

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

**Gambar 1.1**  
**Data Pertumbuhan Industri Minuman dan Makanan 2011-2022**



Kinerja industri makanan beserta minuman di Indonesia pada tahun 2022 mengalami pertumbuhan yang positif sebesar 4,67%. Industri minuman dan makanan masih menjadi bagian dari sektor sebagai penunjang perkembangan manufaktur serta ekonomi nasional pada tahun berikutnya. Industri minuman dan makanan memiliki kedudukan penting, dapat dilihat dari kontribusinya pada PDB industri non migas sebesar 34,95%.<sup>1</sup> Di Indonesia, perekonomian mengalami perkembangan yang cepat, mengakibatkan adanya macam-macam usaha baru yang membuat persaingan semakin meningkat, usaha kecil berkontribusi penting menjadi salah satu pilar perekonomian nasional, karena usaha kecil mampu menyerap tenaga kerja dan bisa bertahan saat terjadinya krisis ekonomi. Tingginya tingkat kesibukan mengakibatkan perubahan pola konsumsi pada masyarakat yang menginginkan makanan dan minuman menjadi praktis cepat saji. Orang yang menjalankan bisnis diharuskan mempunyai kepekaan mengenai berubahnya kondisi persaingan bisnis di lingkungannya. Untuk bertahan dalam persaingan bisnis, harus mempunyai strategi yang cukup baik agar dapat mempertahankan selera pelanggan. Memiliki usaha minuman di era modern ini, variasi produk mempunyai peran penting untuk memenangkan persaingan pasar, bisa dengan menciptakan variasi produk baru dengan cara mengkombinasikan beberapa bahan yang ada dengan menambahkan bahan atau varian

<sup>1</sup><https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/amp/>.

rasa baru, maka terciptalah menu yang baru. Semakin banyak variasi produk maka dapat menggaet pasar baru yang lebih luas, variasi produk tidak selalu menambah bahan atau memperkuat rasa, bisa dengan mengurangi bahan dengan tujuan menurunkan atau menciptakan rasa yang original.<sup>2</sup>

Banyaknya pesaing yang berlomba mencari cara untuk memuaskan pelanggan dengan harga yang lebih murah, sebagai pelaku bisnis harus mempunyai ide untuk mengembangkan produk aru yang berbeda dengan produk lain dan memperbaiki produk yang sekarang ini demi memuaskan kebutuhan para konsumen dan untuk menangani persaingan di pasar.<sup>3</sup>

Pertimbangan pelanggan dalam memutuskan berkunjung lagi atau tidaknya tergantung pada kualitas pelayanan terhadap konsumen. Tidak baiknya kualitas pelayanan akan berdampak mengenai rasa ketidakpuasan pelanggan yang membuat pelanggan tidak berniat untuk datang kembali ke outlet dan kualitas pelayanan yang buruk dapat merugikan bisnis.

Sedangkan baiknya kualitas pelayanan yang diterima pelanggan akan menghadirkan perasaan kebahagiaan serta andalan bagi pelanggan. Bagusnya kualitas pelayanan dapat diberikan dengan cara membantu konsumen dalam proses transaksi, menjaga kesabaran dalam menghadapi konsumen karena sebagian besar konsumen ingin mendapat pelayanan yang cepat, menjaga kesopanan dalam proses pelayanan, mengakui salah saat melakukan kesalahan dan segera meminta maaf terhadap konsumen serta mencari solusi yang tepat dan membantu memberikan kejelasan produk yang dijual agar mempermudah pelanggan dalam memahami produk yang dijual dan mempermudah dalam proses pemesanan.<sup>4</sup>

Konsep syari'ah di dalamnya menjelaskan bahwa Islam memprioritaskan dalam hal pelayanan yang berkualitas terhadap

---

<sup>2</sup>Novita Nur Fitria Dewi dan Lia Nirawati, Strategi Pemasaran Usaha Kue Chusnul Bakery Di Jalan Kedung Asem Surabaya, *Jurnal Disrupsi Bisnis* 4, No.3 (2021) : 201, diakses pada 27 Oktober 2022, [https://www.researchgate.net/publication/351960083\\_Strategi\\_Pemasaran\\_Usha\\_a\\_Kue\\_Chusnul\\_Bakery\\_Di\\_Jalan\\_Kedung\\_Asem\\_Surabaya](https://www.researchgate.net/publication/351960083_Strategi_Pemasaran_Usha_a_Kue_Chusnul_Bakery_Di_Jalan_Kedung_Asem_Surabaya) .

<sup>3</sup> Wawan Dhewanto, dkk., *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil dan Mikro*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 111.

<sup>4</sup> Budi Lestari dan Ivo Novitaningtyas, Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang, *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 2, No.3 (2021) : 151, diakses pada 27 Oktober 2022, <https://journal.jls-institute.org/index.php/jnmpsdm/article/view/374> .

pelanggan dapat berbentuk barang maupun jasa dalam keadaan yang tidak buruk atau baik dan dalam pemberian barang maupun jasa tidak diperbolehkan mempersembahkan kualitas yang rendah atau tidak baik.<sup>5</sup>

Minat beli ulang konsumen yaitu sikap pelanggan terhadap rasa ingin berbelanja ulang barang tersebut atas dasar pengalaman memilih, mengkonsumsi, mengenakan suatu produk. Penentu minat beli ulang terjadi dari beberapa perkiraan yakni dari minat untuk mempromosikan produk terhadap orang lain, minat ingin mengetahui mengenai informasi produk dan minat untuk membeli produk. Minat beli ulang terjadi karena munculnya kepuasan pada diri konsumen terhadap kesesuaian atas produk yang diinginkan oleh konsumen<sup>6</sup>

Salah satu pengusaha minuman kekinian yang meraup keuntungan besar dimasa pandemic tahun 2020 adalah Ria wijayanti (34 tahun) selaku pemilik dari Mandcap Jiwa. Bisnis ini berawal dari adiknya yang bernama Allisa Qotrun Nada (21 tahun) yang mempunyai inovasi untuk mencampurkan beberapa barang sehingga menjadi produk minuman yang di beri nama Dalgona dengan beberapa varian rasa kemudian dipasarkan melalui media sosial, kurang dari satu tahun kakak beradik ini berhasil membuka outlet Mandcap Jiwa yang berlokasi di Guyangan Trangkil Pati.

Mandcap jiwa menyediakan berbagai macam variasi produk makanan dan minuman kekinian, dengan adanya variasi produk yang tersedia pelanggan bisa memilih pantas dengan apa yang menjadi seleranya. Banyaknya variasi produk yang ada, Mandcap Jiwa dapat menyesuaikan selera konsumen, Jika ada yang tidak suka dalgona bisa memilih milky jelly series, boba series, ada juga teh dengan berbagai varian rasa atau minuman lainnya. Mandcap jiwa juga menyediakan berbagai makanan kekinian seperti seblak ori, seblak komplit, cilok kuah, sostel, cilok balado, aneka bakaran. Dengan harga yang standar atau bisa disebut murah serta kualitas produk

---

<sup>5</sup> Sunardi dan Sri Handayani, Kualitas Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, (2020) : 87, diakses pada 27 Oktober 2022, <http://jurnal.isvill.ac.id/index.php/JURNAL/article/view/24> .

<sup>6</sup> Budi Lestari dan Ivo Novitaningtyas, Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeeville-Oishi Pan Magelang, *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 2, No.3 (2021) : 152, diakses pada 30 Oktober 2022, <https://journal.jls-institute.org/index.php/jnmpsdm/article/view/374>.

bagua dan enak membuat konsumen datang kembali untuk membeli ulang.

Variasi produk berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap konsumen, dengan adanya variasi produk yang baru maupun menjaga kualitas produk yang telah tersedia seraya memberikan kualitas pelayanan terbaik untuk konsumen, sehingga memunculkan rasa nyaman dan kepuasan pada diri konsumen. Kepuasan konsumen ini bermanfaat bagi perusahaan karena mereka akan datang membeli ulang, dengan begitu perusahaan akan mendapat keuntungan serta omset penjualan akan meningkat.

Peneliti menjadikan Mandcap Jiwa sebagai objek penelitian dikarenakan Mandcap Jiwa mempunyai kondisi yang bagus dibanding para pesaing disekitarnya. Selain itu, Mandcap Jiwa juga melayani pembelian online dari awal pandemi serta mulai menambahkan variasi produk guna meningkatkan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian, tetapi konsumen jarang melakukan pemesanan online dan jika konsumen melakukan pembelian langsung di outlet, konsumen memilih langsung memesan cukup banyak varian produk yang diinginkan. Hal ini dibuktikan konsumen karena saat melakukan pembelian online maupun offline, kualitas pelayanan dalam merespon pesanan konsumen cukup lama dan konsumen sering merasa kecewa karena ketersediaan variasi produk tidak konsisten. Dari waktu ke-waktu pesaing yang menjual produk minuman serupa di daerah Pati semakin bertambah yang memberikan dampak terhadap Mandcap Jiwa Pati yaitu mengalami naik turunnya minat beli konsumen dari tahun 2022 sampai sekarang (Ria Wijayanti, 2022). Dengan demikian, jika ketersediaan variasi produk terjaga serta menciptakan variasi produk terbaru dan meningkatkan kualitas pelayanan sesuai yang diharapkan konsumen maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sehingga dapat mempengaruhi minat beli ulang konsumen.<sup>7</sup>

Melati Ramadhani dkk melakukan penelitian menggunakan judul “ Pengaruh Experiental Marketing dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Outlet Street Boba Cabang Rawamangun” memaparkan variasi produk terdapat ppengaruh signifikan mengenai minat beli ulang pada pelanggan. Maksud dilakukannya penelitian ini, salah satunya guna menguji apakah variasi produk mempengaruhi tidaknya minat beli ulang kosnumen Mandcap Jiwa.

---

<sup>7</sup> Ria Wijayanti, wawancara oleh Maulida Lutfiana, 20 November 2022, wawancara 1, transkrip.

Berdasarkan persoalan tersebut, penulis berminat melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Islam Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Usaha Minuman Kekinian Mandcap Jiwa Pati”**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan diangkat adalah :

1. Bagaimana pengaruh variasi produk terhadap minat beli ulang konsumen di Mandcap Jiwa Pati?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan islam terhadap minat beli ulang konsumen di Mandcap Jiwa Pati?
3. Bagaimana pengaruh variasi produk dan kualitas pelayanan islam terhadap minat beli ulang konsumen di Mandcap Jiwa Pati?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang peneliti inginkan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh variasi produk terhadap minat beli ulang konsumen di Mandcap Jiwa Pati
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan islam terhadap minat beli ulang konsumen di Mandcap Jiwa Pati
3. Untuk menganalisis pengaruh variasi produk dan kualitas pelayanan islam terhadap minat beli ulang konsumen di Mandcap Jiwa Pati

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

- a. Memastikan teori serta memberi dukungan terhadap penelitian sebelumnya mengenai penyebab pengaruh minat beli ulang konsumen.
- b. Memberikan gagasan menurut teoritis serta ilmiah dalam perkembangan pengetahuan dan pengembangan kreatifitas mengenai variasi produk serta kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen.
- c. Bisa memperbanyak wawasan dan pandangan kepada manajer.

##### **2. Manfaat Praktis**

Kepada pelaku bisnis hasil penelitian bisa diterapkan yaitu :

- a. Penerapan strategi yang tepat untuk keberhasilan dalam pengembangan pelayanan serta kreatifitas variasi produk dari Outlet Mandcap Jiwa.

- b. Analisis permasalahan kecil dari usaha Mandcap Jiwa dan secara komperhensif, faktor-faktor dari dalam maupun dari luar Outlet Mandcap Jiwa.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Penataan penulisan dalam penelitian ini disusun guna mengetahui permasalahan yang akan dianalisis, saling berhubungan dengan masing-masing bagian. Maka penataan penulisan riset dibawah sebagai berikut :

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

##### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan deskripsi teori, pembahasan hasil-hasil penelitian terdahulu (yang serupa), kerangka berfikir serta hipotesis.

##### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Mendeskripsikan metode penelitian meliputi jenis beserta pendekatan, populasi, sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik analisis data dan teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini.

##### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan dari hasil yang didapat serta diteliti mengenai gambaran obyek penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

##### **BAB V : PENUTUP**

Bagian ini membahas mengenai simpulan beserta saran.