

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perubahan serta peningkatan yang ada pada bidang UMKM di Indonesia mengalami pertumbuhan yang begitu besar, UMKM mempunyai peran serta kontribusi yang cukup besar pada peningkatan perekonomian nasional. Salah satunya adalah usaha makanan ataupun *franchise* mengalami pertumbuhan yang begitu pesat di Indonesia, didorong oleh perkembangan teknologi serta era globalisasi yang semakin modern menjadikan banyak peluang usaha yang bermunculan, serta semakin berkembangnya zaman, *lifestyle*, dan kebutuhan masyarakat Indonesia yang konsumtif serta variatif. Di antara lain bisnis, makanan dan minuman, *fashion*, *online shop*, *franchise*, bisnis makanan juga menjadi pertimbangan karena peluang dan menjadi tujuan utama konsumen. Selain itu Kebutuhan makanan halal di Indonesia sangat dibutuhkan. dikarenakan 87% penduduk Indonesia merupakan muslim (Data Menurut ibtimes.id), maka dari itu ketersediaan produk makanan halal memiliki peluang yang sangat besar serta makanan halal menjadi sumber asupan wajib sehari-hari bagi kaum muslim di Indonesia. Fenomena persaingan yang ada era saat ini mengarah dari mekanisme market ekonomi Indonesia, dimana produsen dituntut untuk selalu mengembangkan dan meningkatkan Loyalitas Konsumen. Peran yang peting guna mencapainya adalah Kualitas Produk dan Labelisasi

Halal. Untuk itu Outlet Pusat Jenang Mubarak perlu melakukan peningkatan terhadap Kualitas Produk dan cantuman Labelisasi Halalnya, guna mencapai Kepuasan Konsumen sehingga menciptakan Loyalitas Konsumen. Berikut Jumlah Pembeli di Outlet Pusat Jenang Mubarak di Kota Kudus Pada Tahun 2017-2019

Tabel 1.1

**Data Penjualan Produk Jenang Mubarak di Outlet Pusat
di Kota Kudus dalam pcs**

Bulan	2017			2018			2019		
	Target	Penjualan	Capaian %	Target	Penjualan	Capaian %	Target	Penjualan	Capaian %
Januari	14.130	13.900	98,33	15.490	14.920	96,29	17.430	18.965	51,05
Februari	16.030	11.870	74,06	13.300	10.170	76,52	15.540	9.553	61,44
Maret	22.010	21.360	97,03	24.350	18.680	76,72	16.390	8.240	50,27
April	18.880	18.800	99,54	21.400	17.630	82,44	18.920	14.490	76,61
Mei	19.090	18.850	98,71	21.590	18.470	85,57	19.720	17.050	86,48
Juni	26.530	26.330	99,23	30.620	19.880	64,83	24.930	19.480	78,16
Juli	22.370	21.290	95,17	27.080	23.120	85,39	27.344	25.880	94,64
Agustus	23.990	21.610	90,05	27.290	26.700	98,17	23.451	18.950	93,59
September	32.530	32.350	99,43	39.690	27.950	70,42	28.889	25.605	95,55
Oktober	24.690	24.570	99,53	27.930	20.670	73,99	11.430	9.320	90,28
November	30.430	21.810	92,70	24.820	16.280	65,58	25.650	23.070	89,94
Desember	23.530	27.960	91,87	32.310	26.220	81,14	23.780	20.760	87,30
Jumlah	274.210	260.700	95,06	305.870	240.690	78,72	253.730	190.378	68,82

Sumber : Jurnal Penelitian oleh Abdul Hakim (2019)

Dari Tabel 1.1 dapat diketahui dari tahun 2017 sampai Juni 2019, rata-rata penjualan menurun dari tahun ke tahun. Penurunan penjualan menunjukkan bahwa loyalitas konsumen terhadap Jenang Mubaroq Kudus semakin menurun. Dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat. Dalam hal ini, strategi penting adalah kualitas produk dan pelabelan halal. Dimana dalam pelaksanaannya akan mengupayakan perbaikan dan penyempurnaan yang

berorientasi pada Kepuasan Konsumen yang akan membentuk Loyalitas Konsumen terhadap Produk dari Mubarakfood Cipta Delia yaitu Jenang Mubarak. Salah satu syarat tercapainya Loyalitas Konsumen adalah membangun Kepuasan Konsumen. Kepuasan merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan Loyalitas Konsumen. Pemilik usaha perlu mengetahui faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Kepuasan merupakan tingkat penilaian verbal maupun non verbal setelah membandingkan hasil ataupun kinerja yang dirasakan pada sebuah produk (Sumarwan, 2011). Oleh karena itu, kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja dirasakan dan harapan pribadi. Jika kinerja yang dirasakan tidak memenuhi harapan, konsumen akan kecewa, dan jika kinerja memenuhi harapan, konsumen akan puas. Ada banyak pengaruh yang dapat mempengaruhi Loyalitas Konsumen diantaranya adalah Kualitas Produk dan Labelisasi Halal (Novie Putri Anggraini, 2018). Dimana faktor tersebut dapat berpengaruh pada Kepuasan Konsumen yang selanjutnya dapat mempengaruhi Loyalitas Konsumen.

Wijaya (2011) Menyatakan bahwa, Kualitas produk merupakan gabungan karakteristik produk yang di dapatkan dari *marketing*, teknik produksi dan *maintenance* sehingga produk dapat memenuhi asa pelanggan. Kotler (2000) Menunjukkan bahwa produk adalah sesuatu yang dapat disediakan untuk memenuhi suatu kebutuhan. Berdasarkan hasil analisis kualitas produk terhadap loyalitas konsumen oleh Agus Yudianto (2020) terdapat pengaruh yang positif dan sign antara Kualitas Produk terhadap

Loyalitas konsumen, namun dalam penelitian Kiki Fatma Ningsih (2019) menunjukkan tidak adanya pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Selain Kualitas produk, Label halal juga diperlukan dalam pemasaran dan daftar produk. Dengan hiruk pikuk kehidupan bisnis, konsumen saat ini mencari produk yang sesuai dengan kebutuhannya, yaitu produk yang berkualitas, halal dan aman. Cantuman labelisasi halal terhadap barang yang dijual di Indonesia memiliki peran penting serta mempunyai kegunaan melindungi pemeluk dan penganut agama Islam agar terhindar dari makanan yang berbahan haram. Adanya label halal menjadi perlindungan bagi konsumen muslim, label halal memberikan pengaruh terhadap konsumen khususnya konsumen muslim. Dalam Undang-Undang Nomor tiga puluh tiga tahun 2014 tentang produk halal, Produk halal merupakan barang ataupun produk sudah dinyatakan halal sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang berkaitan dengan proses, penawaran bahan, penyimpanan, pengemasan, penndistribusian, penjualan, dan penyajian produk. Joko Samboro (2020) mengungkapkan bahwa Labeling Halal menunjukkan hasil positif pda Loyalitas konsumen. Namun, dalam analisis Nurul Hapsari (2018) tidak ada pengaruh antara Labeling Halal terhadap Loyalitas konsumen.

Mengacu pada kontradiksi di atas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mencari apakah ada pengaruh Kualitas Produk, Labelisasi Halal, Kepuasan Konsumen pada Loyalitas Konsumen, Penulis mempunyai

minat untuk melakukan penelitian dengan judul **“Peningkatan Loyalitas Konsumen melalui Kualitas Produk, Labelisasi Halal, dan Kepuasan Konsumen”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen ?
- b. Bagaimana pengaruh Labelisasi Halal terhadap Kepuasan Konsumen ?
- c. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen ?
- d. Bagaimana pengaruh Labelisasi Halal terhadap Loyalitas Konsumen ?
- e. Bagaimana pengaruh Kepuasan konsumen terhadap Loyalitas Konsumen ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan guna:

- a. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen
- b. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh Labelisasi Halal terhadap Kepuasan Konsumen
- c. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen
- d. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh Labelisasi Halal terhadap Loyalitas Konsumen
- e. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberi hal positif serta berguna pada semua yang terlibat, dan bisa dijadikan sebagai referensi guna penelitian berikutnya.