

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Setiap makhluk hidup di muka bumi ini sudah pasti membutuhkan makanan dan minuman. Menurut Fairuzah Tsabit, (2013) makanan adalah semua bahan mentah yang di olah lalu dimakan ke dalam tubuh dan membentuk serta mengganti jaringan tubuh yang rusak, memberikan tenaga, dan juga mengatur semua proses didalam tubuh, selain itu juga makanan mengandung nilai tertentu, seperti kelezatan dan memberikan rasa kenyang. Makhluk hidup seperti hewan, tumbuhan dan terutama manusia, sangat bergantung kepada makanan dan minuman. Tanpa makanan, makhluk hidup akan sangat sulit untuk beraktifitas di kesehariannya. Makanan berasal dari hewan dan tumbuhan yang biasanya di olah lagi oleh manusia dan nantinya ketika selesai dikonsumsi akan memberikan tenaga dan energi. Jika manusia memakan makanan yang bergizi nantinya akan membantu tumbuh dan perkembangannya, baik otak maupun fisik badan. Setiap kandungan makanan mempunyai gizi yang berbeda. Ada beberapa gizi yang terdapat di makanan seperti karbohidrat, lemak, dan protein. Makanan yang mengandung gizi seimbang adalah makanan yang sehat, gizi seimbang adalah makanan yang mengandung beraneka ragam zat tenaga, zat pengatur dan zat pembangun jika dikonsumsi dalam takaran yang cukup atau sesuai dengan kebutuhan tubuh (Sri Adiningsih, 2010). Makanan sudah

menjadi kebutuhan primer setiap makhluk hidup, terutama manusia. Setiap makanan yang dimakan belum tentu merupakan makanan yang sehat, ada makanan yang jika di konsumsi setiap hari akan memberikan efek buruk bagi tubuh yaitu MSG. “Zat gizi adalah elemen yang terdapat didalam makanan yang dikonsumsi dan dapat dimanfaatkan langsung oleh tubuh seperti karbohidrat, protein, lemak, vitamin, mineral, dan air (Tuti Soenardi, 2006)”. Ada 3 kelompok makanan berdasarkan kegunaannya yaitu: sumber tenaga yaitu makanan yang mengandung karbohidrat, lemak dan protein; sumber zat pembangun yaitu makanan yang mengandung protein dan air; sumber zat pengatur yaitu makanan yang mengandung vitamin dan mineral, dapat disimpulkan bahwa makanan sehat adalah makanan yang mengandung gizi yang seimbang (Rusilanti,dkk,2015). Maka dari itu manusia sangat harus menjaga pola hidup sehat dan memperhatikan kandungan makanan yang dikonsumsi setiap harinya. Di Indonesia sendiri sudah sangat banyak usaha penyediaan makanan dan minuman disetiap provinsinya.

Provinsi <i>Province</i>	Rata-Rata Jumlah Pekerja (Orang) <i>Average Number of Workers (Person)</i>	Rata-Rata Pendapatan Perusahaan (Juta Rupiah) <i>Average Revenue (Million rupiah)</i>	Rata-Rata Tempat Duduk Tersedia <i>Seat Capacity</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
1. Aceh	15	2 993	99
2. Sumatera Utara	23	2 783	111
3. Sumatera Barat	18	3 617	83
4. Riau	15	3 260	76
5. Jambi	20	4 251	89
6. Sumatera Selatan	19	3 054	75
7. Bengkulu	15	2 965	82
8. Lampung	18	2 687	75
9. Kep. Bangka Belitung	14	2 576	70
10. Kepulauan Riau	21	6 366	53
11. DKI Jakarta	20	5 047	84
12. Jawa Barat	23	5 416	106
13. Jawa Tengah	20	3 138	97
14. D.I. Yogyakarta	22	2 759	104
15. Jawa Timur	20	3 138	118
16. Banten	16	3 374	56
17. Bali	31	7 053	75
18. Nusa Tenggara Barat	19	3 924	98
19. Nusa Tenggara Timur	16	3 551	99
20. Kalimantan Barat	21	4 459	81
21. Kalimantan Tengah	14	2 062	98
22. Kalimantan Selatan	18	3 991	89
23. Kalimantan Timur	25	4 994	87
24. Kalimantan Utara	20	3 881	74
25. Sulawesi Utara	23	6 607	82
26. Sulawesi Tengah	16	2 925	98
27. Sulawesi Selatan	19	4 007	83
28. Sulawesi Tenggara	18	4 102	90
29. Gorontalo	16	2 734	102
30. Maluku	23	4 316	71
31. Maluku Utara	21	4 051	53
32. Papua Barat	13	2 529	54
33. Papua	15	3 316	86
Indonesia	21	4 589	88

Sumber: bsi.go.id

Gambar 1.1. Profil Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman

Pada zaman sekarang ini banyak sekali lokasi tempat makan yang bermunculan setiap bulan nya, seperti foodcourt. Foodcourt adalah sebuah lokasi tempat makan yang cukup luas dan terdiri dari gerai makanan dan minuman yang menawarkan segala menu yang variatif. Biasanya foodcourt berada di perkantoran, pusat perbelanjaan, mal, dan universitas, dan bersifat informal dan terbuka. Sebuah lokasi food court haruslah sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan yang diharapkan oleh pelanggan. Kepentingan dari pelanggan terhadap food court harus selalu di evaluasi dan tujuan yang ingin dicapai akan mudah diketahui dengan faktor faktor yang di anggap penting oleh pelanggan, setelah itu di evaluasi kembali supaya dapat kesimpulan apakah faktor tersebut di realisasikan atau tidak. Pada umumnya

pengelolaan food court menerapkan sebuah konsep melayani diri sendiri (*self service*) kepada para pembeli, artinya adalah para customer akan datang ke gerai dan memilih makanan yang tersedia di menu lalu membayar jumlah makanan yang dibeli dikasir dan menunggu makanan di antar oleh pramusaji gerai tersebut ke meja makan yang berada di area foodcourt yang ada nomor di setiap mejanya. Makanan yang di sediakan setiap gerai pun juga bermacam macam, sehingga membuat customer bisa bebas memilih sesuai dengan selera masing masing.

Produk makanan dan minuman yang halal dan bersertifikat dapat menjangkau pasar yang lebih luas yang berarti tidak hanya dapat di pasar lokal saja, tetapi bisa dipasarkan sampai ke pasar global dan dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen dalam mengkonsumsi makanan dan minuman yang berlabel halal (Golnaz et al., 2011). Biasanya di foodcourt hanya terdapat satu kasir, hal ini tentunya dapat mengurangi kenyamanan pelanggan karena pelanggan tersebut terpaksa mengantri untuk membayar jumlah makanan yang dibeli, dan kadang membuat lalai petugas kasir pula. Dan ada juga foodcourt yang pembayarannya langsung kepada gerai makanan yang di pesan, dan masalah yang timbul adalah kecurangan dengan memanipulasi laporan keuangan, sehingga pada saat pembagian pendapatan pihak pengelola foodcourt tidak mendapatkan haknya.

Tabel 1.1

Persentase Jumlah Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman

Lokasi Usaha <i>Location</i>	Restoran/Rumah Makan <i>Restaurant</i>	Katering <i>Catering</i>	Penyedia Makan Minum Lainnya <i>Others</i>	Jumlah <i>Total</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Mall/Perkantoran/ Pertokoan	70.58	39.56	65.99	68.51
Hotel	1.82	0.62	0.67	1.64
Kawasan Wisata (Objek Wisata)	6.46	0.47	1.87	5.66
Kawasan Industri	0.83	0.62	0.67	0.80
Lainnya	20.31	58.72	30.79	23.39
Jumlah	100	100	100	100

Sumber: bps.go.id

Rumah makan dengan metode sistem foodcourt sangat sering ditemukan di pusat perbelanjaan, dan gedung perkantoran, tetapi saat ini perguruan tinggi negeri maupun swasta telah mempunyai kantin dengan sistem foodcourt seperti di Perguruan tinggi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atau biasa dikenal dengan UMY memiliki salah satu foodcourt yang dinamakan dengan UMY Boga yang berdiri pada tahun 2013 dan awalnya memiliki 13 tenant atau konter yang terdiri dari beberapa konter seperti nasi goreng, siomay dan pempek, dan lainnya. Kemudian ada satu tenant milik UMY boga yaitu tenant khusus minuman. Di UMY boga menggunakan sistem satu pintu atau satu kasir, jadi disetiap transaksi dilakukan dikasir yang terpadu dan terpusat, kemudian di H+1 pihak dari UMY Boga akan mengembalikan uang konter yang menjadi hak-hak mereka sesuai dengan data penjualan yang terjadi pada hari itu.

UMY Boga diresmikan oleh rektor UMY yang pada saat itu adalah almarhum bapak Dasron Hamid, dengan konsep yang masih sama yaitu dine-in dan memiliki 70 pasang meja dan 240 kursi. Maka dari itu UMY Boga bisa menampung sekitar 240-250 orang ketika sedang kapasitas penuh digunakan. Ditahun 2013 juga UMY Boga hanya mempunyai delapan orang karyawan. Kemudian di tahun 2016 terdapat layanan baru yaitu menambah divisi cleaning service dan hanya melayani snack box, lalu di 2016 ini jumlah karyawan menjadi sekitar limabelas orang dan divisi catering service untuk snack box. Kemudian di tahun 2017 catering service mulau untuk melakukan produk layanan makanan box sehingga berdampak menambah jumlah karyawan. Di tahun 2018 dan 2019 catering service melaksanakan full service yang dimana ada prasmanan, produk makanan dan snack box.

Melihat jarak dan situasi, jika ada mahasiswa dan mahasiswi yang ingin ke kantin tetapi jarak yang dilalui lumayan jauh, sehingga di tahun 2019 UMY Boga menambah dua divisi yang baru yaitu divisi Cafeteria muda mendunia di akhir 2019 dan satu lagi yaitu Cafeteria unggul dan islami ditahun yang sama juga, sehingga di 2019 UMY mempunyai empat divisi. Di tahun 2020 UMY Boga dilengkapi lagi dengan dua divisi baru yaitu café 1912 dan library corner yang berada diperpustakaan lantai satu dan lantai dua. Jadi saat ini UMY memiliki enam divisi yaitu divisi foodcourt, divisi catering service, divisi cafeteria muda mendunia, divisi cafeteria unggul dan islami, divisi café 1912, dan divisi library corner. Saat ini mempunyai lima puluh dua karyawan yang terdaftar sebagai karyawan

corner unit, kemudian menjadi unit bisnis yang mempunyai holding company nya adalah PT. UMB atau PT. Umat Mandiri Berkemajuan atau kalau di UMY biasa disebut dengan Biro perkembangan keuangan dan aset. PT. UMB merupakan salah satu unit bisnis yang terdapat beberapa divisi seperti BMT UMY, UMY Tirta, Sportorium, dsb.

UMY Boga mempunyai salah satu fungsi dan tujuan untuk menyediakan layanan yang sifatnya logistik dikonsumsi, maka dari itu semua konsumsi yang terdapat di UMY di kelola dan dilayani oleh UMY Boga, ini merupakan tugas dan tujuan dari UMY Boga. Tetapi tidak hanya untuk pasar didalam kampus atau dilingkungan UMY, tetapi merambah sampai pasar-pasar diluar kampus. Sekarang tim dari UMY Boga sedang meng-segmenkan dan mencoba untuk memperluas pasar dari UMY Boga.

Produk makanan dan minuman yang di jual dan di sediakan oleh UMY Boga sudah pasti berlabel halal dan atau kualitas produknya yang tidak diragukan lagi bagusnya akan membuat para konsumen menanamkan citra yang baik dan positif. Sehingga nantinya setiap orang tidak akan ragu untuk membeli makanan dan minuman yang ada di UMY Boga. Citra merek yang di munculkan juga sangat unik, yaitu dengan menggunakan nama UMY, seperti produk mineral water nya yaitu UMY Tirta. Dalam penelitian ini, apa yang membuat sebuah UMY Boga membuat konsumennya puas dan balik kembali (repeat order) untuk membeli produk makanan dan minuman yang di jual disebabkan oleh label halal, kualitas produk dan citra

merek. Jadi, UMY Boga memiliki enam divisi dan lima puluh dua karyawan yang terdaftar.

Menurut Fornell dalam Mouren Margaretha (2004) Loyalitas merupakan sebuah fungsi dari kepuasan pelanggan, rintangan pengalihan dan keluhan pelanggan. Jika pelanggan puas maka akan melakukan pembelian ulang pada waktu yang akan datang dan merekomendasikan kepada orang lain tentang apa yang dirasakan. Loyalitas tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang dapat di terima oleh pelanggan atau suatu jasa yang dipakai. Menurut Kotler (2014) seseorang yang merasakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah menggunakan dan membandingkan hasil dari kinerja produk terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Dengan kata lain, jika kinerja yang dihasilkan atau produk yang diberikan memenuhi harapan, maka pelanggan ataupun konsumen akan merasa puas.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi diatas, saya sebagai penulis tertarik untuk melakukan penelitian replikasi dari Hapsari (2018) lebih lanjut dengan judul **“ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, permasalahan yang dihadapi dalam proses penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Label Halal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
2. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
4. Apakah Label Halal berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
5. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
6. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
7. Apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?

8. Apakah Kepuasan Konsumen mampu memediasi Label Halal terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
9. Apakah Kepuasan Konsumen mampu memediasi Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
10. Apakah Kepuasan Konsumen mampu memediasi Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Menganalisis pengaruh label halal terhadap loyalitas pelanggan pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Menganalisis pengaruh Label Halal terhadap Loyalitas pelanggan yang di mediasi oleh Kepuasan Konsumen pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
9. Menganalisis pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas pelanggan yang di mediasi oleh Kepuasan Konsumen pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
10. Menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas pelanggan yang di mediasi oleh Kepuasan Konsumen pada UMY Boga di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis atau peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu bukti bahwa penulis atau peneliti telah dapat menerapkan ilmu berupa teori yang dipelajari dan didapat selama menempuh kuliah dan diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan pengetahuan untuk penelitian dibidang manajemen operasi.

2. Bagi pihak perusahaan atau pengelola

Manfaat penelitian ini bagi pengelola UMY Boga diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh label halal, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan sehingga nantinya dapat menjadi acuan dalam menentukan strategi yang akan diambil untuk mengembangkan usahanya. Mahasiswa, dosen, guru dan lain sebagainya dapat dimanfaatkan sebagai contoh atau rujukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi label halal, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan loyalitas pelanggan.

3. Bagi peneliti lain

Penelitian yang saya lakukan ini diharapkan bisa menjadi referensi dan bahan acuan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian khususnya yang berorientasi pada label halal, kualitas produk, kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan.