

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki berjuta ragam tanaman obat yang memiliki potensi untuk dikembangkan dan menambah nilai industri obat berbahan herbal seperti Jamu, Obat Herbal Terstandar/OHT, dan Fitofarmaka. Indonesia negara yang memiliki tidak kurang dari 30.000 spesies tumbuhan maupun sumber daya laut, maka dari itu Indonesia dapat menjadi pengeksport produk herbal terbesar dunia, akan tetapi sekitar 9,600 spesies tanaman dan hewan yang diketahui mempunyai khasiat obat belum dimanfaatkan secara optimal sebagai obatan herbal. Kepala Badan POM RI, Penny K. Lukito mengatakan "Potensi yang dimiliki Indonesia harus dikawal agar dapat dikembangkan oleh para peneliti, sehingga dapat memenuhi permintaan akan obat tradisional dan suplemen kesehatan dari bahan alam yang semakin meningkat."¹

Produk Herbal adalah obat-obatan atau suplemen yang berasal dari tumbuhan seperti daun, akar, bunga, serta bagian tumbuhan lainnya. Pada umumnya penggunaan produk herbal bertujuan mendukung proses penyembuhan dan pengembalian sistem kekebalan tubuh. Produk herbal sebenarnya memiliki kandungan yang hampir mirip dengan obatan medis, yang menjadikan berbeda obat-obatan medis dan herbal adalah proses ekstraksi yang

¹ Pom.go.id 2020 <https://www.pom.go.id/new/view/more/pers/531/Potensi-Obat-Herbal-Indonesia.html> Diakses pada 25 Februari 2023, Pukul: 16.06

dilakukan, yaitu bahan yang ada pada produk herbal sering dicampurkan agar memperoleh keseimbangan, sementara sebagian besar obat medis hanya berkonsentrasi pada satu bahan aktif. tidak semua obatan hebal telah mendapat izin BPOM, maka dari itu kita harus berhati-hati dan cara memilih produk herbal yang baik adalah dengan membaca petunjuk obat pada label kemasan, mengumpulkan informasi, dan carilah produk herbal yang telah mendapat izin BPOM dan telah bersertifikasi halal MUI.²

Produk herbal semakin meningkat pesat dengan adanya trend slogan di masyarakat yaitu “*Back to nature*” yang artinya merupakan usaha yang dilakukan manusia untuk kembali ke alam, salah satunya adalah menggunakan obat-obatan herbal termasuk jamu, back to nature membuat orang-orang sadar akan bahayanya obat-obat yang mengandung kimiawi dan bahaya efek samping yang ditimbulkan, hal itulah yang membuat masyarakat lebih memilih menggunakan produk herbal dan membuat permintaan atas produk herbal meningkat.³

Ditengah ancaman resesi global tahun 2023 omzet produk industri halal meningkat pesat dalam kurun waktu dua tahun masa pandemi, salah satunya produsen halal lokal yaitu PT. HNI-Herbal Penawar Alwahidah Indonesia. Presiden Direktur HNI Agung Yulianto lewat keterangan tulisan mengatakan “Sepanjang dua tahun masa pandemi, omzet produk halal buatan anak bangsa

² Diknas Jogja, 2022<https://dinkes.jogjaprov.go.id/berita/detail/harus-cermat-memanfaatkan-produk-herbal-sebagai-pendukung-pengobatan#:~:text=Produk%20herbal%20dapat%20berupa%20obat,Anda%20terhindar%20dari%20masalah%20kesehatan> Diakses pada 19 Februari 2023, Pukul: 19.05

³ Indah Karina Yulina.”Back to Nature:Kenajuaab atau keunduran.”Jurnal Biologiand pendidikanBiologi. Vol 2, Nomor 1, Juli 2017. hal. 29-30

justru mengalami peningkatan. Untuk itu kami mengimbau agar kita tidak perlu takut adanya ancaman resesi ditahun 2023.” HNI memiliki 4,7 juta mitra yang tersebar di seluruh Indonesia. HNI juga memiliki izin edar di tiga negara, yaitu Thailand, Malaysia, dan Hongkong.⁴

PT. Halal Network International sebagai salah satu perusahaan produk halal syari’ah di Indonesia yang berfokus pada produk herbal, HNI telah hadir di Indonesia selama 10 tahun lebih, yang didirikan pada tanggal 19 maret 2012, HNI juga dikenal dengan 5 pilar perusahaan yaitu: Business Center, Agency, Distributor Center, Stock dan Agen biasa. Produk HNI merupakan produk yang halal berkualitas, yang berfokus pada kualitas produk alamiah, ilmiah dan ilahiah. Produk HNI yang dijual adalah produk dengan kualitas terbaik, standar kualitas produk HNI dibuktikan dengan produk-produk yang memiliki kelengkapam perizinan dan sertifikat halal MUI.⁵

Jumlah produk HNI ada 81 produk yang digolongkan menjadi 5 kategori produk, yaitu *Herbs Products* yang memiliki 28 item produk, *Health Food and Beverages* yang memiliki 21 item produk, *Cosmetiv and Home Care* yang memiliki 24 item produk, *Fashion and Lifestyle* yang memilki 5 item produk, *Marketing Tools* yang memiliki 3 item produk.⁶ Produk HNI memiliki beberapa produk yang dijual dengan harga lebih mahal dari produk-produk yang dijual dipasaran, sehingga sulit diperoleh masyarakat menengah kebawah dan juga,

⁴ A.Syalaby Ichsan. (<https://www.republika.co.id/berita/rmrr4b483/omzet-industri-halal-meningkat-selama-pandemi>) Diakses 17 Februari 2023, Pukul 12.15

⁵ HNI-HPAI, *E-Buku-Panduan-HNI*, (HNI-HPAI,2022) hal. 10-16

⁶ HNI9-HPAI, *E-Katalog Produk HNI*, (HNI-HPAI,2022) hal. 6

menjadi kendala bagi HNI untuk meningkatkan penjualan produk.⁷

Produk yang ditawarkan oleh HNI bukanlah suatu produk baru dikalangan masyarakat, hal ini terlihat dari banyaknya masyarakat yang telah mengkonsumsi dan menggunakan produk HNI ini, namun pesaing bisnis produk halal sangankompetitif, karena saat ini sudah banyak bermunculan produk-produk halal dengan kualitas yang baik dan harga bersaing. Hal inilah yang menjadikan motivasi perusahaan PT. Halal Network International untuk selalu berusaha memberikan kualitas terbaik dari setiap produk-produknya⁸

HNI memiliki tujuan menghasilkan produk halal berkualitas yang terjaga alamiahnya, ilmiah dan ilahiahnya dengan berazaz *thibbunnabawi* yaitu membumikan, memajukan, memberdayakan dan mengikat UMKM nasional. HNI juga mendapatkan prestasi sertifikat penghargaan sebagai “*The Best Trusted Multi Level Company of The Year.*”⁹ Dengan peningkatan omzet yang pesat dan sudah bersertifikasi halal MUI membuat masyarakat melirik untuk menggunakan produk HNI sebagai alternatif obat.

Pada saat konsumen melakukan keputusan untuk membeli biasanya konsumen mengikuti proses pengambilan keputusan. Menurut syamsi, Ibnu pengambilan keputusan adalah suatu pemilihan yang didasarkan kriteria tertentu

⁷ Zatihulwani, “*Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Prepektif Marketing Syariah HPAI (HNI) cabang Panglima Denai.*” Jurnal Ekonomi Syariah, Vol.1, No.1, Agustus 2022

⁸ Mutiah Khaira Sihotang, “*Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Produk PT. HNI HPAI)*”, Jurnal Of Management, Accounting, Economic dan Business. Vol 01. No. 02, Agustus 2020, hal. 401

⁹ Rizki Putri Utami, Winaika Irawati. Pengaruh Harga, “*Lebel Halal, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Hni-Hpai,*” Jurnal of BUSINEES AND Innovation Management, Vol 4 Nomor 2, Februari 2022, hal. 374

atas dua atau lebih alternatif.¹⁰ Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan seorang konsumen saat melakukan pembelian .

Menurut Kotler dan amstrong keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses pengambilan keputusan konsumen untuk benar-benar membeli. Keputusan pembelian menjadi bagian kegiatan seseorang yang terlibat secara langsung untuk mendapatkan dan menggunakan suatu barang.¹¹ Konsumen membeli produk dengan melihat kualitas produknya, karena kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Kualitas produk yang baik biasa menjadi hal yang paling dicari oleh konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong kualitas produk meliputi daya tahan, kehandalaan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioprasikan dan diperbaiki dan atribut lain yang berharga pada produk keseluruhan.¹²

Tidak hanya kualitas produk harga juga dapat mempengaruhi keputusan seorang konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Sepanjang sejarah harga juga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan atau pilihan para konsumen dan menjadi hal yang penting bagi perusahaan karena menentukan keuntungan yang didapatkan.¹³

¹⁰ Gibtiah, Lidia Desiana, Aryanti, “Analisis Moslem Friendly Tourism, Living Cost, Culture dan Valuta Asing terhadap Minat Wisatawan Muslim dalam Pengambilan Keputusan untuk berkunjung ke Jepang.” Jurnal Nurani, Vol.18, No.1, Juni 2018, hal.47

¹¹ Chandra Warsito, et.al, *Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Terhadap Jasa Ojek Online*, (Malang:CV.Literasi Nusantara Abadi, 2022) hal. 2-3

¹² Tengku Firli Musfar, *Manajemen Produk dan Merek*,(Bandung:CV. Media Sains Indonesia,2021) hal.22

¹³ Nur Ika Effendi, et.al, *Strategi Pemasaran*,(Sumatra Barat:PT. Global Eksekutif Teknologi,2022) hal. 92

Tabel 1.1

Research Gap

Variabel Kalitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian	variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas produk, dengan total pengaruh 8,4%	Putri Ramadhani Juni, Devilia Sari, (2018)
	Kualitas Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian	Irwan Handayani, (2022)
Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian	Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan tingkat signifikan $0.000 < 0,05$	Nur Azmil Islahiha, Ahmad Mulyadi, Santi Lisnawati, (2023)
	variabel harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian	Adi Suparwo, (2022)

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber Jurnal, 2022

Berdasarkan tabel 1.1 diatas pada variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada penelitian yang dilakukan oleh Putri Ramadhani Juni, Devilia Sari, hasil dari penelitian tersebut terbukti bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.¹⁴ dan penelitian yang dilakukan oleh Irwan Handayani, hasil dari penelitian tersebut berbanding terbalik dan membuktikan bahwa berpengaruh positif dan tidak

¹⁴ Putri Ramadhani Jani, Devilia Sari, " *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Nutrition Shake Mix Herbalife di Kota Jakarta* " Jurnal e-Proccrding of Management, Vol.5, no.2, Agustus 2018, hal.2696

signifikan variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian.¹⁵

Pada variabel harga terhadap keputusan pembelian berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nur Azmil Islahiha, Ahmad Mulyadi, Santi Lisnawati, hasil dari penelitian tersebut terbukti bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.¹⁶ Dan penelitian yang dilakukan oleh Adi Suparwo, hasil dari penelitian tersebut tidak berpengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian.¹⁷

Dari Landasan Teori dan Research Gap diatas. Maka hal ini menarik perhatian peneliti untuk melakukan peneliti pada konsumen PT. Halal Network International di kota Palembang yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Akhirnya peneliti memutuskan untuk mengangkat judul penelitian mengenai “ **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal pada PT. Halal Network International di Kota Palembang.**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang pada uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

¹⁵ Irwani Handayani “ *The Influence of Halal Label, Product Quality, Brand Image, and Promotion on the Purchase Decision of Herbal Products.*” *Jurnal of Management and Islamic Finance*, Vol.2, No.1, Juni 2022, hal. 68

¹⁶Nur Azmil Islahiha, Ahmad Mulyadi, Santi Lisnawati. “*Pengaruh Label Halal, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Pasta gigi Herbal HNI-HPAI: Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Ibnu Khaldun Bogor.*” *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.4, No.3, 2023, hal. 703-704

¹⁷Adi suparwo, “*Effect of Oline Prpmotion, Price and Brand Image on Purchase Decisions for Neosaipress Herbal Products.*” *Jurnal of Management*, Vol.12, No.2, 2022, hal. 2473

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian produk herbal pada PT. Halal Network International di Kota Palembang?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk herbal pada PT. Halal Network International di Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas Produk terhadap keputusan pembelian produk herbal pada PT. Halal Network International di Kota Palembang
2. Untuk mengetahui pengaruh harga jual terhadap keputusan pembelian produk herbal pada PT. Halal Network International di Kota Palembang

D. Manfaat Penelitaian

Adapun manfaat yang diharapkan dengan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Dengan melakukan penelitian ini penulis memperoleh pengalaman dan mengembangkan ilmu pengetahuan yang berkaitan pada bidang manajemen pemasaran.

2. Bagi Objek Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan informasi dan masukan bagi para pembisnis PT. Halal Network International di Kota Palembang untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga

terhadap keputusan pembelian, agar dapat bersaing dengan baik.

3. Bagi Pengembang Keilmuan

Hasil dari penelitian ini menjadi referensi bagi mahasiswa ataupun penelitian lebih lanjut yang melakukan penelitian serupa.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan memahami skripsi ini, maka peneliti menulis skripsi ini secara sistematis dengan cara memaparkan beberapa hal yang akan dibahas yang terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini membahas mengenai tahapan awal skripsi, meliputi latar belakang masalah mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk herbap pada PT Halal Network International di Kota Palembang, kemudian dijelaskan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan yang dibahas pada setiap bab.

BAB II: Landasan Teori

Bab ini merupakan landasan teori yang berisi grand theory, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan pengembangan hipotesis.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini menguraikan jenis dan sumber data penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, teknik analisis data, metode analisis data

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan mengenai analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V: Kesimpulan

Bab ini berisi mengenai kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.