

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama penyempurna atas semua agama yang sudah ada sebelumnya. Munculnya Islam membuka zaman baru dalam sejarah kehidupan manusia. Kelahiran Nabi Muhammad SAW adalah suatu peristiwa yang tiada duanya. Beliau adalah utusan Allah yang terakhir dan sebagai pembawa kebaikan bagi seluruh umat manusia (*rahmatan lil alamiin*). Michael Hart dalam bukunya yang terbaru, menempatkan beliau dalam daftar seratus orang yang memiliki pengaruh yang sangat besar dalam sejarah. Hart mengatakan bahwa Muhammad SAW terpilih untuk menempati posisi pertama dalam urutan seratus tokoh dunia paling berpengaruh. Hal tersebut dikarenakan bahwa beliau merupakan satu-satunya manusia yang memiliki kesuksesan paling baik di dalam kedua bidang yaitu bidang agama dan bidang duniawi.¹

Pada bidang agama, Islam merupakan kepercayaan yang menjunjung tinggi Keagungan Rasulullah, dan hal inipun tidak diragukan lagi kebenarannya. Sedangkan dalam bidang duniawi, Rasulullah merubah sistem ekonomi dan keuangan negara sesuai dengan ketentuan al-Qur'an sebagai pedoman umat islam. Tentu saja hal ini beliau lakukan setelah menyelesaikan persoalan politik dan konstitusional.

¹Adiwarman Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2002), 19.

Makanan yang haram itu terdiri dari:

1. Semua makanan yang disebutkan dalam al-Qur'an surat al-Maidah ayat 3, yang artinya:

“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah², daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya³, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah⁴, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. pada hari ini⁵ orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu Jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa⁶ karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

dan surat al-An'am ayat 145 yang artinya:

“Katakanlah: "Tiadalah aku peroleh dalam wahyu yang diwahyukan kepadaKu, sesuatu yang diharamkan bagi orang yang hendak memakannya, kecuali kalau makanan itu bangkai, atau darah yang mengalir atau daging babi - karena Sesungguhnya semua itu kotor - atau binatang yang disembelih atas nama selain Allah. Barangsiapa yang dalam Keadaan terpaksa, sedang Dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka Sesungguhnya Tuhanmu Maha Pengampun lagi Maha Penyayang".”

²Ialah: darah yang keluar dari tubuh, sebagaimana tersebut dalam surat Al An-aam ayat 145.

³Maksudnya ialah: binatang yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk dan yang diterkam binatang buas adalah halal kalau sempat disembelih sebelum mati.

⁴Al Azlaam artinya: anak panah yang belum pakai bulu. orang Arab Jahiliyah menggunakan anak panah yang belum pakai bulu untuk menentukan Apakah mereka akan melakukan suatu perbuatan atau tidak. Caranya ialah: mereka ambil tiga buah anak panah yang belum pakai bulu. setelah ditulis masing-masing Yaitu dengan: lakukanlah, jangan lakukan, sedang yang ketiga tidak ditulis apa-apa, diletakkan dalam sebuah tempat dan disimpan dalam Ka'bah. bila mereka hendak melakukan sesuatu Maka mereka meminta supaya juru kunci ka'bah mengambil sebuah anak panah itu. Terserahlah nanti Apakah mereka akan melakukan atau tidak melakukan sesuatu, sesuai dengan tulisan anak panah yang diambil itu. kalau yang terambil anak panah yang tidak ada tulisannya, Maka undian diulang sekali lagi.

⁵Yang dimaksud dengan hari ialah: masa, Yaitu: masa haji wada', haji terakhir yang dilakukan oleh Nabi Muhammad s.a.w.

⁶Maksudnya: dibolehkan memakan makanan yang diharamkan oleh ayat ini jika terpaksa.

yaitu daging babi, darah, bangkai, binatang yang disembelih atas nama selain Allah.

2. Semua makanan yang najis dan kotor, seperti daging anjing, ludah dan lain sebagainya.
3. Semua jenis makanan yang mendatangkan bahaya terhadap jiwa raga, akal, moral dan aqidah.
4. Makanan yang dipersembahkan untuk upacara keberhalaan atau sesaji.
5. Makanan yang berasal dari bagian tubuh binatang yang masih hidup.
6. Makanan yang mengandung zat-zat yang memabukkan, seperti makanan yang mengandung alkohol, wiski, bir, dan lain-lain.⁷

Makanan yang baik (*thayyib*) bisa dilihat dari dua segi. Pertama, makanan yang baik menurut zat yang dikandungnya. Berdasarkan ilmu kesehatan, makanan yang memiliki kandungan protein dan zat-zat penting yang dibutuhkan oleh tubuh (seperti susu, telur, daging dan lain-lain) sangat berpengaruh bagi kesehatan jasmani manusia. Kedua, makanan yang baik menurut cara perolehannya. Artinya, makanan tersebut diperoleh dengan cara yang telah ditentukan di dalam Islam (halal) serta dapat membawa dampak kepada yang mengkonsumsi makanan tersebut. Bahwa makanan yang halal dapat mengakibatkan timbulnya perilaku positif, dan sebaliknya makanan yang haram akan membawa kepada perilaku negatif bagi yang mengkonsumsi. Sedangkan makanan yang tidak baik untuk dikonsumsi adalah makanan

⁷Chatibul Umam, *Fiqh* (Kudus: Menara Kudus, 1990), 63.

dengan kandungan bibit penyakit di dalamnya dan yang sudah busuk (basi) serta diperoleh dengan cara yang haram.⁸

Dalam era globalisasi ini, perkembangan dunia usaha semakin berkembang pesat. Berbagai usaha baik dibidang jasa maupun produksi semakin bersaing menjangkau dan mempertahankan konsumennya. Oleh karena itu sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen dalam kegiatan perekonomian.

Untuk mengantisipasi tingkat persaingan yang semakin ketat ini, maka para produsen makanan terus menyiasati layanan yang diberikan kepada konsumen. Antara lain dengan cara memberikan harga produk yang pada umumnya murah, produk yang selalu segar, dan sebagainya. Salah satu tujuan produsen memunculkan produk-produk makanan dengan harga yang murah adalah agar dapat dijangkau oleh konsumen, terutama konsumen menengah ke bawah, sehingga konsumen kelas menengah ke bawah juga dapat mengikuti gaya hidup saat ini.

Namun bagi konsumen muslim tidak begitu saja memutuskan mengkonsumsi suatu produk tertentu. Seorang muslim harus tetap memperhatikan segi *halalan thayibah*. Banyaknya inovasi baru dalam produk konsumsi membuat berbagai jenis makanan yang diharamkan ikut tercampur. Misalnya pada suatu produk makanan, dalam pembuatannya dicampur dengan alkohol agar lebih awet dan lebih sedap rasanya. Produk ini dinilai tidak baik

⁸Muhammad Matsna, *Qur'an Hadits* (Semarang: Toha Putra, 1997), 41-42.

karena dapat menyebabkan beberapa gejala penyakit yang merugikan bagi kesehatan tubuh.

Masalah keamanan pangan masih merupakan masalah penting dalam bidang pangan di Indonesia, dan perlu mendapatkan perhatian khusus dalam program pengawasan pangan. Penyakit dan kematian yang ditimbulkan melalui makanan di Indonesia sampai saat ini masih tinggi, walaupun prinsip-prinsip pengendalian untuk berbagai penyakit tersebut pada umumnya telah diketahui. Pengawasan pangan yang mengandalkan pada uji produk akhir tidak dapat mengimbangi kemajuan yang pesat dalam industri pangan, dan tidak dapat menjamin keamanan makanan yang beredar di pasaran.⁹

Namun sekarang, di tengah aktivitas dan kesibukan konsumen yang semakin kompleks, dimana konsumen tidak mungkin melihat sendiri proses pembuatan produk makanan tertentu, maka produsen harus tanggap terhadap kondisi tersebut. Penggunaan bahan dasar yang halal mewakili prinsip "*halalan*" sedangkan prinsip "*thayyibah*" bisa dilihat dari komposisi bahan dan kebersihannya. Dengan begitu sangat mudah bagi konsumen muslim untuk menentukan produk mana yang boleh dan tidak dikonsumsi.¹⁰

Selain itu, suatu produk yang dijual atau ditawarkan oleh suatu perusahaan haruslah memiliki standar kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan kepada pihak lain. Dalam menentukan kualitas suatu produk, hendaknya dipengaruhi oleh etika-etika yang mendasar, seperti dilihat dari sudut keadilan. Kebebasan berkreasi dalam bisnis serta landasan-landasan

⁹Sudarmaji, *Analisis Bahaya dan Pengendalian Titik Kritis*, <http://www.jurnal.unair.ac.id>, 10 April 2007, diakses tanggal 2 januari 2016.

¹⁰Nursya Bani Purnama, *Manajemen Kualitas Perspektif Global*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2006),19.

lainnya juga diperlukan dalam bisnis islami yang tidak akan merugikan orang lain.

Dalam wilayah kota Kediri, terdapat satu tempat dengan *branding* Kampung Katering. Tempat tersebut berada di Bendon Gang I Kelurahan Banjaran, Kecamatan Kota, Kota Kediri. Pemberian nama Kampung Katering pada Bendon Gang I Kelurahan Banjaran tersebut, dikarenakan mayoritas warganya memiliki usaha katering, baik kue maupun nasi. Ada beberapa pengusaha yang telah menjalankan usahanya lebih dari tiga tahun dan sudah dikenal oleh banyak orang. Diantaranya adalah ibu Nu'in Nursandi, ibu Sri Rejeki, ibu Nur Yati, ibu Ro'isah, ibu Retno, ibu Suprapti, ibu Nisa Putri dan ibu Sutaryani. Dari beberapa pemilik katering tersebut, terdapat persamaan karakteristik pada produk yang dihasilkan. Seperti mengenai harga, kejujuran, ke higienisan, kehalalan, dan citra merek yang baik telah melekat kuat pada Kampung Katering.

Hal yang membedakan produk kue olahan produsen Kampung Katering dengan kue olahan produsen di luar wilayah Kampung Katering sendiri adalah mengenai waktu pembuatan. Produsen Kampung Katering hanya akan membuat kue atas pesanan pelanggan. Sedangkan produsen luar Kampung Katering lebih memilih membuat kue terlebih dahulu yang kemudian ditawarkan kepada konsumen ataupun pelanggan. Hal ini akan berakibat pada kualitas produk atau kue yang dihasilkan.

Peneliti memutuskan untuk memilih ibu Sutaryani sebagai objek penelitian dalam penelitian ini. Hal tersebut dikarenakan beliau adalah salah

satu pelaku industri yang menggeluti dunia kuliner di Bendon gang I Kelurahan Banjaran Kota Kediri serta pencetus ide untuk membentuk suatu pusat usaha kue di lingkungan sekitar tempat tinggalnya. Awalnya usaha kue ini hanya dijadikan sebagai usaha sampingan oleh ibu Sutaryani dengan melibatkan warga di lingkungan sekitar tempat tinggalnya. Seiring berjalannya waktu, usaha kue tersebut semakin mendapatkan banyak pesanan. Melihat peluang ini, warga yang awalnya hanya membantu proses produksi usaha kue ibu Sutaryani, berinisiatif untuk membuka usaha kue secara mandiri. Mereka memutuskan untuk keluar dan membuka usaha kue dengan modal masing-masing. Sampai akhirnya terbentuklah pusat kue di Bendon gang I, Kelurahan Banjaran, Kec. Kota, Kota Kediri.

Selain itu, produksi kue ibu Sutaryani sudah dikenal banyak orang dengan ke higienisan dan kehalalan dalam proses pengolahan kue produksinya. Beliau juga berlaku jujur dalam memberikan harga kue yang ditawarkan kepada konsumen dan sudah sesuai dengan kualitas kue tersebut. Pelayanan yang ramah dan baik juga diterapkan dalam melayani pesanan kue kepada konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk membahas, mengkaji dan menganalisis masalah tersebut dengan menuangkannya kedalam bentuk penelitian yang judul **"HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DENGAN MINAT PEMBELIAN ULANG KONSUMEN DITINJAU DARI EKONOMI SYARI'AH (Studi Kasus**

Usaha Produk Kue Ibu Sutaryani “Yani Djaswadi Griya Katering” Jl. PK Bangsa, Bendon Gang I, Kelurahan Banjaran, Kec. Kota, Kota Kediri”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Bagaimana hubungan antara kualitas produk dengan minat pembelian ulang konsumen (Studi kasus usaha produk kue ibu Sutaryani di Jl. PK Bangsa, Bendon gang I, Kelurahan Banjaran, Kec. Kota Kediri)?
2. Bagaimana hubungan antara kualitas produk dengan minat pembelian ulang konsumen ditinjau dari ekonomi syari’ah (Studi kasus usaha produk kue ibu Sutaryani di Jl. PK Bangsa, Bendon gang I, Kelurahan Banjaran, Kec. Kota Kediri)?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Hubungan antara kualitas produk dengan minat pembelian ulang konsumen (Studi kasus usaha produk kue ibu Sutaryani di Jl. PK Bangsa, Bendon gang I, Kelurahan Banjaran, Kec. Kota Kediri)
2. Hubungan antara kualitas produk dengan minat pembelian ulang konsumen ditinjau dari ekonomi syari’ah (Studi kasus usaha produk kue ibu Sutaryani di Jl. PK Bangsa, Bendon gang I, Kelurahan Banjaran, Kec. Kota Kediri)

3. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan secara Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca di bidang keilmuan Ekonomi Syari'ah.

2. Kegunaan secara Praktis

a. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan berharga dalam pengembangan pengetahuan dan menambah khazanah bacaan ilmiah.

b. Bagi Produsen

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bagi produsen dapat memberi gambaran mengenai perilaku konsumen dan diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran untuk menentukan kebijaksanaan dalam pengambilan keputusan yang harus dilakukan, guna mempertahankan efisiensi dan kontinuitas produsen.

c. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini, peneliti dapat meningkatkan kemampuan dalam melakukan suatu penelitian ilmiah khususnya dalam bidang ilmu Ekonomi Syari'ah.

d. Bagi Konsumen

Sebagai bahan pertimbangan dalam memilih produk yang hendak di beli dan juga ketika akan mengambil keputusan dalam pembelian secara berulang.

4. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari kata “*hypo*” yang berarti “di bawah” dan “*thesa*” yang berarti “kebenaran”. Hipotesis dapat diidentifikasi sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih di uji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka.¹¹

H_a: ada hubungan antara kualitas produk dengan minat pembelian ulang konsumen ditinjau dari ekonomi syari’ah.

H_o: tidak ada hubungan antara kualitas produk dengan minat pembelian ulang konsumen ditinjau dari ekonomi syari’ah.

5. Batasan Penelitian

Agar pembahasan dalam penelitian ini tidak melebar jauh dari apa yang dimaksudkan oleh peneliti, maka peneliti menetapkan ruang lingkup dan batasan dalam hal :

1. Obyek penelitian, obyek yang diteliti adalah konsumen produk kue “Yani Djaswadi Griya Katering” Jl. PK Bangsa, Bendon Gang I, Kelurahan Banjaran, Kec. Kota, Kota Kediri.

¹¹Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif (analisis isi dan analisis data sekunder)*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2010), 63.

2. Kualitas produk yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah kualitas produk yang menjadi perhatian utama dari produsen. Mengingat kualitas produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen yang merupakan tujuan utama dari kegiatan pemasaran yang dilakukan produsen.
3. Indikator Kualitas Produk:
 - a. *Brand*/merek, beri nama produk yang bercitra dan bergengsi sehingga akan mudah diingat oleh para konsumen
 - b. Keistimewaan, tunjukkan secara rinci keistimewaan produk yang memiliki daya tarik religius (halal) yang akan ditawarkan kepada konsumen
 - c. Jujur, jika terdapat produk yang cacat, jelaskan cacatnya kepada konsumen tanpa harus berbohong, berdusta, bahkan sampai mengucapkan sumpah serapah. Jika hal itu terjadi, bisnis yang dijalankan tidak akan berkah dan keuntungan akan hilang/rusak
 - d. Manfaat, tunjukkan kepada konsumen mengenai manfaat utama produk tersebut
 - e. Kemasan, buat kemasan yang menarik dan rapi sehingga produk dapat terlindungi dengan baik
 - f. Pelayanan, layani konsumen dengan sikap yang ramah, santun, berikan senyuman, ucapkan terima kasih, dan jika keliru tidak perlu gengsi untuk mengucapkan permintaan maaf, serta jangan mengajak konsumen berdebat sekalipun kita benar.

4. Indikator Minat Pembelian Ulang:
 - a. Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsinya.
 - b. Minat referensial: yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain, dengan referensi pengalaman konsumsinya.
 - c. Minat preferensial yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk atau jasa yang telah dikonsumsi. Preferensi ini hanya dapat diganti bila terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
 - d. Minat eksploratif yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang dilanggannya.
5. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis membatasi permasalahan penelitian pada minat pembelian ulang konsumen maupun pelanggan terhadap kualitas produk kue “Yani Djaswadi Griya Katering”.

6. Telaah Pustaka

Penelitian mengenai kualitas produk dan keputusan pembelian ulang konsumen telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Diantaranya adalah penelitian oleh:

1. Jurnal penelitian Putu Ayu Yulia Pusparani dan Ni Made Rastini dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali Tahun 2014 yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KAMERA CANON DIGITAL SINGLE LENS REFLEX (DSLR) DI KOTA DENPASAR”. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai koefisien jalurnya 0,191. Hal ini menandakan semakin tinggi kualitas produk maka konsumen akan merasa puas menggunakan produk. Kemudian *brand image* berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai koefisien jalurnya 0,364. Hal ini menandakan semakin baik citra merek dibenak konsumen maka konsumen akan merasa puas menggunakan produk.

Penelitian ini mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti teliti. Persamaannya terletak pada metode yang digunakan yaitu kuantitatif, dan kualitas produk sebagai variabel independen yang dipakai. Namun dalam penelitian ini, variabel independen berjumlah sebanyak dua variabel, yaitu kualitas produk dan *brand image*, sedangkan variabel yang akan peneliti teliti hanyalah kualitas produk. Perbedaan lainnya adalah variabel dependen dalam penelitian ini, yaitu kepuasan konsumen, sedangkan variabel dependen pada penelitian yang akan peneliti teliti adalah minat pembelian ulang konsumen. Selain itu, Produk dan objek penelitian ini juga berbeda dengan penelitian yang akan

peneliti lakukan. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen kamera DSLR di Kota Denpasar, sedangkan pada penelitian yang akan peneliti lakukan adalah konsumen produk kue “Yani Djaswadi Griya Katering”.

2. Skripsi Yuzza Bayhaqi dari Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang Tahun 2006 yang berjudul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, DAN KEUNGGULAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA MINAT MEMBELI ULANG (Studi Kasus pada Auto Bridal Semarang). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa:
 - a. Variabel kualitas layanan menunjukkan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang ditunjukkan dengan nilai estimasi sebesar 0,38.
 - b. Kinerja yang negatif pada produk mempunyai pengaruh negatif pada kepuasan pelanggan dan kerja yang positif pada produk mempunyai pengaruh positif pada kepuasan pelanggan, yang ditunjukkan dengan nilai estimasi sebesar 0,30.
 - c. Pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan bahwa ada pengaruh yang searah antara kepuasan pelanggan dengan minat membeli ulang. Variabel kepuasan pelanggan menunjukkan pengaruh positif terhadap minat membeli ulang, yang ditunjukkan dengan nilai estimasi sebesar 0,46.

Penelitian ini mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian akan peneliti lakukan. Persamaannya terletak pada metode penelitian, yaitu

kuantitatif dan minat pembelian ulang konsumen sebagai variabel dependen yang digunakan. Sedangkan titik perbedaannya terletak pada variabel independennya, dalam penelitian ini variabel independennya adalah kualitas layanan dan keunggulan produk, sedangkan dalam penelitian yang akan peneliti lakukan adalah kualitas produk. Selain itu, objek penelitian ini juga berbeda dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Objek pada penelitian yang akan peneliti lakukan adalah konsumen produk kue “Yani Djaswadi Griya Katering”, sedangkan dalam penelitian ini adalah pelanggan “Auto Bridal Semarang”.