

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pesatnya perkembangan ekonomi negara, pelaku usaha memegang peranan penting di dalamnya. Karena besarnya jumlah penduduk Indonesia dan keberagamannya, para pelaku usaha berupaya keras memanfaatkan potensi masyarakat untuk mengembangkan perusahaannya, yang berdampak besar pada pertumbuhan ekonomi bangsa. Tak dapat dipungkiri bahwa seiring dengan terus meningkatnya kebutuhan konsumen, para pelaku usaha akan memanfaatkan peluang ini untuk menyediakan segala hal yang diinginkan konsumen (Novia, 2020).

Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar ke 2 di dunia, Indonesia memiliki komitmen kuat dalam menjaga kehalalan produk yang dikonsumsi oleh masyarakatnya. Pemerintah telah menetapkan berbagai kebijakan untuk mewujudkan Indonesia sebagai pusat produksi halal global. Dengan mayoritas penduduk beragama Islam, permintaan akan produk halal di Indonesia sangat tinggi. Hal ini mendorong pemerintah untuk terus berupaya meningkatkan kualitas dan kuantitas produk halal yang dihasilkan dalam negeri (Dimas & Ginanjar, 2022).

Menurut Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) No. 33 Tahun 2014, adalah orang yang bertanggung jawab terhadap Proses Produk Halal (PPH) di suatu perusahaan. Mereka adalah penanggung jawab internal perusahaan yang memastikan proses produksi dan produk yang dihasilkan memenuhi standar kehalalan. Adapun yang dimaksud PPH adalah rangkaian kegiatan yang menjamin kehalalan produk. Mulai dari penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, distribusi, penjualan, hingga penyajian produk. Pada dasarnya, perusahaan yang ingin mengajukan sertifikasi halal untuk produknya, wajib memiliki penyedia halal (Rizqia, 2019).

Mengingat Islam merupakan agama mayoritas yang dianut oleh penduduk Indonesia, makanan halal juga berkembang pesat di Indonesia, selain pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Alhasil, banyak sekali pelaku bisnis yang berlomba-lomba untuk menciptakan dan memproduksi produk yang niscaya akan meningkatkan pangsa pasarnya di Indonesia dengan membuat masakan halal dan melabelinya demikian. Hal ini dapat mendorong konsumen untuk

membeli makanan halal dan meningkatkan pendapatan perusahaan mereka (Akmal, 2023). Allah telah menegaskan dalam Al-qur'an surat Al-Maidah ayat 3:

Artinya: “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu sembelih. Dan (diharamkan pula) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan pula) mengundi nasib dengan azlam (anak panah), (karena) itu suatu perbuatan fasik. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka, tetapi takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Aku sempurnakan agamamu untukmu, dan telah Aku cukupkan nikmat-Ku bagimu, dan telah Aku ridai Islam sebagai agamamu. Tetapi barangsiapa terpaksa karena lapar, bukan karena ingin berbuat dosa, maka sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang” (Qs. Al-Maidah:3)

Perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia salah satunya perubahan gaya hidup modern dengan mengikuti budaya konsumsi seperti di Negara barat. Kota Jambi menjadi salah satu wilayah yang termasuk mengikuti perubahan gaya hidup tersebut (Novia et al., 2020). Salah satu yang menjadi berubahnya gaya hidup masyarakat saat ini ditandai dengan adanya bisnis populer seperti di kota-kota besar yang ada di Indonesia salah satunya bisnis kafe yang saat ini telah menjadi bisnis trend baru di masyarakat Kota Jambi. kafe di kota jambi mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun 2020 hingga 2023, Peningkatan ini mencapai 49% dengan jumlah sebanyak 85 kafe pada tahun 2020 dan terus mengalami peningkatan hingga mencapai 120 kafe dikota jambi pada tahun 2023 (Bps.Kota Jambi, 2024).

Salah satu unsur utama perilaku konsumen yang berujung pada perolehan barang atau jasa adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen, menurut Setiadi, merupakan hasil dari proses integrasi yang memadukan pengetahuan untuk menghasilkan dua atau lebih alternatif perilaku dan memilih salah satunya. Keputusan yang secara kognitif disajikan sebagai keinginan perilaku merupakan hasil dari proses integrasi ini. Konsumen diperbolehkan memilih produk yang paling sesuai dengan kebutuhannya, serta jumlah, waktu, lokasi, cara pembayaran, dan justifikasi pembelian (Ridoanto, 2020).

Pelanggan biasanya melalui sejumlah langkah sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Misalnya, mengidentifikasi masalah, mengumpulkan data tentang pencapaian, menilai opsi pembelian yang tersedia, membuat keputusan, dan menindaklanjuti pembelian. Masalah timbul dari dalam diri konsumen itu sendiri ataupun berasal dari luar diri konsumen yang berupa kebutuhan yang digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri konsumen itu sendiri ataupun berasal dari luar diri konsumen. Setelah timbul masalah yang mendorong konsumen untuk memenuhi kebutuhannya kemudian konsumen akan mencari informasi tentang objek

yang bisa memuaskan keinginannya. Dari informasi yang telah diperoleh konsumen tersebut digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai suatu produk (Rizqia, 2019).

Keputusan pembelian konsumen terkait erat dengan faktor-faktor yang memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian. Berdasarkan variabel-variabel ini, konsumen akan mengevaluasi berbagai pilihan alternatif dan memilih satu atau lebih alternatif yang diperlukan. Harga produk, kualitas layanan, dan kesadaran halal merupakan beberapa faktor yang dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk (Huda, 2019).

Kesadaran halal merupakan faktor penting, pada teori perilaku konsumen berdasarkan perspektif islam, seorang konsumen perlu mematuhi aturan-aturan dalam mengonsumsi sesuatu berdasarkan syariat islam dengan tujuannya untuk meraih kepuasan tidak hanya di dunia tetapi kepuasan di akhirat nanti (*falah*). Umat Islam yang memahami konsep halal, prosedur halal, dan prinsip-prinsip halal yang pada akhirnya mengutamakan konsumsi makanan halal dikatakan sebagai umat Islam yang sadar halal. Kesadaran halal ialah pengetahuan tentang konsep kehalalan maka, dengan begitu sudah seharusnya dan menjadi tuntutan seorang muslim untuk memiliki kesadaran halal berdasarkan perintah Allah SWT dalam mengonsumsi segala sesuatu yang halal (Oktavia & Samboro, 2022).

Konsumen mempertimbangkan kualitas layanan selain kesadaran halal saat membuat pilihan tentang apa yang akan dibeli. Dampak layanan terhadap keputusan pembelian signifikan karena, pada hakikatnya, layanan merupakan cara bagi konsumen untuk mengevaluasi kualitas layanan yang mereka terima dari bisnis atau karyawannya. Evaluasi konsumen terhadap kualitas layanan meningkat seiring dengan tingkat layanan produsen. Keputusan pembelian yang dibuat oleh pelanggan dapat dipengaruhi jika layanan yang mereka terima memenuhi kebutuhan dan preferensi mereka (Rizqia, 2019).

Pertimbangan utama dalam inisiatif pemasaran adalah harga. Karena tingkat harga yang ditetapkan perusahaan dapat menjadi tolok ukur permintaan terhadap suatu produk, proses penentuan harga yang digunakan perusahaan untuk menentukan harga suatu produk memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Jika suatu produk diberi harga yang tidak tepat, jumlah barang yang terjual akan lebih sedikit dari yang seharusnya, yang akan menurunkan penjualan dan pangsa pasar. Oleh karena itu, untuk meningkatkan penjualan produk dan pangsa pasar, perusahaan harus mampu menghitung harga jual sesuai dengan pangsa pasar yang dituju (Fadhila, 2021).

Kota Jambi, sebagai kota yang terus berkembang, juga menawarkan pemandangan kafe yang semakin beragam dan menarik. Dari kafe-kafe estetik yang didesain instagramable dengan pencahayaan hangat dan sudut-sudut nyaman untuk bekerja atau sekadar berfoto, hingga kedai kopi spesialis yang fokus pada biji-biji kopi pilihan dari berbagai daerah di Indonesia, Kota Jambi memiliki semuanya. Banyak kafe di Jambi juga merangkap sebagai ruang komunitas, sering mengadakan acara seperti pameran seni, *workshop*, atau *live music* yang menambah semarak suasana. Tak hanya itu, variasi menu yang ditawarkan pun kian melimpah, mulai dari hidangan *brunch* modern, aneka kue dan pastri, hingga kreasi minuman unik yang sulit ditemukan di tempat lain. Kafe-kafe ini tidak hanya menjadi tempat menyeruput kopi, tetapi juga menjadi titik temu budaya, kreativitas, dan relaksasi bagi warga Jambi dan para pengunjung (Rahardian, 2020).

Teanol Cafe menggunakan berbagai taktik untuk meningkatkan jumlah pelanggan yang melakukan pembelian. Salah satu taktik tersebut adalah memastikan bahwa alat dan bahan yang digunakan bebas dari najis dan haram. Pelanggan akan merasakan dampak positif dari lingkungan kafe yang bersih, ramah, dan pelayanan staf yang sangat baik. Penetapan harga barang yang dijual di Teanol Cafe sesuai dengan harga yang tercantum dan keuntungan yang dirasakan pelanggan (Rahardian, 2020).

Tabel 1.1 Data Transaksi Konsumen Teanol Kafe Januari-Juni 2024

Bulan	Jumlah Transaksi
Januari	311
Februari	423
Maret	350
April	511
Mei	357
Juni	543
Jumlah	2.495

Sumber: Teanol Kafe, Kota Jambi 2024

Dari data tabel 1.1 diatas memperhatikan bahwa terjadi penurunan jumlah transaksi konsumen pada bulan Januari dengan jumlah 311 transaksi, bulan Februari mengalami kenaikan dengan jumlah 423 transaksi, lalu sedikit mengalami penurunan yang signifikan pada bulan Maret dengan jumlah 350 transaksi dan peningkatan sangat signifikan pada bulan April dengan jumlah 511 transaksi, pada bulan Mei menurun signifikan dengan jumlah 357 transaksi dan mengalami peningkatan cukup signifikan pada bulan Juni dengan jumlah 543 transaksi.

Berdasarkan temuan penelitian, Teanol Kafe belum memiliki serifikasi halal resmi maupun logo halal pada produk mereka, mereka hanya memberikan informasi secara langsung bahwa seluruh makanan maupun minuman mereka menggunakan bahan yang halal. Sedangkan kualitas pelayanan pada Teanol Kafe sudah sangat baik seperti pelayanan yang ramah, cepat, dan informasi yang lengkap, mereka juga menyediakan fasilitas umum yang lengkap seperti tempat parkir, toilet bahkan musola. Harga produk di Teanol Kafe pun beragam dan dikategorikan terjangkau seperti minuman best seller mereka yaitu Thai Tea original dengan harga Rp. 13.000, juga terdapat makanan seperti Nasi Goreng Kampung dengan harga Rp.22.000, bahkan mereka juga menyediakan cemilan seperti French Poutine dengan harga Rp. 18.000. Fenomena di Teanol Kafe Kota Jambi menunjukkan adanya pergeseran motivasi konsumen dalam mengunjungi *coffee shop*. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan beberapa konsumen. Mereka mengungkapkan bahwa kunjungan ke Teanol Kafe bukan semata-mata karena kesadaran akan produk atau bahan yang digunakan, melainkan lebih didorong oleh faktor-faktor gaya hidup dan sosial.

Beberapa konsumen menyatakan bahwa mereka hanya mengikuti tren terkini yang populer di kalangan anak muda untuk mengunjungi *coffee shop*. Ada pula yang datang sekadar mengisi waktu luang atau mencari tempat bersosialisasi. Menariknya, mereka cenderung tidak terlalu memperhatikan bahan baku yang digunakan dalam minuman atau makanan. Demikian pula, harga produk juga tidak menjadi pertimbangan utama, asalkan tempatnya nyaman dan menarik secara visual. Prioritas konsumen ini mengindikasikan bahwa pengalaman, suasana, dan daya tarik visual kafe menjadi elemen penting yang memengaruhi keputusan kunjungan mereka, bahkan mungkin lebih dari kualitas intrinsik produk itu sendiri.

Hal ini diperkuat dengan adanya *research gap* dari variabel independent yaitu Kesadaran halal, Kualitas pelayanan dan Harga produk yang mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Pada penelitian (Fitrianty, 2019) Menyatakan bahwa Kesadaran halal memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian, Hal ini bertentangan dengan penelitian (Wahyu, 2021) yang menyatakan bahwa kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Pada penelitian (Rizqia, 2019) Menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian, Hal ini bertentangan dengan penelitian (Novia, 2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Pada penelitian (Rahardian, 2020) Menyatakan bahwa Harga Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan

pembelian, Hal ini bertentangan dengan penelitian (Huda, 2019) yang menyatakan bahwa kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Dengan adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kesadaran Halal, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Teanol Café Beringin Kota Jambi”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kesadaran Halal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Teanol Kafe Beringin Kota Jambi?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Teanol Kafe Beringin Kota Jambi?
3. Apakah Harga Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Teanol Kafe Beringin Kota Jambi?
4. Apakah Kesadaran Halal, Kualitas Pelayanan dan Harga Produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Teanol Kafe Beringin Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kesadaran halal terhadap keputusan pembelian pada konsumen Teanol Kafe Beringin Kota Jambi.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Teanol Kafe Beringin Kota Jambi.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Teanol Kafe Beringin Kota Jambi.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kesadaran halal, kualitas pelayanan dan harga produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Teanol Kafe Beringin Kota Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi atau referensi yang berguna bagi mahasiswa sebagai bahan perbandingan dengan penelitian lain. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber yang dapat mendukung penelitian-penelitian yang relevan di masa depan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dan informasi yang dimiliki oleh penulis serta menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi yang sedang dijalani.

- b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru yang berharga mengenai Kesadaran halal, kualitas pelayanan dan harga produk terhadap keputusan pembelian yang dapat diterapkan oleh pihak Cafe.