

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan perekonomian di lakukan dalam rangka pemenuhan berbagai macam kebutuhan dalam masyarakat. Kebutuhan yang dulunya hanya sekunder atau tersier sekarang menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat tertentu. Oleh sebab itu kegiatan ekonomi dapat di jadikan sebagai salah satu sarana untuk mencapai satu kepentingan bersama. Perkembangan perekonomian merupakan suatu kegiatan yang komprehensif dan simultan yang di laksanakan oleh hampir seluruh strata dalam masyarakat.

Era sekarang ini lingkungan sudah banyak berubah baik dari segi politik, ekonomi, sosial, budaya, dan teknologi baik teknologi mesin dan teknologi komunikasi. Perkembangan teknologi mesin misalnya telah mampu mengubah mutu produk, mulai dari kemasan sampai kepada isinya semakin menarik dan kompetitif. Budaya masyarakat juga telah berubah. Masyarakat semakin pintar dalam memilih suatu produk layanan jasa, dimana tawarannya lebih menguntungkan, lebih murah, dan tentunya produknya lebih menarik maka itulah yang dipilih oleh masyarakat.

Marketing syariah merupakan sebuah disiplin bisnis yang seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami.¹ Selain itu, dalam marketing syariah, bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari keridhaan Allah, maka seluruh bentuk transaksinya insya Allah menjadi ibadah dihadapan Allah SWT.² Dengan marketing syariah diharapkan dapat menciptakan *relationship* antara industri dan pelanggan.

Kegiatan *marketing* atau pemasaran harus dikembalikan kepada karakteristik yang sebenarnya yakni religius, beretika, realistis, dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan (humanistis). Konsep *marketing* tersebut saat ini dikenal dengan nama *marketing* syariah, dan inilah konsep terbaik *marketing* untuk hari ini dan masa

¹ Hermawan Kartajaya, dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), 27.

² Didin Hafidhuddin dan Hendry Tanjung, *Manajemen syariah dalam Praktek*, (Jakarta:Gema Insani, 2003). 3

depan.³ Di sisi lain, krisis global yang berkepanjangan membuat banyak perubahan dimana pada akhirnya masyarakat mulai mempertimbangkan nilai-nilai spiritual yang di yakinkannya untuk dapat diterapkan dalam setiap kegiatan sehari-hari. Keinginan akan hal religius, beretika, realistik dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dalam bisnis membuat timbulnya alternatif baru dalam pemasaran yaitu pemasaran berbasis syariah mengacu pada al-quran dan hadist.⁴

Manajemen bisnis pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantap untuk melahirkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat1 fungsi perencanaan meliputi strategi, dan yang merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan suatu bisnis atau perusahaan. Demikian juga dalam suatu marketing dibutuhkan suatu strategi telebih lagi dalam dunia bisnis yang penuh persaingan, maka strategi sangat penting yang kemudian disebut strategi marketing.⁵

Dalam dunia perdagangan secara umum, persaingan ketat menyebabkan perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggan, di pasar yang sudah ada, terlalu banyak produk dengan berbagai keunggulan serta nilai lebih ditawarkan oleh para pesaing, sehingga sulit bagi perusahaan untuk merebut pangsa pasar pesaing. Di sisi lain, untuk memasuki pangsa pasar baru, diperlukan biaya cukup besar.

Persaingan yang begitu ketat sekarang ini membuat perusahaan-perusahaan harus mampu memainkan strategi pemasaran yang handal dan mampu menarik minat konsumen sehingga mampu memenangkan pasar. Produk yang memiliki kualitas yang baik dengan differensiasi yang juga baik akan menjadi produk yang kemungkinan besar memiliki konsumen loyal. Dengan memahami bagaimana perilaku konsumen akan memberi sumbangsih bagi perusahaan untuk merumuskan strategi pemasaran yang nantinya akan diimplementasikan dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk mereka ke pasar. Artinya ketika suatu produk hendak diproduksi, jauh sebelumnya telah diketahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

³ Buchari Alma dan Doni Juni Riyansah, *Manajemen Bisnis Syariah: menanamkan nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis kontemporer*, (Bandung Alfabeta) h. 340

⁴ M. Makruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), 144

⁵ M. Makruf Abdullah, 144.

Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan senantiasa mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenuhi keinginan konsumen.⁶ Kualitas perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pangsa pasar. Dengan memberikan perhatian pada kualitas akan memberikan dampak yang positif kepada bisnis melalui dua cara yaitu dampak terhadap biaya produksi dan dampak terhadap pendapatan.⁷ Dengan produk kasur lantai di Desa Sundoluhur Kayen Pati salah satu aktifitas dalam menciptakan kualitas agar sesuai standar yang telah ditetapkan adalah dengan menerapkan sistem pengendalian kualitas yang tepat, mempunyai tujuan dan tahapan yang jelas, serta memberikan inovasi dalam melakukan pencegahan dan penyelesaian masalah-masalah yang dihadapi perusahaan.

Kepuasan pelanggan bertujuan untuk mencapai kepuasan berkelanjutan bagi pelanggan, melalui sebuah pelayanan diharapkan tidak hanya kepuasan saja yang akan didapatkan, melainkan melebihi dari kepuasan pelanggan, yaitu loyalitas pelanggan. Ketika perusahaan mempunyai banyak pelanggan yang loyal, maka hal ini akan mempermudah perusahaan dalam mengembangkan produk-produknya, dan juga memperoleh laba yang signifikan.⁸

Keputusan pembelian produk merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi pula oleh kebiasaan. Dalam kebiasaan pembelian mencakup kapan waktunya pembelian dilakukan, dalam jumlah berapa pembelian tersebut dilaksanakan, dan dimana pembelian tersebut dilakukan.

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Keberhasilan perusahaan dalam

⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, jilid I, te.rJakaWasana, (Jakarta; Erlangga, 2006), 5

⁷ M Taufik Amir, *Dinamika Pemasaran (Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan!)*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 18.

⁸ Basu Swastha DH, *Azas-azas Marketing*, (Yogyakarta:Liberty, 2005),

mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan membangun merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi untuk varians- varians baru pada suatu produk. Proses pengambilan keputusan pembelian yang rumit seringkali melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan.

Islam adalah agama yang mendefinisikan secara sempurna sistem kegiatan bisnis dan ekonomi. Islam juga menyediakan kerangka / framework yang membentuk moral dan perilaku etis dari semua usaha komersial. Ajaran Islam di dalam praktek pemasaran mendasarkan pada kitab suci Al-quran dan Hadist Nabi. Praktek pemasaran di dalam Islam selalu berlandaskan pada asas kesamaan dan keadilan. Dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah. Pemasaran sebagai sebuah proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk atau value dengan pihak lainnya.⁹

Keberadaan produk kasur lantai di desa Sundoluhur terdapat puluhan pabrik pengodol kapuk yang tiap pabrik memperkejakan minimal 15 orang pekerja, oleh karena itu banyak warga dari desa tetangga bekerja di karaban dan pemasarannya tidak mengalami kesulitan. Dalam pemasarannya selain kapuk tersebut diolah dalam bentuk kapuk yang telah dipres, kapuk tersebut juga diolah menjadi kasur. Kasur tersebut telah memasuki pasar keluar Jawa, seperti Sumatera, Kalimantan, Sulawesi dan bahkan ke luar negeri. Hal ini tentu saja dari hasil usaha sebagai pengodol kapuk yang terus berkembang dan memperoleh keuntungan/penghasilan yang cukup lumayan. Sebab permintaan hasil produksi terus bertambah dan penyediaan bahan baku, pengolahan, modal, tenaga kerja. Pendidikan di desa Sundoluhur ini juga sudah maju terbukti dengan jumlah mahasiswa yang setiap tahun selalu bertambah.

Sejalan denga hal tersebut terkait permasalahan yang ada pada sentra industri kasur lantai di Desa Sundoluhur adalah sistem pemasaran yang masih terdapat kendala yang dihadapi, karena sistem pemasarannya dengan menggunakan cara kredit, sehingga ada yang bayar telat, bahkan yang lebih tega orangnya kabur entah kemana dan tidak bisa dihubungi, jadi uang tersendat. Sehingga diperlukan disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan,

⁹ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, 26.

penawaran, dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip *muamalah* (bisnis) dalam Islam sebagai upaya untuk menenamkan nilai-nilai ibadah dalam proses menjalankan produksi kasur lantai pada sentra industri kapuk di Desa Sundoluhur Kecamatan Kayen Kabupaen Pati.

Sebagai salah satu solusi untuk menghadapi permasalahan di atas adalah mengembangkan usaha dengan hal yang berbeda tanpa harus mengeluarkan biaya yang terlalu besar, pengusaha dapat mengubah sistem kerja atau pun keseluruhan usahanya dari yang bersifat umum dan konvensional pada sistem kerja atau usaha yang Islami, sesuai dengan syariat Islam. Mengingat mayoritas penduduk yang ada di Indonesia adalah muslim, jadi bukan tidak mungkin, ada beberapa konsumen yang merasa puas dengan pelayanan, sistem kerja atau keseluruhannya pada sebuah usaha Islami, dan bukan tidak mungkin konsumen tersebut menjadi salah satu pelanggan tetap dan loyal. Dan salah satu usaha yang dapat menjadikan pelanggan puas dan loyal adalah dengan pelayanan dan pemasaran yang baik. Pemasaran (marketing) adalah salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Marketing Syariah Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Produk kasur Lantai pada Sentra Industri Kapuk di Desa Sundoluhur Kecamatan Kayen Kabupaten Pati.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah marketing syariah berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kasur lantai?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kasur lantai?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kasur lantai?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kasur lantai.

2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kasur lantai.
3. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kasur lantai.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik manfaat teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan atau informasi dalam penelitian lebih lanjut maupun dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, terutama yang berkaitan dengan marketing syariah kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian produk kasur lantai pada sentra industri kapuk di Desa Sundoluhur Kecamatan Kayen Kabupaten Pati.

2. Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis penelitian ini diantaranya adalah:

- a. Bagi akademik, sebagai tambahan referensi mengenai marketing syariah kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian produk kasur lantai pada sentra industri kapuk di Desa Sundoluhur Kecamatan Kayen Kabupaten Pati.
- b. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat.
- c. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi masyarakat dan ilmu pengetahuan tentang marketing syariah kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian produk kasur lantai pada sentra industri kapuk di Desa Sundoluhur Kecamatan Kayen Kabupaten Pati.
- d. Bagi penulis selanjutnya, diharapkan dengan hasil penelitian ini memberikan manfaat untuk lebih memahami bagaimana cara memecahkan masalah-masalah yang nyata melalui teori, sebagai pembandingan dengan fakta dilapangan dan dapat digunakan sebagai referensi terhadap penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar

dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun sebagai berikut:

1. **Bagian Awal**

Dalam bagian ini terdiri dari Halaman Judul, Halaman Persetujuan Pembimbing, Halaman Pengesahan, Halaman Moto, Halaman Persembahan, Kata Pengantar, Halaman Abstrak, Halaman Daftar Isi, Halaman Daftar Gambar dan Daftar Tabel.

2. **Bagian Isi**

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, dimana antara bab satu dengan bab lainnya saling berhubungan, karena merupakan satu kesatuan yang utuh. Kelima bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis membahas yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang Deskripsi Teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Berpikir dan Hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, *setting* penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabel penelitian, uji validitas dan reliabilitas instrumen, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang Gambaran Umum Obyek Penelitian, Pembahasan dan Analisis Data .

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang Kesimpulan, dan saran.

3. **Bagian Akhir**

Dalam bagian ini berisi tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup