

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan Negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia. Selain itu, jumlah penduduk di Indonesia juga menduduki posisi kelima di dunia dan lebih dari 80% penduduk Indonesia beragama islam. Sebagai agama mayoritas di negeri ini, segala hal yang mulai dari masalah kuliner, sandang, pendidikan, hingga perbankan disesuaikan dengan agama islam. begitu juga dengan kebutuhan busana. Apalagi pada saat menjelang hari raya.¹ Di dalam kehidupan sehari-hari, manusia selalu melakukan berbagai upaya dalam memenuhi kebutuhan yang beragam. Kebutuhan adalah salah satu aspek yang menggerakkan manusia dalam aktivitas dan menjadi dasar alasan bagi setiap individu untuk berusaha dalam mencapainya. Pada dasarnya setiap manusia bekerja untuk memenuhi kebutuhannya. Banyak usaha yang berkembang,

¹ Diyah Musri Harsini dan Fenty Nadia Luwis: *Bisnis Busana Muslim*. (Jakarta: Penebar Plus, 2010)

contohnya saja pada butik zoya yang menjual bermacam-macam produk diantaranya, pakaian muslim, jilbab, kosmetik dan masih banyak lagi. Usaha ini sudah berkembang lama, tetapi saat ini pertumbuhan usahanya semakin pesat dibandingkan dengan yang sebelumnya. Berkembangnya model-model pakaian muslim yang beraneka ragam inilah yang menjadikan usahanya semakin berkembang.

Kebutuhan dan permintaan akan produk busana muslim terus meningkat disertai dengan bertambahnya minat pembeli, masyarakat dan pengusaha untuk ikut berusaha dalam industri busana muslim, yaitu dengan membuka usaha butik. Pengguna busana muslim dalam kehidupan sehari-hari terutama di kota serang sudah mengalami perkembangan yang semakin tinggi, hal ini memunculkan semakin banyak usaha-usaha yang menjual produk busana muslim di kota serang.

Busana muslim adalah pakaian yang berfungsi untuk menutupi aurat baik bagi pria maupun bagi wanita. Sebagai wanita muslimah harus lebih memperhatikan penampilannya.

Meningkatnya antusiasme masyarakat dalam menggunakan busana muslim, membuat bisnis busana muslim juga semakin meningkat dengan subur. Meningkatnya jumlah konsumen menjelang bulan ramadhan hampir 100 % dibanding dengan hari biasanya. Meskipun masa 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 karena busana muslim tidak hanya dipakai pada saat perayaan hari raya, tetapi juga dapat dipakai untuk aktivitas sehari-hari. Salah satu faktor utama dalam menjalankan usaha ini adalah membaca tren busana yang sedang diminati banyak orang. Membaca tren busana muslim yang sedang berkembang amat penting untuk kelangsungan usaha. Hal ini juga dimaksudkan untuk menarik hati konsumen baru dan langganan tidak pindah ke lain toko.

Selain faktor diatas, mengutamakan kualitas barang yang dijual juga perlu mendapat perhatian agar pembeli merasa puas, seperti bahan busana yang berkualitas dan nyaman dipakai, sehingga tingkat kepuasan konsumen terhadap produk zoya pun

semakin hari semakin meningkat. Selain itu, dalam memilih busana muslim ada beberapa konsumen yang mempertimbangkan syar'i tidaknya busana tersebut dan ukuran yang pas. Kualitas produk busana muslim masih diragukan oleh para konsumen terutama pada kualitas bahan, karena bahannya sama seperti bahan yang ada dipasaran. Hal ini yang tidak kalah pentingnya adalah harga yang ditawarkan. Menetapkan harga yang relatif murah akan menjadi daya tarik tersendiri bagi sebagian orang. Akan tetapi, pada dasarnya saat ini masyarakat kita sudah semakin cerdas. Artinya, konsumen tahu seperti apa dan bagaimana barang yang bagus, walaupun harganya relatif lebih murah. Konsumen tidak keberatan saat harus mengeluarkan uang yang lebih untuk mendapatkan barang tersebut. Sesuai dengan prinsip ekonomi, apabila banyak permintaan maka penawaran pun akan semakin meningkat. Begitu juga dengan busana muslim, sejalan dengan meningkatnya permintaan busana muslim berdampak pula dengan menjamurnya toko maupun kios-kios yang menjual busana muslim.²

² Diah Musri Harsini dan Fenty Nadia Luwis: *Bisnis Busana Muslim*.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang diatas maka peneliti dapat mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Kualitas produk busana muslim yang masih diragukan oleh para konsumen.
2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk zoya.
3. Jumlah konsumen di butik zoya terus meningkat.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang diuraikan diatas, maka masalah yang diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk busana muslim di butik zoya berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk busana muslim di butik zoya ?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk busana muslim terhadap tingkat kepuasan konsumen ?

D. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah bertujuan untuk lebih memfokuskan kajian yang akan dilakukan sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Adapun pembatasan masalah nya yaitu meneliti secara garis besar ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk busana muslim di zoya terhadap tingkat kepuasan konsumen dan konsumen mendapat kepuasan atau tidak dengan produknya.

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk busana muslim terhadap tingkat kepuasan konsumen pada butik zoya.
2. Untuk mengetahui seberapa besar kualitas produk busana muslim terhadap tingkat kepuasan konsumen pada butik zoya.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Lembaga UIN SMH BANTEN

Hasil penelitian ini dijadikan ilmu pengetahuan guna membangun pada dunia pendidikan dan sebagai bahan masukan untuk mengevaluasi sejauh mana kurikulum yang

diberikan mampu memahami kebutuhan tenaga kerja yang terampil dibidangnya.

2. Bagi Penulis

- a. Secara Akademik untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai kelulusan Program S1 Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- b. Dapat memperdalam pengetahuan serta wawasan penulis tentang pengaruh penjualan produk busana muslim terhadap tingkat kepuasan konsumen dan sebagai sarana pelatihan penerapan ilmu yang didapat dibangku kuliah kedalam masalah yang sebenarnya.

3. Bagi pihak lain (Masyarakat)

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran kepada masyarakat tentang produk yang ada pada Butik Zoya yang ada di daerah serang.

4. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, maka diharapkan sebagai bahan masukan untuk mengevaluasi karyawan tentang produk busana muslim terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, dalam mengkaji dalam bidang keahlian yang dipelajari.

G. Kerangka Pemikiran

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau masa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kesuatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.³ Kualitas produk meliputi kualitas bahan baku dan barang jadi. Kotler merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan tingkat kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

³Philip kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Prehalindo,1997),52

Pentingnya kualitas produk dapat dijelaskan dari dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional, yang merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Dan dari sudut manajemen pemasaran, kualitas produk merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran (*Marketing-mix*), yaitu produk, harga, promosi dan saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan.⁴

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi secara umum dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu :

- 1). Faktor yang berkaitan dengan teknologi, yaitu mesin, bahan, dan perusahaan.
- 2). Faktor yang berkaitan dengan *Human resources*, yaitu operator, mandor, dan personal lain dari perusahaan.

Faktor terpenting bagi perusahaan adalah pada manusia (Sumber daya manusia), karena dengan sumber daya manusia

⁴Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 139

yang berkualitas tinggi perusahaan dapat menciptakan suatu produk yang berkualitas tinggi pula. Adapun faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk yaitu :

- 1) Kinerja (*Performance*) karakteristik operasi dari produk inti yang dibeli.
- 2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- 3) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 5) Daya tahan (*Durability*), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan mencakup unsur teknis maupun umum ekonomis penggunaan produk.

- 6) *Serviceability* yang meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- 7) Estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- 8) Kualitas yang dipersepsikan (*Perceives quality*) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

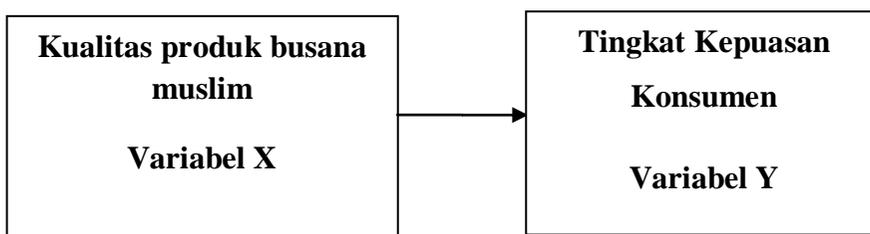
Mengenai tingkat kepuasan konsumen yaitu konsumen sendiri yang akan menilai mengenai kepuasan yang dilakukan oleh suatu perusahaan, karena konsumen adalah setiap orang yang memakai barang yang telah tersedia. Kepuasan konsumen ditentukan oleh kinerja manfaat produk dalam hubungannya dengan nilai yang memenuhi harapan konsumen. Jika kinerja produk kurang memenuhi harapan konsumen akan menyebabkan kekecewaan. Namun apabila kinerja produk melampaui harapan konsumen akan menjadikan konsumen merasa senang. Perusahaan pemasaran yang telah ternama mempunyai cara untuk menjaga kepuasan konsumennya. Konsumen yang merasa puas akan mengulangi pembelian, dan menginformasikan kepada

orang lain pengalaman mereka tentang rasa puas yang mereka dapatkan dari penggunaan produk.⁵

Dari analisis diatas maka penulis dapat mendefinisikan hubungan antar variabel, yaitu kualitas produk busana muslim mempunyai kaitan yang sangat kuat dalam dunia pemasaran, sehingga dapat menarik konsumen dan menentukan segmentasi pasar. Dengan demikian dapat dirumuskan kerangka pemikiran yang merupakan hubungan fungsional antara Variabel X bebas (Independen) dan Variabel Y (Dependen) sebagai berikut :

Hubungan Variabel X dan Variabel Y

Kepuasan Konsumen



⁵Mahmud Machfoedz, *Pengantar Pemasaran Modern*, (Akademi Manajemen Perusahaan YKPN: Yogyakarta,2005), 4

Rincian Variabel diatas adalah :

1. Variabel Independen (X) = Kualitas produk busana muslim
2. Variabel Dependen (Y) = Tingkat Kepuasan Konsumen

Dimana :

1. Variabel Independen atau Variabel X (bebas) dapat diartikan sebagai variabel yang mempengaruhi secara positif maupun negatif terhadap Variabel terkait.
2. Variabel Dependen dapat diartikan sebagai Variabel Y (terikat) dipengaruhi oleh Variabel Independen.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan ini, penulis mengelompokkan urutan bahasan materi dalam lima bab yang masing-masing bab akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini menguraikan tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Pemikiran, Landasan Teori,

Tinjauan terhadap penelitian terdahulu, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : Kajian Pustaka

Bab ini akan membahas dan menjelaskan mengenai kajian teori yang memuat landasan teori yang akan dibahas dalam penelitian.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini akan menjelaskan tentang metodologi penelitian yang didasarkan dan dikembangkan berdasarkan pokok masalah utama. Pada bab ini menguraikan tentang tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, instrument penelitian, teknik analisis data, dan hipotesis statistik.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang hasil analisis dan pengolahan data yang telah dilakukan yang meliputi Gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan

pembahasan, analisis deskripsi data dan hasil analisis data.

BAB V : Penutup

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi Kesimpulan dari penelitian yang berdasarkan hasil analisis data yang telah diolah dan dibahas oleh penulis, dan Saran atas penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.