

BAB I

PENDAHULUAN

A.Latar Belakang

Islam adalah agama sempurna (komprehensif) yang mengatur aspek masalah kehidupan manusia, baik tentang ibadah, akhlak ataupun muamalah.¹ Islam membahas meliputi semua aspek kehidupan manusia. Islam merupakan agama universal yang membahas menyeluruh masalah kehidupan, baik tentang ibadah, akhlak ataupun syariah.² Syariat Islam merangkum masalah ibadah yang merupakan ajaran yang sangat diperlukan dalam menjaga keharmonisan dan ketaatan hubungan antara sang pencipta dan manusia. Karena dengan beribadah, manusia akan senantiasa mengingat Allah SWT. Syariat sebagai ketentuan Allah yang ditunjukkan sebagai panduan bagi manusia dalam menjalani kehidupannya.³ Syariat Islam membahas masalah ibadah sebagai hubungan antara Allah dan manusia. Ibadah memiliki hubungan yang vertikal antara sang pencipta dengan manusia.

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi semakin berkembang pesat seiring dengan kemajuan zaman. Kemajuan teknologi juga memberi dampak pada berbagai bidang terutama pada bidang perekonomian. Karena perekonomian merupakan roda penggerak bagi

¹ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Ed. Ke-1, Cet. Ke-4, (Jakarta: Kencana, 2016), 5.

² Ismail, *Perbankan Syariah*, Ed. Ke-1, Cet. Ke-1, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 3.

³ Juhaya S Pradja, *Ekonomi Syariah*, Cet. Ke-1, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 102.

suatu bangsa. Suatu bangsa dikatakan maju apabila memiliki perekonomian yang maju dan sebaliknya. Karena berbagai kemajuan inilah suatu barang dituntut untuk memiliki kualitas yang sesuai selera, sesuai dengan kebutuhan, dan memenuhi daya beli.

Oleh karena itu, produsen akan mengalami persaingan yang sangat ketat yang diakibatkan oleh permintaan para konsumen yang semakin kompleks. Selain itu dalam situasi pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peranan kualitas produk akan semakin besar dalam perkembangan suatu usaha. Sangat penting bagi seorang pedagang untuk mengetahui permintaan konsumen yang selalu berkembang dengan memperhatikan perubahan dan perkembangan permintaan konsumen yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan seorang konsumen dalam membeli suatu barang.

Pentingnya memahami perkembangan dan permintaan dari konsumen juga telah menjadi perhatian bagi para produsen Batik Sendang Paciran. Dengan mengetahui perkembangan konsumen yang semakin beragam, para pedagang batik akan berusaha mengembangkan batik yang dihasilkan agar mampu bersaing dengan berbagai industri pabrik dari berbagai daerah lain di seluruh Indonesia.

Batik merupakan kain yang sudah tidak asing lagi bagi seluruh warga Indonesia, bahkan batik sudah dijadikan sebagai identitas bangsa Indonesia dan telah diakui oleh UNESCO. Hampir disetiap daerah di

Indonesia memiliki ciri khas batik tersendiri yang menggambarkan budaya dan kekhasan daerahnya masing-masing, melalui batik diharapkan daerah tersebut dapat di kenal budayanya dan juga ciri khasnya oleh daerah lain di seluruh Indonesia termasuk batik Sendang Paciran.

Melalui perkembangan dan pembaharuan yang selalu dilakukan oleh para pengrajin batik, batik yang sekarang hampir digemari oleh semua kalangan. Melalui perkembangan fashion yang ada, batik yang sekarang mampu menembus pasar diberbagai usia. Tidak hanya golongan tua saja yang menyukainya, anak – anak dan anak muda juga sudah menggemari trend batik yang ada. Pada saat ini batik tidak hanya dipakai pada kegiatan atau acara-acara penting dan sakral saja, tetapi dengan perkembangan yang ada, batik dapat digunakan pada berbagai kegiatan dan acara.

Kualitas produk adalah faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk barang atau hasil itu dimaksudkan.⁴ Harga adalah nilai uang yang harus ditukarkan pelanggan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.⁵ Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau

⁴Swastha, *Manajemen Pemasaran, analisa perilaku konsumen*, (Yogyakarta: Liberty, Edisi Pertama, Cetakan Ketiga, 2010) , 94.

⁵Saladin, *Intisari Pemasaran & Unsur-unsur Pemasaran*, (Bandung: Linda Karya, 2008), 95.

lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.⁶ Maka bagi perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk dengan strategi yang lebih baik lagi, sehingga perusahaan tersebut mencapai tujuan yang lebih baik lagi sebagai perusahaan yang besar.

Berdasarkan penelitian ini saya melakukan observasi bahwa pedagang menjual 3 jenis batik madura, yaitu batik melati sumenep, batik cempaka pamekasan dan batik tanjung bumi bangkalan dengan berbagai macam kualitas dan harga. Batik melati sumenep jika ingin kualitas bagus, tidak luntur dan nyaman dipakai dengan bahan satin atau kaos memiliki harga berkisar sekitar 50-100 ribu tiap potongnya, jika ingin kualitas bagus, tidak luntur dan nyaman dipakai dengan bahan primis/ATBM memiliki harga pada kisaran 200-500 ribu, jika ingin kualitas bagus, tidak luntur dan nyaman dipakai dengan bahan prisma-sima sekitar 1-2 juta. Sedangkan batik cempaka pamekasan, jika ingin kualitas bagus, tidak luntur dan nyaman dipakai dengan bahan primis sekitar 25-30 ribu, jika ingin kualitas bagus, tidak luntur dan nyaman dipakai dengan bahan super A sekitar 40-50 ribu, jika ingin kualitas bagus, tidak luntur dan nyaman dipakai dengan bahan super B sekitar 70-80 ribu. Kalau batik tanjung bumi bangkalan, jika ingin kualitas bagus, tidak luntur dan nyaman dipakai dengan bahan primis sekitar 70-100 ribu, jika ingin kualitas bagus, tidak luntur dan nyaman dipakai dengan bahan cap elar sekitar 150-200 ribu, jika ingin kualitas bagus, tidak luntur

⁶Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011), 38.

dan nyaman dipakai dengan bahan cap jempol atau sutra sekisar 300 ribu sampai 1 juta.⁷

Namun dikarenakan adanya wabah virus covid19 peneliti juga akan merubah observasi yang seharusnya di pedagang batik madura berpindah ke sentra batik sendang sehingga tidak memungkinkan bagi peneliti untuk melakukan observasi sesuai rencana awal demi menjaga kesehatan, sehingga berdasarkan penelitian ini saya melakukan observasi bahwa Sentra Batik Sendang menjual 3 jenis batik sendang, yaitu Batik Printing, Batik Cap, dan Batik Tulis dengan berbagai harga. Batik printing jika ingin kualitas bagus, tidak luntur dan nyaman dipakai dengan bahan jenis kain katun memiliki harga berkisar sekitar 85-105 ribu. Sedangkan batik cap, jika ingin kualitas bagus, tidak luntur dan nyaman dipakai dengan bahan jenis kain katun memiliki harga berkisar sekitar 115-145 ribu. Kalau batik tulis, jika ingin kualitas bagus, tidak luntur dan nyaman dipakai dengan bahan jenis kain katun yang lebih bagus memiliki harga berkisar sekitar 150-500 ribu

Dalam pengambilan keputusan pembelian, biasanya seorang konsumen akan memperhatikan beberapa hal, salah satunya dari kualitas produk. Jika kualitas produk menjadi salah satu faktor utama yang diperhatikan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, maka setiap perusahaan memerlukan strategi dalam meningkatkan kualitas produk agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

⁷Hasil observasi dengan pedagang batik madura di pasar bangkalan pada 19 Agustus 2019.

Kualitas produk yang baik tidak dapat dinilai dari apakah produk tersebut dapat memuaskan kebutuhan konsumen atau tidak. Namun terdapat 3 unsur penting dalam menentukan kualitas produk yang baik dan tidak menyimpang dari ajaran islam. Seperti yang telah dicontohkan rasul kepada umatnya yaitu:

1. Unsur produknya

Dalam islam, produk-produk yang baik untuk dikonsumsi yaitu produk yang halal. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S. al-Baqarah: [3]: 168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apayang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan;karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa produk yang baik untuk dikonsumsi adalah produk yang halal.

2. Unsur pelakunya

Unsur ini menekankan bahwa menjalin hubungan baik dengan pelanggan berarti tidak hanya memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, namun juga memahami apa yang dipikirkan oleh konsumen. Dalam hal ini, Rasulullah mengajarkan untuk selalu bersifat jujur. Dengan sifat jujur tersebut maka akan timbul rasa percaya pelanggan terhadap para penjual.

3. Metode (cara pelaksanaannya)

Silaturahmi merupakan metode yang dipakai oleh Rasulullah dalam mempertahankan pelanggan. Seperti halnya terdapat hadits Nabi Muhammad Saw yang menerangkan bahwa “janganlah kamu menyaingi (secara tidak sehat) penjualan saudaramu sendiri”. (HR. Bukhari dan Muslim). maksudnya Allah akan melapangkan rezekinya bagi siapa saja yang menyambung tali silaturahmi.

Selain kualitas produk, harga juga menjadi salah satu yang diperhatikan oleh konsumen dalam mengambil keputusan.⁸ Harga merupakan variabel yang dapat menentukan diterima atau tidaknya produk oleh konsumen.⁹

Berdasarkan permasalahan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Sendang (Perspektif Ekonomi Islam) Study Kasus Sentra Batik Sendang Paciran”**

⁸Aliefia Hanifaradiz, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebuoy Di Surabaya”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5, No. 6, Juni 2016.

⁹Wilson Setiawan, “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G Di Surabaya”, *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol. 2 No. 1, Maret 2014.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas suatu produk terhadap keputusan pembelian batik sendang (Study Kasus Sentra Batik Sendang) perspektif ekonomi islam?
2. Bagaimana pengaruh harga suatu produk terhadap keputusan pembelian batik sendang (Study Kasus Sentra Batik Sendang) perspektif ekonomi islam?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian batik sendang (Study Kasus Sentra Batik Sendang) perspektif ekonomi islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas suatu produk terhadap keputusan pembelian batik sendang (Study Kasus Sentra Batik Sendang) perspektif ekonomi islam.

2. Untuk mengetahui pengaruh harga suatu produk terhadap keputusan pembelian batik sendang (Study Kasus Sentra Batik Sendang) perspektif ekonomi islam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian batik sendang (Study Kasus Sentra Batik Sendang) perspektif ekonomi islam.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, khususnya bagi peneliti, bagi pedagang batik, dan konsumen batik di pasar Bangkalan Madura.

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi wawasan dan ilmu baru bagi peneliti mengenai Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Sendang (Perspektif Ekonomi Islam).

2. Bagi Sentra Batik Sendang

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi Sentra Batik Sendang agar mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Sendang (Perspektif Ekonomi Islam) study kasus Sentra Batik Sendang.

3. Bagi konsumen batik Sendang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen tentang Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Sendang (Perspektif Ekonomi Islam) study kasus Sentra Batik Sendang.

E. Kajian Pustaka

Untuk mencapai penelitian yang baik, peneliti akan memberikan penelitian terdahulu yang sudah dilakukan dan berkaitan dengan skripsi dengan permasalahan yang peneliti bahas.

1. Penelitian berupa skripsi berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta oleh Febry Arum Dewanto, Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengetahui Kualitas Produk, kualitas pelayanan, desain produk Harga Produk, dan Kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, adapun pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Yaitu pengambilan sampel secara acak dengan criteria tertentu, dengan catatan sampel tersebut mempunyai hubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Analisis data

dalam penelitian ini adalah menggunakan metode regresi linier berganda dan data tersebut di analisis menggunakan SPSS 17.00. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang kualitas produk dan harga. Sedangkan perbedaannya dengan yang akan peneliti teliti terletak pada judul selain kualitas produk dan harga peneliti juga meneliti kualitas pelayanan desain produk dan kepercayaan.

2. Penelitian berupa skripsi berjudul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua Dalam Prespektif Ekonomi Islam oleh Inti Bintang Fortuna, Program Studi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengetahui Kualitas Produk, dan Harga. Penelitian ini dilakukan di Kota Bandar Lampung, adapun pengambilan sampel menggunakan metode *propability sampling* yaitu *cluster sampling*. Yaitu teknik penentuan sampel untuk menentukan penduduk atau kecamatan mana yang akan dijadikan sumber data, dengan catatan sampel tersebut mempunyai hubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode Regresi Linier Berganda dan data tersebut di analisis menggunakan SPSS 17.00. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang kualitas produk dan harga terhadap

keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya terletak pada yang ingin diteliti dan objek yang akan diteliti .

3. Penelitian berupa skripsi berjudul *Analisa Pengaruh Harga, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pemasaran Online Melalui Jejaring Sosial Facebook “Perawatan Wajah”)* oleh Wahyu Nurul Faroh, Program Studi Manajemen Universitas Pamulang Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengetahui harga, promosi dan pelayanan. Penelitian ini dilakukan di Pemasaran Online Melalui Jejaring Sosial Facebook “Perawatan Wajah”, adapun pengambilan sampel menggunakan metode *propability sampling* yaitu *cluster sampling*. Yaitu teknik penentuan sampel untuk menentukan penduduk atau kecamatan mana yang akan dijadikan sumber data, dengan catatan sampel tersebut mempunyai hubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode Regresi Linier Berganda dan data tersebut di analisis menggunakan SPSS 17.00. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang harga terhadap keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya terletak pada yang ingin diteliti yaitu Promosi, dan Pelayanan dan objek yang akan diteliti
4. Penelitian berupa skripsi berjudul *Pengaruh Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu 2beat* oleh Mila Yuni Pratiwi, Program Studi Manajemen Penelitian dilakukan bertujuan

untuk mengetahui Harga, Promosi Dan Citra Merek. Penelitian ini dilakukan di Kota Jakarta, adapun pengambilan sampel menggunakan metode *probability sampling* yaitu *cluster sampling*. Yaitu teknik penentuan sampel untuk menentukan penduduk atau kecamatan mana yang akan dijadikan sumber data, dengan catatan sampel tersebut mempunyai hubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 50 orang. Analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode Regresi Linier Berganda dan data tersebut di analisis menggunakan SPSS 17.00. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang harga terhadap keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya terletak pada yang ingin diteliti yaitu Promosi, dan Citra merek.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman kemana arah pembahasan penelitian, maka urutan sistematika pembahasan yang telah ditentukan oleh peneliti dalam penulisan skripsi yang berjudul “Konsep Kewirausahaan Islami di Distro Assfak.Assyuhadak (Studi Kasus Distro Asffak.Assyuhadak Store di Kabupaten Jombang)” ini terbagi menjadi lima bab dengan uraian sebagai berikut:

Bab 1 : Pendahuluan

Pada bab ini akan membahas tentang latar belakang permasalahan yang diambil, rumusan masalah, tujuan dan

kegunaan penelitian, kajian pustaka, serta sistematika pembahasan.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini berisi tentang teori yang digunakan dalam penelitian yang dijadikan sebagai referensi dalam menyelesaikan permasalahan yang akan diteliti. Adapun teori yang dibahas tentang Kewirausahaan Islami, distro, Manajemen Islami, Marketing Islami, dan mekanisme penjualan secara Islami.

Bab III : Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang metodologi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian. Metode yang digunakan seperti jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan analisis data.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam Bab ini peneliti akan menguraikan tentang temuan di lapangan terkait dengan gambaran umum objek penelitian meliputi profil Distro Assfak Assyuhadak di Kabupaten Jombang yang meliputi sejarah berdirinya, visi dan misi, serta analisis mengenai Konsep Kewirausahaan.

Bab V : Penutup

Bab ini berisi tentang penutup yang meliputi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh

peneliti, dan berisi tentang saran dan dilengkapi dengan daftar pustaka.