

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam perkembangan dunia usaha yang semakin luas, banyak masyarakat yang berlomba untuk membuka usaha dalam skala besar sampai dengan skala kecil. dalam hal ini masyarakat melakukan usaha dengan cara melakukan pemasaran. Pemasaran dapat diartikan sebagai upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud mencari keuntungan.

Pasar dan pemasaran dalam dunia usaha merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran tidak ada artinya, demikian pula sebaliknya. Setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar.

Pengertian pasar menurut para ahli kasmir dan jakfar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi.¹ Pengertian ini mengandung arti bahwa pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu

¹ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 195.

sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu, dalam arti lain didalam pasar terdapat penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli produk.

Adapun arti pemasaran menurut kotler dan keller adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain.² Dengan demikian pemasaran juga dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk memuaskan kebutuhan pembeli dan penjual.

Pemasaran yang dimaksud yaitu pemasaran kerudung (hijab). Pada jaman modern seperti sekarang ini hijab menjadi trend yang luar biasa karena wanita yang mengenakan hijab meningkat drastis. Contohnya bisa dilihat dari sosial media begitu banyak wanita yang mengenakan hijab di saat berfoto. Bahkan sekarang hijab (kerudung) sudah menjadi kebutuhan bagi kaum wanita.

Dengan seiring perubahan jaman, kini hijab atau kerudung mempunyai banyak model, motif dan warna yang begitu cantik. Kebutuhan kaum wanita akan hijab pun menjadi hal yang

² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid satu*, (Erlangga, 2009), 21.

diutamakan. Maka tidak heran banyak pengusaha yang bergerak dibidang berjualan hijab (kerudung).

Para pedagang hijab (kerudung) pada saat ini sudah banyak bereksplorasi dalam hal memasarkan produknya masing-masing untuk bersaing dalam mendominasi pasar, mulai dari mengeksplorasi produknya mengikuti perkembangan zaman hingga memperbanyak jenis produk yang ditawarkan. Dari beberapa pasar terdapat pedagang kerudung, mereka hanya khusus menjual kerudung dengan berbagai model.

Namun dalam hal ini tidak semua pasar memiliki pembukuan. Bahkan tercatat hanya 10% pengelola pasar tradisional di Indonesia memiliki pembukuan keuangan, selebihnya dikelola tanpa pembukuan. Hal ini merupakan hasil survey di 3956 pasar mencakup 210 kabupaten/kota di 12 provinsi.³ Dengan tidak adanya pembukuan maka tidak dapat diketahui seberapa besar keuntungan yang mereka dapatkan dari hasil penjualan dan seberapa banyak barang yang mereka jual.

Dengan tidak adanya pembukuan ini menjadi permasalahan apakah penjualan kerudung yang mereka kelola semakin meningkat

³ Anonim, Jakarta, 05 Juli 2016, Berita Ekonomi Bisnis, <https://m.detik.com>. 27 Juli 2018.

atau malah semakin menurun. Maka dari itu penulis tertarik untuk memilih judul: **“Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Kerudung Terhadap Tingkat Laba Bersih di Pasar Royal Kota Serang”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas penulis mengidentifikasi hal-hal yang berhubungan dengan penjualan kerudung. Dalam penelitian ini terdapat beberapa masalah, diantaranya yaitu:

1. Setiap pedagang tidak mempunyai pembukuan pendapatan atau tidak menulis berapa banyak barang yang sudah terjual.
2. Tidak mengetahui seberapa besar jumlah keuntungan yang didapatkan.

C. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti agar tidak ada salah persepsi dan dapat menghasilkan pembahasan yang terarah, maka perlu adanya pembatasan masalah, penulis membatasi pada :

1. Penelitian ini dilakukan di pasar Royal Serang Banten
2. Penelitian ini dilakukan hanya pada bersih dari penjualan kerudung di pasar Royal kota Serang.

D. Perumusan masalah

Berdasarkan uraian di atas penulis merumuskan masalah diantaranya :

1. Bagaimana pengaruh pertumbuhan penjualan kerudung terhadap tingkat laba bersih di pasar Royal kota Serang.
2. Seberapa besar pengaruh pertumbuhan penjualan kerudung terhadap tingkat laba bersih di pasar Royal kota Serang.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai sehubungan dengan adanya permasalahan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis apakah pertumbuhan penjualan kerudung berpengaruh terhadap tingkat laba bersih di pasar Royal kota Serang.
2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh pertumbuhan penjualan kerudung terhadap tingkat laba bersih di pasar Royal kota Serang.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Diharapkan hasil penelitian ini secara umum dapat mengembangkan wawasan ilmu pengetahuan yang didapatkan di bangku perkuliahan.

2. Bagi Lembaga

Diharapkan hasil penelitian ini dapat melengkapi keputusan yang dibutuhkan dalam penyediaan referensi.

3. Bagi Pelaku Usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pemikiran dalam meningkatkan usaha sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen untuk memantapkan pilihannya dengan faktor-faktor pendukung yang ada.

G. Kerangka Pemikiran

Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, hal ini membuka banyak peluang bisnis salah satunya di bidang busana yaitu kerudung (hijab). Kerudung tidak hanya menjadi penutup kepala, tetapi berubah menjadi tren mode yang diperhitungkan di tanah air dan konsumen kerudung sangat luas mencakup semua strata sosial, kerudung tidak hanya

dipakai oleh masyarakat golongan menengah ke bawah tetapi juga dipakai oleh masyarakat golongan menengah ke atas. Hal ini terlihat dari ketersediaan produk kerudung di berbagai tempat perbelanjaan, mulai dari pasar tradisional hingga pasar swalayan dan *outlet-outlet* ternama khusus kerudung.⁴

Perkembangan busana muslim saat ini lebih terlihat dengan kreativitas perancang busana yang terus menyerap trend model dunia, sama seperti mode busana lainnya, tren yang dijadikan kiblat bagi perancang busana muslim adalah mode yang berkembang di Paris. Namun perancang busana muslim tentunya akan mengubah desain di beberapa bagian yang dianggapnya tidak islami. Didukung oleh kekayaan budaya yang ada di Indonesia, desainer atau perancang busana juga banyak yang bereksperimen dengan material lain atau mengadaptasi pakaian tradisional Indonesia. Dengan demikian trend kembali ke budaya nusantara seakan menjadi salah satu ciri busana muslimah Indonesia.⁵

Meningkatnya antusiasme masyarakat dalam menggunakan busana muslim, membuat bisnis busana muslim juga semakin

⁴ Yuni, “ Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Rubby Hijab”, *Industrial Servicess: Jurnal*, Vol. 3, No 1 Oktober 2017, 305-310.

⁵ Diyah Musri dan Fenty Nadia, *Bisnis Busana Muslim*, (Jakarta : Penebar Plus, 2010),13.

meningkat dengan subur. Meskipun biasanya penjualan tertinggi adalah menjelang Ramadhan hingga Lebaran, tetapi bisnis ini tidak akan kehilangan pasarnya pada hari biasa. Kapanpun busana muslim akan tetap ada konsumennya hal ini disebabkan busana muslim tidak hanya dipakai pada saat perayaan hari raya, tetapi juga dipakai untuk aktivitas sehari-hari.⁶

Munculnya kelompok Islam baru-baru ini dan berkembangnya pemakaian hijab mendorong peningkatan produksi yang dimaksud adalah melimpahnya industry busana muslim dan ini menjadi sasaran pasar yang menggiurkan, ditambah beberapa selebritas memproduksi busana-busana muslim dengan label namanya.⁷

Kaitan antara penjualan kerudung terhadap tingkat laba bersih tidak terlepas dari yang namanya pemasaran dan promosi karena untuk menarik pelanggan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Produk disini yaitu tentang kerudung yang sedang berkembang pesat. Mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam jadi bisnis pakian muslim (kerudung) cukup menjanjikan, bahkan

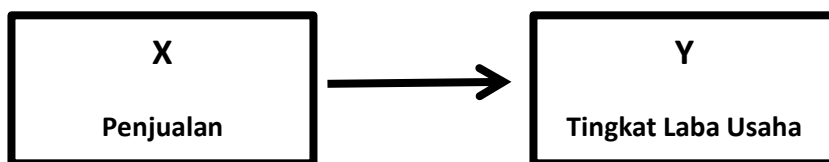
⁶ Diyah Musri dan Fenty Nadia, *Bisnis Busana Muslim*, (Jakarta : Penebar Plus, 2010),10.

⁷ Lina, "Jilbab Budaya POP dan Identitas Muslim di Indonesia", *Kebudayaan Islam: Jurnal* Vol. 14, No. 1, Juni 2016, 139-155.

kerudung sudah menjadi kebutuhan karena dipakai untuk sehari-hari.

Dari kalangan ibu-ibu, remaja sampai anak-anak mengenakan pakian muslim atau kerudung. Sekarang ini kerudung sudah banyak model dan variasi yang menarik. Maka dapat dikatakan bisnis ini sangat menguntungkan bagi penjual kerudung. Karena apabila jumlah penjualan pakian muslim itu terus meningkat dalam penjualannya maka keuntungan (profit) yang diperoleh sangatlah besar (menguntungkan).

Dari penjelasan di atas penulis dapat menggambarkan kerangka pemikiran yang tertuang di dalam penelitian ini sebagai berikut:



Berdasarkan gambar di atas dapat dijelaskan bahwa penulis akan melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Kerudung (Hijab) Terhadap Laba Bersih di Pasar Royal Kota Serang. Alasan utama penulis memilih variable penjualan dan tingkat laba ini dikarenakan begitu pesatnya pemasaran trend

kerudung di Indonesia, terutama di pasar Royal kota Serang yang semakin hari semakin bertambah pedagang kerudung dan tidak pernah sepi pembeli. Maka dari ini penulis ingin mengetahui seberapa besar laba atau keuntungan yang di dapatkan oleh para pedagang kerudung di pasar Royal.

I. Sistematika Penelitian

Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis membagi pembahasan dalam lima bab, diantaranya yaitu :

Bab ke satu Pendahuluan : Pada bab pertama berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, dan sistematika pembahasan.

Bab ke dua Kajian Teoritis : pada bab kedua menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu menguraikan tentang pengertian penjualan, tahapan dalam penjualan, indikator penjualan, pengertian kerudung, dasar hukum kerudung (hijab), macam dan jenis kerudung, pengertian laba, laba dalam perspektif islam, indikator laba, pengertian pasar, pasar tradisional, bentuk pasar, islam dan sistem pasar.

Bab ke tiga Metodologi Penelitian : pada bab ketiga menjelaskan tentang ruang lingkup penelitian, tempat dan waktu penelitian, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data.

Bab ke empat Pembahasan Hasil Penelitian : pada bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian dan pembahasan analisis hasil penelitian.

Bab ke lima Penutup : pada bab kelima ini berisi kesimpulan jawaban dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab- bab sebelumnya serta saran yang sekiranya dapat dijadikan suatu bahan pertimbangan dalam penelitian.