

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di tengah arus globalisasi, persaingan untuk memenuhi kebutuhan hidup semakin intensif, baik diantara individu maupun kelompok. Manusia sebagai makhluk hidup, akan melakukan segala upaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan mencapai kualitas hidup yang lebih baik. Dorongan bertahan hidup dan berkembang adalah naluri dasar yang mendorong manusia untuk terus berinovasi dan beradaptasi di lingkungannya. Memulai bisnis sendiri atau bekerja adalah dua cara untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi yang membuat, menghasilkan dan menjual barang dan jasa ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan (Juliyani, 2016). Perkembangan bisnis yang meluas baik di dalam dan luar negeri telah memicu munculnya tantangan baru. Hal ini menuntut penerapan bisnis yang baik dan beretika, sebuah keharusan bagi pelaku usaha di berbagai belahan dunia. Tuntutan transparansi yang diharapkan oleh dunia ekonomi secara global mendorong praktik bisnis yang beretika (Ernawan & Fourqoniah, 2021).

Mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, sehingga permintaan akan ketersediaan produk halal seperti obat-obatan, makanan, dan barang konsumsi lainnya menjadi perhatian serius (Charity, 2017). Dengan memilih produk dan jasa yang sesuai dengan ketentuan halal merupakan bentuk ketaatan seorang muslim terhadap Syariah islam. Produk halal sebagai jaminan bukan hanya untuk umat muslim. Apapun yang terkait dengan makanan halal atau produk non makanan harus mengikuti syariat islam termasuk kegiatan logistik untuk produk halal. Produk halalan thoyibban dilayani kepada konsumen akhir dengan cara yang tepat, sesuai dengan praktik halal semua bagian dalam rantai pasokan halal untuk produk halal harus dilakukan, termasuk kegiatan operasi di Rumah Potong Hewan (RPH) (Sayuti et al., 2021).

Indonesia telah membuat peraturan bahwa setiap usaha wajib memiliki sertifikasi halal sesuai dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal (UUJPH) yang menegaskan bahwa dalam rantai produksi dari tangan pertama hingga ke tangan akhir dan dikonsumsi oleh konsumen di dalamnya harus mempersoalkan terkait dengan halal dan haramnya suatu produk (Nadzifah et al., 2022). Salah satu hal yang dapat mempermudah konsumen muslim dalam mengidentifikasi produk sesuai Syariah Islam yaitu dengan melihat sertifikasi halal atau label halal yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) (Afifah, 2024). Untuk memastikan makanan yang halal dan thoyyib, umat islam disarankan untuk cermat dalam memilih tempat berbelanja. Membeli produk dengan sertifikat halal merupakan langkah yang bijak untuk menghindari daging yang proses penyembelihannya tidak sesuai dengan ajaran islam.

Kebutuhan daging yang segar untuk konsumsi rumah tangga maupun industri pengolahan daging di wilayah pusat konsumen dihasilkan dari rumah potong hewan (RPH). RPH merupakan unit pelayanan masyarakat dalam penyediaan daging yang aman, sehat utuh, halal (ASUH) serta menjadi fasilitas untuk melaksanakan proses pemotongan hewan dilakukan secara benar dan sesuai prosedur, tempat melaksanakan pengecekan hewan sebelum dan setelah dipotong serta tempat pengawasan dan surveilans penyakit hewan dan zoonis (Tawaf et al., 2018).

Rumah potong hewan (RPH) merupakan bangunan atau kompleks yang memenuhi desain dan persyaratan khusus sebagai tempat dilakukannya penyembelihan hewan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat umum. Pemotongan ternak dilakukan untuk memenuhi kebutuhan protein hewani terutama permintaan daging. Berdasarkan hal tersebut dilakukan pemotongan ternak untuk dapat memenuhi permintaan daging (Sandela & Yuana, 2023). Proses pemotongan hewan harus dilakukan secara halal dan thoyyib, sehingga dihasilkan daging aman, sehat, utuh, halal (ASUH). Halal berarti penyembelihan yang dilakukan harus sesuai syariat Islam, sedangkan thoyyib berarti hewan diperlakukan dengan baik selama proses pemotongan yang dikenal dengan kesejahteraan hewan (kesrawan) (Pitaloka et al., 2023).

Rumah Potong Hewan (RPH) Mat Beken usahanya mulai berdiri sejak tahun 1988. Perjalanan panjang Bapak Muhammad atau lebih dikenal Bapak Mat Beken yaitu memulai usaha peternakan rumahan dengan modal dua ekor kambing. Namun, minat masyarakat terhadap hasil ternaknya cukup tinggi. Jumlah kambingnya pun bertambah terus hingga mencapai lima ekor. Pada masa itu, bapak Mat Beken masih menjual kambing-kambingnya secara tradisional yaitu di teras atau halaman rumahnya. Namun, seiring bertambahnya jumlah pelanggan, Bapak Mat Beken menyadari bahwa beliau membutuhkan tempat yang lebih layak untuk memelihara kambing-kambingnya. Akhirnya, pada tahun 2012 beliau memutuskan untuk membangun kandang yang lebih besar dan luas hingga bisa memelihara ratusan ekor kambing. Bapak Mat Beken wafat pada tahun 2019, kemudian usaha ini dilanjutkan oleh anaknya yaitu M. Saputra. Usaha RPH Mat Beken ini berada di Jalan Taruma Negara RT. 013 No. 04 Kel. Tanjung Pinang, Kec. Jambi Timur Kota Jambi.

Tabel 1. 1. Daftar harga pasaran kambing di RPH Mat Beken.

No	Berat Kambing	Harga
1.	20 Kg	Rp. 2.500.000
2.	21 Kg	Rp. 2.650.000
3.	22 Kg	Rp. 2.800.000
4.	23 Kg	Rp. 2.950.000
5.	24 Kg	Rp. 3.100.000
6.	25 Kg	Rp. 3.250.000

Sumber : RPH Mat Beken 2024

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga kambing di RPH Mat Beken menunjukkan peningkatan yang sebanding dengan bertambahnya berat badan kambing. Kenaikan harga per kilogram berkisar Rp. 150.000. Hal ini mencerminkan adanya hubungan langsung antara bobot kambing dan nilai jualnya, di mana semakin berat kambing, semakin tinggi pula harga yang ditawarkan. Kenaikan harga yang teratur ini menunjukkan mekanisme pasar yang logis, meningkat berat bobot kambing sering kali menjadi indikator kualitas daging yang

dihasilkan. Dengan demikian, pembeli memiliki referensi harga yang jelas berdasarkan bobot kambing, yang mempermudah proses pembelian dan penjualan dipasaraan.

“Rumah Potong Hewan kambing kami secara rutin melayani permintaan daging. Penjualan kambing di tempat kami didasarkan pada berat kambing yang diminati oleh pembeli. Harga kambing diatur secara transparan, dimana setiap penambahan berat 1 kilogram maka kenaikan harga sebesar Rp.150.000. Sistem ini dirancang untuk memberikan kejelasan dan keadilan bagi konsumen, memastikan mereka membayar sesuai dengan bobot dan kualitas kambing yang diinginkan. Permintaan kambing disini di konsumsi sehari-hari, tidak hanya pada saat hari raya Idul Adha saja. Selain untuk qurban, banyak juga yang membeli daging kambing untuk acara-acara pribadi seperti aqiqah. Bahkan, ada beberapa pelanggan yang rutin memesan kambing untuk kebutuhan catering tiap minggunya. Namun pada momen idul adha permintaan daging kambing meningkat drastis, yang biasanya kami memperkirakan pendapatan bulanan Rp30-40 Juta menjadi Rp100-150 juta” (wawancara pemilik usaha).

RPH Mat Beken selalu ramai dengan pelanggan setia yang datang untuk membeli daging yang berkualitas. Pelanggan setia Mat Beken mengungkapkan *“Saya sudah lama langganan disini dari zaman anak-anak aqiqah dan juga biasanya membeli untuk qurban, daging kambing disini selalu segar, harganya juga lebih murah”* (Wawancara Bu Harisa). *“Saya merasa lebih puas berbelanja di Mat Beken karena pilihan kambingnya banyak, pelayanannya yang ramah, kualitas dagingnya juga bagus dan sudah lama mengenal RPH mat beken ini”* (Wawancara Pak Iqbal). *“Saya beli kambing disini karena harganya lebih murah dan juga saya mengenal RPH Mat Beken ini sudah lama. Menurut saya Mat Beken ini lumayan terkenal kambingnya, pelayanan disini juga bagus kita diarahkan dalam memilih kambing”* (Wawancara Pak Sutris)

Berdasarkan hasil observasi awal diatas, pelanggan Mat Beken menyatakan alasan utama membeli daging di RPH ini yaitu mereka telah mengenal RPH Mat Beken ini sudah lama, sehingga terbangun rasa percaya dan kenyamanan. Kepercayaan ini didasarkan pada pengalaman positif sebelumnya, seperti kualitas daging yang baik. Selain itu, daya tarik harga yang lebih murah menjadi pertimbangan penting lainnya.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan. Serta secara sadar maupun tidak sadar membuat pelanggan ingin mempromosikan produk, yang menjadi andalan yaitu

mempromosikan dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan (Rafiah, 2019).

Salah satu kunci utama dalam menjaga daya saing dalam dunia bisnis yaitu dengan meningkatkan loyalitas pelanggan. Para ahli telah berpendapat bahwa loyalitas pelanggan sangat penting untuk mempertahankan persaingan, karena membuat pelanggan tetap setia. Menjadi pelanggan untuk waktu yang lama, membuat pembelian ulang dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat dikategorikan menjadi dua yaitu: kepuasan pelanggan dengan layanan inti (*customer satisfaction with the core service*) dan kepuasan pelanggan dengan lembaga/perusahaan (*customer satisfaction with the company*) (Hidajat & Aulia, 2023)

Loyalitas merupakan suatu keberlanjutan dari kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas, ia akan tetap membeli produk tersebut tanpa memperdulikan harga yang ditawarkan perusahaan dan produk yang ditawarkan pesaing. Dengan demikian, loyalitas pelanggan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dimana perusahaan tidak perlu menambah biaya promosi untuk menambah pelanggan baru (Widiaswara & Sutopo, 2017).

Berdasarkan penelitian (Nofiana et al., 2024) mengatakan bahwa kualitas produk dan harga yang terjangkau, merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Produk yang berkualitas cenderung meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas. Penetapan harga yang kompetitif dan adil yang selaras dengan nilai produk Anda membantu Anda menarik dan mempertahankan pelanggan. Sedangkan menurut (Kristianto & Kiswanto, 2019) yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu brand/merk dan kualitas pelayanan. Menurut (Wardana & Astutiningsih, 2022) lokasi berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. (Saputra & Ridho, 2024) mengatakan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Terciptanya loyalitas berasal dari kepercayaan konsumen. Kepercayaan adalah pondasi utama dalam membangun hubungan yang kuat antara konsumen dan bisnis. Bagi konsumen muslim, kehalalan produk merupakan hal yang sangat krusial. Rumah potong hewan yang mampu menjaga integritas *halal value chain*

sejak pengadaan hewan hingga proses penyembelihan akan mendapatkan kepercayaan yang tinggi dari konsumen. Kepercayaan ini akan mendorong loyalitas pelanggan, karena merasa yakin bahwa produk yang mereka konsumsi telah terjamin kehalalannya dan memenuhi standar kualitas.

Halal value chain merupakan elemen kunci untuk memastikan kehalalan suatu produk serta layanan apakah sudah sesuai dengan ketentuan agama Islam. *Halal value chain* dari awal hingga akhir perlu dilakukan penguatan untuk menjamin nilai kehalalan suatu produk (Laila & Alim, 2023). Pada penelitian (Pratiwi, 2024) menyatakan melalui penerapan *halal value chain* yang komprehensif, semua tahapan pemotongan kambing di rumah potong hewan Mat Beken telah terkelola secara optimal sesuai syariat islam. Mulai dari logistik masuk, proses pemotongan, hingga distribusi produk, sehingga menjamin kehalalan produk yang dihasilkan.

Halal value chain pada rumah potong hewan merupakan rangkaian proses yang terintegrasi, mulai dari pemilihan hewan, proses pemotongan, pengolahan, hingga distribusi produk akhir. Setiap tahapan harus memenuhi persyaratan halal yang diatur oleh lembaga terkait. Implementasi *halal value chain* yang efektif tidak hanya menjamin kualitas produk, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen muslim terhadap produk yang dikonsumsi.

Dalam industri makanan, khususnya daging, kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk menjadi faktor utama dalam menentukan loyalitas. *Halal value chain* yang terintegrasi pada rumah potong hewan berperan krusial dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan tersebut. *Halal value chain* yang transparan sejak pemilihan hewan hingga produk akhir menjadi kunci dalam membangun kepercayaan ini. Konsumen muslim, khususnya, cenderung lebih loyal terhadap merk yang dapat menjamin kehalalan produknya secara konsisten.

Berdasarkan hal yang telah dijelaskan diatas, maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul Analisis Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Potong Hewan Mat Beken Yang Mengimplementasikan *Halal value chain*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana upaya Rumah Potong Hewan Mat Beken dalam membangun loyalitas pelanggan?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Rumah Potong Hewan Mat Beken?
3. Bagaimana keterkaitan pengetahuan *halal value chain* terhadap peningkatan loyalitas pelanggan pada Rumah Potong Hewan Mat Beken?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi upaya Rumah Potong Hewan Mat Beken dalam membangun loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Rumah Potong Hewan Mat Beken.
3. Untuk mengetahui keterkaitan *halal value chain* terhadap loyalitas pelanggan pada rumah potong hewan Mat Beken.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis : Menambah pengetahuan bagi seluruh masyarakat tentang pemotongan hewan untuk diperjual belikan yang sesuai dengan agama dan peraturan pemerintah.
2. Manfaat Praktis : Memberikan solusi alternatif terhadap permasalahan yang dihadapi, dan memberikan panduan bagi perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui peningkatan transparansi dalam *halal value chain*.