

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Makanan sebagai salah satu kebutuhan pokok manusia akan selalu dicari, selain sebagai sarana untuk bertahan hidup, makan juga berguna untuk pertumbuhan dan perkembangan tubuh manusia. Seiring dengan tingkat kesibukan manusia yang terus berkembang dan bertambah, kebiasaan untuk memasak makanan sendiri mulai ditinggalkan terlebih dengan semakin banyaknya rumah makan yang ada. Beragam jenis rumah makan, baik yang menyediakan makanan cepat saji, makanan daerah dan juga cara penyajian yang berbeda-beda dan memiliki ciri khas tersendiri menjadikan persaingan dalam bisnis makanan akan semakin ketat. Terus bertumbuhnya dan makin banyaknya penyedia makanan menjadikan kualitas, harga, promosi menjadi salah satu faktor penentu dalam meraih pembeli serta mempertahankan pembeli yang sudah ada.¹

Makanan cepat saji merupakan makanan yang sangat digemari oleh masyarakat modern, dimana selain penyajian yang cepat juga memiliki cita rasa yang banyak digemari oleh masyarakat. Perusahaan di bidang *fast food restaurant*, menyajikan makanan sehat, berkualitas, halal, dengan cita rasa yang khas, harga yang terjangkau bagi semua kalangan masyarakat yang diolah dengan bumbu pilihan.² Perusahaan makanan cepat saji juga tidak luput dari kemajuan teknologi komunikasi para pedagang memanfaatkan internet untuk memperluas jaringan interaksi antar manusia yang satu dengan yang lainnya melalui sarana dalam suatu media teknologi informasi telah memperluas jangkauan komunikasi yang dilakukan oleh umat manusia seperti yang ditawarkan *smartphone* pada saat ini menjadi kebutuhan pokok bagi manusia.³

¹ Dewi Kurniawati, “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa”, Universitas Sumatra Utara, *Jurnal Simbolika* Vol.1, No.2, September 2015, 194.

² Dewi Kurniawati, Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa, 195

³ Dewi Kurniawati, Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa, 196.

Bisnis makanan termasuk bisnis yang beresiko besar. Karena bisnis makanan berbeda dengan bisnis lain. Kecuali yang dijual adalah makanan kering yang bisa bertahan berbulan-bulan. Hal ini membuat para pebisnis harus benar-benar matang dalam merencanakan produknya sehingga mempunyai ciri khas yang berbeda. Karena kini berbagai macam produk makanan yang serupa membuat persaingan pasar sangat kompetitif. Konsumen tentunya mempertimbangkan sebuah produk sebelum melakukan pembelian.⁴

Keputusan pembelian sendiri merupakan suatu proses yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Salah satunya dengan kemudahan pemesanan, karena para konsumen sekarang mampu memesan dan menerima makanan tanpa pergi ke lokasi penjualan serta proses pengiriman yang cepat. Karena kunci keberhasilan dalam persaingan sering terletak pada penambahan pelayanan yang menambah nilai serta meningkatkan mutu produk.⁵

Saat ini Wabah Covid-19 telah menyebar ke seluruh dunia termasuk ke Indonesia sehingga WHO menyatakan bahwa fenomena ini sebagai sebuah pandemi. Imbas dari adanya Pandemi membuat pebisnis harus mengikuti perubahan era, karena pemerintah menerapkan kebijakan Pembatasan sosial Berskala Besar (PSBB). Artinya masyarakat dibatasi ruang geraknya demi upaya tidak menularnya virus. Dengan adanya kebijakan ini membuat pebisnis harus memanfaatkan kemajuan di bidang teknologi dan komunikasi. Pandemi virus Corona membuat kita harus berdiam diri di rumah demi melandaikan kurva dan memutus rantai penyebaran virus tersebut.

Demi keamanan bersama, kini para konsumen bisa memesan makanan secara online melalui aplikasi Grab, ojek online lainnya,. Grab merupakan salah satu platform layanan

⁴ Ardhian Eko Hariono, *Membuka Restoran Sendiri*, (Yogyakarta: Istana Media), 2015, 2

⁵ Komang Agus Ardi Ary Wibawa, Dkk, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian", *E-Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol. 4 2016. Diakses pada tanggal 3 september, 2020, 212.

pemesanan kendaraan terkemuka di Asia Tenggara, memperkenalkan layanan terbarunya, GrabFood. Layanan pesan-antar makanan tersebut hadir untuk memberi kemudahan bagi para pecinta kuliner yang sibuk dan ingin mencoba hidangan populer dari restoran ternama tanpa harus menembus kemacetan dan menunggu antrian.⁶ Karena pembelian yang rumit dan mahal mungkin melibatkan lebih banyak pertimbangan pembeli.⁷

Namun tidak menjadikan alasan bahwasanya masa pandemi akan menurunkan semangat para pebisnis. Hal ini akan dijadikan sebuah tantangan yang menarik untuk menaklukkan para pembeli. Karena sejatinya para pebisnis mempunyai dasar sebagai pelaku ekonomi yang dilegalisasi sebagai profesi terbaik, bahkan memberikan motivasi yang kuat dan mewajibkan untuk menguasai perdagangan.⁸

Rocket Chicken merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner, banyak pelaku usaha kuliner yang mengalami kegagalan dalam tahun pertama usahanya, walaupun terdengar berat namun asih banyak cara agar bisnis kuliner yang dikelola bisa berjalan dengan baik dan stabil. Salah satunya dengan melakukan promosi yang dapat dilakukan dimedia massa, seperti di media sosial, selain itu promosi juga bisa dilakukan dengan memanfaatkan blogger atau vlogger dengan memberikan sampel secara Cuma-Cuma kepada mereka. Sehingga mereka dapat membuat artikel dan membuat video agar dapat di unggah ke channel milik mereka, dengan begitu bisnis kuliner dapat diperkenalkan ke masyarakat dengan cepat.⁹ Rocket Chicken telah memiliki outlet sebanyak 739 di Indonesia, membuktikan bahwa bisnis ayam goreng masih sangt prospek, di Kudus sendiri ada 3

⁶<https://www.grab.com/id/press/others/grab-luncurkan-layanan-pengantaran-makanan-grabfood-versi-beta-di-jakarta/>, diakses pada tanggal 1 september, 2020.

⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Klaten : PT Intan Sejati),2004, 202.

⁸ Asdar Yusup, "Paradigma Kontemporer Ekonomi Islam (Muh Abdul manan versus Syed Nawab Haedir Naqvi)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol 11, no 2, Desember 2014. 220

⁹"Rocket Chicken", diakses pada 8 Januari, 2021. <https://rocketchicken.co.id/info/beberapa-tips-dalam-menjalankan-bisnis-kuliner-outlet-rocket-chicken>.

outlet Rocket Chicken yang beralamatkan di jl. HM Subchan ZE No.62A, jl. Hos Cokroaminoto No.62b, jl. Sentot Prawirodirjo No.02. hal ini menjelaskan bahwa masyarakat Kudus sendiri sudah sangat familier dengan Rocket Chicken. Dengan genapnya Rocket chicken bertahan dalam 1 dekade menunjukkan bahwa Rocket chicken mampu mempertahankan eksistensinya dengan berbagai menu serta pelayanannya.¹⁰

Rocket Chicken menjadi salah satu perusahaan yang berlabel halal dan dengan bukti adanya sertifikasi halal dari MUI. Rocket Chicken yang diproduksi oleh PT Rocket Chicken Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang kuliner. Rocket Chicken sudah hadir sejak 21 Februari 2010 dengan selalu menghadirkan inovasi-inovasi baru yang dibutuhkan atau sedang tren di masyarakat. Selain itu perusahaan yang bergerak di bidang kuliner ini menjadi pembeda dengan kompetitor lainnya yaitu, menghadirkan menu makanan dengan harga yang sangat terjangkau dan dengan rasa yang lezat.¹¹ Selain itu, PT Rocket Chicken Indonesia juga telah mendapatkan sertifikat halal dari seluruh bahan, proses dan hasil produksi dari PT Rocket Chicken Indonesia sudah sesuai dengan standar halal MUI, sertifikat halal tersebut diserahkan langsung direktur LPOM MUI Jogja Prof.Dr. Tri Joko kepada direktur sekaligus Chief Executive Officer (CEO) PT Rocket Chicken Indonesia Hj. Nurul Atik di hotel Pesona Jogja. Dengan adanya legalitas ini, para konsumen percaya untuk mengonsumsinya, terutama bagi kaum muslim. Rocket Chicken mampu membidik sasaran pasar dengan tepat, serta mampu bersaing dengan produk yang ada di Indonesia, karena harga yang terjangkau serta adanya sertifikat halal.

Kehalalan suatu produk merupakan salah satu faktor yang utama dalam menentukan keputusan pembelian. Hal itu dikarenakan mayoritas masyarakat Indonesia adalah seorang

¹⁰“Grab Luncurkan Layanan Pengantaran Makanan Grabfood Versi Beta di Jakarta”, diakses pada 1 September 2020. <https://www.grab.com/id/press/others/grab-luncurkan-layanan-pengantaran-makanan-grabfood-versi-beta-di-jakarta/>.

¹¹“Rocket Chicken Kantongi Sertifikat Halal Store Nasional” diakses pada tanggal 9 Januari, 2021. <https://rocketchicken.co.id/info/yess-rocket-chicken-kantongi-sertifikat-halal-store-nasional>.

muslim. Konsumen muslim adalah konsumen yang diwajibkan mengkonsumsi sesuatu yang halal. Sebagaimana yang tertulis dalam firman Allah SWT:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

“Hai sekalian manusia, makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan. Karena syaitan itu musuh yang nyata bagimu”. (QS. Al-Baqarah: 168)¹²

Selain untuk melindungi seorang muslim agar terhindar dari hal-hal yang haram (bukan halal), produk berlabel halal juga membuktikan bahwa bahan-bahan yang digunakan adalah bahan yang baik dan tidak berbahaya. Halal haramnya suatu produk bersifat sangat sensitif di Indonesia yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi produk halal merupakan tantangan yang harus direspon oleh pemerintah dan juga para pelaku usaha di Indonesia.¹³

Kualitas pelayanan atau *customer service* merupakan tingkat kepuasan konsumen. Sedangkan tingkat kepuasan tamu sendiri dapat diperoleh dari perbandingan atas jenis pelayanan yang nyata diterima oleh knsumen dengan jenis pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Namun jika pelayanan ini dapat melampaui harapan

¹² Alquran, Al-Baqarah ayat 168, *Alquran dan Terjemahnya* (Bandung: Depertemen Agama RI, Lajnah Pentashih Mushaf Alquran dan PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2007), 25.

¹³ Muniaty Aisyah,” Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi Instan Indofood”, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 6, No. 2, 2007. 114.

konsumen, maka jenis pelayanan ini dapat dikategorikan berkualitas dan sangat memuaskan.¹⁴

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muliani, Faradina Inda Wardhani dengan Hasil penelitian bahwa penggunaan variabel promosi dan kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen khususnya pada usaha Rumah Makan Nasi Penggoda melalui *online* dengan menggunakan jasa Ojol saat karantina Covid-19, penelitian membuktikan adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan belanja konsumen.¹⁵

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tengku Putri Lindunng Bulan, Dapat disimpulkan bahwa Label Halal pada produk Sosis di kota Kuala Simpang Kabupaten Aceh menciptakan persepsi yang baik sehingga konsumen memutuskan untuk membeli produk sosis. Pandangan, gambaran, atau anggapan seseorang mengenai pencantuman label halal pada kemasan produk yang di dalamnya terdapat indikator keamanan, nilai keagamaan, kesehatan dan kekhususan mampu mendorong Keputusan Pembelian atau tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk.¹⁶

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dalam beberapa variabel yang berbeda, seperti variabel label halal yang tidak ada dalam penelitian terdahulu yang saya ambil, studi kasus yang dilakukan di kota Kudus, dan jumlah sample yang berbeda.

Dari uraian latar belakang tersebut , menjadi alasan bagi penulis untuk memilih judul **“Pengaruh Promosi di Grab Food, Label Halal, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Rocket Chicket pada masa Pandemi Covid-19 di Kudus”**.

¹⁴ Kamaruddin Sellang, “*Strategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik*”, (Jakarta: Qiara Media Partner, 2011),12.

¹⁵ Muliani dan Faradiba, “Pengaruh Promosi di Instagram dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Nasi Penggoda Secara Online Melalui Ojek Online (Ojol) Pada Masa Karantina Covid-19 di Kota Pontianak”, *Jurnal STIEIP*, vol .1, No.2 (2020), 73.

¹⁶ Shilachul Alfinul Alim,dkk.”Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim”,*Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 62 no. 1 (2018), 67.

B. Rumusan Masalah

Setelah diuraikan latar belakang diatas, maka rumusan yang dipakai dalam skripsi ini yaitu:

1. Bagaimana promosi di Grab Food berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken pada masa pandemi covid 19 di kudas ?
2. Bagaimana label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken pada masa pandemi covid 19 di kudas ?
3. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken pada masa pandemi covid 19 di kudas?
4. Bagaimana promosi di Grab Food, label halal, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken pada masa pandemi covid 19 di kudas ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang penulis kaji sangat erat kaitannya dengan permasalahan yang sudah disebutkan diatas, diantara tujuan penelitian yang akan diteliti meliputi:

1. Untuk mengetahui bagaimana promosi di Grab Food berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken pada masa pandemi covid 19 di kudas
2. Untuk mengetahui bagaimana label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken pada masa pandemi covid 19 di kudas
3. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken pada masa pandemi covid 19 di kudas
4. Untuk mengetahui bagaimana promosi di Grab Food, label halal, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken pada masa pandemi covid 19 di kudas

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

a. Bagi Akademisi

Penulis berharap, penelitian ini dapat mengembangkan ilmu pengetahuan Ekonomi Islam, terutama mengenai promosi di Grab Food, label halal, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian. Selain

itu hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dasar untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai penelitian yang sama.

2. Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penulis berharap, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan perusahaan dalam menjalankan kegiatan ekonomi dan pemasarannya melalui Grab Food.

b. Bagi Konsumen

Penulis berharap, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian makanan yang berlabel halal melalui Grab Food ataupun aplikasi ojek online.

E. Sistematika Kepenulisan

Untuk mempermudah dalam memahami isi penelitian ini, maka peneliti mencantumkan sistematika penulisan seperti berikut:

1. Bagian awal

Bagian awal yang berada sebelum tubuh karangan meliputi halaman judul, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian skripsi, halaman abstrak, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, dan halaman daftar tabel.

2. Bagian isi

Bagian dalam inti skripsi ini terdiri dari:

BAB I : Pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori. Bab ini berisi deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian. Bab ini berisi jenis dan pendekatan, setting penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrumen, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bab ini berisi hasil penelitian mengenai gambaran obyek penelitian dan analisis data serta pembahasan tentang hasil penelitian.

BAB V : Penutup. Bab ini berisi kesimpulan dan saran

3. Bagian akhir

Bagian akhir berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup penulis.

