# BAB I. PENDAHULUAN

## I.1 Latar Belakang Masalah

Budaya Korea kini mulai banyak diminati oleh masyarakat di Indonesia. Mulai dari pakaian, hiburan, kosmetik, hingga makanan dan minuman yang bertemakan Korea dianggap mempunyai nilai jual yang cukup tinggi sehingga laris dipasaran. Korea, baik itu negara maupun budayanya, memiliki daya tarik yang luar biasa sehingga meningkatkan ketertarikan bagi masyarakat di mancanegara khususnya di Indonesia. Di Indonesia makanan dan minumannya kini banyak mengambil nuansa Korea. Dengan mengadopsi cita rasa khas Korea yang dibuat sedemikian rupa agar cocok dengan selera masyarakat Indonesia.

Bisnis di bidang makanan sangatlah menjanjikan, karena pada dasarnya makanan adalah kebutuhan primer bagi manusia. Persaingan bisnis di bidang makanan yang semakin meluas menuntut para pelaku usaha ini untuk lebih mengembangkan usaha mereka. Hal tersebut membutuhkan banyak strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan agar dapat mengenalkan dan memasarkan produknya kepada konsumen. Menurut Klein (2000), perusahaan saat ini menggunakan pelayanannya sebagai pembeda untuk tetap menjaga hubungannya dengan konsumen. Hal tersebut tentu memaksa perusahaan untuk menemukan cara, langkah-langkah, dan strategi untuk memasarkan produknya namun tetap fokus terhadap hubungannya dengan konsumen.

Mi merupakan salah satu sumber karbohidrat pengganti nasi yang menjadi favorit masyarakat, maka dari itu agar lebih memudahkan masyarakat untuk dapat mengkonsumsi mi para perusahaan membuat sebuah terobosan dengan membuat sebuah mi instan yang memudahkan para konsumen untuk mengkonsumsi mi dengan kandungan gizi yang memenuhi standar kebutuhan manusia.

Produk yang akan dijadikan sebagai objek penelitian adalah produk mie instant Samyang Spicy Fried Chicken Ramen atau *Buldakbokeum Myeon* Samyang yang dikeluarkan oleh Samyang Foods Co., Ltd.




Gambar I.1 *Samyang Spicy Fried Chicken Ramen*
*Sumber:* https://www.lazada.co.id/samyang-hot-chicken-ramen-10777698.html
(Diakses pada 29/09/2017)

Samyang Foods Co., Ltd (삼양식품) merupakan salah satu manufaktur makanan yang sangat besar dan terkenal di Korea. Perusahaan ini pertama kali didirikan pada tanggal 15 September 1961 di Seoul, Korea Selatan. Sampai dengan saat ini produk-produk yang dibuat dan dikeluarkan oleh Samyang Foods Co., Ltd telah dijual hampir di seluruh negara di dunia, termasuk juga dengan Samyang Spicy Fried Chicken Ramen yang kini telah beredar luas di Indonesia. Produk-produk yang dijual oleh Samyang Foods Co., Ltd antara lain adalah mi instan, makanan ringan, dan pemanis buatan. Ada 4 varian rasa mi instan Samyang yaitu *Samyang Spicy Hot Chicken*, *Samyang Nuclear Fire*, *Samyang Chicken Cheese*, *Samyang Cool Hot Chicken.* Di indonesia mi instan Samyang sangatlah laris di pasaran. Banyaknya permintaan dari konsumen membuat supermarket tidak mampu memenuhi keinginan pasar. Banyaknya orang yang semakin penasaran dengan Samyang membuat mi instan Samyang menjadi mi yang paling dicari di pasaran. Keberhasilan mi instan Samyang

dalam peningkatan penjualan ini bisa dipengaruhi beberapa faktor baik dari rasa atau rasa penasaran para konsumen.

Pada bulan April tahun 2016 beredarlah isu mengenai mi instan Samyang yang mengandung minyak babi. Pada kenyataannya tidak semua produk Samyang menggunakan minyak babi. Mi instan Samyang yang di impor oleh PT. Korinus di Indonesia tidaklah mengandung minyak babi. Akan tetapi mi instan yang di impor ini juga tidak menggunakan logo halal karena produk mi instan Samyang yang halal dan yang haram dibuat dalam satu pabrik yang sama walaupun dengan alat-alat yang berbeda dan juga gedung pembuatan yang dipisahkan.

Isu tersebut cepat menyebar di masyarakat lewat berita dan berbagai macam media, sehingga penjualan mi instan Samyang yang sedang ramai-ramainya dikonsumsi masyarakat itu menurun secara drastis. Isu ini diperkuat karena adanya penarikan beberapa produk mi instan samyang oleh BPOM RI pada tanggal 15 Juni 2017. Produk-produk yang ditarik tersebut menunjukan hasil positif (+) yang mengandung fragmen DNA spesifik babi namun tidak mencantumkan peringatan "mengandung babi" pada label dengan melampirkan surat penarikan produk mi asal korea dengan nomor surat IN.08.04.532.06.17.2432 Produk-produk tersebut yaitu Mi Instan *U-Dong Samyang* dan Mi Instan *Kimchi Samyang*. Kedua produk tersebut diimpor oleh PT. Koin Bumi, adanya pencabutan ijin edar karena tidak sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh BPOM RI. Isu ini berdampak negatif terhadap penjualan mi instan Samyang yang di impor oleh PT. Korinus, masyarakat beranggapan bahwa semua mi instan Samyang menggunakan minyak babi. Pada tanggal 17 Oktober 2016 sebenarnya PT. Korinus telah mengajukan sertifikasi halal kepada MUI (Majelis Ulama Indonesia), dan perusahaan dituntut untuk memenuhi persyaratan serta menjalani semua prosedur yang telah ditetapkan MUI. Akhirnya, pada tanggal 28 September 2017 mendapatkan sertifikasi halal dari MUI. Khusus mi instan samyang yang beredar di Indonesia PT. Korinus menambahkan kata *"green"* pada merk

menjadi *"Samyang Green"*. Kata *green* ini diambil dari warna hijau yang identik dengan logo MUI.

**I.2 Identifikasi masalah**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, identifikasi masalahnya ialah:

- Menurunnya penjualan produk Samyang yang diakibatkan oleh isu haram yang beredar di masyarakat
- Turunnya citra perusahaan yang disebabkan oleh isu haram yang beredar di masyarakat

**I. 3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah, untuk lebih memfokuskan pembahasan dan pemecahan masalah maka dibuat rumusan masalahnya, sebagai berikut:

Bagaimana merancang strategi yang efektif untuk menaikkan penjualan dan memperbaiki citra perusahaan Samyang?

**I.4 Batasan Masalah**

Setelah rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan strategi perancangan ini diberikan batasan sehingga permasalahan tidak terlalu luas, batasan masalahnya yaitu:

Persepsi masyarakat terkait isu minyak babi dan juga citra dari produk mi instan Samyang di Bandung sejak hadirnya mi instan Samyang di Bandung pada 2015 hingga 2017.

**I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan**

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui seberapa besar dampak dari isu masyarakat terhadap penjualan dan citra perusahaan samyang .

Tujuan :

- Mengetahui penyebab penurunan penjualan dari produk mi instan Samyang.

- Merancang strategi yang efektif untuk menaikan penjualan produk dan juga memperbaiki citra perusahaan.

Manfaat :

- Meningkatkan penjualan mi instan Samyang
- Dapat mengembalikan citra perusahaan yang positif di mata masyarakat.