

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang penelitian

Bisnis adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan. Sedangkan dalam ilmu ekonomi bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan oleh individu dan organisasi yang menciptakan nilai melalui produk barang dan jasa untuk memperoleh keuntungan dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Aktivitas bisnis dilakukan oleh individu atau kelompok yang meliputi proses produksi, pertukaran kebutuhan, kegiatan distribusi, dan konsumsi dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan secara finansial. Mengutip buku Pengantar Bisnis : Etika, Hukum & Bisnis Internasional, tujuan utama dari sebuah bisnis adalah untuk mendapatkan laba usaha yang sebesar besarnya dari produk atau jasa yang ditawarkan.

Adapun dalam Islam bisnis dapat di definisikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (terdapat aturan halal dan haram).

Dalam perspektif fiqh keuangan istilah bisnis dalam Islam secara lazim disebut dengan istilah tijarah yaitu pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan, yang mana dalam bisnis syariah pencarian keuntungan

tersebut bukanlah semata-mata hanya terfokus pada sudut pandang materil saja, melainkan juga meliputi pada usaha untuk mendapatkan ridha dari Allah SWT dalam menjalankan bisnis tersebut, oleh karena itu bisnis syariah pada hakikatnya megnacu pada makna bisnis yang berpedoman pada Al-Quran yang tidak hanya memuat hal-hal yang bersifat materil namun justru juga mengarah pada hal-hal yang bersifat immateril.

Landasan normatif etika bisnis dalam Islam bersumber dari al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW. Dalam konteks ini dapat dibagi menjadi empat kelompok, yaitu; landasan tauhid, landasan keseimbangan, landasan kehendak bebas, dan landasan pertanggungjawaban (Muslich, 2010).

Dalam kehidupan sehari-hari, ekonomi merupakan roda kehidupan sebagai wadah untuk memenuhi kebutuhan materil manusia, baik dalam kehidupan individu, maupun sosial. Tujuan utama dari sistem ekonomi Islam selaras dengan tujuan dari penerapan syariat agama Islam, yaitu untuk mencapai tatanan yang baik serta terhormat sehingga menciptakan kebahagiaan dalam lingkup dunia dan akhirat. Hal ini menunjukkan bahwa masalah ekonomi juga menjadi perhatian dalam agama Islam.

Dalam sistem perekonomian, konsumsi memainkan peranan penting. Adanya konsumsi akan mendorong terjadinya produksi (pembuatan produk) dan distribusi (penyaluran produk). Dengan demikian akan menggerakkan roda-roda perekonomian.

Kepuasan konsumen ditinjau dari ekonomi Islam sudah sesuai dengan ekonomi Islam karena kepuasan konsumen di dalam ekonomi Islam adalah masalah dimana Islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan non fisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah.

Ketika konsumen akan membeli suatu barang konsumen sering membandingkan obyek harga barang dengan harga barang yang lain. Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk atau jasa dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi juga. Konsumen yang merasa sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, dan tidak terlalu memperhatikan merek pesaing serta tidak terlalu sensitif terhadap harga.

Faktor selanjutnya yang dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian adalah faktor pelayanan. Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang maupun jasa. Di anjurkan untuk memberikan pelayanan yang baik, dan juga memberikan produk ataupun jasa yang baik guna mencukupi kebutuhan konsumen agar konsumen merasa puas. Dalam konsep Islam, yang paling prinsip adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran dan keadilan ekonomi dengan mempertimbangkan kepentingan para pihak yang terlibat di pasar.

Hal ini tampak dalam Al-Qur'an dalam surah Al Baqarah/2:267 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

PC Mart merupakan salah satu unit usaha dari Koperasi Sakinah. PC Mart merupakan swalayan atau toko kelontong (minimarket) yang menyediakan produk barang atau jasa yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Pada dasarnya produk yang ada di PC Mart tidak jauh berbeda dengan produk mini market lain. Maka dari itu persaingan antara mini market cukup ketat. Karena produk dari PC Mart ini sama seperti produk mini market lainnya harga produk menjadi salah satu hal yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Konsumen cenderung akan merasa puas ketika mendapat harga yang lebih rendah di suatu mini market untuk produk yang sama. Kualitas pelayanan pun menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Konsumen cenderung merasa puas jika mendapat

pelayanan yang baik, seperti informasi kegunaan dan manfaat produk, posisi penempatan produk yang sedang dicari pelanggan, kegunaan produk, dll.

PC Mart merupakan salah satu mini market yang menjalankan beberapa prinsip syariah, seperti zakat 2,5 % dari total belanja produk yang akan di keluarkan setiap 1 bulan sekali. Hal ini tentunya berpengaruh terhadap harga modal produk, sehingga harus sedikit menaikkan harga produk walaupun tidak menutup kemungkinan beberapa produk ada yang memiliki harga lebih murah, lebih mahal bahkan sama dengan mini market pesaing.

PC Mart mulai beroperasi sejak bulan Maret 2019 dengan karyawan berjumlah 4 orang, namun di karenakan pandemi covid 19 yang melanda negara Indonesia menyebabkan berkurangnya jumlah konsumen setiap harinya maka dari itu di lakukan pengurangan jumlah karyawan menjadi 2 orang. Jumlah karyawan tentunya mempengaruhi kualitas pelayanan dari PC Mart, sementara kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen berbelanja.

Perbedaan penelitian yang akan di lakukan ini dengan penelitian terdahulu. Pertama, objek minimarket ini merupakan salah satu sub unit dari usaha koperasi syariah. Kedua, Objek penelitian ini tidak 100% persen menerapkan prinsip syariah seperti penetapan harga yang di lakukan secara langsung oleh pihak minimarket seperti mini market konvensional, bukan atas dasar suka sama suka. Ketiga, menurut pengelola 70% konsumen berasal dari anggota koperasi sendiri dan anggota persis sekitar.

B. Rumusan masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi bahwa masalah penelitian ini sebagai berikut:

“ Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di PC Mart Menurut Perspektif Ekonomi Islam ”

Sesuai dengan identifikasi masalah tersebut, maka masalah ini dapat dirumuskan ke dalam beberapa pertanyaan penelitian:

1. Seberapa besar pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen berbelanja di PC Mart menurut perspektif ekonomi Islam?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di PC Mart menurut perspektif ekonomi Islam?
3. Seberapa besar pengaruh harga produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di PC Mart menurut perspektif ekonomi Islam?

C. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen berbelanja di PC Mart menurut perspektif ekonomi Islam
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di PC Mart menurut perspektif ekonomi Islam

3. Pengaruh harga produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di PC Mart menurut perspektif ekonomi Islam

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki beberapa kegunaan, baik secara akademis maupun praktis:

1. Secara Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan konsep dan kajian yang lebih mendalam tentang harga produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di PC Mart. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai sumber ilmu untuk menambah wawasan dan juga bahan pertimbangan serta referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Minimarket

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik minimarket agar menjadi pertimbangan untuk menentukan harga produk agar dapat mengoptimalkan kepuasan pelanggan. Pemilik minimarket juga dapat lebih mengoptimalkan lagi kualitas pelayanan yang di berikan kepada konsumen agar konsumen dapat lebih nyaman, dan puas berbelanja di minimarket tersebut.

- b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi khususnya kepada konsumen minimarket PC Mart perihal harga dan juga kualitas pelayanan yang di berikan **oleh minimarket PC Mart .**

E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini mencakup beberapa hal yaitu sebagai berikut:

1. Variabel independen (bebas) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Harga dan Kualitas Pelayanan yang diambil dari data primer yang dilakukan oleh peneliti dengan cara membagikan kuisisioner untuk di isi konsumen PC Mart dan juga hasil wawancara peneliti dengan pengelola PC Mart. Pernyataan dalam kuisisioner variabel Harga dibatasi berdasarkan 4 indikator harga menurut teori Philip Kotler & Armstrong. Pernyataan dalam kuisisioner variabel Kualitas Pelayanan dibatasi berdasarkan 5 indikator kualitas pelayanan menurut teori Vargo & Lusch dalam Tjiptono.
2. Sedangkan variabel dependen (terikat) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen yang diambil dari data primer yang dilakukan oleh peneliti dengan cara membagikan kuisisioner untuk di isi konsumen PC Mart dan juga hasil wawancara peneliti dengan pengelola PC Mart. Pernyataan dalam kuisisioner variabel Kepuasan Konsumen dibatasi berdasarkan 5 indikator kualitas pelayanan menurut teori Kotler.