

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan aktivitas yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sosial dan ekonomi manusia yang mempengaruhi semua tingkatan mulai dari tingkat individu maupun kelompok. Bisnis merupakan bagian atau aktifitas penting bagi manusia maupun kelompok dimana bisnis terjadi, berlangsung dan dilakukan diantara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya. Seiring dengan perkembangan globalisasi persaingan bisnis semakin ketat dan kompetitif yang ditandai oleh kegiatan bisnis yang semakin besar dan berkembang terus menerus. Persaingan yang baik adalah persaingan yang sehat antara pelaku bisnis. Dimana dalam dunia bisnis terdapat aturan dan batasan dalam menjalankan bisnis secara sehat dan baik. Aturan dan batasan dalam bisnis menentukan pelaku bisnis mengambil keputusan yang etis sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam etika bisnis.¹

Persaingan yang semakin ketat dan semakin berkembangnya ekspektasi pelanggan mendorong perusahaan untuk lebih memfokuskan pada upaya untuk terus menerus harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Menurut Kotler, kepuasan pelanggan diartikan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan harapan terhadap kenyataan yang diperoleh. Apabila yang dirasakan pelanggan melebihi dari yang diharapkan, berarti pelanggan telah terpenuhi kepuasannya. Bila pelanggan merasa puas, biasanya akan melakukan pembelian ulang atau merekomendasikan kepada pihak lain terhadap produk ataupun jasa tersebut bila muncul kebutuhan yang sama.² Adapun kepuasan pelanggan banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah etika bisnis Islam, kelengkapan produk, kualitas produk, dan harga.

Pasar menjadi tempat yang paling penting bagi perekonomian masyarakat, dimana pasar merupakan salah satu

¹Musayana, dkk, "Kepuasan Konsumen di Pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo", *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 11 No. 2, (2017): 76.

²Wahyu Setia Dewi, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening", *Journal Of Management*, Vol 2 No.2 Maret (2016): , 2-3.

dari berbagai sistem, hubungan sosial, usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja dengan menggunakan alat pembayaran yang sah. Pasar menurut Abdul Aziz diartikan sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Atau dengan bahasa lain pasar berarti tempat dimana penjual dan pembeli bertemu dan melakukan transaksi jual beli barang atau jasa.³

Islam menempatkan bisnis sebagai cara terbaik untuk mendapatkan harta. Karenanya, segala kegiatan bisnis harus dilakukan dengan tidak melakukan kecurangan, riba, penipuan, dan tindakan kezaliman lainnya. Kesadaran terhadap pentingnya etika dalam bisnis merupakan kesadaran tentang diri sendiri dalam melihat dirinya sendiri ketika berhadapan dengan hal baik dan buruk, yang halal dan haram. Etika bisnis Islam juga diterapkan oleh para pedagang sehingga apa yang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan (profit) sebagai tujuan duniawi saja, melainkan untuk mendapat keberkahan dan keridhaan dari Allah swt atas apa yang diusahakan.⁴ Dalam penelitian ini etika bisnis yang dimaksud adalah prinsip keadilan, dimana pedagang bersikap adil terhadap konsumen dengan tidak melakukan penipuan dan memberikan pelayanan yang sama kepada seluruh konsumen. Dalam hal ini penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini seorang penjual akan mendapat berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli.

Kelengkapan produk adalah syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah mencapai tujuan tersebut yaitu pengadaan barang-barang sesuai bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian barang kebutuhan rumah tangga, dsb). Keragaman produk dinilai penting disini karena semakin beragamnya jumlah dan jenis produk yang dijual disuatu tempat maka pelanggan pun akan merasa puas jika ia

³Musayana, dkk, "Kepuasan Konsumen Di Pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo", 76-77.

⁴Fitri Amalia, "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok, *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, Vol.1 No.2, (2012): 6.

melakukan pembelian di tempat tersebut dan ia tidak perlu melakukan pembelian di tempat lain.⁵

Produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk merupakan kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani oleh perusahaan dengan bermutu atau berkualitas baik.⁶ Dalam penelitian ini kualitas produk dianggap sudah sesuai dengan harapan konsumen.

Selain kualitas produk, persepsi harga juga faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Menurut Walton harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan. Dengan harga yang terjangkau dapat menarik minat beli dari pelanggan untuk membeli produk tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada konsumen yang berbelanja di Pasar Bintoro Demak mengenai harga bahwa harga yang ditawarkan di Pasar Bintoro relatif terjangkau, dan harga dengan kualitas produknya juga sesuai.⁷

Pasar Bintoro Demak merupakan salah satu pasar tradisional yang berada di Kota Demak dan memiliki nilai sejarah. Pasar Bintoro sudah dikenal sebagai pusat perbelanjaan hasil bumi Kota Wali sejak zaman penjajahan Belanda. Dimana pasar tradisional ini terletak di pusat kota Demak dan merupakan pasar tradisional pertama yang ada di kabupaten Demak, pasar ini menjual semua kebutuhan pokok masyarakat, mulai dari pakaian, alat-alat rumah tangga, kebutuhan sehari-hari dan lain sebagainya. Pasar Bintoro Demak merupakan

⁵ Nuri Mahdi Arsyanti & Sri Rahayu Tri Astuti, “ Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Toko Online Shopastelle, Semarang)”, *Jurnal Of Accounting*, Vol.5 No.2, (2016), 2.

⁶ Pamela Montung, dkk, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru”, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol.15 No 05, (2015), 680.

⁷ Wawancara dengan konsumen Pasar Bintoro Demak, pada 2 November 2019.

pasar yang potensial, karena lokasinya yang terletak di dekat pusat Kabupaten Demak dan berada diantara dua obyek wisata religi yaitu Masjid Agung Demak dan Makam Sunan Kalijaga. Struktur bangunan Pasar Bintoro Demak terbagi menjadi tiga lantai, yaitu lantai dasar, lantai dua, dan lantai tiga. Lantai dasar berisi kios-kios berukuran sedang dan besar. Lantai dua berisi kios-kios berukuran sedang dan los-los untuk para penjual ikan dan daging. Sedangkan lantai tiga digunakan untuk kantor pengelola Pasar Bintoro.

Penulis memilih Pasar Bintoro Demak sebagai objek penelitian, karena merupakan kawasan perdagangan pusat pelayanan regional yaitu melayani daerah sekitarnya. Pasar Bintoro Demak juga merupakan pasar terbesar di Kabupaten Demak dengan lokasinya yang sangat strategis, barang yang dijual sangat beragam mulai dari kebutuhan pokok seperti sembako dan beras sampai kebutuhan lainnya seperti kain dan barang elektronik. Konsumen yang berbelanja di Pasar Bintoro Demak cukup banyak mulai dari bakul-bakul pedagang daerah sampai anak muda yang memang sengaja ke Pasar Bintoro Demak, sehingga peneliti mudah untuk mengambil sampel penelitian karena merupakan pasar tradisional terbesar di Kabupaten Demak yang menjadi pusat perdagangan.

Salah satu segmen yang menarik untuk dibicarakan adalah pasar tradisional yang berada di Kabupaten Demak. Penulis memilih Pasar Bintoro Demak sebagai objek penelitian karena penulis melihat adanya perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan apa yang telah diterapkan dalam etika bisnis Islam. Menurut pengamatan peneliti kepada pedagang Pasar Bintoro Demak bahwa masih banyak ditemukan perilaku pedagang yang tidak sesuai etika bisnis Islam di Pasar Bintoro Demak, contohnya : pengurangan takaran timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan kualitas buruk. Selain itu ada beberapa pedagang ketika melayani pembeli tidak bersikap ramah atau bermurah hati yang ditandai dengan pelayanan dengan raut wajah yang kurang bersahabat, dimana kecurangan-kecurangan tersebut tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Melihat permasalahan tersebut penulis ingin mengetahui apakah dengan perilaku pedagang yang tidak sesuai etika bisnis Islam berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang berbelanja di Pasar Bintoro Demak.⁸

⁸ Observasi peneliti di Pasar Bintoro Demak Pada Tanggal 21 Oktober 2019.

Dalam penelitian ini dipilih variabel etika bisnis Islam, kelengkapan produk, kualitas produk, dan Persepsi harga sebagai fokus dari penelitian. Penelitian ini difokuskan pada empat variabel tersebut karena diduga variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Pasar Bintoro Demak.

Maka berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengangkat judul “PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM, KELENGKAPAN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pasar Bintoro Demak).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah etika bisnis Islam pedagang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pasar Bintoro Demak ?
2. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pasar Bintoro Demak ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pasar Bintoro Demak ?
4. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pasar Bintoro Demak ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen di Pasar Bintoro Demak
2. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen di Pasar Bintoro Demak
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Pasar Bintoro Demak
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen di Pasar Bintoro Demak

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini antara lain :

1. Manfaat teoritis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi para pedagang mengenai pentingnya etika berbisnis secara Islami, kelengkapan produk, kualitas produk dan persepsi harga. Serta dapat menambah wawasan tentang pasar tradisional. Dengan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi pada penelitian-penelitian berikutnya yang berhubungan dengan etika bisnis Islam, kelengkapan produk, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat praktis

Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pengalaman langsung tentang pengembangan pengetahuan mengenai pasar dan menjadi rujukan penelitian berikutnya tentang pengaruh etika bisnis Islam pedagang, kelengkapan produk, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen. Serta dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang cara beretika bisnis secara Islami.

E. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab yang saling berkaitan antara bab satu dengan yang lainnya. Untuk memudahkan serta memahami keseluruhan isi dari skripsi ini, sistematis penulisannya disusun sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Bagian ini terdiri dari halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi, dan halaman daftar tabel serta daftar gambar.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan

- penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II : LANDASAN TEORI**
Bab ini menguraikan tentang deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.
- BAB III : METODE PENELITIAN**
Bab ini menguraikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrumen, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.
- BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**
Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden deskripsi data, analisis data serta pembahasan.
- BAB V : PENUTUP**
Bab ini menyimpulkan hasil penelitian dan saran.
3. Bagian Akhir, meliputi daftarpustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran- lampiran.