

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Masalah

Di era modern ini, Indonesia telah berkembang dengan munculnya berbagai waralaba, bisnis waralaba makanan di Indonesia tumbuh dengan cepat. Faktor-faktor yang mendorong pertumbuhan tersebut merupakan karakteristik spesifik dari waralaba itu sendiri, kenaikan permintaan pasar, ketersediaan tenaga kerja terampil, tingginya pengembalian investasi dan faktor internal seperti motivasi, kepribadian dan perubahan gaya hidup. Di era sekarang ini banyak orang meninggal pada usia muda dengan berbagai komplikasi penyakit. Menurut WHO, 70% kematian di usia dini disebabkan oleh penyakit stroke, jantung, diabetes, dan kanker. Setengah dari jumlah ini terikat dengan pola makan yang kurang baik.

Pada saat ini makanan di Indonesia sangat bervariasi, dengan berbagai pangsa pasar yang banyak, perusahaan membuat berbagai variasi makanan berdasarkan ekonomi kalangan menengah keatas maupun kebawah. Tetapi disisi lain kesadaran masyarakat keberagaman umat islam diberbagai Negara termasuk di Indonesia sendiri akhir-akhir ini semakin tumbuh dan meningkat. Sebagai salah satu konsekuensi logis, setiap timbul penemuan, persoalan, maupun aktifitas baru sebagai produk makanan dari kemajuan tersebut dalam pandangan ajaran dan hukum islam.

Membanjirnya berbagai produk makanan dan minuman pada saat ini, sejalan dengan ajaran islam, umat islam menghendaki agar makanan yang dikonsumsi dijamin kehalalan dan kesuciannya. Saat ini halal labeling pada produk tidak lagi murni soal agama, tetapi kini menjadi simbol global untuk jaminan kualitas dan jaminan gaya hidup dibidang bisnis dan perdagangan. Halal adalah dalam istilah Arab yang berarti “diizinkan”, yang mengacu pada apapun yang diizinkan di bawah islam. Pentingnya

mengonsumsi pangan halal bagi masyarakat muslim telah dicantumkan dalam Alqur'an sebagai rujukan tertinggi. Pola konsumsi ini diatur dalam ajaran islam yang disebut syariah. Dalam ajaran syariah, tidak diperbolehkan bagi umat islam untuk mengonsumsi produk-produk tertentu karena mengandung zat atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran tersebut.

Oleh karena itu sertifikasi halal labeling produk akan dipandang sebagai alat yang kuat untuk menghadapi kompetisi produk yang semakin ketat di era saat ini. Adanya sertifikasi halal akan menumbuhkan kepercayaan bagi setiap konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Sertifikasi sebagai bentuk jaminan yang dapat diandalkan seperti yang dikeluarkan oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia), para pemasar harus meningkatkan produk daya saing salah satunya adalah makanan dan minuman halal. Oleh karena itu sertifikasi dapat menjadi rujukan kualitas produk. Dalam menghadapi persaingan tidak harga yang murah dan tempat yang nyaman, akan tetapi juga tentang kualitas produk.

Sebagai Negara dengan jumlah umat islam terbesar di dunia, konsumen masih belum memiliki kesadaran yang tinggi soal makanan dan minuman yang berlabel halal. Oleh sebab itu kesadaran menjadi harapan yang disandarkan pada konsumen muslim di Indonesia. Dengan adanya kesadaran yang tinggi akan makanan berlabel halal tersebut diharapkan dapat mendorong produsen untuk lebih peduli akan makanan halal. Dimana pada akhirnya diharapkan kehalalannya dapat menjadi hal yang mutlak bagi produsen untuk semua jenis makanan yang ditunjukkan pada konsumen. Dan jika produk tersebut memiliki kehalalan yang jelas pada label dan mengandung bahan yang aman bagi konsumen khususnya umat muslim. Melihat fenomena yang berkembang pada akhir-akhir ini mengenai keputusan pembelian pada produk makanan jepang yang mengarah pada label halal , dan pada akhirnya konsumen menyatakan bahwa kehalalan atau halal label suatu

produk makanan dan minuman perlu dipertimbangkan dalam keputusan pembelian konsumen.

Konsumen melakukan keputusan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya. Sebelum memutuskan untuk membeli makanan dan minuman biasanya hal yang dilakukan oleh konsumen adalah untuk mencari kejelasan informasi produk makanan dan minuman tersebut baik itu tentang merek, status kehalalan, promosi maupun tentang kualitas produk makanan dan minumannya.

Di Indonesia Ichiban Sushi adalah Restoran dengan menu masakan Jepang *full-service* dengan jumlah outlet terbanyak di Indonesia, yang telah hadir lebih dari dua dekade. Hidangan utama di restoran Ichiban Sushi adalah *sushi roll*, namun mereka juga menyajikan hidangan-hidangan Jepang lainnya yang disesuaikan dengan selera masyarakat Indonesia. Restoran Ichiban Sushi diambil dari bahasa Jepang yang berarti “Sushi Nomor Satu”. Ichiban Sushi didirikan pada tahun 1995 di Food Court Plaza Senayan. Sampai pada pertengahan tahun 2018, Ichiban Sushi memiliki lebih dari 70 outlet restoran yang tersebar hampir di 32 kota di Indonesia.

Salah satunya yaitu yang berada di Bandar Lampung, Ichiban Sushi merupakan salah satu dari banyak outlet restoran cepat saji yang terkenal terletak di dalam Mall Boemi Kedaton (MBK) yang memberikan keuntungan tersendiri, karena saat orang-orang di dalam mall merasa lapar mereka tidak perlu lagi untuk keluar mencari restoran cepat saji lainnya. Ini merupakan strategi Ichiban Sushi yang bagaimana mereka menempatkan diri mereka dalam kerumunan.

Dengan tingkat peminat yang tinggi dan dilandasi meningkatnya tingkat penyakit di Indonesia yang banyak berasal dari makanan yang tidak baik atau halal, maka perlu untuk mengadakan penelitian tentang **“Analisis Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah dalam penelitian ini, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :“Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung”.

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini dapat terarah dan memberikan hasil yang maksimal, maka peneliti mengarahkan dan memfokuskan pada beberapa batasan terhadap penelitian yang akan dilakukan, diantaranya :

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk di ichiban sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Objek dalam penelitian ini Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Ichiban Sushi.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di restoran ichiban sushi Boemi Kedaton Mall, Jl. Teuku Umar Jl. Sultan Agung No.1, Kedaton, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung, Lampung 35132 tahun 2020.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan November 2020 sampai dengan bulan Desember 2020.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang lingkup penelitian ini adalah manajemen pemasaran yang mencakup tentang keputusan pembelian konsu

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dengan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Bagi Penulis

Hasil dari penelitian untuk menyelesaikan pendidikan saya di jenjang sarjana, menambah pengetahuan, pemahaman peneliti mengenai Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

1.5.2 Bagi IIB Darmajaya

Penelitian ini dapat menambah koleksi dibidang manajemen pemasaran untuk bahan bacaan dan kajian mahasiswa IIB Darmajaya Lampung.

1.5.3 Bagi Restoran Ichiban sushi MBK lampung

Penelitian ini diharapkan digunakan sebagai bahan acuan guna meningkatkan kepuasan konsumen terhadap kehalalan produk ichiban sushi Mall Boemi Kedaton Provinsi Lampung.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan maka penulis menyusun suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang terbatas dalam tiap-tiap bab nya, adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam penelitian ini diuraikan tentang latar belakang informasi yang terkait dengan Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dilakukan penelitian, manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian, dan sistematika penulisan hasil penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yang berhubungan dengan Kepuasan Kerja, alat ukur Kepuasan Kerja yang dikemukakan oleh spector, kerangka pemikiran yang didasarkan oleh teori dan hasil penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang rancangan penelitian, sumber data dan informasi penelitian, teknik pengumpulan data, obesravasi,wawancara dan dokumentasi, teknik penjamin keabsahan data, teknik analisa data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang deskriptif data dari masing-masing baik dari hasil wawancara terbuka, hasil wawancara tertutup dan hasil observasi.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian mengenai analisis konsumen terhadap keputusan pembelian atas produk halal di ichiban sushi mall boemi kedaton dan saran dari peneliti.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**