

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat saat ini membuat banyak para pengusaha saling bersaing di bidang sejenis. Salah satu bisnis yang semakin berkembang yaitu bisnis dalam jenis produk makanan. Bisnis makanan merupakan salah satu bisnis yang banyak diminati oleh banyak orang terutama bagi para pengusaha yang baru akan memulai usahanya. Karena bisnis makanan ini mempunyai daya tarik tersendiri untuk konsumen ditambah dengan makanan merupakan kebutuhan akan pangan atau kebutuhan pokok yang sangat dibutuhkan untuk sehari-hari bagi semua orang.

Perkembangan dan pertumbuhan bisnis makanan ini masih tercatat sebagai oertumbuhan yang sangat tinggi dan unggul di dunia salah satunya di Indonesia. Berbagai jenis perusahaan yang sudah banyak membuka bisnis di bidang makanan serta minuman ini menawarkan berbagai jenis produknya dalam berbagai bentuk yang beraneka ragam. Perkembangan pertumbuhan bisnis di bidang makanan ini juga yang membuat investasi bisnis makanan di Indonesia meningkat. Menurut dari data survei Badan Ekonomi Kreatif atau BEKRAF dan Badan Pusat Statistik atau BPS menyatakan bahwa sektor Ekonomi Kreatif menyumbang 7,38% terhadap perekonomian nasional pada tahun 2016 dengan total PDB sekitar Rp 852,24 Triliun. Dan untuk sektor makanan atau kuliner berkontribusi sebesar 41,69% yang menduduki urutan pertama. (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia 2010).

Tabel 1. Kontribusi Subsektor Industri Kreatif di Indonesia

No	Industri Kreatif	Presentase
1	Kuliner	41,69%
2	Fashion	18,15%
3	Kriya	15,70%
4	Televisi dan Radio	7,78%
5	Penerbitan	6,29%
6	Asitektur	2,30%
7	Aplikasi dan Game Developer	1,77%
8	Periklanan	0,80%
9	Musik	0,47%

10	Fotografi	0,45%
11	Seni Pertunjukan	0,26%
12	Desain Produk	0,24%
13	Seni Rupa	0,22%
14	Desain Interior	0,16%
15	Film	0,16%
16	Desain Komunikasi Visual	0,06%

Sumber : [www.bekraf.go.id](http://www.bekraf.go.id)

Berdasarkan dari Tabel 1. Kontribusi Subsektor Industri Kreatif di Indonesia dapat dilihat bahwa untuk urutan yang berdasarkan dari total presentasi terbesar di duduki oleh Industri Kuliner yang memberikan kontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi kreatif sebesar 41,69% dari total kontribusi perekonomian kreatif sebesar Rp 922 Triliun pada tahun 2016. Jumlah Industri kuliner merupakan jumlah yang paling tinggi dibandingkan dengan Industri Fashion, Kriya, Televisi dan Radio, Penerbitan, Asitektur, Aplikasi dan Game Developer, Periklanan, Musik, Fotografi, Seni Pertunjukan, Desai Produk, Seni Rupa, Desain Interior, Film dan Desain Komunikasi Visual di urutan terakhir. (Silvia Agmasari, 2018)

Daerah khusus Ibukota Jakarta merupakan ibu kota negara dan kota yang terbesar di Indonesia. Jakarta sebagai kota bisnis, politik dan kebudayaan besar dengan tingkat pertumbuhan ekonomi yang cukup pesat dan banyak memiliki penciptaan ide baru yang unik dan sering kali produk yang diciptakan menjadi fokus perhatian utama masyarakat. Hal ini menjadikan kota Jakarta seperti memiliki daya tarik sendiri untk masyarakat berkunjung, terutama bagi masyarakat kota lainnya. Banyaknya berbagai macam jenis bisnis yang selalu bermunculan pada setiap tahunnya di Jakarta, menuntut para pengusaha dibidang industri makanan agar terus dapat mengembangkan jenis usahanya sehingga akan selalu memberikan dan menghasilkan produk dengan kualitas terbaik dan juga agar perusahaan dapat terus mempertahankan usaha demi mencapai kesuksesannya. Semakin banyaknya bisnis usaha yang berkembang di Jakarta terbuti dengan semakin banyaknya gerai, toko, outlet, restoran serta café yang menjual berbagai jenis kuliner makanan dan minuman.

Salah satu bisnis makanan yang sedang berkembang saat ini yaitu bisnis dalam jenis bakery. Bakery merupakan bagian dari patisari yang terdiri dari roti, kue, pastry dan cookies. Banyaknya perusahaan yang menjual berbagai jenis roti,

kue dan cookies dengan cita rasa dan kualitas produk yang berbeda-beda dari setiap perusahaannya yang memberikan ciri khas tersendiri masing-masing outlet. Adanya beberapa jenis perusahaan yang menjual roti, kue dan cookies salah satunya adalah Domino Cake.

Domino Cake merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industry pembuatan kue ulang tahun, kue pernikahan, roti dan dessert tabel dengan memiliki jumlah outlet operasional yang sudah mencakup 30 outlet yang tersebar di seluruh Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi dan Karawang yang memiliki kantor pusat di Cibubur, Jakarta Timur.

Tabel 2. Daftar Cabang Domino Cake

No	Cabang Domino Cake
1	Domino Cake Cibubur
2	Domino Cake Lippo Mall Kramat Jati
3	Domino Cake CBD Ciledug
4	Domino Cake ITC BSD, Serpong Tangerang
5	Domino Cake Bogor Trade Mall, Bogor
6	Domino Cake Pondok gede Plaza, Bekasi
7	Domino Cake D'Mall, Depok
8	Domino Cake ITC Permata Hijau, Kebayoran
9	Domino Cake Mall Artha Gading, Jakarta

Sumber : Zomato.com

Domino Cake menyatakan bahwa mereka menjamin kualitas dan kebersihan produk dengan melalui pengawasan Quality Control yang menjadi hal utama dalam proses produksinya, serta Domino Cake juga menyatakan bahwa sudah memiliki sertifikat Halal dari LPPOM MUI. Dengan adanya pernyataan ini tidak memungkinkan Domino Cake lepas dari beberapa pendapat dari konsumen yang menyatakan bahwa masih adanya kesalahan dari kualitas produk yang sudah ada.

Adanya beberapa pendapat tersebut diperoleh berdasarkan hasil rating penilaian melalui Zomato.com dan hasil rating perolehan nilai berada pada nilai 2,7 untuk cabang outlet Cibubur, Jakarta Timur. Terdapatnya keluhan di Domino Cake outlet Cibubur ini berupa keluhan para konsumen yang menyatakan bahwa kurang lembutnya pada bolu, ketidaksesuaian seperti apa yang diharapkan, terlalu banyak krim dari pinggiran cake untuk menempelkan coklat batang yang membuat jadi kurang nikmat, topping pada kue yang kurang enak dan tidak memiliki keistimewaan.

Terdapat permasalahan yang berkaitan dengan kualitas produk yang kurang baik ini membuat munculnya banyak pendapat atau pemikiran dari para konsumen yang memiliki keraguan terhadap bahan-bahan dalam pembuatan dan kualitas pada topping yang digunakan oleh pihak Domino Cake. Bahan-bahan yang tidak memiliki kualitas yang kurang baik akan menjadikan produk yang dihasilkan menjadi tidak layak untuk dikonsumsi baik untuk kesehatan dan juga dalam syariat Islam atau halal, karena pada dasarnya suatu produk makanan yang memiliki kualitas terbaik mampu menambah rasa percaya para konsumen akan kualitas dari bahan baku utama dalam pengolahan serta akan memberikan rasa keyakinan aman pada saat konsumen mengkonsumsinya.

Keadaan dalam permasalahan akan kualitas produk pada Domino Cake ini akan mengubah tingkat kesadaran para konsumen untuk mejadi berfikir jauh terhadap keputusan pembelian produknya yang nantinya akan dikonsumsi. Menurut Aziz dan Vui (2013) kesadaran sendiri merupakan konsep mengenai tentang menyiratkan pemahaman dan persepsi mengenai peristiwa atau subjek. Banyaknya konsumen yang menyadari akan tuntunan agama yang menyatakan bahwa makanan yang dikonsumsi harus memiliki kualitas dan jaminan halal yang akan membuat banyak dari berbagai pihak perusahaan memberikan jaminan halal pada produk yang diproduksi dan Domino Cake menjamin bahwa produknya sudah memiliki sertifikasi halal dari pihak LPPOM MUI atau Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Utama Indonesia langsung.

Produk-produk halal tak lagi hanya dikonsumsi oleh umat Muslim sebagai salah satu pemenuhan standar hukum syariat. Akan tetapi, umat non-Muslim pun rupanya juga sangat tertarik dengan berbagai macam produk halal tersebut, alasannya karena produk halal telah melalui proses sertifikasi yang ketat sehingga telah terjamin kebersihan, keamanan dan kualitas dari keseluruhan ranca produksi. Fenomena inipun telah di apresiasi oleh negara di dunia secara universal. Tercatat pada State of The Global Economy Report tahun 2018 bahwa pendapatan pada industri produk halal telah diproyeksikan akan mencapai \$3,007 Triliun pada tahun 2023. Industri produk halal ini terdiri dari beberapa kategori

produk dan layanan, yaitu halal food, Islamic finance, halal travel, modest fashion, halal media dan recreation, serta halal pharmaceuticals and cosmetic.

Industri produk halal memiliki pangsa pasar yang luas, dapat dilihat dari jumlah penduduk Muslim dunia sebagai konsumen utamanya yang saat ini berjumlah 1,8 Miliar yaitu sekitar 24% dari total penduduk dunia yang mana penduduk Muslim mengalami tingkat pertumbuhan yang lebih cepat dan populasi umur yang lebih muda dibandingkan dengan penduduk dunia yang lain. Jumlah ini diperkirakan akan terus meningkat hingga 70% pada tahun 2060 menjadi 3Miliar.

Hal ini dikarenakan banyaknya negara dengan penduduk minoritas Muslim yang ikut serta mengembagkan industri produk halal mereka baik tingkat domestic maupun internasional, contohnya seperti di Thailand yang sudah mengukuhkan dirinya sebagai negara pemilik dapur halal dunia, Korea Selatan yang terkenal dengan industry kecantikannya yang menguasai kosmetik halal dunia dan Republik Rakyat Tiongkok yang telah mendominasi industri tekstil halal dunia.

Menurut hasil dari sensus penduduk yang sudah dilakukan oleh BPS atau Badan Pusat Statistik pada tahun 2010 jumlah penduduk di Indonesia yang memeluk agama Islam kurang lebih sebesar 207.176.162 jiwa atau sekitar 87,18% dari total penduduk Indonesia. Hal ini tentu akan memberikan pengaruh terhadap budaya yang berkembang di Indonesia, salah satunya budaya yang bersumber dari tuntutan agama yaitu dari pola konsumsi makanan. Indonesia juga merupakan negara yang banyak mengkonsumsi ataupun menggunakan produk halal dalam setiap kategori yang terdapat di industry produk halal global. Hal ini sudah dibuktikan dari :

Tabel 3. Data State of The Global Islamic Economy Report 2018

No	Peringkat	Kategori	Total Nilai Belanja
1	Pertama	Top Muslim Food Expenditure	USD 170 Miliar
2	Kelima	Top Muslim Travel Expenditure	USD 10 Miliar
3	Ketiga	Top Muslim Apparel Expenditure	USD 20 Miliar
4	Keenam	Top Muslim Media Expenditure	USD 10 Miliar

No	Peringkat	Kategori	Total Nilai Belanja
5	Keempat	Top Muslim Pharamaceuticals Expenditure	USD 5,2 Miliar
6	Kedua	Top Muslim Cosmetic Expenditure	USD 3,9 Miliar

Sumber : data olahan menjadi pemeran utama dalam potensi besar pasar produk halal yang dimiliki karena Indonesia masih tertinggal dalam penyediaan bahan produk dan layanan jasa yang halal. Hal ini berpengaruh terhadap peringkat penilaian yang terdapat pada Global Islamic Economy Index atau GIEI. Indonesia menempati posisi kesepuluh dengan score sebesar 45, jauh tertinggal dengan negara lainnya seperti Malaysia yang memperoleh score 127 dan menduduki urutan posisi pertama. Melihat kondisi industri halal pada saat ini, pemerintah mulai menyadari bahwa Indonesia dengan potensi besar yang dimiliki seharusnya bisa menjadi pusat produk halal dunia. Namun, pada kenyataannya potensi tersebut belum dikelola secara baik dan maksimal, sehingga menyebabkan Indonesia memiliki ketertinggalan dengan negara lainnya, bahkan dengan negara merupakan negara yang memiliki populasi Muslim minoritas.

Indonesia mempunyai potensi dan peluang yang sangat besar dalam mengembangkan industri produk halal global, mengingat Indonesia merupakan negara dengan jumlah populasi Muslim terbesar di dunia. Jumlah populasi yang sangat besar ini menjadi kunci atau potensi dan peluang, karena dengan banyaknya jumlah tersebut memberikan kecukupan berupa sumber daya yang menjadi pelaku dan pemakai produk halal. Didukung dengan adanya regulasi berupa Undang-Undang No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal ikut memperkuat potensi yang dipunyai Indonesia.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai pengaruh kualitas produk dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian. Penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh Yunus, dkk (2013) menyatakan bahwa kesadaran halal suatu muslim memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk. Lalu penelitian lain menyatakan bahwa kesadaran halal penduduk Ciawi berpengaruh terhadap keputusan pembelian bakso (Distiya Rizky, dkk 2019). Menurut Suli Amilia, dll (2017) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan Letanli Ayu Susantri (2018) menyatakan bahwa kualitas

produk dan kesadaran halal masih menjadi variabel yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun Sabrina, dkk (2018) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan dari fenomena tersebut serta masih adanya perbedaan hasil antara penelitian yang satu dengan penelitian yang lainnya, maka peneliti ingin meneliti kembali topic yang sama dengan menggali informasi lebih lanjut lagi menggunakan metode penelitian yang berbeda dan subjek penelitian yang berbeda pula mengenai kualitas produk dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian. Maka penelitian ingin mengadakan penelitian dengan judul ‘Keputusan Pembelian Konsumen Makanan Produk Halal (Studi kasus pada Domino Cake di wilayah Cibubur, Jakarta Timur

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang yang sudah diuraikan, maka rumusan masalah didalam penelitian ini :

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk Halal?
- b. Apakah kesadaran halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk Halal?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah diuraikan diatas maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah :

- a. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk halal
- b. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh dari kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk halal
- c. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk dan kesadaran halal secara bersamaan terhadap keputusan pembelian produk halal

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat dan berguna baik secara Teoritis maupun secara Praktis :

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan masukan dan sekaligus bahan evaluasi mengenai kualitas produk dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian bagi berbagai pihak, terutama untuk perusahaan yang bersangkutan, agar perusahaan tersebut dapat membuat strategi pemasaran yang tepat untuk mengembangkan lagi perusahaan yang bersangkutan

b. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan atau penambahan pemikiran wawasan, konsep dan praktek ilmu pemasaran yang akan bermanfaat bagi :

1) Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi sumber penambahan ilmu pengetahuan, pengalaman di bidang penelitian serta sebagai penambah pemahaman mengenai tema yang menjadi fokus utama di dalam penelitian.

2) Bagi Pembaca

Penelitian ini bisa menjadi sumber penambahan pengetahuan dan wawasan bagi pembaca dibidang pemasaran dalam menggunakan atau mengkonsumsi produk halal.