

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Makanan cepat saji kerap menjadi pilihan menu makanan di tengah aktivitas yang padat. Tak hanya praktis dan mudah dikonsumsi, jenis makanan ini juga memiliki rasa yang lezat. Penelitian mengungkapkan bahwa mengonsumsi makanan cepat saji memberikan pengaruh psikologis yang menciptakan rasa bahagia. Pasalnya, makanan cepat saji bisa dibeli dengan harga yang terjangkau, dengan citra rasa yang tergolong nikmat. Selain itu, porsi yang disajikan juga sesuai sehingga tidak membuat perut terasa penuh (Kalangi et al., 2019).

Saat ini di dalam era globalisasi yang penuh dengan persaingan yang ketat, setiap perusahaan restoran ataupun bisnis akan tetap berusaha untuk berkembang demi meningkatkan minat beli. Perusahaan dihadapkan pada keadaan yang dituntut untuk dapat terus berinovasi sebagai alat untuk mengatasi keadaan saat ini. Salah satu langkah yang diterapkan oleh berbagai perusahaan yaitu tetap terus berinovasi seperti yang dilakukan PT. Rekso Nasional Food selaku pemilik jejaring gerai McDonald's Indonesia yang terus berinovasi untuk memanjakan pelanggannya. Kendati merupakan restoran keluarga, nyatanya McDonald's juga menggarap segmen anak-anak dan milenial yang memiliki porsi cukup banyak. Selain itu suasana toko yang nyaman serta terdapatnya sertifikasi halal juga dapat mempengaruhi minat beli sehingga perusahaan restoran dapat bersaing dengan ketat (Kompas.com, 2019).

Pengertian minat beli adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek dan jasa atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak para konsumen dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat. Lalu pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya sesuai apa yang ada dalam benaknya tersebut. Dapat diartikan bahwa minat beli ialah hal yang dapat menciptakan sebuah keinginan dari dalam diri seorang konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi suatu produk (Kotler dan Keller, 2016).

Inovasi dapat mencuri perhatian pasar karena inovasi merupakan hal baru bagi pasar yang belum terjadi atau tercipta pada sebelumnya, jika sebuah inovasi berhasil mencuri perhatian pasar maka pasar akan sangat antusias dengan hal tersebut sehingga dapat menghasilkan permintaan yang sangat tinggi. Maka dari itu perusahaan besar seperti McDonald's harus menciptakan inovasi-inovasi bagi produk yang mereka ciptakan. Dengan kata lain, inovasi adalah proses mewujudkan ide baru, yang berbeda dengan yang dulu, dimana inovasi termasuk generasi evaluasi, konsep baru dan implementasi. Inovasi dapat menjadi berbagai bentuk, warna, ukuran dan teknologi yang mendukung segala proses pembuatan produk (Trustorini Handayani, 2018). Inovasi produk merupakan perbaikan produk-produk yang sudah ada menjadi lebih baik dengan pemikiran yang berbeda dari yang lain (Abdullah, 2016).

Susana toko merupakan hal yang sangat penting dimana desain interior seperti pencahayaan, tata letak, temperature, aroma, pemilihan warna serta

pemajangan benda atau aksesoris lainnya sehingga menimbulkan kesan yang nyaman dan juga positif bagi konsumen dan tidak menimbulkan rasa bosan. Setiap toko memiliki konsep toko masing-masing dengan tujuan untuk menciptakan rasa nyaman begitu juga suasana toko di McDonald's. Suasana toko merupakan penataan lingkungan toko yang dirancang dengan tujuan membuat pelanggan merasa nyaman dalam berbelanja pada toko tersebut (Lutfi, 2017).

Sertifikasi halal merupakan hal yang dapat menyebabkan tingginya minat beli masyarakat terhadap suatu produk makan dan minuman untuk mereka konsumsi dan juga akan memberikan rasa percaya diri dalam mengkonsumsinya, mengingat pemeluk agama islam sangat banyak yang dimana mereka diwajibkan untuk mengkonsumsi makanan halal, maka dari itu sertifikasi halal sangat penting untuk dimiliki bagi suatu restoran cepat saji seperti McDonald's. Sertifikasi halal adalah proses pemberian pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh badan yang berwenang berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan MUI. Badan atau lembaga yang berwenang untuk mengeluarkan sertifikasi halal di Indonesia ialah LPPOM MUI dan BPJPH (Efektif per Oktober 2019) hal ini disebabkan karena Undang-Undang Halal sudah berlaku, adapun BPJPH yang dimaksud di sini ialah Kementerian Agama Republik Indonesia (Khoiri.com, 2020).

Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Inilah yang tidak kita dapati dalam ilmu perilaku konsumsikonvensional. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari, tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah. Dengan

demikian, dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat baik di dunia maupun di akhirat (Muflih, 2006).

Sebelum melakukan pembelian, seorang penjual harus bisa membangkitkan minat beli konsumen. Salah satu caranya ialah dengan memperindah tampilan produk dan membuat promosi semenarik mungkin agar calon konsumen bisa melihat dan mau mencari informasi mengenai produk yang ditawarkan penjual. Dan memang dalam melakukan suatu usaha untuk menarik minat belikonsumen itu tidak gampang. Karena mereka yang memiliki keputusan pembelian. Jadi sebagai penjual harus kreatif agar bisa mendapatkan pembeli dan menjadikannya pelanggan. Jika usaha yang dilakukan sudah maksimal, pasti akan ada hasil yang memuaskan (Nasution, 2011). Firman Allah dalam Al-Qur'an tentang balasan usaha terdapat pada QS, 53:49-40.

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ۚ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ ۖ ﴿٤٠﴾

Artinya: "dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya, dan sesungguhnya usahanya itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya)," (Q.S. An-Najm (53): 39-40)

Untuk membangkitkan minat beli, perusahaan juga harus bisa melakukan inovasi. Inovasi sangat dibutuhkan dalam dunia bisnis. Ini disebabkan semakin majunya para pengusaha dengan pemikiran mereka, sehingga bisa menghasilkan produk yang unik dan bermanfaat dari produk yang sudah ada sebelumnya (Qurthubi, 2008) Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an QS, 3:190 sebagai berikut:

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ
وَالنَّهَارِ لآيَاتٍ لِأُولِي الْأَلْبَابِ ﴿١٩٠﴾

Artinya: “Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan pergantian malam dan siang terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang berakal” (Q.S Al-Imran (3): 190

Ayat ini menjelaskan bahwa salah satu fungsi akal yang diberikan kepada seluruh manusia, yaitu agar mereka dapat menggunakan akal tersebut untuk merenung tanda-tanda yang telah diberikan oleh Allah SWT (Qurthubi, 2008).

Suasana toko juga bisa menjadi pembangkit minat beli konsumen. Menurut Fauzi at al. (2016) menjelaskan bahwa store atmosphere Islamic sebagai suasana toko yang mengadopsi budaya, tradisi dan nilai-nilai islam, yang dapat menarik minat konsumen muslim, antara lain memutar musik yang islami, tilawah Al-quran, zikir, penampilan karyawan yang sederhana, dan dekorasi yang mencerminkan islam. Inti dari tujuan diciptakannya suasana toko ialah untuk

menentukan citra toko dalam benak konsumen. Disisilain, islam juga mengatur tentang bagaimana cara menentukan citra dalam benak konsumen.

Dalam rangka memberikan kenyamanan dan ketentraman umat Islam dalam memiliki minat beli, maka produk yang dikonsumsi tersebut harus bersertifikasi halal sesuaisyariat Islam, agar bisa dikonsumsi dengan baik. Mayoritas negara Indonesia adalah penduduk muslim. Itu sebabnya warga Indonesia harus memperhatikan kebutuhan dalam mengkonsumsi suatu produk. Salah satu dalam memperhatikan suatu produk yang dikonsumsi adalah melalui jaminan halal yang sesuai dengan syariah agama. Adanya sertifikasi produk halal dapat memberikan keadilan, kepastian hukum, perlindungan, transparansi, serta profesionalitas dalam mengeluarkan produk baru. Mengingat adanya ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin canggih, baik di bidang obat-obatan, pangan, maupun kosmetik (Rahayuningsih dan Ghozali, 2021).

Atas dasar latar belakang diatas, maka judul yang dipilih adalah **“PENGARUH INOVASI, SUASANA TOKO DAN SERTIFIKASI HALAL TERHADAP MINAT BELI PRODUK MCDONALD’S DAN TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM (Studi Kasus Pada Konsumen McDonald’s KelapaGading).**

I.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh inovasi terhadap minat beli McDonald’s?
2. Bagaimana pengaruh suasana toko terhadap minat beli McDonald’s?
3. Bagaimana pengaruh sertifikasi halal terhadap minat beli McDonald’s?

4. Bagaimana pengaruh inovasi, suasana toko, dan sertifikasi halal dapat dijadikan model terhadap minat beli McDonald's?
5. Bagaimana pandangan islam terhadap inovasi, suasana toko, dan sertifikasi halal terhadap minat beli McDonald's?

I.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap minat beli McDonald's.
2. Untuk mengetahui pengaruh suasana toko terhadap minat beli McDonald's.
3. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal terhadap minat beli McDonald's.
4. Untuk mengetahui pengaruh inovasi, suasana toko dan sertifikasi halal dapat dijadikan model terhadap minat beli McDonald's.
5. Untuk mengetahui sudut pandang islam terhadap inovasi, suasana toko dan sertifikasi halal terhadap minat beli McDonald's.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademis
 - a. Perkembangan ilmu pengetahuan
Memperkaya ilmu tentang Pemasaran khususnya yang berkaitan minat beli dan faktor yang mempengaruhinya.
 - b. Refrensi penelitian lebih lanjut
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan, perbandingan ataupun refrensi untuk melakukan penelitian

lainnya di perusahaan yang bergerak dibidang makanan/minuman.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penduku untuk menyusun kebijakan dan keputusan manajerial PT. Rekso Nasional Food (McDonald's) dalam mengambil keputusan dalam rangka mengatasi permasalahan yang ada kaitannya dengan inovasi, suasana toko dan setifikasi halal terhadap minat beli. Penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui tingkat minat beli terhadap PT. Rekso Nasional Food (McDonald's).