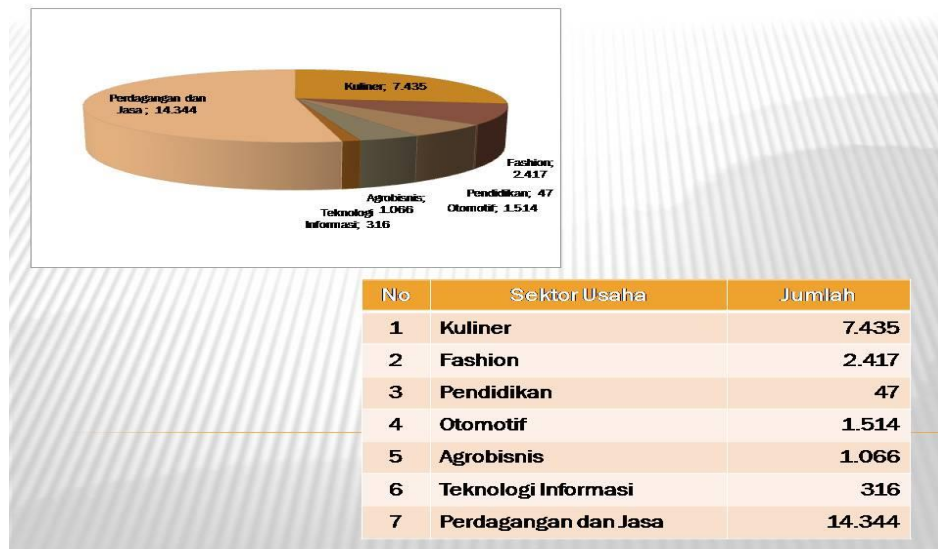


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi yang semakin maju dan moderen, membuat masyarakat Indonesia bertumbuh menjadi seseorang yang kreatif dan inovatif dalam menciptakan sesuatu hal yang baru. Dengan banyaknya generasi milenial membuat pelaku usaha menjadi bervariasi. Pada sektor kuliner memiliki tingkat ketertarikan yang tinggi.



Gambar 1.1

Sumber: Katadata (2019)

Kuliner memiliki daya minat yang besar terhadap masyarakat. Hal ini disebabkan karena makanan merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap masyarakat. Wirausaha Pentol Gila merupakan pelopor jajanan pentol moderen dengan menghadirkan berbagai *versi* menu yang ditawarkan kepada konsumen. Pentol Gila menghadirkan nuansa pentol yang di gemari oleh masyarakat dengan beberapa pilihan bumbunya. Banyak nya perusahaan yang berlomba-lomba untuk menciptakan sebuah produk makanan baru membuat mereka kurang memperhatikan labelisasi halal serta kandungan gizi dalam produk tersebut, padahal hal ini lah yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam

melakukan sebuah pembelian. Pentol moderen memiliki beragam jenis rasa dan variasi yang sudah pasti akan di gemari oleh masyarakat. Mulai dari pentol isi keju, pentol isi cabai dengan kepedasan yang tinggi, pentol isi jamur dan masih banyak variasi lainnya.



Gambar 1.2

Sumber: Pentolgila.com

Pentol Gila didirikan oleh Kharis Akbar pada tahun 2012, awalnya sebelum mendirikan usaha Pentol Gila Kharis memiliki usaha lainnya namun mengalami kegagalan. Berawal dari kegagalan tersebut membuat Kharis mencoba untuk belajar membangun sebuah bisnis baru. Pada akhirnya Kharis dibantu oleh beberapa temannya. Pada awal membangun sebuah bisnis Pentol Gila Kharis melakukan survei ke beberapa kota seperti Gresik, Madiun, dan Surabaya. Kharis berusaha menggali apa sebenarnya keinginan konsumen terhadap produk pentol ini. Hingga pada akhirnya Kharis mengolah produk Pentol sesuai keinginan dan masukan dari masyarakat. Terdapat empat isi yang ditawarkan Pentol Gila. Yaitu, keju, mozzarella, ranjau, dan urat. Untuk topping, ada original dan pedas. Pentol Gila juga memiliki paket khas Surabaya, yakni Suro yang berbumbu rujak.

Selama merintis usaha Pentol Gila, perusahaan sudah memiliki banyak cabang yang ada di Surabaya, Sidoarjo dan beberapa kota lainnya. Dengan memiliki banyak cabang, membuat produk Pentol Gila semakin di kenal oleh masyarakat luas. Pentol Gila memiliki kantor utama yang berada di Perum Bumi Marina Emas Sukolilo, Surabaya. Untuk membangun sebuah *customer trust* salah satu yang dilakukan oleh Pentol Gila adalah dengan memiliki *website* dengan alamat pentolgila.com yang berisi informasi seputar produk serta memberikan berbagai macam testimoni dalam *website* tersebut, yang dapat dibaca oleh masyarakat luas. Serta memberikan informasi tentang berbagai macam produk dengan berbagai varian rasa yang dimiliki.

Customer trust adalah aspek krusial pada membangun suatu hubungan yang bagus antara pembeli dan penjual. karena *customer trust* adalah perihal yang membentuk kesetiaan pelanggan. Moorman, et al. (1993) menyatakan bahwa *customer trust* diartikan dengan ketersediaan individu dalam bergantung pada rekan yang di percayai. Jika organisasi tersebut memberi suatu *impresi* dan layanan yang terbaik pada pelanggan, nantinya dapat menimbulkan kepercayaan dari konsumen untuk perusahaan. Apabila konsumen memiliki rasa kepercayaan terhadap perusahaan tersebut, maka akan menimbulkan minat beli terhadap Pentol Gila.

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa penting kehadiran sebuah logo halal dan nilai gizi pada sebuah kemasan produk makanan yang nantinya akan menimbulkan sebuah persepsi dari seseorang yang nantinya akan menjadikan suatu perilaku pembelian terhadap seseorang. Dari penjelasan sebelumnya, penulis berkeinginan meneliti: “Pengaruh Logo Halal Dan Nilai Gizi Terhadap Minat Beli Konsumen Yang Dimediasi Oleh Customer Trust Pada Produk Pentol Gila Di Surabaya”.

Dengan banyaknya produk makanan pentol yang beredar di pasaran, maka pentingnya sebagai masyarakat untuk mengetahui informasi mengenai produk tersebut seperti yang pertama adalah labelisasi halal, apakah produk tersebut sudah tertera logo halal yang dikeluarkan oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia) tentang bagaimana proses pembuatan produk tersebut dari awal sampai akhir dan siap untuk di jual pada pasaran. Yang kedua adalah label nilai gizi atau informasi yang terkandung dalam sebuah produk makanan tersebut. Seperti yang kita tahu bahwa masyarakat milenial Indonesia sekarang lebih sadar akan nilai gizi dan informasi gizi apa saja yang mereka konsumsi.

Mereka lebih cenderung untuk memperhatikan informasi gizi pada produk makanan yang akan mereka beli. Hal ini terjadi karena masyarakat Indonesia yang sekarang ini lebih sadar tentang kesehatan mereka serta kualitas dari produk tersebut. Dengan demikian perusahaan-perusahaan akan mencantumkan informasi kandungan gizi yang diperlukan oleh masyarakat seperti protein, lemak, karbohidrat dan gula. Beberapa masyarakat akan memilih sebuah produk makanan yang tidak mengandung banyak gula atau rendah gula. Hal ini di perkuat dengan pernyataan yang dikeluarkan yang menurut Rumah Sakit Siloam Hospital (31 Januari 2020), bahwa penderita diabetes di Indonesia juga tinggi sehingga masyarakat harus menjaga pola hidup sehat. Pentingnya dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa berpengaruh antara logo halal dan nilai gizi dalam sebuah produk makanan terhadap rasa kepercayaan konsumen serta minat beli konsumen. Dapat terlihat bahwa mayoritas penduduk Indonesia memeluk Agama Muslim, sehingga penting bagi mereka untuk mempertimbangkan status kehalalan suatu produk sebelum dikonsumsi. Terkait dengan kaidah-kaidah Agama Muslim untuk memperhatikan status halal suatu produk.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah logo halal berpengaruh terhadap minat beli?
2. Apakah logo halal berpengaruh terhadap *customer trust*?
3. Apakah *customer trust* berpengaruh terhadap minat beli?
4. Apakah nilai gizi berpengaruh terhadap minat beli?
5. Apakah *customer trust* memediasi pengaruh logo halal terhadap minat beli?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang didapat sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh logo halal terhadap minat beli.
2. Untuk menguji pengaruh logo halal terhadap *customer trust*.
3. Untuk menguji pengaruh *customer trust* terhadap minat beli.
4. Untuk menguji pengaruh nilai gizi terhadap minat beli.
5. Untuk menguji efek mediasi *customer trust* pada pengaruh logo halal dan terhadap minat beli.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang akan saya lakukan adalah untuk mengetahui seberapa pentingnya pelabelan produk bagi konsumen. Dan dampak apa saja dari perilaku konsumen tersebut terhadap suatu produk makanan. Dan melihat seberapa besar pengaruh tersebut.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat akademis dan praktis yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis
Harapannya penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan peneliti selanjutnya, dalam pemahaman mengenai perilaku konsumen terhadap sebuah produk makanan berlabel. Khususnya dalam wawasan mengenai guna dan manfaat mengetahui kandungan informasi yang terdapat pada sebuah produk.
2. Manfaat praktis
Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan kontribusi pemecahan masalah serta memberikan wawasan terhadap para pembisnis yang ingin memproduksi sebuah produk makanan.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB 1: PENDAHULUAN

Berisi tentang perihal yang melatarbelakangi penelitiannya, rumusan masalahnya, tujuannya, manfaatnya, serta sistematika penelitiannya.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan dasar-dasar yang berkaitan dengan penelitiannya, penelitian sebelumnya, hipotesisnya serta kerangka penelitiannya.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Berisikan mengenai rencana penelitiannya, mengidentifikasi variabelnya, definisi operasionalnya, sampel dan populasinya, sumber serta jenisnya data, teknik mengumpulkannya, dan menganalisanya.

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada analisis dan pembahasan berisikan uraian tentang deskripsi data penelitiannya, analisisnya, dan pembahasannya.

BAB 5: SIMPULAN

Sebagai tahap akhir dari penelitian ini, konten bab ini adalah kesimpulan dari hasil dan saran yang mungkin berguna untuk manajemen Pentol Gila juga penelitian selanjutnya.