

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

BPS mengumumkan bahwa pertumbuhan ekonomi di triwulan keempat tahun 2023 mencapai 5,05%. Pertumbuhan ini bisa tercapai dari tingginya daya beli masyarakat. Suatu barang atau produk memiliki korelasi erat dengan daya beli. Bila harga barang atau produk tersebut terjangkau, maka daya beli masyarakat terhadap barang tersebut akan semakin tinggi (BPS, 2024).

Daya beli masyarakat Indonesia tercatat membaik pada tahun 2023. Menurut Desy, Analisis Pilarmas Investindo Sekuritas, konsumsi pada tahun 2023 diperkirakan akan didorong oleh sektor makanan dan minuman (F&B). Mengingat daya beli masyarakat meningkat seiring dengan menurunnya inflasi dan stabilnya harga komoditas yang dijadikan bahan baku. Peningkatan daya beli masyarakat, khususnya di sektor makanan dan minuman, harus diimbangi dengan pengembangan produk makanan halal di Indonesia. Mengingat Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar, sebanyak 86,7% penduduk muslim berasal dari total penduduk Indonesia (Zulfikar, 2023).

Dengan banyaknya penduduk Muslim di Indonesia akan ada dampak yang signifikan pada budaya yang sedang berkembang termasuk pola konsumsi yang ditentukan oleh kepercayaan. Dalam Surat Al-Baqarah, Al-Quran setiap orang yakni beragama Islam diharuskan untuk memakan atau membeli barang halal dan menghindari barang haram (Khoiron, 2022).

Dalam surat Q.S. Al-Baqarah:168 yang artinya *“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”*

Dari terjemahan Q.S. Al-Baqarah:168 menunjukkan bahwa umat Islam dianjurkan untuk menggunakan barang-barang halal. Perlu dipahami bahwa kehalalan sebuah produk tidak semata-mata dinilai dari label halalnya saja, melainkan juga kehalalan proses pembuatan dan penempatannya.

Saat ini, banyak bermunculan restoran cepat saji kelas menengah ke atas yang bersertifikat halal, seperti Kentucky Fried Chicken (KFC), McDonald's, California Fried Chicken (CFC), dan lain-lain. Restoran cepat saji kelas menengah ke bawah, seperti Hisana Fried Chicken, Rocket Chicken, dan AB Chicken, juga bermunculan.

Setiap pelaku usaha harus bersaing dengan kompetitor dalam menghadapi kompetisi dalam industry halal yang kian sengit. Pelaku produsen harus memahami perilaku pada karakteristik pelanggan secara keseluruhan, yang merupakan hal penting yang harus mereka lakukan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan atau menumbuhkan minat beli mereka.

Konsumen dalam melakukan pembelian dimana konsumen memiliki alasan khusus untuk membeli dan konsumen membeli produk karena menikmati produk, sehingga pembelian dilakukan tanpa adanya rencana khusus.

Langkah akhir dalam perilaku konsumen ditandai dengan keputusan untuk memilih membeli barang. Keputusan ini dibuat berdasarkan berbagai macam pertimbangan. Selain itu, keputusan pembelian ini juga mencerminkan seberapa besar upaya yang dilakukan pemasar dalam memasarkan produknya kepada konsumen (Agustina et al., 2023). Sehingga faktor yang memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Di antaranya yaitu *halal awareness*, kualitas pelayanan, dan kualitas produk.

Dari sudut pandang industri, *halal awareness* merujuk pada pemahaman mengenai konsumsi produk yang bebas dari alkohol atau babi serta turunannya. Kesadaran akan status halal makanan penting tidak hanya melihat bahan baku, tetapi juga aspek keamanan dan proses produksinya. Aspek lain yang tidak kalah penting adalah proses manufaktur, penyimpanan, pengemasan, dan

pengiriman, semuanya harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan untuk memastikan produk tersebut benar-benar halal (Afifah & Sayyaf, 2023).

Menurut (Rohmatun & Dewi, 2017) masih menurunnya konsumen dalam mengonsumsi produk yang halal disebabkan oleh pemikiran tentang halalnya suatu produk. Pengetahuan tentang halal sangat berpengaruh pada tindakan Muslim terhadap informasi produk halal. Memahami kehalalan adalah penting agar pembeli bisa tahu apakah barang yang ingin dibeli tersebut termasuk dalam kategori halal. Kesadaran konsumen terutama Muslim, semakin meningkat tentang pentingnya kehalalan terutama dalam makanan. Produsen harus memastikan produk mereka memenuhi standar kehalalan. Hal ini penting agar dapat mempengaruhi keputusan para pembeli dengan cara yang positif.

Penelitian terkait *halal awareness* atau kesadaran halal yang telah dilakukan, antara lain (Assifa, 2023), (Rosid, 2022) dan (Candra, 2021) yang penelitiannya tersebut mengindikasikan bahwa *halal awareness* ada peranan secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara itu (Firly, 2023) melakukan penelitian *halal awareness* yang hasilnya bahwa memberikan efek positif terhadap keputusan pembelian teramati, meskipun tidak signifikan.

Kualitas produk merupakan faktor lain yang dianggap penting dari pembeli saat memilih produk. Menurut (Kotler & Armstrong, 2013) dalam (Satdiah et al., 2023) kualitas produk memuat beberapa aspek seperti kehandalan, ketepatan, daya tahan, dan konsistensi. Para calon pembeli sangat menilai kualitas produk ketika memutuskan untuk memilih barang. Sehingga, pentingnya para pelaku usaha untuk mempersiapkan produk dengan standar kualitas tinggi agar dapat lebih menonjol dibandingkan produk pesaing. Untuk mencapai hal ini, perusahaan harus berkomitmen untuk terus meningkatkan kualitas produk melalui upaya perbaikan serta inovasi baru yang menarik bagi konsumen selama proses pengambilan keputusan pembelian.

Beberapa penelitian bahwa kualitas produk berperan dalam mempengaruhi keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen. Hasil empiris yang ditemukan (Firly, 2023), (Assifa, 2023) dan (Ariella, 2018) mengenai kualitas produk menemukan bahwa kualitas produk berperan

signifikan dan positif pada keputusan pembelian. Sementara penelitian (Viana & Hartati, 2022) ditemukan bahwa kualitas produk tak berkontribusi atas keputusan pembelian.

Selain kualitas produk, perusahaan perlu memberikan kepuasan kepada konsumen saat mereka membuat keputusan pembelian. Adapun langkah untuk mewujudkannya yaitu menyediakan kualitas pelayanan dengan baik. Menurut Philip Kotler, layanan pelanggan adalah kegiatan yang dilakukan untuk memberikan pengalaman memuaskan kepada pelanggan. Tujuan utama pelayanan ialah memberikan solusi yang tepat dan menjaga kepuasan pelanggan (Lesmono, 2024). Untuk menjalankan bisnis, kualitas pelayanan sangat penting yang mencakup berbagai produk, perbaikan teknologi dan informasi, serta layanan fisik dan non-fisik yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan (Laia, 2023).

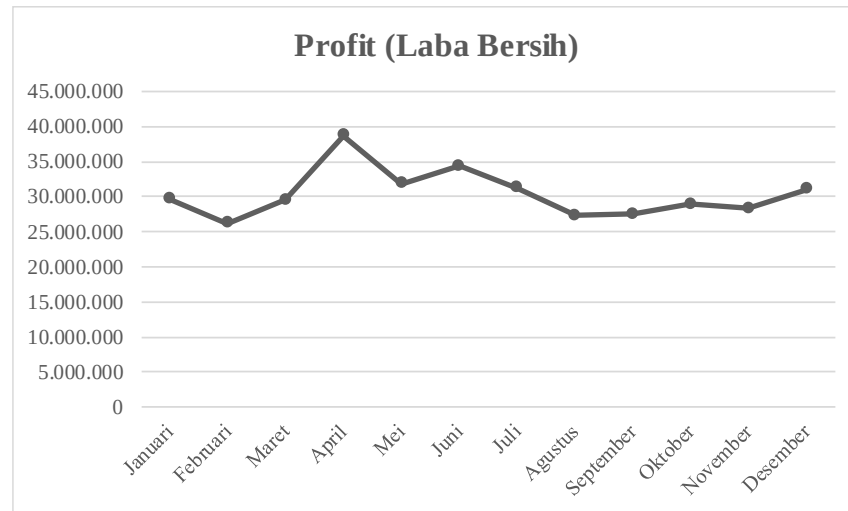
Menurut (Tjiptono, 2016) penting bagi penyedia layanan untuk selalu memberikan kualitas yang memenuhi harapan pelanggan, sehingga mereka dapat memutuskan untuk membeli suatu produk. Layanan yang baik dianggap berkualitas tinggi, tetapi layanan yang buruk dianggap buruk.

Penelitian yang telah dilakukan oleh (Laia, 2023), (Pitaloka & Juliandara, 2024) yang penelitian tersebut kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian. Di sisi lain (Karina, 2023) melakukan riset kualitas pelayanan dimana hasilnya bahwa memiliki pengaruhnya terhadap keputusan pembelian ada, namun tidak signifikan.

Hisana Fried Chicken adalah merek ayam goreng kripi buatan asli anak bangsa yang disukai masyarakat Indonesia. Bisnis waralaba yang dikelola PT. Selahonje Jaya Abadi adalah perusahaan makanan dan minuman halal terbesar di Indonesia. Perusahaan ini terletak di Bekasi, Jawa Barat. Dengan mengelola banyak restoran ayam cepat saji yang ada di seluruh kota, kabupaten, kecamatan, dan kelurahan. Di Jawa Barat khususnya di wilayah Cirebon 31 gerai Hisana Fried Chicken. Hisana Fried Chicken menyajikan berbagai menu makanan mulai dari fried chicken wing, chicken drum stick, chicken breast,

chicken thigh, ayam geprek, french fries, ice cream, soft drink dan berbagai minuman lainnya.

Beberapa masalah yang sedang dihadapi oleh Hisana Fried Chicken yang berdampak pada keputusan pembelian seperti yang ditunjukkan dalam grafik dibawah ini :



Gambar 1. 1 Data Penjualan Tahun 2024

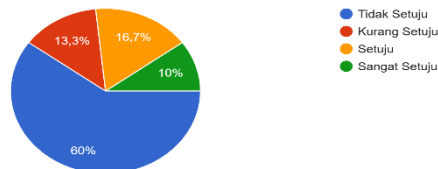
Sumber : *Manager Hisana Fried Chicken*

Berdasarkan data penjualan Hisana Fried Chicken turun selama satu tahun pada tahun 2023. Penurunan paling besar terjadi pada bulan Februari. Hal ini menggambarkan daya beli konsumen terhadap Hisana Fried Chicken sehingga mempengaruhi pada profit atau pendapatan laba bersih yang didapatkan. Oleh karena itu, agar dapat mempengaruhi penyebab terjadinya penurunan penjualan Hisana Fried Chicken. Terlebih lagi, saat ini sudah banyak gerai makanan ayam goreng cepat saji yang menyediakan sajian lebih bervariasi dan beragam.

Dalam menciptakan keputusan pembelian, konsumen juga akan mempertimbangkan *halal awareness* atau kesadaran halal dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pemilik Hisana Fried Chicken. Peneliti mendistribusikan kuesioner yang berisi beragam pertanyaan guna mengetahui

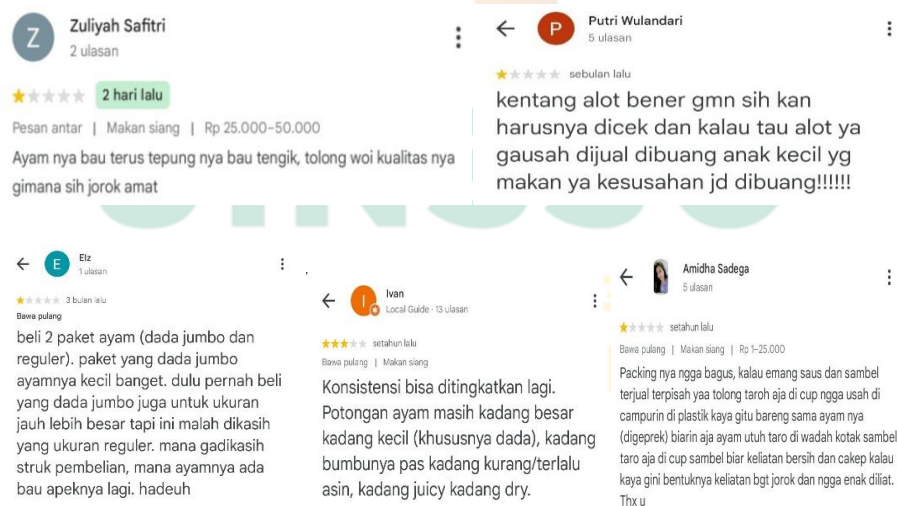
respons responden pada penelitian yang direncanakan. Diagram pie berikut menunjukkan kuesioner awal pra survei yaitu:

Apakah bahan baku dalam proses produksi Hisana Fried Chicken bersih dan memenuhi standar kehalalan?
30 jawaban



Gambar 1. 2 Responden Memperhatikan Kesadaran Halal

Berdasarkan hasil pra survey pada pertanyaan pertama yang telah dilakukan kepada 30 responden kepada konsumen Hisana Fried Chicken dengan memberikan pertanyaan “Menurut anda, apakah bahan baku dalam proses produksi sudah bersih dan memenuhi standar kehalalan?”. Berdasarkan hasil pra-survei mengindikasikan bahwa responden yaitu sebanyak 60% atau 18 responden menyatakan tidak setuju dengan pertanyaan tersebut. Ulasan di *Google Review (Maps)* juga mencerminkan ketidakpuasan ini. Ulasan keluhan konsumen dilihat pada Gambar 1. 4 berikut:

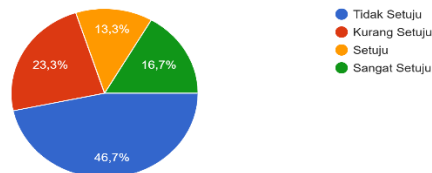


Gambar 1. 3 Hasil Riwiew Keluhan Konsumen Hisana Fried Chicken

Berdasarkan gambar 1. 4 di atas, beberapa konsumen memberikan rating di bawah 4 bintang, yang menunjukkan bahwa mereka merasa kualitas produk

Hisana Fried Chicken belum memuaskan. Beberapa keluhan yang disampaikan oleh konsumen meliputi ketidakonsistenan rasa, masalah kebersihan, serta penyajian yang dianggap kurang tepat dan tidak sesuai. Faktor-faktor tersebut sangat berpengaruh terhadap penilaian kualitas produk, dan dapat menentukan apakah produk tersebut layak disebut baik atau tidak. Oleh karena itu, Hisana Fried Chicken perlu meningkatkan kualitas produknya agar dapat menjadi pilihan utama di benak konsumen.

Menurut anda, apakah pelayanan yang diberikan oleh Hisana Fried Chicken sudah cukup baik?
30 jawaban



Gambar 1. 4 Responden Memperhatikan Kualitas Pelayanan

Pada pertanyaan yang kedua, peneliti menanyakan “Menurut anda, apakah pelayanan yang diberikan oleh Hisana Fried Chicken sudah cukup baik?”. Berdasarkan hasil pra survey mengindikasikan bahwa kebanyakan responden yaitu sebanyak 46,7% atau 14 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hasil pra survei menunjukkan bahwa konsumen masih belum puas terhadap kualitas produk Hisana Fried Chicken.

Variable utama dalam penelitian ini terdiri dari *halal awareness*, mutu produk dipilih serta pelayanan yang diberikan untuk diteliti untuk mengukur dan menganalisis pengaruh *halal awareness*, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada produk Hisana Fried Chicken. Melihat dari hasil wawancara beberapa responden bahwa *halal awareness*, fakta yang telah dipaparkan diatas bahwa terdapat masalah kualitas produk dan kualitas pelayanan Hisana Fried Chicken yang masih kurang baik.

Menurut penjelasan sebelumnya, penulis memilih untuk meneliti topik dengan judul “Pengaruh *Halal Awareness*, Kualitas Produk Dan Kualitas

Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Hisana Fried Chicken pada Masyarakat Talun, Kabupaten Cirebon”

B. Identifikasi Masalah

Berlandaskan pada penjabaran latar belakang sebelumnya, maka dapat diidentifikasi masalah pada penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Kurangnya pengetahuan atau kesadaran konsumen terkait pentingnya aspek kehalalan dalam pengolahan produk.
2. Keluhan terhadap produk dalam pengolahan atau penyajian porsi yang tidak memadai.
3. Ketidaktepatan pelayanan pada saat mengirimkan menu yang tidak sesuai dengan pesanan konsumen.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat lebih fokus pada pokok permasalahan dan mencegah penyebaran isu yang dapat mengakibatkan kesalahan dalam kesimpulan yang dihasilkan, peneliti membatasi lingkup kajian hanya pada aspek-aspek untuk mengukur dan menganalisis pengaruh *halal awareness*, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Hisana Fried Chicken pada Masyarakat Talun Kabupaten Cirebon.

D. Rumusan Masalah

Bersumber latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini agar dapat mencapai sasaran dalam penyusunan maka yang dapat dikemukakan penulis sebagai berikut :

1. Apakah *halal awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Hisana Fried Chicken pada masyarakat Talun Kabupaten Cirebon?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Hisana Fried Chicken pada masyarakat Talun Kabupaten Cirebon?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Hisana Fried Chicken pada masyarakat Talun Kabupaten Cirebon?
4. Apakah *halal awareness*, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Hisana Fried Chicken pada masyarakat Talun Kabupaten Cirebon?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mencapai berbagai hal yang diinginkan oleh penulis. Beberapa tujuan khusus menjadi fokus dalam pelaksanaan penelitian ini, yaitu:

- a. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh *halal awareness* terhadap keputusan pembelian produk Hisana Fried Chicken pada masyarakat Talun Kabupaten Cirebon.
- b. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Hisana Fried Chicken pada masyarakat Talun Kabupaten Cirebon.
- c. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian produk Hisana Fried Chicken pada masyarakat Talun Kabupaten Cirebon.
- d. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh *halal awareness*, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Hisana Fried Chicken pada masyarakat Talun Kabupaten Cirebon.

2. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang menjadi harapan penulis dalam melaksanakan penelitian antara lain:

a. Bagi Peneliti

Diharapkan temuan dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan ilmu pengetahuan serta dapat mengaplikasikan pembelajaran yang didapat selama kuliah ke dalam praktik di dunia kerja, terutama yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah informasi dan sumber bacaan, khususnya dibidang Ekonomi Syariah yang membutuhkan kemajuan dan pengembangan ilmiah lebih lanjut.

c. Bagi Pelaku Usaha

Peneliti berharap agar dapat menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan strategi dan inovasi sebagai upaya meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk.

F. Sistematika Penulisan

Dalam menyusun laporan penelitian ini agar dalam pembahasan berfokus pada pokok permasalahan dan tidak melebar ke masalah yang lain maka penulis membuat sistematika penulisan laporan penelitian diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN, dalam bab pendahuluan mengkaji tentang gambaran umum terkait permasalahan yang akan diteliti meliputi latar belakang masalah, langkah-langkah yang dilakukan dalam mengidentifikasi, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian yang diharapkan dan ringkasan sistematika penyusunan.

BAB II LANDASAN TEORI, peneliti dalam bab ini memuat tinjauan pustaka tentang mencakup teori-teori relevan dari bahan dasar penelitian atau *literature review* sejenis dengan penelitian yang dilakukan untuk merumuskan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN, peneliti memberikan penjelasan rinci mengenai metodologi penelitian terkait rencana penelitian yang akan dilakukan untuk menjawab hipotesis penelitian, diantaranya yaitu pendekatan dan jenis, sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, bagian bab ini membahas hasil penelitian berupa data angka dan penjelasannya.

BAB V PENUTUP, dalam bab penutup berisi kesimpulan selanjutnya akan disampaikan beberapa saran yang relevan dengan penelitian ini.

