

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Sehingga manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu. Salah satunya melalui bekerja, sedangkan salah satu sebab pokok bekerja adalah berbisnis. Islam mewajibkan setiap Muslim khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rezeki.

Dalam Al-Qur'an Surah Ibrahim ayat 32-34 yang berbunyi sebagaimana berikut ini¹ :

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً
فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْفَلَكَ لِتَجْرِيَ فِي
الْبَحْرِ بِأَمْرِهِ ۗ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْأَنْهَارَ ﴿٣٢﴾ وَسَخَّرَ لَكُمُ الشَّمْسَ
وَالْقَمَرَ دَائِبِينَ ۗ وَسَخَّرَ لَكُمْ الَّيْلَ وَالنَّهَارَ ﴿٣٣﴾ وَءَاتَاكُمْ مِنْ كُلِّ
مَا سَأَلْتُمُوهُ ۚ وَإِنْ تَعُدُّوا نِعْمَتَ اللَّهِ لَا تُحْصُوهَا ۗ إِنَّ الْإِنْسَانَ
لَظَلُومٌ كَفَّارٌ ﴿٣٤﴾

Artinya : “Allah-lah yang menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air hujan dari langit. Kemudian Dia mengeluarkan dengan air hujan itu berbagai buah-buahan menjadi rezeki untukmu dan Dia telah menundukkan bahtera bagimu supaya bahtera itu berlayar di lautan dengan kehendak-Nya dan Dia

¹[Kitab suci Al-Qur'an surat Ibrahim ayat 32-34](#)

telah pula menundukkan (pula) bagimu matahari dan bulan yang terus-menerus beredar (dalam orbitnya) dan telah menundukkan bagimu malam dan siang. Dan Dia telah memberikan kepadamu (keperluanmu) dari segala apa yang kamu mohonkan kepada-Nya. Dan jika kamu menghitung nikmat Allah, tidaklah kamu dapat menghitungnya” (Q.S Ibrahim:32-34)’.

Memasuki abad 20 sampailah kita pada zaman perkembangan sejarah peradaban manusia, bahwa perubahan menjadi hal pasti dalam menjalankan proses berkehidupan di muka bumi ini. Hal ini bisa dibuktikan semakin meningkatnya pengaruh teknologi di berbagai aspek kehidupan. Pasalnya, era ini menuntut konektivitas di segala hal, juga diyakini dapat membawa perubahan terhadap perekonomian dunia dan kualitas kehidupan secara signifikan.

Belum juga usai pembahasan revolusi industri 4.0, di awal januari 2019 lalu telah beredar gagasan baru yang muncul dari peradaban Jepang yaitu society 5.0. Gagasan ini muncul atas respon revolusi Industri 4.0 sebagai signifikannya perkembangan teknologi, tetapi peran masyarakat sangat menjadi pertimbangan atas terjadinya revolusi industri 4.0. Hadirnya *Society 5.0* adalah era dimana semua teknologi kini telah menjadi bagian dari manusia itu sendiri. Internet bukan lagi hanya sebagai informasi melainkan untuk menjalani kehidupan. Sehingga meminimalisir adanya kesenjangan pada manusia dan masalah ekonomi di kemudian hari.²

Dengan berkembang pesatnya kemajuan zaman seperti sekarang ini, menjadikan para pelaku ekonom dimulai dari UMKM hingga perusahaan besar harus selalu melek terhadap situasi dan kondisi yang terjadi. Karena pengaruh perdagangan bebas dan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan seluruh perusahaan berlomba-lomba untuk menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen.

²Ahamad mardalis dan Sari utami. 2018. “kepedulian mahasiswa terhadap kehalalan (*Islamic branding*) produk kosmetik serta dampaknya terhadap minat beli”. URECOL Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Vol 18 No.2 , 69

Bisnis selalu memainkan peran penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial bagi semua orang di sepanjang abad dan semua lapisan masyarakat. Agama Islam sejak awal lahirnya, mengizinkan adanya bisnis karena Rasulullah sendiri awalnya juga seorang pebisnis ulung yang cukup lama sejak usianya masih cukup muda.³ Namun Rasulullah tidak begitu saja meninggalkan aturan, kaidah, ataupun batasan yang harus diperhatikan dalam menjalankan perdagangan atau bisnis. Diantara nilai-nilai dalam perdagangan atau bisnis adalah sifat kasih sayang yang telah dijadikan oleh Allah sebagai *trade mark* atau bisa disebut juga dengan *Islamic branding*.

Mengutip dari jurnal Astuti, E. N. K. dan B menurut Kotler et.al minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk⁴. Minat beli merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Sebagai seorang Muslim diwajibkan untuk mempertimbangkan apa yang dikonsumsinya, tidak hanya sebatas duniawi namun juga bagaimana agar tidak melanggar aturan apa yang diperintah Allah *Subhanahu Wata'ala*. Hal ini mengacu pada Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi⁵ :

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۚ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dariapa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh nyata bagimu” (Q.s Al-Baqarah 168).

³Alwi shihab, *Islam Inklusif*, (Bandung: mizan 1999). 172

⁴Astuti, E. N. K. dan B. (2013). *Analisis Pengaruh Komponen Pembentuk Ekuitas Merek terhadap Minat Beli*. ISBN: 978-979-636-147-2, 458-466.

⁵[Kitab suci Al-Qur'an surat al-baqarah ayat 168](#)

Bisnis yang berbasis Syariah mulai berkembang dengan semakin banyaknya lembaga keuangan dan badan usaha yang berbasis syariah saat ini. Salah satunya menjadi tren sekarang munculnya Cv. Mubarakfood cipta delicia merupakan panganan tradisional dari kota Kudus yang pengelolaannya dengan memperhatikan norma-norma yang berlaku dalam Islam. Cv. Mubarakfood cipta delicia merupakan usaha atau bisnis yang menggunakan konsep Syariah serta nuansa Islami, maka tidak lepas di dalamnya adanya aturan prinsip-prinsip Syariah yang menjadi ciri khas setiap unit usaha Syariah.

Dalam menjalankan Bisnis Islami umat Islam dituntut melaksanakan sesuai dengan ketentuan hukum baik yang wajib, sunnah, mubah, makruh, atau haram. Maka dalam melaksanakan suatu bisnis harus senantiasa mematuhi dan tetap berpegang teguh pada ketentuan Syariat.

Perusahaan ini tetap menjaga dan menerapkan nilai-nilai keIslaman dalam rangka meningkatkan grafik penjualan, sehingga dengan langkah ini akan tercipta suatu kepuasan terhadap palanggan. Maka dari itu obyek penelitian ini bertempat di Cv. Mubarakfood cipta delicia. Industri ini masuk dalam kategori makanan, tidak hanya itu namun jenang merupakan makanan yang tidak asing pada kota Kudus hal ini bisa dibuktikan dengan beberapa hasil capaian yang pernah diperoleh sampai titik internasional. Industri ini bermula dari industri kecil keluarga dan diteruskan turun temurun samapai sekarang generasi ketiga. Disetiap harinya industri ini tidak hanya memproduksi satu jenis rasa jenang namun bermacam-macam rasa. Perusahaan ini berlokasi didaerah glantengan kota kudus. Perusahaan jenang ini aman dikonsumsi dan menjaga kualitas, serta memberikan manfaat bagi masyarakat Kabupaten Kota Kudus khususnya, indonesia umumnya yang tetap memperhatikan nilai-nilai keIslaman.

Dengan Syariat selaku kendali dalam melaksanakan roda bisnis paling tidak memiliki tujuan yang meliputi⁶ :

1. Sasaran hasil, perihal ini berbentuk keuntungan modul ataupun keuntungan non modul. Sangat tidak dengan syariat selaku landasan dan pijakan dalam melaksanakan bisnis keuntungan yang diperoleh pula kan terus menjadi

⁶Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang:Waisongo Press,2009) 85-86

banyak. Serta pastinya proses yang dijalankan cocok dengan ketentuan.

2. Perkembangan hendak terus bertambah, ini bermaksud supaya bisnis yang dijalankan tidak hanya buat mengembalikan modal, mencari keuntungan semata. Perihal itu pula bertujuan supaya kedepannya dapat meningkatkan bisnis Islami tersebut lebih maju serta tumbuh.
3. Keberlangsungan, melaksanakan bisnis bukan berarti sehabis mendapatkan bermacam keuntungan hendak berakhir. Lebih dari itu, melaksanakan bisnis juga bertujuan buat terus menjadi tingkatkan mutu bisnisnya supaya bisnis yang kita kelola hendak senantiasa eksis dalam dunianya. Sepanjang bisa jadi jika bisa usaha bisnis wajib senantiasa bertahan.
4. Hendak memperoleh keberkahan serta keridlaan Allah. Dalam poin ini ialah puncak dari dijalankannya sesuatu bisnis. Tanpa terdapatnya perihal itu hingga keuntungan baik secara modul ataupun yang lain, peningkatan bisnis, eksistensi yang makin kokoh tidak hendak terdapatnya nilainya kala tidak memperoleh sesuatu keberkahan dari ridha Allah SWT. Aspek ini yang umumnya di pegang teguh oleh tiap Muslim dalam mengarungi dunia bisnis.

Islamic Branding digunakan buat bukti diri Islam (dengan kata Islam, Syariah, nama- nama Islam, Label Halal) dalam pemasaran produk mereka. *Islamic Branding* terdiri dari tiga klasifikasi ialah: *Islamic Brand by compliance, by origin serta by customer*. Secara pendek, *Islamic Branding* secara faktual dipakai oleh produk yang berasal dari Negeri Muslim, dan Negeri non Muslim yang membuat produk buat Konsumen Muslim. Mereka rela menghasilkan bayaran besar buat mendaftarkan produknya untuk memperoleh sertifikat Halal. Sertifikasi Halal membagikan keuntungan bagi seluruh konsumen, tidak cuma konsumen Muslim, sebab halal bukan saja kandungannya yang halal tetapi pula diproses dengan metode yang beretika, sehat serta baik.

Religiusitas secara universal dipaparkan berhubungan dengan kondisi (pengetahuan beragama, kepercayaan beragama) yang pengaruhi apa yang 4 dicoba dengan kelekatan emosional serta perasaan emosional tentang agama serta sikap.

Konsumen Muslim wajib selektif dalam memilah produk. Label Halal pada bungkus produk belum pasti menjamin kehalalan produk. Konsumen terkadang tidak yakin begitu saja terhadap produk yang bersertifikat halal. Mereka hendak mempelajari lebih lanjut bahan- bahan yang tercantum dalam produk tersebut buat membenarkan kalau produk tersebut betul- betul halal serta layak di konsumsi atau di pakai.

Syariat selaku basis pengendalian bisnis Islami dengan ketentuan halal-haram, ialah trade mark dan ikon untuk umat Islam. Perihal ini pulalah yang setelah itu bisa membedakan dengan bisnis non Islami. Bisnis non Islami berlandaskan pada sekulerisme yang bersendikan pada nilai- nilai material. Bisnis ini pula jauh dari gambaran halal-haram dalam melaksanakan roda bisnisnya, baik mulai dari perencanaan, penerapan, serta seluruh usaha yang dicoba dalam mencapai seluruh tujuan bisnisnya.

Puas atau tidak puas yang dirasakan seorang pelanggan merupakan bagian dari pengalaman terhadap suatu jasa atau barang yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman tersebut, pelanggan dapat membangun nilai-nilai tertentu, nilai tersebut akan berdampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk yang pernah dirasakannya. Perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik serta hasil produk yang berkualitas baik, maka akan membangun harapan bahwa produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan dan mampu memberikan nilai yang maksimal serta dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibandingkan kompetitor-kompetitor yang ada.

Cv. Mubarakfood cipta delicia merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang makanan yang menganut prinsip-prinsip pedoman ajaran Islam. Secara operasional, pelayanan, kualitas serta fasilitas yang diterapkan pada perusahaan ini tentunya hampir menyerupai perusahaan konvensional atau non Syariah pada umumnya kalau kurang cermat dalam mengamati. Namun konsep dari Cv. Mubarakfood cipta delicia ini menyeimbangkan aspek-aspek spiritual Islam yang berlaku didalam pengelolaan dan pengoperasiannya. Utamanya pada *brand* yang dibangun serta nilai religiusitas yang di aplikasikan pada perusahaan. Padahal di lingkungan tersebut tersebut pula banyak yang memproduksi

jenang / dodol. Berangkat dari situ lah peneliti ingin melakukan penelitian terhadap konsumen muslim yang telah melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan dari pemaparan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada Cv. Mubarakfood cipta delicia yang konsisten dalam mempertahankan nilai-nilai ke Islaman pada suatu perusahaannya. Dan selanjutnya munculah judul penelitian sebagaimana berikut, **“ANALISIS ISLAMIC BRANDING DAN NILAI RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM PADA CV. MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA”**.

B. Rumusan Masalah

Perusahaan yang beradat keIslamian maka perusahaan oleh-oleh khas Kota Kudus ini, ialah Jenang dodol Mubarakfood cipta delicia, sangat mengutamakan *Islamic branding* dan nilai religiusitas untuk menunjang kuantitas penjualan. Berdasarkan uraian latar belakang dalam penelitian di ini, muncullah pokok permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Islamic branding* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap konsumen Muslim pada Jenang Cv. Mubarakfood cipta delicia ?
2. Apakah nilai religius mempengaruhi terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim pada Jenang Cv. Mubarakfood cipta delicia ?

C. Tujuan Penelitian

Hadirnya penelitian ini bertujuan untuk sebagaimana berikut :

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Islamic branding* terhadap keputusan pembelian terhadap konsumen Muslim pada Jenang Cv. Mubarakfood cipta delicia.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh nilai religius terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim pada Jenang Cv. Mubarakfood cipta delicia.

D. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam segi teoritisnya maupun dalam segi praktisnya serta dalam berbagai aspek kebutuhan lainnya. Sebagaimana yang telah terangkum sebagaimana berikut ini :

1. Kontribusi Teoritis
 - a. Sebagai bahan acuan bagi peneliti yang berminat mengadakan penelitian lebih lanjut tentang analisis *Islamic branding* dan nilai religius terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim.
 - b. Bagi penulis untuk mengembangkan wawasan keilmuan dan menambah pengetahuan tentang analisis *Islamic branding* dan nilai religius terhadap keputusan pembelian konsumen muslim.
 - c. Membuktikan kebenaran teori regresi terhadap pengaruh *islamic branding* dan nilai religiusitas terhadap keputusan konsumen muslim pada Cv. Mubarokfood cipta delicia.
2. Kontribusi Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan tentang analisis *Islamic branding* dan nilai religiusitas terhadap keputusan pembelian konsumen muslim serta penelitian sebelumnya.
 - b. Bagi perusahaan, diharapkan dapat memahami perilaku konsumen saat memutuskan untuk membeli suatu produk khususnya pada Jenang Mubarokfood cipta delicia kudus. Penelitian ini juga bisa digunakan acuan untuk pembaruan analisis *islamic branding* dan nilai religiusitas agar dapat melibatkan pelanggan dalam pembelian yang konsisten terhadap suatu prodak Jenang Mubarokfood.
 - c. Bagi masyarakat, diharapkan bisa menjadi pusat informasi masyarakat mengenai pentingnya *islamic branding* dan nilai religiusitas terhadap keputusan konsumen muslim pada Cv. Mubarokfood cipta delicia.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini tentunya mengacu berdasarkan pada buku pedoman penyelesaian tugas akhir program sarjana (Skripsi) yang dikeluarkan oleh lembaga

penjaminan mutu (LPM) IAIN Kudus. Dengan demikian dalam penulisan skripsi ini sangatlah mudah untuk difahami dianalisa oleh banyak orang yang membacanya. Berikut adalah sistematika yang digunakan dalam penulisan penelitian ini.

1. Bagian Awal

Pada bagian ini berisikan halaman sampul, halaman judul, halaman persembahan, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, halaman motto, halaman abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar terakhir lampiran.

2. Bagian Tengah

Selanjutnya bagian tengah merupakan bagian terpenting pada setiap karya tulis ilmiah ataupun penelitian lainnya. Bisa diibaratkan bagian ini merupakan bagian mesin yang menghubungkan dalam berbagai aspek sendi pada sebuah kendaraan. Oleh karena itu pada bagian ini berisikan sebagaimana berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dapat disebut pendahuluan bilamana dalam kerangka berisikan Pada latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini bertujuan untuk mengetahui atau membahas suatu teori yang digunakan pada penelitian serta yang berkaitan dengan judul yang digunakan dalam suatu penelitian. Hal ini meliputi : kajian teori yang berkaitan dengan judul, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, pertanyaan penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian memuat tentang jenis dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan juga teknis analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil akhir dalam suatu penelitian yang diinginkan seorang penulis yang di paparkan dengan jelas serta sesuai pengamatan lapangan atau sesuai resert yang ada. Dalam bab ini berisikan meliputi gambaran obyek penelitian, deskripsi data, analisis data penelitian yang diperoleh.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan, keterbatasan penelitian saran, serta terakhir penutup.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini berisikan daftar pustaka, daftar riwayat hidup, lampiran dan daftar data bukti penguat lainnya.

