

الباب الأول

مقدمة

أ. خلفية البحث

تجارة الغذائية (الطعام) هي أحد الشركات التي تتطور حاليًا بشكل سريع للغاية ولديها إمكانيات كبيرة. لذلك المنتجون متهم لهم استراتيجية الأبداع والمبتكر كمثال الأبتكار المنتجات، هذا استراتيجي لجعل شركتهم تكون فضيلة من شركة أخرى.¹

إن إبتكار المنتجات أحد المفاتيح الرئيسية للتأثير على قرارات الشراء.² المقصود من ابتكار المنتجات هو مراقبة المستهلكين في استهلاك وتقديم منتجات جديدة.³ الغرض من ابتكار المنتجات هو تلبية الطلب في السوق، ويمكن أن يكون منتجًا مفضلًا من قبل الشركة.⁴ يتزايد تطور الأعمال بسرعة، على سبيل المثال في هذه الحالة يمكن ملاحظة ذلك من مساهمة صناعة الأغذية والمشروبات أو المطاعم في ماديون ، أي من ٢٠١٦ إلى حوالي ٣٤،⁵

¹ Aldo Hardi Sancoko “Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan dan Minuman Pada Depot Time To Eat” dalam *Jurnal Agora*, No, 1. Vol, 3 2015, p. 185

² Ivan Steffanus Budimartono dan Dhyah Harjanti “Analisis Proses Inovasi Produk pada PT. Indoplast Makmur” dalam *Jurnal Agora*, No. 2, Vol. 4 2016, p. 280

³ Alma Buchari “*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*” (Bandung : Alfabeta, 2004) p. 18

⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium 1, (Jakarta : PT. Erlangga, 2002) p. 25

⁵ Badan Pusat Statistik, *Data Jumlah Restoran tahun 2017 - 2018 di Kota Madiun*, BPS Madiun. (Diakses Pada Tanggal 3 Februari 2019, pada Pukul 21.00 WIB, dari situs <https://madiunkota.go.id/wp-content/uploads/2018/06/Kota-Madiun-Dalam-Angka-2017.pdf>.

وفي الفترة ٢٠١٧ - ٢٠١٨ كانت هناك زيادة بنحو ٦.٣٤.

ويمكن ملاحظة مزايا ابتكار المنتجات من سلوك المستهلك في الاستهلاك. من خلال دراسة سلوك المستهلكين، وستقوم الشركة يعرفون مصلحة المستهلكين لشراء، وعندما يشتريها المستهلكون، الذي يؤثر على الشخص أن يشتري، نموذج واكتب أي شيء يريدونه،^٧ ولكن المشكلة الرئيسية في ابتكار المنتجات تعني لا يتطابق مع ما هو المطلوب والحلال الطعام، مثل الأول من لا يتطابق بمايالي نضارة الطعام (Fresness)، تقديم الطعام (Presentation)، مطبوخ جيدا (Well Cooked) وتنوع الطعام.^٨ والثاني من الحلال الطعام، هذا يبين بباين هما حلال لذاته وحلال لغيره.^٩ إذا للتأثير على قرار شراء المستهلكين المسلمين، فلا يُنظر إليه فقط من الاستهلاك الروتيني أو غير الروتيني فيه الإحتياجات ورغابتهم، ولكن من أهم الأشياء يعني الحلال من لذاته ولغيره، ولكن بعض المشكلة في تدين المستهلكين المسلمين لم يتأخلق بالأخلاق الإسلامي في استهلاك الطعام، ثم لا بد أن يؤكد فهم الطعام الحلال والحرام.^{١٠}

⁶ Badan Pusat Statistik, *Data Jumlah Restoran tahun 2019 di Kota Madiun?* BPS Madiun. (Diakses pada tanggal 3 Februari 2019, pada pukul 21.00 WIB, dari situs <https://madiunkota.bps.go.id/statictable/2019/01/08/337/jumlah-restoran-rumah-makan-yang-tercatat-menurut-kecamatan-di-kota-madiun-2017.html>).

⁷ Etta Mamang Sangadji dan sopiah, *Peilaku Konsumen*. (Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2008), p. 24

⁸ Willy Wijaya, "Analisis Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Yoshinoya Mall Surabaya" dalam *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, No. 2, Vol. 5 2017, p. 582

⁹ Djoko Windu P. Irawan. *Pangan Sehat, Aman, Bergizi, Berimbang, Beragam dan Halal*. Cet. Pertama. (Ponorogo: Forum Ilmu Kesehatana FORKES), p. 20

¹⁰ Rivian Sutrisno, "Perilaku Konsumen muslim: Persepsi Religiusitas dan Persepsi Atribut produk Terhadap Loyalitas Berlabel Halal di Kalangan Mahasiswa Muslim

هذا البيان نستنتج أن استهلاك المسلم يرتبط بالتدين الذي كنتيجة من العملية التعلم حول مدى توفر السلع التي يستهلكها للمصلحة (المنفعة والبركات)،^{١١} وهذا التدين هو دمج المعرفة والشعور والسلوك الديني داخل الشخص.^{١٢} لذلك الغرض في هذا البحث لمعدفة كيفية اثر ابتكار المنتجات على قرار الشراء جزئيا ومعدفة اثر التدين على قرار الشراء معا.

من العرض التقديمي أعلاه، فإن الكائن الذي ستم دراسته هو Waroeng Spesial Sambal وهي شركة لصناعة الطهي يقع مقرها الرئيسي في Jl. Kaliurang Km. 5, Gang Kinanti, No 19 Yogyakarta وله ١٨ فرعاً في Sambal Waroeng Spesial و ٦٧ فرعاً موزعة على جاوى و بالي. يقدم منتجات مختلفة عن المطاعم الأخرى، وهي sambal باعتبارها القائمة الرئيسية.

يقدم Waroeng Spesial Sambal يحاضر ٢٥ نوعاً من صلصة الفلفل و ٢٢ نوعاً من الأطباق الجانبية. لذلك من ٢٨ نوعاً من السامبال سيؤثر على اهتمام المشتريين المسلمين، وخاصة الأشخاص الذين يحبون صلصة الفلفل الحار، لا يحتوي Waroeng Spesial Sambal على العديد من الفروع فحسب، كما أنه يشتهر أيضاً بابتكار أنواع مختلفة من صلصة الفلفل الحار، ولكن أيضاً له إدارة أنيقة وله هيكل منظمة روحانية تابعة HLS (العلاقات العامة والقانونية والروحية) التي تنظم الأنشطة الدينية في Waroeng Spesial Sambal، وبالتالي، فإن هذه الأنشطة سوف تؤثر أو لا تؤثر على المستهلكين المسلمين في مديون.

Bandung” dalam *Jurnal Sigma-Mu*, No. 2, Vol. 5 September 2013, p. 20

¹¹ *Ibid*, p. 22

¹² Karina Indah Rohmatun dan Citra Kusuma Dewi “Penaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmetik Halal Melalui Sikap” dalam *Jurnal Ecodemica*, No. 1, Vol. 1 April 2017, p. 29

لذلك يرغب الباحثون في دراسة «تحليل تأثير ابتكار المنتجات والدين على شراء القرارات».

ب. تحديد مسألة

١. كيف يتم أثر ابتكار المنتجات على قرار شراء جزئياً؟
٢. كيف يتم أثر التددين على قرار شراء معا؟

ج. أهداف البحث

١. لمعرفة أثر ابتكار المنتجات على قرار الشراء المستهلكين جزئياً
٢. لمعرفة أثرتددين على قرار الشراء لمستهلكين معا

د. أهمية البحث

١. للطلاب

الباحثون من تحديد وتوسيع آفاق في مجال إدارة الإنتاج، وإدارة الروحي Waroeng Spesial Sambal، وإدارة الاستهلاك الإسلامي، وخاصة ابتكار المنتجات في قرارات الشراء.

٢. بجامعة دار السلام كونتور

يمكن أن توفر هذه الدراسة إضافية لإجراء مزيد من البحوث حول تحليل تأثير ابتكار المنتجات والتدين على قرارات الشراء.

٣. بالنسبة للشركات

يمكن أن تكون نتائج هذه الدراسة مدخلات للشركات في اتخاذ القرارات في مجالات الإنتاج والإدارة الروحية وسلوك المستهلك المسلم.

هـ. خطة الكتابة

في وصف وشرح نتائج البحث بشكل جيد ومكتمل، يريد الباحث أن يشرح بالتفصيل في منهجيات كتابة المقترحات الاقتصادية لإسلامية، يكتب المؤلف في أربعة أبواب، وهي كما يلي:

في الباب الأول، سيتم تقديم خلفية حول مقترح أطروحة اقتصاديات الأعمال، المؤلف ينقسم إلى ٤ فرعية، وهي: خلفية بحث، تحديد مسألة، أهداف البحث وأهمية البحث.

الباب الثاني، سوف يشرح الأدب المراجعات والنظريات المتعلقة بالتحليل هي تحليل تأثير ابتكار المنتجات وتدين في قرارات الشراء المتخذة من الأبحاث السابقة.

الباب الثالث، يناقش طريقة البحث، والتي سوف تناقش في هذا الباب تدفق التفكير البحثي، ونوع البحث، ومصادر البيانات، وطرق جمع البيانات، وتقنيات الإدارة، وتحليل البيانات.

الباب الرابع، في هذا الفصل الأخير، سيقوم المؤلف بمعالجة البيانات وتحليل مصادر البيانات الأولية التي تتم معالجتها.

الباب الخامس، في هذا الباب هو الإغلاق الذي يتكون من استنتاجات من التفسيرات في الباب الرابع للإجابة على صيغة المشكلة، وكذلك الاقتراحات.