

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya manusia memiliki beberapa kebutuhan yang harus dipenuhi, salah satunya adalah primer. Kebutuhan primer terdiri dari tiga hal yaitu kebutuhan sandang, kebutuhan pangan, dan kebutuhan papan. Dari ketiga kebutuhan tersebut kebutuhan pangan merupakan kebutuhan pokok dari kebutuhan primer manusia yang segera mungkin untuk terpenuhi untuk mempertahankan kelangsungan hidup.

Kebutuhan pangan merupakan segala sesuatu yang dikonsumsi manusia seperti makanan dan minuman dan akan terus dikonsumsi selama masih hidup, kebutuhan pangan saat ini sudah mulai berangsur meningkat dimana pada saat ini jumlah penduduk juga mulai berangsur meningkat, dimana dengan meningkatnya jumlah penduduk akan meningkat pula kebutuhan pangan yang akan dipenuhi, dimana saat ini masyarakat memiliki perubahan gaya yang banyak diberikan *influence* dari berbagai faktor seperti budaya, kelompok acuan, psikologis dan pribadi yang dimana saat ini merupakan kunci utama dalam masyarakat dalam menentukan produk atau jasa apa yang akan dibeli. Selain dari *influence* dari beberapa faktor perubahan gaya hidup masyarakat saat ini juga ingin serba cepat karena masyarakat saat ini menyesuaikan dengan keadaan mereka yang diinginkan dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya sehari – hari. Melihat hal tersebut para pengembang bisnis atau pengusaha melihat ada peluang untuk membuat bisnis di bidang pangan (kuliner).

Saat ini pembangunan lokasi bisnis di bidang kuliner sudah mulai beragam dan bertempat di lokasi strategis yang mudah dikunjungi oleh masyarakat, salah satunya adalah pusat perbelanjaan modern. Menurut artikel Kontan.id, data dari APPBI (Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia) menyatakan bahwa masyarakat yang berkunjung ke pusat perbelanjaan modern sudah mencapai 11.000–30.000 masyarakat setiap harinya dan akan terus mengalami kenaikan apabila pusat perbelanjaan tersebut memiliki daya tarik yang membuat konsumen tertarik untuk berkunjung ke pusat

perbelanjaan modern tersebut, dimana masyarakat tidak hanya berkunjung ke toko retail saja akan tetapi ingin mendapatkan *experience* lain yang terdapat di pusat perbelanjaan modern tersebut salah satunya adalah *food and beverages*, yang dimana pada saat masyarakat berkunjung ke pusat perbelanjaan modern tidak melewatkan untuk mampir ke *retail* makanan, minuman atau *food court* yang ada di pusat perbelanjaan modern tersebut. *Food and beverages* juga mempunyai cukup banyak andil dalam kenaikan kunjungan masyarakat ke pusat perbelanjaan modern sebesar 30 % dibandingkan dengan segmen *departemen store*. (Dwijayanto & Kartika, 2018).

Bagi setiap orang dengan adanya pusat perbelanjaan modern mempermudah masyarakat dalam menemukan produk yang sedang diinginkan konsumen khususnya untuk restoran atau retail – retail makanan, yang dimana saat ini lokasi pusat perbelanjaan modern berada di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat, dimana menurut (Peter dan Olson, 2000) menyatakan bahwa tiga keputusan utama dalam mendesain lingkungan fisik suatu usaha adalah lokasi, tata letak, serta rangsangan atau atmosphere yang ditimbulkannya.

Di setiap retail makanan, minuman dan *food court* di pusat perbelanjaan modern memiliki ciri khas tersendiri untuk menarik minat konsumen untuk berkunjung dan juga berdasarkan penelitian (Ha dan Jang, 2012) juga telah membuktikan bagaimana *atmosfer* restoran menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan keinginan perilaku konsumen selain faktor penting dan umum lainnya, seperti kualitas layanan dan kualitas makanan serta nilai yang dirasakan.

Al-syariah atau *syariat* memiliki arti sumber air minum atau dapat juga diartikan sebagai jalan lurus. Sedangkan secara istilah, *syariat* berarti undang-undang atau aturan yang diturunkan oleh Allah SWT melalui rasul-Nya yaitu Nabi Muhammad SAW tanpa mencampur budaya apapun didalamnya (finansialku.com, 2018) salah satunya adalah konsumen muslim syar'i yang berusaha untuk melakukan yang sesuai dengan syariat-syariat islam misalnya dalam membeli makanan di pusat perbelanjaan modern. Dalam hal berbelanja makanan dan minuman di pusat perbelanjaan modern yang sangat diperhatikan bagi konsumen muslim syar'i halal dan tidaknya makanan

yang dijual dimana kategori halal dan haram, dan hukum-hukum syariat islam lainnya, sehingga konsumen muslim syar'i yang berkunjung kesana untuk makan harus memerhatikan faktor-faktor tersebut yang ada di hukum syariat islam. Dalam hal ini, banyaknya varian dan tema di setiap *tenant*, *food court* di pusat perbelanjaan modern saat ini, tidak semua orang bisa menerimanya. Bagi konsumen muslim syar'i mengunjungi pusat perbelanjaan modern sebisa mungkin dihindari dikarenakan pusat perbelanjaan modern merupakan tempat berkumpulnya para setan.

“Kalau dibilang mall pasar ya memang pasar tapi modern. Kalau dibilang tempat berkumpulnya setan ya iya karena ada hadist yang mengatakan setan senang kumpul di tiga tempat yaitu pasar, kamar mandi, dan jalan-jalan” (Bu Ega)

Selain menjadi tempat berkumpulnya setan pasar (pusat perbelanjaan modern) juga memiliki hal-hal yang banyak mengandung *Mudharatnya*. *Mudharat* adalah kegiatan yang tidak bermanfaat atau tidak menguntungkan, yang dimaksud tidak bermanfaat atau tidak menguntungkan disini adalah ketika orang muslim syar'i berada di pusat perbelanjaan modern tidak melakukan pembelian produk membuat waktu mereka pasti akan terbuang sia-sia. Daripada waktu mereka terbuang tercumanya lebih baik waktu yang terbuang tersebut mereka gunakan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Pada saat ini banyak dari konsumen muslim syar'i saat ini mulai banyak mengunjungi pusat perbelanjaan modern karena saat ini pihak pengelola *foodcourt* dan *tenant* berusaha untuk membuat konsep yang sangat bervariasi dan tidak meninggalkan kesan nyaman pada saat konsumen menikmati makanannya. Dan berdasarkan fenomena tersebut, peneliti ingin mengkaji lebih dalam dengan melakukan penelitian dengan judul “Solusi Islam Terhadap Permasalahan Penjualan Makanan Dan Minuman Pada Pusat Perbelanjaan Modern Di Gresik (Studi Kasus Konsumen Muslim syar'i)” Fokus masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana memberikan solusi bagi pusat perbelanjaan modern khususnya di bagian *food and beverages* di pusat perbelanjaan modern di kota Gresik yaitu Icon Mall dan Gressmall dalam memberikan penjualan, pelayanan, dan atmosphere yang diberikan kepada konsumen muslim syar'i

dalam suatu produk makanan, minuman yang sesuai dengan syariat islam yang ada di dalam Al Qur'an dan Hadist

1.2.Rumusan Masalah

Penelitian ini akan membahas lebih dalam tentang “Bagaimana solusi untuk permasalahan penjualan makanan dan minuman di pusat perbelanjaan modern di Gresik (studi kasus konsumen muslim syar’i)” ?

1.3.Tujuan Penelitian

Penelitian ini akan bertujuan untuk memberikan solusi bagi pusat perbelanjaan modern yang sebagian besar masih belum mengetahui bagaimana perilaku konsumen dan faktor-faktor yang dibutuhkan konsumen muslim syar’i dalam membeli makanan dan minuman.

1.4.Batasan Masalah

Dalam penelitian ini dibuat batasan masalah agar peneliti bisa terpusat atau focus dalam penelitian yang di ingin diteliti. Batasan masalah untuk penelitian yaitu konsumen muslim syar’i.

1.5.Manfaat Penelitian

Mengingat bahwa pusat perbelanjaan modern merupakan bagian dari hasil penerapan dari pembelajaran kosentrasi manajemen pemasara, sehingga hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi banyak pihak yaitu :

1. Akademik

Bagi para mahasiswa manajemen terutama mahasiswa yang mengambil kosentrasi manajemen pemasaran yang diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa yang mengambil tema yang sama dengan penelitian.

2. Praktisi

- Bagi para manager atau bagian pengembangan pusat perbelanjaan modern diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi yang dimana penelitian ini dapat dipertimbangkan untuk merancang strategi pemasaran pusat perbelanjaan modern khususnya di bidang *Food and Beverages*
- Bagi para wirausahawan / pebisnis yang diharapkan dari penelitian ini dapat menjadi referensi dalam mengembangkan atau merancang bisnisnya

