

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pada era modern seperti sekarang ini, ekonomi berkembang dengan sangat pesat, pertumbuhan tersebut tidak terlepas dari peran para pengusaha dalam memanfaatkan masyarakat yang beragam.<sup>1</sup> Sumber daya manusia merupakan aset yang sangat penting dalam sebuah perusahaan atau organisasi. Meskipun banyak perusahaan yang didukung oleh teknologi modern, perusahaan tidak bisa terlepas dari tenaga kerja manusia.<sup>2</sup> Penunjang keberhasilan utama pada sebuah industri atau perusahaan dengan karya kreativitas dalam mencapai visi misinya pengaruh besarnya berasal dari sumber daya manusia yang berkualitas.

Industri pada saat ini merupakan sentra ekonomi yang memiliki peluang besar dalam memperluas lapangan pekerjaan. Mengingat besarnya penduduk Indonesia yang tinggal di perdesaan industri menjadi peran yang besar dalam menyediakan lapangan pekerjaan.<sup>3</sup> Demikian pula para pelaku usaha di dorong untuk menciptakan strategi yang kuat demi menarik para konsumen untuk memiliki produk material bangunan yang di pasarkan agar dapat unggul dan bersaing di pasaran. Para pelaku usaha industri khususnya batu bata merah dalam konteks ini terus berupaya untuk melakukan perbaikan, pengembangan, dan evaluasi agar konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan.

Kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan dalam perusahaan. Kebutuhan masyarakat terhadap bahan bangunan terus meningkat dari tahun ke tahun. Pembangunan saat ini menjadi faktor-faktor peningkatan kebutuhan material akan batu bata merah. Disisi lain perusahaan harus dapat menjaga dan menambah volume penjualan agar dapat meningkatkan keuntungan

---

<sup>1</sup>Nurul Aisyah, dkk, "Pengaruh Islamic Branding dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim", *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, Vol. 9, No. 1, 2022, hal. 1.

<sup>2</sup>Siti Tari Utama, "Pengaruh Disiplin Kerja dan Pengembangan Karir Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja dan Prestasi Perusahaan", *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Vol. 2, No. 1, 2021, hal. 281.

<sup>3</sup>Darsih, "Peranan Sektor Industri Kecil Batu Bata Press dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru", *Jurnal JOM Fekom*, Vol. 4, No. 1, 2017, hal. 956.

perusahaan.<sup>4</sup> Begitu pula jika konsumen yang merasa puas akan berdampak baik pada perusahaan, mereka akan terus kembali berkunjung dan dapat pula meningkatkan pembeliannya. Dari kepuasan konsumen tersebut bisa jadi berujung pada promosi dari mulut ke mulut yang dapat memberikan peluang besar bagi perusahaan untuk mendapatkan konsumen yang baru dengan sendirinya.

Adanya desain produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memberikan pengaruh pada kepuasan dan moral konsumen dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan mereka. Desain produk ialah rancangan mengenai jasa atau barang yang ingin di buat supaya dapat memuaskan dan diterima konsumen sasarannya dan tidak memberikan kemudahan untuk disalin oleh kompotitornya. Desain produk sendiri ialah komponen yang merekat pada sebuah produk yang meliputi fitur, bentuk dan warna yang bisa dirasakan secara langsung oleh konsumen. Desain produk harus dapat meningkatkan daya tarik untuk para konsumen untuk melakukan pembelian dari sebuah produk.<sup>5</sup> Tentunya dalam menciptakan produk proses yang dijalankan tidak sembarangan. Hal ini membutuhkan koordinasi, riset, diskusi dan pemikiran yang kuat di antara setiap bagiannya. Dalam suatu perusahaan desain produk wajib mempunyai nilai lebih supaya menarik calon konsumen selanjutnya.

Kualitas produk dalam pandangan Stanton ialah seperangkat atribut baik yang memiliki wujud ataupun tidak dimana di dalamnya berupa nama baik toko, perusahaan, harga, dan warna yang melakukan penjualan atau pelayanan pengecer dan pabrik dan diterima oleh konsumen dengan tujuan kepuasan keinginan konsumen.<sup>6</sup> Kualitas dapat terpenuhi apabila sesuai dengan harapan konsumen. Perusahaan menawarkan kualitas produk yang bagus dengan tujuan menciptakan hubungan yang baik dengan konsumennya. Hubungan yang sudah terwujud menjadikan

---

<sup>4</sup>Nabila Mariska Iskandarsyah dan Sorayanti Utami, "Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Perumahan Murah di Hadrah Property", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 2, No. 1, 2017, hal.130.

<sup>5</sup> Budi Harsanto, *Dasar Ilmu Manajemen Operasi*, (Bandung: Unpad Press, 2013), hal. 11.

<sup>6</sup>Farid Firmansyah dan Rudi Haryanto, *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019), hal. 19.

perusahaan mengerti akan kebutuhan yang diharapkan para konsumen.<sup>7</sup>

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting. Kualitas pelayanan menjadi upaya dalam memenuhi apa yang konsumen butuhkan didasarkan pada tingkat keunggulan produk yang selaras dengan harapan keinginan konsumen bisa terpenuhi.<sup>8</sup> Kualitas pelayanan juga menjadi akar yang bisa memuaskan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik berkaitan erat dengan upaya dalam menghadirkan keuntungan besar bagi sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik berdampak pada meningkatnya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Faktor harga merupakan hal yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian produk. Harga merupakan sejumlah nilai uang untuk mendapatkan produk yang selaras dengan manfaat dan kualitas yang diperoleh.<sup>9</sup> Konsumen akan mempertimbangkan harga produk dengan kualitas produk yang bersangkutan. Peranan harga juga sangat penting terutama untuk meningkatkan dan menjaga posisi di pasar.<sup>10</sup> Penetapan harga yang dilakukan mestinya disesuaikan dengan pasar dan lingkungan yang ada di sekitar. Islam menjunjung tinggi keadilan dalam penentuan harga.

“Dari Anas bin Malik, ia berkata: Orang-orang berkata, Wahai Rosulullah, harga telah naik, maka tetapkanlah harga untuk kami. Lalu Rosulullah SAW bersabda, sesungguhnya Allah yang menetapkan harga, yang mempersempit, dan yang memperluas, dan aku berharap bertemu dengan Allah sedangkan salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kedzaliman dalam darah atau harta”. (HR. Abu Dawud).<sup>11</sup>

Harga yang adil telah menjadi pegangan teguh umat Islam yang ada di dunia. Harga yang adil tidak menimbulkan penindasan pada salah satu pihak dan sama-sama saling menguntungkan pada

---

<sup>7</sup>Sunarti, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 37, No. 1, 2016, hal. 172.

<sup>8</sup>Heni Rohaeni dan Nisa Marwa, "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan", *Jurnal Ekodemica*, Vol.2, No.2, 2018, hal. 313.

<sup>9</sup>Edwin Setyo, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Auto Work", *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1, No. 6, 2017, hal. 785.

<sup>10</sup>Supriadi, *Konsep Harga dalam Ekonomi Islam*, (Bogor: Guepedia, 2018), hal. 25.

<sup>11</sup>Supriadi Muslimin, dkk, "Konsep Penetapan Harga dalam Persepektif Islam", *Journal of Islamic Economics*, Vol. 2, No. 1, 2020, hal. 6.

pihak lain. Harga wajib menggambarkan sebuah manfaat bagi penjual dan pembelinya.

*Home* industri batu bata merah Mubarrok adalah usaha yang bergerak di bidang produksi dan penjualan. Batu Bata merah mubarrok didirikan sejak tahun 1985 dengan tujuan menyediakan material bangunan di antaranya batu bata merah dengan harga terjangkau dan kualitas terbaik serta mampu bersaing terhadap bahan material lain. Begitu besarnya persaingan saat ini menjadi perhatian penting bagi batu bata merah Mubarrok khususnya dalam menciptakan kualitas dan harga produk. Berikut data harga dan penjualan pada batu bata merah Mubarrok tahun 2021.

**Tabel 1.1 Data Penjualan  
Data Penjualan Batu Bata Merah Mubarrok Tahun 2021**

Bulan	Harga Produksi	Jumlah Penjualan	Harga total Penjualan
Januari	Rp450/biji	90.000 biji	Rp40.500.000
Februari	Rp580/biji	120.000 biji	Rp69.600.000
Maret	Rp490/biji	87.000 biji	Rp42.630.000
April	Rp530/biji	79.000 biji	Rp41.870.000
Mei	Rp600/biji	143.000 biji	Rp85.800.000
Juni	Rp450/biji	150.000 biji	Rp67.500.000
Juli	Rp500/biji	163.000 biji	Rp81.500.000
Agustus	Rp430/biji	137.000 biji	Rp58.910.000
September	Rp400/biji	110.000 biji	Rp44.000.000
Oktober	Rp430/biji	160.000 biji	Rp68.800.000
November	Rp440/biji	153.000 biji	Rp67.320.000
Desember	RP460/biji	120.000 biji	Rp55.200.000

Berdasarkan dari tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan batu bata merah Mubarrok di setiap bulannya mengalami fluktuasi. Dari data di atas juga dapat diketahui bahwa ketika harga produk rendah justru volume penjualannya mengalami penurunan sedangkan ketika harga produk naik justru volume penjualannya mengalami peningkatan. Misalkan saja pada harga produk di bulan Mei sebesar Rp. 600/biji dengan volume penjualan sebesar 143.000 biji, sedangkan pada bulan september harga produk yang rendah Rp. 400/biji justru volume penjualan mengalami penurunan yakni 110.000 biji. Hal tersebut juga terjadi pada bulan April ke Mei yang mengalami kenaikan harga produksi dan mengalami kenaikan volume penjualan. Jadi adanya kenaikan dengan penurunan volume penjualan yang berbanding terbalik dengan harga produksi tersebut bisa dipengaruhi oleh jumlah

permintaan konsumen yang tinggi dan persediaan batu bata merah yang tidak mencukupi atas permintaan konsumen tersebut.

Pada bulan Desember proses produksi batu bata merah terhalang dengan musim hujan. Akibatnya harga produk batu bata merah di bulan Desember mengalami kenaikan. Sedangkan pada waktu itu kualitas batu bata terbilang rendah hal ini dikarenakan dalam proses pengeringan batu bata kurang maksimal sehingga kepadatannya kurang begitu kuat atau mudah remek. Dan juga pada bulan Desember bahan baku seperti tanah liat sangat kesulitan karena armada tidak bisa masuk ke sawah buat mengambil tanah. Sedangkan *Home* Industri batu bata merah Mubarrok sangat membutuhkan tanah liat buat proses pembuatan batu bata. Ketika tidak mendapatkan tanah liat terpaksa *Home* Industri mubarrok membeli tanah merah biasa untuk dijadikan bahan baku pembuatan bata merah. Dengan kualitas tanah yang buruk maka tidak dapat menghasilkan batu bata yang baik. Batu bata yang menggunakan tanah biasa desainnya tidak begitu rapi terkadang lebih besar dari ukuran cetakan terdapat banyak kerikil yang menjadikan batu bata kasar dan tidak bisa halus.

Pada tahun 2021, *Home* Industri batu bata merah Mubarrok menawarkan produknya melalui media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Marketplace*. Dengan demikian, konsumen tidak mendapatkan pelayanan yang begitu jelas dari kualitas pada produk tersebut. Ketika konsumen hendak melihat produknya secara langsung owner mubarrok hanya mengirimkan sedikit gambar dan beberapa video buat calon konsumen. Terkadang foto dan video yang dikirim belum tentu sesuai apa yang akan dikirimkan nantinya. Dari hal ini terkadang ada sedikit kejanggalan dari beberapa konsumen mulai dari ukurannya yang kecil, kualitas produk yang tidak sesuai dengan gambar hingga harga yang di naikan ketika pembongkarannya jauh dari lokasi.

Penelitian ini juga di latar belakangi oleh *research gap* yang diperoleh dari penelitian terdahulu. Dari hasil temuan yang dilakukan oleh Ahmad Ghufrony dalam judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Toko Retail Bahan-Bahan Bangunan di Kecamatan Dungkek” hasilnya menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Purnomo Edwin Setyo yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”” hasilnya menyatakan bahwa harga tidak mempunyai pengaruh yang positif

dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Dita Astriani dan Muhajirin dalam judul “Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Honda Scoopy pada Astra Motor” menyatakan bahwa desain produk dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian dari Kelvin, dkk dalam judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Keluhan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Jaya Mandiri Bangunan” menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian tersebut, peneliti perlu menelaah lebih lanjut mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian. Apakah desain produk, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga dapat berpengaruh pada seberapa besar konsumen merasa puas membeli batu bata merah di *home* industri Mubarrok, atau ada faktor lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada *Home* Industri Mubarrok dan beberapa problematika di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus *Home* Industri Batu Bata Merah Mubarrok di Desa Kembang, Kecamatan Dukuhseti Kabupaten Pati)**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti kemukakan di atas, maka permasalahan yang akan diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen Batu Bata Merah Mubarrok dalam Perspektif Islam?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Batu Bata Merah Mubarrok dalam Persepektif Islam?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Batu Bata Merah Mubarrok dalam Perspektif Islam?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Batu Bata Merah Mubarrok dalam Perspektif Islam?

## **C. Tujuan Penelitian**

Atas dasar rumusan masalah yang disajikan, maka tujuan dalam penelitian ini di antaranya:

1. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen Batu Bata Merah Mubarrok dalam Persepektif Islam.
2. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Batu Bata Merah Mubarrok dalam Persepektif Islam.
3. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Batu Bata Merah Mubarrok dalam Persepektif Islam.
4. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Batu Bata Merah Mubarrok dalam Persepektif Islam.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoritis
  - a. Menambah pengetahuan tentang pengaruh desain produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam sebuah perusahaan. Dan juga dapat dijadikan sebagai bahan kajian lanjutan dalam dunia pendidikan.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian dalam mempertimbangkan pelaksanaan strategi pemasaran dalam mencapai kepuasan konsumen.
2. Manfaat secara praktis
  - a. Bagi perusahaan  
Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah dapat memberikan gambaran yang mendalam bagi batu bata merah mubarrok tentang faktor yang diidentifikasi terhadap kepuasan konsumen serta bagaimana hubungan variabel-variabel dalam penelitian ini sehingga batu bata merah mubarrok dapat mengambil keputusan serta menetapkan kebijakan-kebijakan yang tepat guna memaksimalkan kepuasan konsumen.
  - b. Bagi pembaca.  
Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai wawasan baru dan bahan masukan mengenai desain produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang akan di keluarkan untuk mempertahankan kepuasan konsumen.

- c. Bagi Konsumen  
Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi dan referensi bagi konsumen mengenai desain produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga untuk melakukan evaluasi sebelum melakukan pembelian batu bata merah

## E. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini akan menjelaskan mengenai kerangka penulisan yang merupakan suatu konsep mendasar dalam pembahasan-pembahasan berikutnya.

### 1. Bagian Awal

Bagian awal ini berisi halaman sampul (*cover*), halaman nota persetujuan pembimbing, pernyataan keaslian skripsi, motto, persembahan, kata pengantar, pedoman transliterasi arab-latin abstrak, daftar isi daftar tabel dan daftar gambar.

### 2. Bagian isi

Bagian isi terdiri atas beberapa bab, yaitu sebagai berikut :

#### BAB I Pendahuluan

Pada bab pendahuluan ini berisikan dari beberapa sub bab yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

#### BAB II Landasan Teori

Pada bagian ini menguraikan beberapa sub bab. Sub bab pertama tentang teori-teori terkait dengan judul. Sub bab kedua mengenai penelitian terdahulu, kerangka berpikir, serta dugaan sementara dari penelitian ini. Dalam penelitian terdahulu ini penulis menemukan judul yang ada relevansinya dengan skripsi penulis.

#### BAB III Metode Penelitian

Pada bab metode penelitian berisikan mengenai jenis dan pendekatan, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

#### BAB IV Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini berisikan mengenai gambaran umum obyek penelitian, analisis data, serta pembahasan dan hasil penelitian.

**BAB V** Penutup

Pada bab penutupan berisikan mengenai simpulan serta saran dari penelitian yang sudah dilakukan.

**3. Bagian Akhir**

Pada bagian akhir berisikan mengenai daftar pustaka yang digunakan penulis sebagai bahan referensi dalam penelitian pada skripsi ini. Dan berisikan mengenai lampiran-lampiran yang mendukung dari penelitian.

