

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas masyarakatnya sebagai seorang muslim atau beragama Islam, dengan persentase 87,2%. Islam tersendiri merupakan agama yang memiliki aturan dalam segala aspek untuk diterapkan pada pemeluknya selama berada di dunia (Indonesia.go.id, 2020). Oleh karena itu, bagi seorang muslim terdapat aturan ketika akan mengonsumsi makanan, dimana makanan tersebut merupakan makanan yang halal. Adapun ketentuan halal syariat Islam, yaitu: (1) halal zatnya, artinya bahan baku tidak berasal dari tumbuhan atau binatang yang diharamkan, (2) halal dalam mendapatkannya, dengan artian tidak melalui perbuatan zina, menipu, riba, dan korupsi, (3) halal dalam prosesnya yang sesuai syariat islam ataupun alat-alat yang digunakan untuk mengolah tidak berbarengan dengan hal yang diharamkan, (4) halal ketika penyajiannya dan penyimpanan, maka disimpan pada tempat yang tidak membahayakan dan disajikan dengan wadah yang diperbolehkan (Cinthya 2018).

Selanjutnya mengenai keberadaan muslim di Indonesia dikategorikan sebagai mayoritas, pemerintah Indonesia memiliki lembaga khusus untuk memastikan kehalalan terhadap suatu produk makanan dan bertugas menerbitkan sertifikasi halal, yaitu Lembaga Pengkajian Obat-obatan dan Kosmetika-Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Selain dari pada itu, saat ini perkembangan Industri Halal di Indonesia juga terus mengalami peningkatan, terdapatnya dua kawasan industri halal, dimana seluruh aspek berada dalam satu layanan untuk menghasilkan produk halal, yaitu *Safe n' Lock Industrial Park* di Jawa Timur dan *Modern Cikande*

Industrial Estate di Jawa Barat. Kawasan industri halal diprediksi akan terus meningkat hingga tersebar ke seluruh daerah provinsi di Indonesia yang dikategorikan mulai dari bidang kuliner, pariwisata, hingga gaya busana yang sopan (LPPOM MUI 2020). Tidak dipungkiri pada bidang bidang kuliner, para produsen atau pengusaha sudah mulai tergerak untuk mengurus sertifikasi halal agar produk semakin diterima oleh masyarakat luas, termasuk pada jenis makanan cepat saji.

Makanan cepat saji atau kerap disebut dengan *fast food* adalah makanan yang diolah melalui industri pengolahan pangan dengan bantuan teknologi, dikenal sebagai makanan praktis, diolah secara cepat, serta mudah untuk disajikan. Dilatarbelakangi sejak tahun 1980-an makanan siap saji mulai beredar di beberapa negara, hingga saat ini keberadaanya terus diminati oleh konsumen terutama berusia 15-34 tahun (Santoso 2016). Berikut merupakan 10 *restaurant* cepat saji berdasarkan banyaknya *outlet* yang tersebar di seluruh dunia.

Tabel 1. *Restaurant* cepat saji dengan jumlah *outlet* terbanyak di dunia tahun 2020.

No	Nama Merek	Jumlah
1	Subway	44.229
2	McDonald's	36.900
3	Starbuck	25.085
4	KFC	20.404
5	Burger King	15.000
6	Domino's Pizza	14.200
7	Pizza Hut	13.728
8	Dunkin' Donuts	11.300
9	Baskin-Robbins	7.300
10	Hunt Brothers Pizza	7.300

Sumber: (cekaja.com)

Secara umum, keberadaan beberapa merek ternama dalam tabel diatas kerap di jumpai di Indonesia, berdampak kepada pola hidup masyarakat di masa sekarang yang identik dengan biaya hidup tinggi (Helmi,et.all 2019). Sehingga membeli

suatu produk makanan yang berkategori sebagai makanan “cepat saji” memiliki daya tarik tersendiri bagi sebagian kalangan untuk mengonsumsinya. Berangkat dari penjelasan tersebut, di masa sekarang makanan cepat saji diorientasikan sebagai makanan yang praktis dan lebih hemat dari segi waktu maupun biaya yang layak untuk dijadikan pilihan. Hal tersebut senada dengan pernyataan melalui artikel (Bramardianto.com) yang menjelaskan bahwa makanan cepat saji atau dikenal sebagai *fast food* unggul dalam kecepatan menghidangkannya, sehingga konsumen cukup datang dan memesan dalam beberapa menit sudah disediakan, melalui alasan tersebut dapat diketahui bahwa kecepatan pelayanan memengaruhi motivasi konsumen dalam membeli suatu produk terutama produk makanan. Dimana motivasi sendiri merupakan awal dari perilaku konsumen dalam mengambil suatu tindakan untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan sehingga berujung memperoleh kepuasan (Permatawatie 2019).

Melihat motivasi konsumen dalam mengonsumsi makanan cepat saji merek luar terus meningkat, menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk membuka *restaurant* makanan cepat saji yang sejenis dengan harga lebih terjangkau, maka dikenal dengan makanan cepat saji lokal. Saat ini terbukti mudahnya menjumpai makanan cepat saji di daerah yang tersebar di Indonesia. Di Daerah Istimewa Yogyakarta tersendiri terdapat lima *restaurant* makanan cepat saji lokal yang kerap dijumpai diantaranya: Olive Chicken, Popeye Express, Yoga Chicken, Chicken Crush, dan Rocket Chicken (Sindoro 2020).

Rocket Chicken adalah salah satu merek *restaurant Fast Food* lokal yang sudah bersertifikasi halal, dapat menjadi salah satu rekomendasi tempat makan bagi konsumen dikala kesibukannya dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Dengan

pola kemitraan perusahaan, Rocket Chicken menghadirkan menu unggulan *Fried chicken, Burger, Chinese food, dan Steak* yang diolah menggunakan bumbu pilihan namun tetap mengusahakan untuk bisa dijangkau oleh seluruh kalangan. Berdiri dari salah satu visinya yaitu “membangun jaringan *food stall* terbaik” menghasilkan suatu merek yang kerap dikenal masyarakat luas sehingga dalam waktu 10 tahun memasarkan secara *offline* dan *online* Rocket Chicken memiliki 728 *outlet* yang tersebar di daerah tingkat 1 sampai dengan tingkat 2 yaitu Jawa Tengah, Jawa Barat, Jawa Timur, dan DIY (Rocket Chicken.co.id).

Keberadaan Rocket Chicken di DIY mampu diterima baik oleh konsumen hingga terdapatnya 180 *outlet* yang tersebar di Kabupaten dan Kota Yogyakarta. Mengingat DIY merupakan salah satu provinsi dari Indonesia yang dikenal sebagai kota pelajar, maka keberadaan Universitas maupun perguruan tinggi juga menjadi salah satu tempat bagi pendatang luar daerah untuk menetap baik sementara maupun permanen, dengan tujuan umum mengenyam pendidikan atau berprofesi sebagai pekerja. Padatnya penduduk dengan beraneka macam kesibukan aktivitas sehari-hari membuat seseorang cenderung ingin serba lebih praktis yang biasanya lebih memilih membeli makanan jadi daripada harus mengolah. Selain itu, diberikannya kemudahan untuk dapat membeli secara *online* melalui aplikasi ojek *online* juga mendukung kemudahan bagi konsumen dalam membeli suatu produk. Meskipun begitu, ketika akan mengonsumsi makanan perlu memperhatikan kehalalannya, mengingat penduduk di DIY mayoritas sebagai seorang muslim.

Tabel 2. Jumlah Penduduk Menurut Agama di Daerah Istimewa Yogyakarta

Tahun	Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Budha	Lainnya
2016	3.489.646	100.324	160.211	3.349	3.200	746
2017	3.341.946	88.903	169.513	3.484	3.218	656
2018	3.468.544	89.866	170.540	3.604	3.218	761
2019	3.435.980	89.020	150.996	15.638	3.347	95

Sumber: (BPS Daerah Istimewa Yogyakarta, 2019)

Dari salah satu restaurant cepat saji yaitu Rocket Chicken yang mampu diterima dengan baik hingga memiliki ratusan *outlet* terlihat bahwa keinginan konsumen dalam mengonsumsi makanan cepat saji cukup tinggi. Bahkan di era modern ini, konsumen lebih dimanjakan lagi dengan adanya aplikasi ojek *online* sehingga pembelian produk Rocket Chicken semakin mudah. Maka menarik untuk mengungkap hal apa yang memotivasi konsumen dalam membeli produk makanan cepat saji secara langsung atau *offline* terutama konsumen muslim yang harus memperhatikan kehalalan ketika akan mengonsumsi suatu produk. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian di salah satu merek makanan cepat saji yaitu Rocket Chicken mengenai “Motivasi Konsumen Membeli Makanan Cepat Saji di Rocket Chicken” pada pembelian *offline*.

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui profil konsumen yang mengonsumsi makanan cepat saji di Rocket Chicken.
2. Untuk menganalisis motivasi konsumen dalam membeli makanan cepat saji di Rocket Chicken.

C. Manfaat

1. Manfaat Teoritis

Sebagai alas pijakan dalam pengembangan penelitian sekaligus referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan terhadap motivasi konsumen dalam membeli produk berlabel halal.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

a. Bagi penulis

Dapat memberikan pengalaman serta wawasan dalam menilai suatu fenomena yang terjadi di lapangan.

b. Bagi Masyarakat

Sebagai penambahan wawasan bahwa sertifikasi merupakan salah satu jaminan akan keamanan produk, maka perlu diperhatikan dalam memutuskan pembelian.

c. Bagi Wirausahawan

Untuk mengetahui motivasi konsumen dalam membeli makanan cepat saji sehingga dapat mengembangkan strategi pemasaran dalam keberlanjutan menjual produk.