

BAB I

PENDAHULUAN

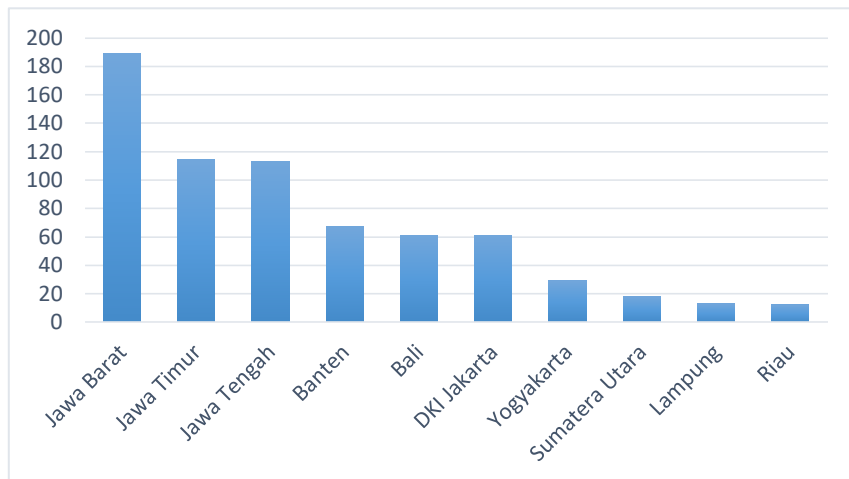
A. Latar Belakang Masalah

Industri makanan dan minuman Indonesia saat ini sedang mengalami perkembangan besar. Meningkatnya keinginan, perubahan gaya hidup, dan perubahan selera akan meningkatkan belanja konsumen. Hal ini terlihat dengan bermunculannya berbagai tempat baru dan semakin menyebarnya inovasi ke seluruh masyarakat. Agar tetap kompetitif, perlu memperhatikan pemahaman kebutuhan konsumen dan mencoba mendorong alasannya. Untuk menguasai pasar sasaran setiap perusahaan berlomba-lomba menghadirkan produk yang menarik, bahkan bermunculan kompetitor yang memasarkan produk serupa.

Makanan dan minuman populer yang disukai masyarakat Indonesia selalu berubah-ubah. Mixue, minuman dan ice cream yang berasal dari Tiongkok, saat ini semakin populer di Indonesia. Semua orang mengenal Mixue, dari anak-anak hingga orang dewasa. Mixue merupakan salah satu perusahaan franchise yang menawarkan produk ice cream dengan sajian yang lembut juga harga yang murah. Mixue mulai bermunculan di seluruh pelosok tanah air, cabang Mixue ada dimana-mana dan sudah mulai merambah berbagai pelosok Indonesia. Oleh karena itu, banyak orang dengan bercanda menjulukinya sebagai "pengisi toko kosong". Mereka bahkan menjuluki logo Mixue yang berbentuk manusia salju, walaupun begitu masih banyak masyarakat yang salah dalam mengucapkan Mixue. Cara pengucapan Mixue yang benar ternyata bukan Miksu, Miksue, Miks-ue, Mix-ue, Mik-su-e. Melrose Burhan membagikan cara membaca Mixue melalui akun

TikTok pribadinya @Melrose. Ini cara pengucapan Mixue yang baik dan benar adalah Mì Xuě, dengan versi yang lebih simpel yaitu Mishwe.¹

Walaupun sudah hampir empat tahun di Indonesia. Kehadiran outlet ice cream ini terus berkembang. Mixue, yang saat ini memiliki lebih dari ratusan gerai di seluruh negeri, pertama kali muncul di Indonesia pada tahun 2020 di Cihampelas Walk, Bandung. Menurut Goodstats pada tahun 2023 bulan Mei, sebanyak 10 provinsi memiliki outlet mixue terbanyak di Indonesia salah satunya provinsi Banten berada pada tingkat keempat outlet mixue terbanyak di Indonesia.



Grafik 1.1 Provinsi Dengan Gerai Mixue Terbanyak

Sumber: <https://data.goodstats.id/statistic>

Outlet Mixue The Avenue Cikupa sendiri mixue memiliki banyak peminatnya, apalagi ditambah tempat outlet yang strategis, dekat dengan sekolah dan tempat tinggal masyarakat. Setiap hari Sabtu dan Minggu lebih banyak orang yang menghabiskan waktu ditempat untuk merasakan ice cream mixue atau minuman mixue

¹ “Cara Pengucapan Mixue Dengan Benar” <https://vt.tiktok.com/ZSLrcMg8M/>, *Tik Tok*. Diakses pada tanggal 22 Juni 2023 Pukul 12.42 WIB.

lainnya. Tidak hanya anak-anak remaja saja yang membeli dan mengonsumsi mixue langsung ditempat, banyak orang dewasa baik laki – laki maupun perempuan, bapak – bapak ataupun ibu – ibu dengan membawa anak – anak mereka untuk mengonsumsi mixue langsung di tempatnya, dengan tempat yang nyaman dan memiliki dua lantai, pada lantai kedua pelanggan bisa melihat pemandangan yang bagus.

Banyak pelanggan yang datang berkali-kali untuk membeli ice cream Mixue dan minuman Mixue lainnya. Semakin bertambah banyak produk yang dipasarkan yang memiliki kualitas baik juga memprioritaskan kepuasan terhadap para pelanggan. Pelanggan akan merasakan kepuasan yang berbeda jika bisnis menyediakan produk dan layanan berkualitas tinggi. Jika produk sesuai atau melebihi ekspektasi pelanggan, mereka akan merasa puas, tetapi jika kualitas produk buruk atau di bawah ekspektasi, pelanggan akan kecewa. Kehalalan suatu produk juga membuat pelanggan merasa kepuasan serta tidak akan membuat pelanggan ragu akan membelinya.

Majelis Ulama Indonesia telah menetapkan melalui Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obat SKRIPSI RO'SA ROMDHONAH (3) - Copybatan, dan Kosmetika (LPPOM) bahwa minuman Mixue dan ice cream adalah halal. Ice cream mixue halal, dan sudah dikeluarkan peraturannya oleh MUI. Pada hari Rabu, 15 Februari panitia fatwa menggelar rapat umum untuk menerbitkan sertifikat halal mixue.² Hal-hal yang harus dikonsumsi oleh orang-orang yang beragama Islam hanyalah yang halal. Konsumen Muslim dapat

² Isna Riska dan Aprilia Ika, "Mixue Dapat Fatwa Halal MUI, Berlaku Untuk Semua Outlet dan Menu" <https://money.kompas.com/read/2023/02/17/080000826/mixue-dapat-fatwa-halal-mui-berlaku-untuk-semua-outlet-dan-menu>. *Kompas*. Diakses pada 20 Februari 2024 Pukul 23.54 WIB

mempertimbangkan label halal saat membeli makanan dan minuman. Label halal mencakup merek halal yang menjamin masyarakat mengonsumsi dan menggunakan produk halal sesuai kaidah hukum Islam.³

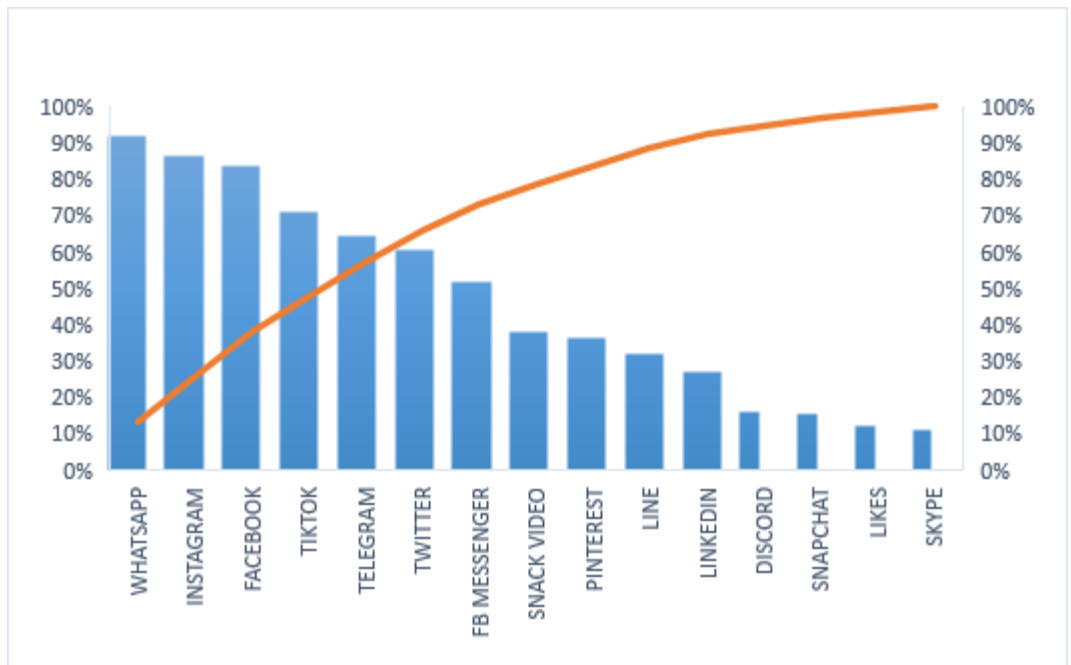


Gambar 1. 1 Sertifikat Halal Mixue
Sumber: Instagram Mixue Indonesia

Berdasarkan penelitian Ullaya Sa'adah, Label halal sangat memengaruhi keputusan pembelian. Untuk meyakinkan konsumen, produsen harus mengetahui secara pasti produknya halal, bebas dari bahaya dan bahan terlarang. Untuk mengetahui kehalalan suatu produk kita bisa melihat atau mencarinya melalui jaringan sosial, kita juga bisa mengetahui dengan cepat dan lengkap status halal ice cream mixue dengan jaringan sosial.⁴

³ KN. Sofian Hasan, "Kepastian Hukum Sertifikasi dan labelisasi Halal Produk Pangan," *Jurnal Dinamika Hukum* 2 (2014).

⁴ Ullaya Sa'adah, "Pengaruh Lebel Halal, Harga, Citra Merek, Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Ice Cream Mixue di Kota Semarang)", (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Walisongo Semarang, 2023).



Gambar 1. 2 Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: *We Are Social*

Mixue menggunakan social media marketing seperti instagram, X, Tik Tok, dan sebagainya sehingga produk mixue mudah dikenal orang menjadi viral dan menarik banyak pelanggan untuk membeli kembali minuman mixue. Biasanya yang membuat viral adalah keaktifan juga memiliki grup dalam media sosial dengan obrolan aktif. Konsumen yang aktif dalam sosial media bisa dengan mudah mendapatkan informasi produk sampai tempat penjualan produknya yang akan dibeli juga memperluas penyebaran informasi produk penjualan, dengan grup obrolan yang aktif juga bisa mengetahui secara cepat informasi kualitas produk, harga dan lainnya.

Daya tarik pelanggan terhadap suatu produk agar memiliki keinginan untuk membeli kembali produk atau jasa tersebut bisa

dilihat dari *product*, *price*, *promotion*, dan *place*. Karena dalam proses penyampaian suatu informasi kepada *public*, terdapat beberapa cara dalam penyampaiannya salah satunya melalui bentuk pemasaran. Model pemasaran perlu dilakukan agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat menembus target pasar yang telah ditentukan sebelumnya.⁵

Naelul Muna Listianto melakukan penelitian sebelumnya tentang minat beli ulang Mixue di Purwokerto dan menemukan bahwa Generasi Z pelanggan berpengaruh pada label halal, harga, dan variasi produk.⁶ Sementara itu, Menurut penelitian Sahri Ratna Sari, minat beli ulang ice cream Mixue di Cabang Pejanggik dipengaruhi oleh kualitas produk.⁷

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada ice cream Mixue berdasarkan latar belakang, fenomena, masalah, dan gap penelitian yang telah diuraikan, dengan judul **“Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Label Halal, dan *Marketing Mix* Syariah Terhadap Minat Pembelian Ulang Ice Cream Mixue - The Avenue Cikupa”**.

⁵ Ulfah Ainun H, Apa sih, Strategi Pemasaran itu? (Pustaka Taman Ilmu).

⁶ Naelul Muna L, “Pengaruh Lebelisasi Halal, Harga, dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Mixue Purwokerto (Studi Kasus Pelanggan Generasi Z Mixue Purwokerto)”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri, 2023).

⁷ Sahri Ratna S, “Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan Mixue Ice Cream & Tea Cabang Pejanggik”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram, 2023).

B. Identifikasi Masalah

Setelah latar belakang telah dijelaskan dan didefinisikan, langkah selanjutnya adalah menentukan subjek penelitian, yaitu:

1. Banyaknya produk minuman memiliki kualitas yang baik dan tetap memprioritaskan pelanggan, sehingga loyalitas pelanggan tidak mudah beralih ke produk minuman lainnya.
2. Halal atau tidaknya suatu produk menjadi tolak ukur konsumen untuk membeli dan membeli kembali produk tersebut.
3. Ramai konten video ice cream mixue yang ramai dikunjungi netizen menjadi viral, dengan keviralnya pelanggan yang pernah datang dan membeli mulai membicarakannya dari mulut ke mulut sehingga bisa menarik banyak pelanggan.
4. Banyaknya menu ice cream mixue dan minuman mixue lainnya membuat pelanggan tidak bosan karena varian yang sama.
5. Harga kompetitif memberikan nilai yang baik bagi pelanggan.
6. Pemilihan lokasi outlet menjadi bahan pertimbangan pelanggan untuk membeli kembali produk.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan penemuan masalah sebelumnya, masalah harus dipersempit untuk tujuan meningkatkan fokus penelitian, karena keterbatasan waktu, dana, dan tenaga lebih terfokus kepada “Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Label Halal, dan *Marketing Mix* Syariah Terhadap Minat Pembelian Ulang Ice Cream Mixue - The Avenue Cikupa”. Batasan masalah berikut diberikan untuk memperjelas masalah yang akan dibahas:

1. Penelitian ini dilakukan pada konsumen ice cream mixue yang berada di wilayah The Avenue Cikupa, Tangerang.

2. Penelitian hanya berfokus pada Kepuasan Pelanggan, Label Halal dan *Marketing Mix* Syariah, tidak akan menyelidiki variabel-variabel lain yang mungkin mempengaruhi minat pembelian ulang, seperti faktor ekonomi makro atau preferensi konsumen terhadap produk serupa.
3. Mengumpulkan data awal melalui survei dan wawancara langsung dan tidak langsung dengan pelanggan Ice Cream Mixue.
4. Penelitian ini tidak akan mengeksplorasi strategi pemasaran lain yang mungkin digunakan oleh Ice Cream Mixue, kemitraan bisnis, atau kampanye acara khusus.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah. Maka perumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kepuasan pelanggan terhadap minat pembelian ulang ice cream mixue?
2. Bagaimana pengaruh label halal pada keinginan untuk membeli ulang ice cream Mixue?
3. Bagaimana *marketing mix* syariah mempengaruhi keinginan untuk membeli ice cream ulang Mixue?
4. Bagaimana kepuasan pelanggan, label halal, dan *marketing mix* syariah mempengaruhi keinginan untuk membeli ice cream ulang Mixue?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis apakah kepuasan pelanggan memengaruhi keinginan untuk beli ulang ice cream Mixue.

2. Mengetahui dan menganalisis apakah label halal memengaruhi keinginan untuk beli ulang ice cream Mixue.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *marketing mix* syariah terhadap keinginan untuk beli ulang ice cream Mixue.
4. Mengetahui dan menganalisis apakah kepuasan pelanggan, label halal, dan *marketing mix* syariah memengaruhi keinginan untuk beli ulang ice cream Mixue.

F. Manfaat/Signifikansi Penelitian

1. Manfaat teoritis
 - a. Diharapkan hasil penelitian ini akan meningkatkan dan memperluas pengetahuan tentang “Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Label Halal, dan *Marketing Mix* Syariah Terhadap Minat Pembelian Ulang Ice Cream Mixue (Studi Mixue Ice Cream & Tea – Avenue Cikupa)”.
 - b. Diharapkan bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber referensi untuk studi lebih lanjut tentang topik yang sama atau aspek lain dari topik yang serupa.
2. Manfaat praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan bagi penulis tentang kepuasan pelanggan, label halal dan *marketing mix* syariah serta pengertian pembelian ulang produk.
 - b. Diharapkan bahwa pembaca akan menemukan penelitian ini bermanfaat sebagai referensi.

G. Sistematika Pembahasan

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan, tujuan, dan penerapan penelitian.

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

Memuat uraian dan berfokus pada studi sastra dan kerangka teoritis, serta menggali karya-karya terdahulu.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Peneliti menggunakan pendekatan rasional dan non-rasional, jenis penelitian, desain, tempat, ukuran sampel, metode pengumpulan data, definisi konsep dan variabel, dan analisis data.

BAB IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Berisi :

(1) Hasil penelitian dapat dikategorikan menjadi kategori argumentasi berdasarkan pendekatan, jenis penelitian, rumusan masalah atau fokus penelitian,

(2) Dua argumen, dan subargumen (1) dan (2). Argumen-argumen ini dapat digabungkan menjadi sub-sub pembahasan terpisah.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian terakhir mengandung kesimpulan dan rekomendasi, mencakup semua temuan penelitian yang berkaitan dengan subjek penelitian. Kesimpulan dapat diambil dari analisis dan interpretasi data yang diberikan dalam bab sebelumnya. Berdasarkan temuan-temuan tersebut, dibuatlah rekomendasi yang merinci langkah-langkah yang diperlukan oleh para pihak untuk melaksanakan setiap temuan. Proposal tersebut bertujuan untuk melakukan dua hal:

1. Saran dalam upaya memperluas temuan penelitian, seperti menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut.
2. Saran untuk pengembangan kebijakan bidang penelitian yang relevan.