

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa era globalisasi ini banyak sekali masyarakat yang susah mencari pekerjaan. Ditambah lagi pada masa 2019 kemarin banyak sekali masyarakat di Indonesia yang mengalami pemberhentian kerja yang disebabkan oleh adanya virus Covid-19 yang membuat pekerja terkena virus tersebut, dan ditambah lagi larangan pemerintah untuk melakukan aktivitas di luar ruangan seperti berangkat bekerja.

Maka dari itu banyak sekali perusahaan yang mengurangi tenaga kerja mereka yang bias akita sebut dengan PHK. Tenaga kerja sendiri atau bisa disebut dengan pekerja ialah manusia yang berperan penting dalam sebuah pembangunan nasional. Tenaga kerja juga adalah kunci paling penting di dalam sebuah pembangunan nasional untuk mencapai kesejahteraan umum serta kehidupan yang lebih baik dari sebelumnya. Tenaga kerja juga adalah kunci paling penting di dalam sebuah pembangunan nasional untuk mencapai kesejahteraan umum serta kehidupan yang lebih baik dari sebelumnya. Para pekerja juga bisa di bilang sangat menentukan kesuksesan dalam suatu perusahaan (BPS, 2020).

Walaupun pekerja sangat begitu penting untuk sebuah perusahaan, akan tetapi wabah virus covid ini membuat para pekerja kehilangan pekerjaannya. Di Indonesia sendiri ada banyak jumlah pekerja yang mengalami pemberhentian kerja yang membuat para pekerja menjadi pengangguran. Tingkat pengangguran di Indonesia pada masa pandemic sangatlah meningkat. Maka dari itu banyak masyarakat Indonesia yang membuka peluang pekerjaan sendiri seperti membuat Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang sering kita sebut dengan UMKM.

BFC Restara Batanghari sendiri bisa di bilang dengan sebutan umkm, karena mereka mengelolah toko mereka dengan perseoranga. Mengapa mereka membuka toko BFC di daerah Batanghari karena di daerah Batanghari sendiri belum ada yang membuka penjualan BFC. Akan tetapi mereka membuka toko BFC tersebut di tempat yang begitu terpencil sehingga banyak pelanggan yang tidak tahu akan keberadaan

BFC tersebut. Tempatnya yang sangat kecil dan sempit membuat masyarakat Batanghari untuk makan di tempat juga tidak leluasa buat memakan pesanan mereka.

Harga yang di tawarkan oleh BFC Restara juga bisa di bilang mahal untuk Kawasan Batanghari. Mereka menyiapkan menu dari chicken dan ayam geprek yang sangat banyak di senangi oleh para konsumen dari muda hingga tua. Kurangnya Promosi di sosial media membuat orang tidak tahu akan keberadaan BFC Restara tersebut, maka dari itu rekomendasi kelompok salah satu cara untuk memberikan informasi dari orang ke orang.

Pengetahuan produk menjadi variabel kunci dalam upaya organisasi untuk mencapai kepuasan pelanggan dan juga untuk menarik pelanggan baru. Untuk mencapai tujuan tersebut organisasi seharusnya memperhatikan pengathauan produk apa yang di jual di toko dengan pengetahuan yang jelas di terima konsumen akan berdampak baik ke minat beli konsumen tersebut tetapi jika pengathauan produk ini diabaikan maka pelanggan akan mengalami kekecewaan karen kelsalahan pengethaun produk yang di terima oleh konsumen.

Label halal pada produk yang dijual dipasaran terutama di Indonesia mempunyai arti yang sangat penting dan dimaksudkan untuk melindungi masyarakat yang mayoritas beragama Islam agar terhindar dari melakukan pengonsumsian makanan dan minuman yang tidak halal (haram). Labelisasi Halal adalah penempatan tulisan untuk melakukan intruksi halal kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut hingga bisa disebut dengan produk halal. Sifat kehalalan produk produk yang dikonsumsi sangat penting dan harus benar-benar diperhatikan oleh umat beragama Islam (Kamilah, 2017)

Fenomena yang terjadi pada BFC Restara Batanghari dapat dilihat bahwa pengetahuan produk, label halal, dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian mengalami kenaikan yang kurang baik dikarenakan minimnya konsumen yang belum tau mengalami produk yang sudah berlabel dan bermerek.

Tantangan terbesar bagi merek yang baru masuk di pasaran adalah menciptakan kesadaran merek. Merek BFC Restara Batanghari belum banyak dikenal di kalangan masyarakat Batanghari dan sekitarnya.

BFC Restara Batanghari berusaha untuk meningkatkan kesadaran merek atas produk BFC dengan cara meningkatkan promosi mengenalkan produk mereka melalui sosial media yang produknya menggunakan produk sendiri yaitu BFC Restara. Hal tersebut untuk mendekatkan dan mengenalkan produk yang mereka tawarkan. Kesulitan menciptakan kesadaran merek salah satunya karena konsumen masih belum mengenal produk dengan sangat baik (Kloter, 2012).

Keputusan pembelian juga bisa diartikan sebagai sebuah pemikiran dari individu untuk mendapatkan pilihan dari berbagai produk yang ditawarkan, selain itu seseorang harus menentukan niatnya untuk membeli produk atau jasa maka dari itu keputusan pembelian merupakan sebuah ketentuan dari seseorang untuk menentukan keputusannya untuk membeli (Prihanti, 2019). Keputusan pembelian juga termasuk kedalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen itu sendiri betul untuk membeli. Hubungan antara atribut produk terhadap keputusan pembelian adalah pembelian rendah yaitu sekitar 6% sedangkan yang tertinggi yaitu 94% dipengaruhi oleh variable-variabel lain yang berada di luar dari atribut produk. Keputusan pembelian sebagai pemilihan suatu kegiatan dari dua kesukaan atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki kesukaan.

Pemilihan Rekomendasi Kelompok yang tepat mampu mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, terlebih pada produk makanan dimana konsumen membutuhkan referensi dari orang-orang yang sangat terpercaya konsumen dalam memutuskan pembelian produk makanan cenderung sangat berhati-hati. Ada beberapa factor yang mendorong keputusan pembelian, di antaranya adalah factor psikologis konsumen pride dan ferell (sopiah 2013).

Rekomendasi kelompok sendiri juga bisa di bilang dari orang ke orang untuk merekomendasikan BFC tersebut. Mereka membeli dari perorangan kemudian orang tersebut memberitahukan kepada masyarakat yang lain untuk membeli BFC tersebut. Karna tempatnya yang strategis dipinggir jalan akan tetapi toko nya sendiri ada di bagian yang tidak banyak orang tahu maka dari itu orang yang tahu akan tempat BFC tersebut memberitahukan ke masyarakat luas sehingga bisa di sebut dengan rekomendasi kelompok.

BFC Restara Batanghari sendiri mempunyai bnyak memiliki aneka ragam menu makanan yang dominan dengan ayam.

Tabel 1
Daftar Menu BFC Restara Batanghari Tahun 2022

No	MENU	HARGA
1	Paha Bawah Crispy	Rp. 8.000
2	Sayap Crispy	Rp. 8.000
3	Dada Atas Cripsy	Rp.11.000
4	Paha Atas Crispy	Rp.11.000
5	Dada Bulat Cripsy	Rp.11.000
6	Paha Bawah Crispy + Geprek	Rp.10.000
7	Sayap Crispy + Geprek	Rp.10.000
8	Dada Atas Cripsy + Geprek	Rp.13.000
9	Paha Atas Crispy + Geprek	Rp.13.000
10	Dada Bulat Cripsy + Geprek	Rp.13.000
11	Paha Bawah Crispy + Nasi	Rp.11.000
12	Sayap Crispy + Nasi	Rp.11.000
13	Dada Atas Crispy + Nasi	Rp.14.000
14	Paha Atas Crispy + Nasi	Rp.14.000
15	Dada Bulat Crispy + Nasi	Rp.14.000
16	Paha Bawah Crispy + Nasi	Rp.13.000
17	Sayap Crispy + Nasi	Rp.13.000
18	Dada Atas Crispy + Nasi	Rp.16.000
19	Paha Atas Crispy + Nasi	Rp.16.000
20	Dada Bulat Crispy + Nasi	Rp.16.000

No	MENU	HARGA
21	Es The	Rp.3.000
22	Jus Alpukat	Rp.5.000
23	Jus Mangga	Rp.5.000
24	Jus jeruk	Rp.5.000
25	Jus Buah Naga	Rp.5.000
26	Jus Nanas	Rp.5.000

Sumber, BFC Restara Batanghari, 2023

Tabel 1. Menjelaskan tentang daftar harga BFC Restara Batanghari dari tahun 2019 sampai dengan 2023.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya oleh penulis, maka peneliti merumuskan identifikasi masalah dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Banyaknya pesaing UMKM yang menjual makanan siap saji di Batanghari dan tidak mengetahui produk yang disediakan di BFC Restara.
2. Banyaknya masyarakat yang tidak mengetahui BFC restara ini sudah berlabel halal dan itu sangat mempengaruhi bagi pembeli yang akan membeli.
3. Tidak banyak masyarakat yang mengetahui tentang adanya merek BFC Restara.
4. Banyaknya masyarakat yang tidak mengetahui label halal.
5. Kurangnya menu yang disediakan di BFC Restara Batanghari mempengaruhi keinginan pembeli .
6. Ketidaktahuan masyarakat akan adanya BFC Restara Batanghari.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya oleh penulis, maka peneliti merumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan pembelian BFC Restara Batanghari?
2. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian BFC Restara Batanghari?
3. Apakah kesadaran merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian BFC Restara Batanghari?
4. Apakah kesadaran merek berpengaruh terhadap rekomendasi kelompok sebagai variable moderating
5. Apakah kelompok referensi memoderasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian BFC Restara Batanghari?
6. Apakah kelompok referensi memoderasi berpengaruh label halal terhadap keputusan pembelian BFC Restara Batanghari?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian BFC Restara Batanghari.
2. Untuk mengetahui apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian BFC Restara Batanghari.
3. Untuk mengetahui apakah kesadaran merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian BFC Restara Batanghari.
4. Untuk mengetahui apakah moderasi antara rekomendasi kelompok pada kesadaran merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian BFC Restara Batanghari.
5. Untuk mengetahui apakah moderasi antara rekomendasi kelompok pada pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk BFC Restara Batanghari.
6. Untuk mengetahui apakah moderasi antara rekomendasi kelompok pada label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk BFC Restara Batanghari.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun kegunaan yang didapatkan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan memperluas wawasan selama menempuh studi manajemen ke dalam karya nyata.

2. Bagi Objek Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk digunakan sebagai bahan untuk meningkatkan perusahaan dan menentukan Langkah-langkah selanjutnya, sehingga dapat meningkatkan penjualan dimasa yang akan datang.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu referensi atau masukan bagi para akademisi yang akan meneliti variable yang sama, juga penelitian ini dapat memberikan ilmu yang bermanfaat, penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dengan hasil penelitian lainnya.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini juga mencakup pembahasan mengenai “Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian BFC Restara Batanghari Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating”.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran mengenai penelitian ini maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi tentang pembahasan di tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN LITERATUR

Bab ini berisi tentang landasan dari teori-teori pendukung penelitian dengan sumber buku atau jurnal, hasil penelitian relevan, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, tahapan penelitian, definisi operasional variable, Teknik pengumpulan data, instrument penelitian dan analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum dan objek penelitian dan hasil penelitian

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN