

BAB 1

PENDAHULUAN

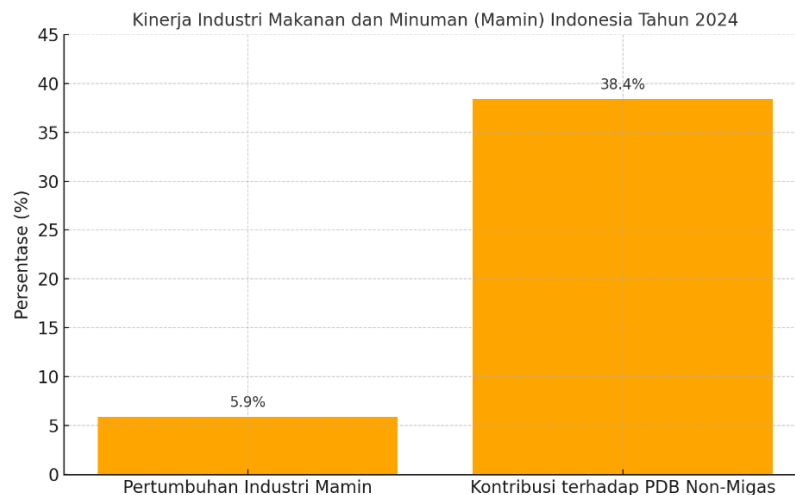
A. Latar Belakang

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam menopang perekonomian nasional. Sektor tersebut di Indonesia terus mengalami perkembangan yang sejalan dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin cepat dan praktis¹. Masyarakat cenderung memilih produk makanan dan minuman yang mudah dijangkau, terjamin kebersihannya, serta memiliki cita rasa yang sesuai dengan selera generasi muda. Kondisi tersebut membuat pelaku usaha di bidang kuliner harus mampu beradaptasi dengan kebutuhan dan preferensi konsumen agar dapat bersaing secara berkelanjutan. Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam menopang perekonomian nasional. Sektor ini termasuk ke dalam industri manufaktur pengolahan nonmigas yang pertumbuhannya tergolong stabil dan konsisten dari tahun ke tahun.

Data Kemenperin tahun 2024 menunjukkan bahwa sektor industri makanan dan minuman memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, dengan pertumbuhan mencapai 5,90% dan kontribusi sebesar 38,4% terhadap industri pengolahan non-migas pada triwulan II-2024. Capaian tersebut mencerminkan ketahanan dan daya saing tinggi sektor mamin di tengah fluktuasi ekonomi global, serta menunjukkan peran pentingnya dalam membuka lapangan

¹ Alifiana Alifiana, Sujarwo Sujarwo, and Desy Safitri Desy Safitri, "Peran Gen Z Dalam Mengubah Tren Konsumsi Dan Gaya Hidup Di Indonesia," *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 10, no. 1 (2025): 81–90.

kerja, mendorong ekspor, dan menarik investasi di bidang pengolahan makanan dan minuman². Deskripsi data tersebut dapat dilihat pada gambar grafik berikut:



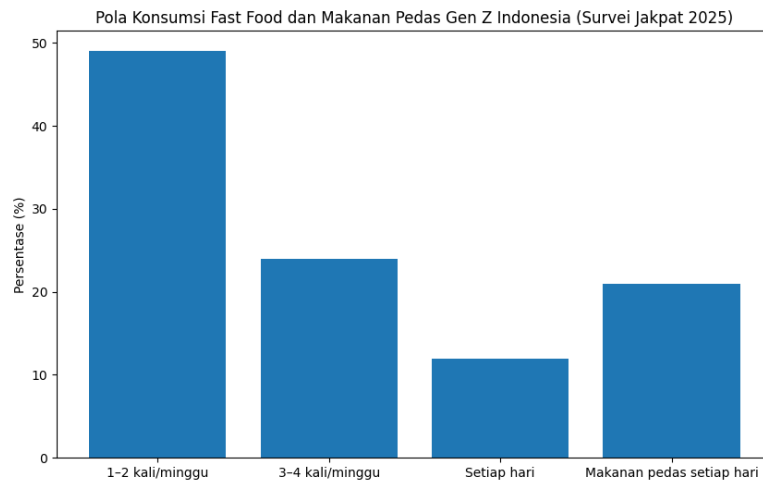
Gambar 1. 1 Data Industri Makanan dan Minuman 2024

Sumber: *Direktorat Jendral Industri Kecil , Menengah, dan Aneka Kementerian Perindustrian 2024*

Berdasarkan survei Jakpat tahun 2025, sebanyak 49% Gen Z Indonesia mengonsumsi makanan cepat saji 1–2 kali per minggu, 24% sebanyak 3–4 kali per minggu, dan 12% setiap hari. Selain itu, 21% Gen Z mengonsumsi makanan pedas setiap hari. Data ini menunjukkan bahwa generasi Z merupakan pasar potensial bagi UMKM ayam geprek karena karakteristiknya yang cenderung menyukai makanan praktis, cepat saji, dan bercita rasa pedas³.

² Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, “Industri Makanan Dan Minuman Tumbuh 5,53 Persen Dan Berkontribusi 40,33% Terhadap PDB Pengolahan Nonmigas,” 2024, <https://ikm.kemenperin.go.id>.

³ *Data Konsumsi Fast Food Dan Makanan Pedas Gen Z Indonesia, 2025*, <https://www.marketeers.com/riset-jakpat-49-gen-z-santap-makanan-cepat-saji-2-kali-sepekan>.



Gambar 1.2 Data Konsumsi Fast Food dan Makanan Pedas Gen z Indonesia

Sumber: <https://www.marketeers.com/riset-jakpat-49-gen-z-santap-makanan-cepat-saji-2-kali-sepekan>

Sertifikasi halal memiliki peran penting sebagai bentuk pengakuan resmi dari lembaga yang berwenang, seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), bahwa suatu produk telah memenuhi ketentuan kehalalan. Sertifikasi ini menjadi bukti nyata bahwa produsen berupaya menjaga standar halal dalam setiap proses produksinya. Keberadaan sertifikasi halal menjamin keamanan konsumen muslim merasa lebih terlindungi, sementara bagi pelaku usaha, hal ini dapat meningkatkan daya saing produk di pasaran serta memperkuat citra baik perusahaan di mata masyarakat⁴.

Kualitas produk menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi minat beli konsumen, seiring dengan meningkatnya perhatian terhadap mutu makanan dan minuman yang dikonsumsi. Konsumen cenderung memilih produk dengan cita

⁴ Hari Santoso Wibowo et al., “Pengaruh Sertifikasi Halal, Religiusitas, Dan Halal Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen UMKM,” *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam* 13, no. 1 (2025): 1–17.

rasa yang lezat, tekstur yang baik, kebersihan yang terjamin, serta penyajian yang menarik. Dalam industri kuliner, kualitas produk tidak hanya ditentukan oleh bahan baku yang digunakan, tetapi juga oleh proses pengolahan, tampilan, dan konsistensi rasa. Produk dengan kualitas yang unggul mampu memberikan pengalaman konsumsi yang memuaskan sehingga dapat membangun loyalitas dan kepercayaan konsumen terhadap merek atau usaha tersebut⁵.

Kualitas pelayanan merupakan aspek penting yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Dalam sektor usaha kuliner, pelayanan yang baik mampu menciptakan kesan positif serta memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan. Kualitas pelayanan mencakup keramahan karyawan, kecepatan dalam menyajikan pesanan, kenyamanan tempat, hingga kemampuan dalam menanggapi kebutuhan serta keluhan konsumen. Pelayanan yang memuaskan membuat konsumen merasa dihargai dan diperhatikan, sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan usaha tersebut kepada orang lain. Kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan serta memperkuat citra positif suatu usaha kuliner⁶.

Faktor harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan dan minat beli konsumen. Harga dijadikan acuan dalam menilai nilai dan kualitas suatu produk. Konsumen berasumsi bahwa harga yang tinggi mencerminkan kualitas produk yang lebih baik, sementara konsumen lain lebih sensitif terhadap harga dan

⁵ Winie Ismanto and Syafruddin Rais, "Pengaruh Kualitas Produk Jajanan Tradisional Terhadap Minat Beli Gen Z Di Pasar Penuin Kota Batam," *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora* 4, no. 3 (2024): 2307–18.

⁶ L. Mariana, "The Impact Of Service Quality On Purchase Intent And Consumer Satisfaction: An Analysis," *Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi* 4, no. 1 (2024): 19–27.

memilih produk dengan harga terjangkau. Pelaku usaha perlu menetapkan strategi harga yang proporsional dan kompetitif dengan mempertimbangkan keseimbangan antara nilai, kualitas, dan daya beli konsumen agar mampu bertahan dalam persaingan pasar⁷.

Fenomena meningkatnya perhatian masyarakat terhadap aspek kehalalan, kualitas produk, pelayanan juga harga terlihat pada perkembangan usaha kuliner lokal, salah satunya Ayam Geprek Sai. Kuliner ini menjadi salah satu contoh usaha makanan cepat saji yang berhasil menarik minat berbagai kalangan, terutama generasi muda. Menu ayam geprek yang identik dengan cita rasa pedas dan harga terjangkau menjadikannya pilihan favorit konsumen di berbagai daerah, termasuk di Cabang Kalitidu, Kabupaten Bojonegoro.

Penelitian ini mengangkat objek kajian pada usaha kuliner lokal Ayam Geprek Sai Cabang Kalitidu Kabupaten Bojonegoro yang masih jarang menjadi fokus penelitian sebelumnya. Studi terdahulu lebih banyak meneliti merek-merek kuliner berskala nasional seperti KFC, Mixue, atau McDonald's, sedangkan penelitian ini berfokus pada UMKM daerah yang mencerminkan perilaku pembelian masyarakat lokal. Penelitian ini menghadirkan kombinasi empat variabel utama, yaitu label halal, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga, dalam menganalisis pengaruhnya terhadap minat beli konsumen Generasi Z yang dikenal memiliki gaya hidup dinamis serta tetap memperhatikan nilai-nilai keagamaan dalam memilih produk. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis

⁷ Vichel Audrea Tesalonika, "Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pizza Hut Indonesia Melalui Kepuasan Konsumen," *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen* 4, no. 1 (2025): 904–22.

dalam memperkaya kajian tentang perilaku konsumen Muslim di sektor kuliner lokal serta menawarkan kontribusi praktis bagi pelaku usaha, khususnya Ayam Geprek Sai, untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen dalam konteks bisnis kuliner modern yang berlandaskan prinsip halal dan kualitas pelayanan.

Berdasarkan hal tersebut, penting untuk meneliti **pengaruh sertifikasi halal, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat beli konsumen Gen Z pada Geprek Sai cabang Kalitidu Kabupaten Bojonegoro**, agar dapat diketahui faktor yang paling berpengaruh dalam meningkatkan daya tarik dan keputusan pembelian konsumen terhadap produk kuliner tersebut.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian mengidentifikasi masalah-masalah terdapat di dalamnya, yaitu :

1. Masih perlu diketahui sejauh mana sertifikasi halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen Gen Z pada produk kuliner lokal seperti Ayam Geprek Sai.
2. Kualitas produk yang meliputi cita rasa, kebersihan, tampilan, dan konsistensi penyajian diduga menjadi faktor penting yang memengaruhi minat beli, namun belum diketahui tingkat pengaruhnya secara nyata.
3. Kualitas pelayanan seperti keramahan, kecepatan pelayanan, serta kenyamanan tempat makan berpotensi membentuk pengalaman positif konsumen, namun belum dapat dipastikan pengaruhnya terhadap minat beli.

4. Harga yang ditawarkan Ayam Geprek Sai perlu disesuaikan dengan daya beli dan persepsi nilai konsumen Gen Z, sehingga perlu diteliti bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan, maka ruang lingkup penelitian dibatasi pada beberapa hal sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada pengaruh sertifikasi halal, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat beli konsumen.
2. Objek penelitian dibatasi pada konsumen Generasi Z yang pernah melakukan pembelian atau mengonsumsi produk di Ayam Geprek Sai Cabang Kalitidu Kabupaten Bojonegoro.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di paparkan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah sertifikasi halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen Gen Z pada Ayam Geprek Sai Cabang Kalitidu Kabupaten Bojonegoro?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen Gen Z pada Ayam Geprek Sai Cabang Kalitidu Kabupaten Bojonegoro?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen Gen Z pada Ayam Geprek Sai Cabang Kalitidu Kabupaten Bojonegoro?

4. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen Gen Z pada Ayam Geprek Sai Cabang Kalitidu Kabupaten Bojonegoro?
5. Apakah sertifikasi halal, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen Gen Z pada Ayam Geprek Sai Cabang Kalitidu Kabupaten Bojonegoro?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal terhadap minat beli konsumen Gen Z pada Geprek Sai cabang Kalitidu Kabupaten Bojonegoro.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen Gen Z pada Geprek Sai cabang Kalitidu Kabupaten Bojonegoro.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen Gen Z pada Geprek Sai cabang Kalitidu Kabupaten Bojonegoro.
- d. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen Gen Z pada Geprek Sai cabang Kalitidu Kabupaten Bojonegoro.
- e. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan terhadap minat beli konsumen Gen Z pada Geprek Sai cabang Kalitidu Kabupaten Bojonegoro.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini, yaitu:

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis secara teoritis dan memperluas pengetahuan terkait pemahaman pengaruh sertifikasi halal, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli konsumen Gen z ayam geprek sapi pada cabang kalitidu kabupaten bojonegoro.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan literatur serta manfaat kepada seluruh kalangan khususnya Fakultas Keislaman Program Studi Ekonomi Syariah, sehingga penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan atau referensi dalam kegiatan pembelajaran.

c. Bagi Masyarakat

Sebagai informasi tambahan dalam menambah wawasan bagi masyarakat umum terkait pemahaman pengaruh sertifikasi halal, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli konsumen Gen z ayam geprek sapi pada cabang kalitidu kabupaten bojonegoro.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi skripsi ini, penulis menyusun sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN: Di dalamnya mencakup latar belakang penelitian, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, serta sistematika pembahasan. Bab ini memberikan gambaran umum mengenai alasan dan urgensi penelitian mengenai pengaruh label

halal, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat beli konsumen Gen Z pada Geprek Sai Cabang Kalitidu Kabupaten Bojonegoro.

BAB II KERANGKA TEORITIK: Memuat landasan teori yang menjadi dasar dalam pembahasan penelitian, meliputi teori-teori mengenai label halal, kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, serta minat beli konsumen. Selain itu, dalam bab ini juga dijelaskan hasil penelitian terdahulu yang relevan dan kerangka pemikiran yang menghubungkan antara variabel-variabel penelitian, serta hipotesis yang akan diuji.

BAB III METODE PENELITIAN: Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan oleh penulis, yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan untuk menguji pengaruh label halal, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat beli konsumen Gen Z pada Geprek Sai Cabang Kalitidu Kabupaten Bojonegoro secara sistematis dan terukur.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN: Bab ini menyajikan gambaran umum objek penelitian, deskripsi data responden, hasil analisis data, serta pembahasan mengenai pengaruh label halal, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat beli konsumen Gen Z. Selain itu, bab ini juga mengaitkan hasil temuan penelitian dengan teori-teori yang relevan dan hasil penelitian terdahulu, serta membahas implikasi hasil penelitian terhadap strategi pemasaran dan pengembangan usaha Geprek Sai.

BAB V PENUTUP: Bab ini menyajikan gambaran umum objek penelitian, deskripsi data responden, hasil analisis data, serta pembahasan mengenai pengaruh

label halal, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat beli konsumen Gen Z. Selain itu, bab ini juga mengaitkan hasil temuan penelitian dengan teori-teori yang relevan dan hasil penelitian terdahulu, serta membahas implikasi hasil penelitian terhadap strategi pemasaran dan pengembangan usaha Geprek Sai.