangan masyarakat. Sosis Kanzler ini sendiri di gemari karena memiliki rasa yang enak dan cukup

unik di mana gabungan antara daging sapi dan daging ayam yang memiliki banyak variant atau rasa yang bisa di temui yaitu dengan rasa original, pedas dan keju.

Sebagai konsumen di indonesia yang mayoritas muslim, tentunya memiliki kecemasan akan kehalalan dari produk olahan Sosis Kanzler ini, dimana tentunya banyak sekali faktor yang menyebabkan olahan tersebut diragukan akan kehalalannya, walaupun itu berasal dari daging sapi dan ayam.

Dimana keputusan pembelian merupakan kesimpulan terakhir dari seorang individu atau konsumen untuk melakukan transaksi pembelian, hal ini di dasari oleh pendapat dari Andani yang mengatakan (dalam Nor Wulan 2013: 875), dimana dalam membuat suatu keputusan pembelian produk halal, konsumen memiliki patokan paling aman yaitu tersedianya sertifikat halal yang dikeluarkan MUI dalam bentuk adanya label halal pada kemasan produk pangan.

Dalam kehidupan, manusia tidak bisa lepas dari jual beli baik berupa produk ataupun jasa. Sebelum melakukan pembelian, seseorang biasanya akan mengambil keputusan terhadap barang yang akan dia beli.

Dalam keputusan pembelian akan ada beberapa faktor yang yang memengaruhi baik secara langsung maupun secara tidak langsung, seperti halnya *Influencer* atau biasa di sebut dengan seseorang yang memiliki peran yang kuat dalam sebuah marketing, dimana memiliki suara yang mendasari seseorang tersebut mengikuti apa yang mereka lakukan, dimana hal ini

terhubung dengan baik, berdampak, aktif pikiran, dan merupakan *trendsetter* bagi para pengikutnya.

Pada era industri 4.0 ini banyak sekali muncul aktivis-aktivis media social baik instagram, facebook maupun youtube yang memiliki peran sangat penting dalam marketing yang perusahaan lakukan. Selain *influencer* faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen yaitu distribusi dimana distribusi ini memiliki peran yang sangatlah penting, karna tanpa adanya distribusi konsumen akan kesusahan untuk memperoleh produk yang mereka inginkan, dan bahkan karna hal ini konsumen menjadi enggan untuk membeli produk yang di pasarkan, sehingga hal ini menuntut para produsen untuk lebih aktif dalam melakukan distribusi baik dari kota-kota besar maupun wilayah terpencil sekalipun.

Keputusan pembelian konsumen bukan hanya di dasari oleh faktor *influencer*, distribusi tetapi juga di dasari oleh faktor kesadaran akan halal. Dimana menurut Ahmad, Abaidah, dan Yahya (2013) kesadaran halal diketahui berdasarkan mengerti tidaknya seorang muslim tentang apa itu halal, mengetahui proses penyembelihan yang benar, dan memprioritaskan makanan halal untuk mereka konsumsi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan menjadi fokus penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Apakah ada hubungan *influencer* dengan keputusan pembelian Sosis Kanzler di kalangan konsumen kabupaten pringsewu?
2. Apakah ada hubungan distribusi dengan keputusan pembelian Sosis Kanzler di kalangan konsumen kabupaten pringsewu?
3. Apakah ada hubungan Kesadaran halal dengan keputusan pembelian Sosis Kanzler di kalangan konsumen kabupaten pringsewu?

Dari rumusan masalah tersebut penulis memutuskan untuk mengambil judul “PENGARUH *INFLUENCER*, DISTRIBUSI DAN KESADARAN AKAN KEHALALAN PRODUK SOSIS KANZLER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KALANGAN KONSUMEN DI KABUPATEN PRINGSEWU”.

C. Ruang Lingkup Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut dan untuk menghindari meluasnya permasalahan maka penelitian ini dibatasi pada :

1. Objek penelitian ini adalah *influencer*, distribusi, kesadaran halal dan keputusan pembelian.
2. Subyek penelitian ini adalah konsumen yang berada atau berdomisili di kabupaten pringsewu dan sudah pernah mencoba produk Sosis Kanzler setidaknya dua (2) kali serta membeli di indomart, alfamart atau candra pringsewu.
3. Tempat penelitian di adakan di kabupaten pringsewu.
4. Waktu penelitian 2021

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- a. Untuk mengetahui hubungan *influencer* dengan pembelian Sosis Kanzler di kalangan konsumen kabupaten pringsewu.
- b. Untuk mengetahui hubungan distribusi dengan keputusan pembelian Sosis Kanzler di kalangan konsumen kabupaten pringsewu.
- c. Untuk mengetahui hubungan kesadaran halal dengan keputusan pembelian Sosis Kanzler di kalangan konsumen kabupaten pringsewu.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

- 1) Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut dan referensi bagi penulis yang mengambil tema permasalahan yang sama.
- 2) Dapat digunakan sebagai pengembangan ilmu ekonomi khususnya dalam bidang pemasaran

b. Kegunaan Praktis

Memberikan sumbangan kepada pelaku bisnis ataupun perusahaan mengenai pemahaman tentang pentingnya peran *influencer*, distribusi dan kesadaran halal, serta memberikan dampak pada peningkatan usaha bisnis dan daya saing dan penentu aspek

keamanan pangan serta dapat membantu penargetan konsumen untuk kedepannya.