

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam menjalankan bisnis Syariah, tentu sudah seharusnya berpedoman kepada sumber dari ajaran Islam itu sendiri yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah. Rasulullah Saw. sudah mencontohkannya kepada ummatnya. Bisnis Syariah tentu mempunyai prinsip-prinsip yang harus diterapkan agar bisa bermanfaat bukannya bagi produsen saja, akan tetapi bermanfaat pula bagi para konsumen. Dan Rasulullah Saw menjelaskan hal tersebut lengkap baik dalam kehidupan sehari-hari maupun melalui lisan beliau. Maka dari itu tentu kita ummat Nabi Muhammad Saw harus mengikuti pedoman yang telah diberikan agar keberkahan dalam menjalankan bisnis ataupun muamalah ini menjadi keberkahan.

Banyak ayat *Al-Qur'an* maupun *hadits* yang menjelaskan tentang anjuran-anjuran untuk berbisnis. Salah satu ayat yang menjelaskan tentang anjuran dalam berbisnis yaitu pada surat *Al-Jumu'ah* ayat 10 yaitu:¹

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung”. (Q.S Al-Jumu'ah:10)

¹ Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Tafsir, (Jakarta: Widya Cahya, 2011)

Penjelasan ayat tentang anjuran untuk berbisnis di atas pada saat ini telah banyak diterapkan oleh masyarakat. Dimana saat ini bisnis menjadi fenomena yang marak dikalangan masyarakat. Maraknya berbagai jenis bisnis tersebut, kini juga telah merambah di Indonesia.

Bisnis adalah bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Kegiatan memenuhi kebutuhan hidup adalah kewajiban bagi seluruh umat muslim dan harus selalu berada di jalan yang lurus. Oleh sebab itu tujuan utama dari bisnis adalah mencapai ridha Allah SWT melalui aktivitas duniawi. Kegiatan memenuhi kebutuhan hidup ini merupakan kecenderungan alamiah dalam diri manusia untuk hidup dalam kenyamanan secara material.²

Persoalan bisnis juga terus berkembang sejalan dengan perkembangan ilmu-ilmu kemakmuran indrawi, yang jumlahnya pun makin lama makin bertambah banyak. Oleh karenanya peningkatan kemampuan untuk lebih kompetitif dalam memutar roda bisnis mutlak diperlukan agar manusia bisa mempertahankan keberlangsungan usahanya dalam situasi kompetisi yang semakin ketat.³ Kuatnya persaingan membuat seleksi alamiah yang mengarah pada yang kuat yang bertahan. Keberhasilan akan digapai oleh pelaku bisnis dan perusahaan yang paling

² Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, Manajemen Bisnis Syariah, Bandung : Alfabeta, 2009, hal. 1.

³ Ali Hasan, Manajemen Bisnis Syariah, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009 hal. 1.

mampu menyesuaikan diri dengan persyaratan lingkungan saat ini, yaitu mereka yang sanggup memberikan apa yang siap dibeli masyarakat.⁴

Oleh karenanya, tidak jarang demi keuntungan, banyak yang nekad menggunakan cara-cara yang batil. Mencari, memelihara dan mempertahankan bisnis dengan berbekal ilmu bisnis buatan kapitalis dan sosialis yang lepas dari nilai tauhid yang haq mengakibatkan mereka jauh dari Allah, tidak mendapat berkah dan akhirnya mengantarkan mereka pada kehancuran.⁵

Didalam bisnis syariah tentu bukan hanya berorientasi kepada laba/keuntungan saja, akan tetapi lebih mengedepankan kemaslahatan didalam setiap transaksi jual/beli demi menggapai ridho Allah Swt. Oleh karena itu bisnis syariah sangat diminati oleh masyarakat Indonesia yang dimana sebagian besar penduduknya adalah agama Islam.

Keutamaan bisnis Islam pada pokoknya adalah penerapannya yang selalu didasarkan pada prinsip-prinsip hukum Islam, yang mana ketentuan bisnis syariah merupakan produk hukum dari hasil pengembangan akad-akad muamalah yang terkait, hal ini dikarenakan sumber utama dalam pembentukan ketentuan bisnis syariah pada intinya adalah akad-akad muamalah yang selalu merujuk pada Al-Quran dan Sunnah atau yang dikenal dengan istilah *ar-ruju' ila Al-Quran wa as-sunnah*

Berdasarkan penjelasan prinsip dan dalil-dalil diatas bisnis syariah semakin populer ditengah-tengah masyarakat Indonesia. Salah satu dari sekian bisnis syariah yang ada di Indonesia yaitu jasa aqiqah. Jasa aqiqah

⁴ M. Fuad, et al, Pengantar Bisnis, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2000, hal. 1.

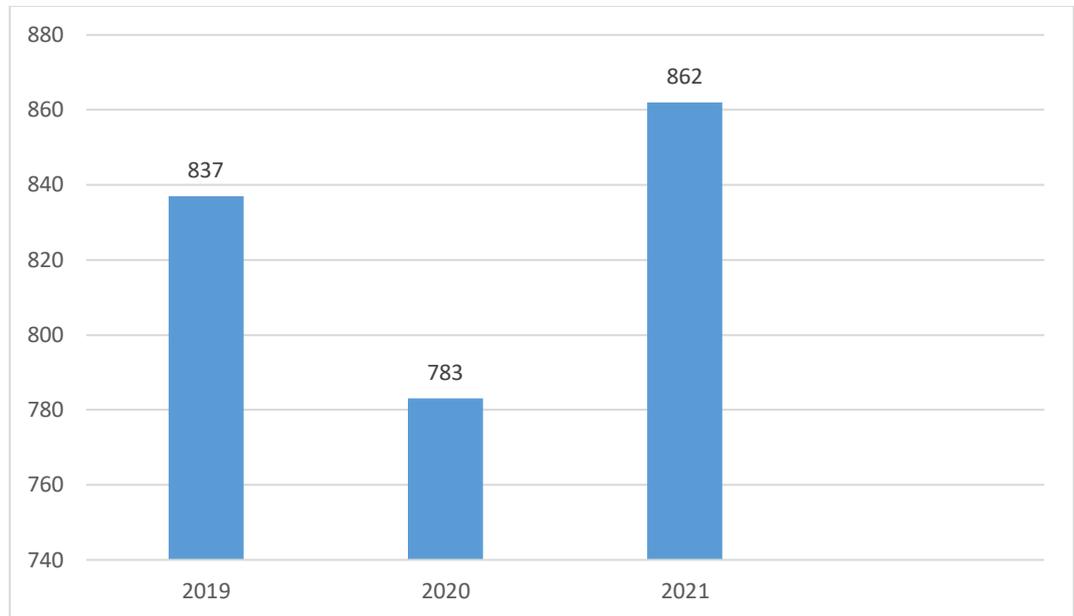
⁵ Ali Hasan , loc.cit.

adalah suatu jenis usaha yang bergerak melayani masyarakat yang ingin menunaikan kewajibannya yaitu aqiqah bagi seorang bayi yang baru lahir maupun dewasa.

Aqiqah disyariatkan dalam Islam, sebagaimana Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam mengaqiqahi Al Hasan dan Al Hushain. Namun para ulama berselisih tentang hukumnya. Sebagian ada yang mewajibkan dan mayoritas mereka mensunnahkannya. Imam Ahmad berkata: Al aqiqah merupakan Sunnah dari Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam. Beliau Shallallahu ‘alaihi wa sallam telah melakukan aqiqah untuk Al Hasan dan Al Hushain. Para sahabat Beliau juga melakukannya. Dan dari Samurah, Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda: “Semua anak yang lahir tergadaikan dengan aqiqahnya” [HR Abu Dawud, At Tirmidzi dan An Nasa-i].

Muhammad Kalim Shiddiqi, S.E. selaku *owner* dari Permata Aqiqah mengungkapkan bahwa bisnis jasa Aqiqah di Kota Tangerang pada saat ini mulai menjamur seiring berkembangnya jumlah populasi penduduk di Kota Tangerang. Disisi lain beliau menambahkan bahwa pentingnya citra merek dan kualitas pelayanan agar mampu bersaing didalam bisnis jasa Aqiqah yang pada saat ini semakin kompetitif. Berikut ini adalah grafik data penjualan tiga tahun terakhir di Permata Aqiqah.

TABEL 1.1
DATA PENJUALAN PERMATA AQIQAH



Berdasarkan data laporan penjualan tiga tahun terakhir yaitu tahun 2019, 2020, dan 2021. Beliau memaparkan bahwa pada tahun 2019 Permata Aqiqah mendapatkan sebanyak 837 pesanan, pada tahun 2020 Permata Aqiqah mendapatkan 783 pesanan, dan pada tahun 2021 Permata Aqiqah mendapatkan 862 pesanan.

Beliau menuturkan kembali, kenaikan dan penurunan penjualan pesanan di Permata Aqiqah dikarenakan adanya beberapa faktor diantara lainnya yaitu citra merek dan kualitas pelayanan. Dalam menjalankan aktivitas berbisnisnya, Permata Aqiqah tentu mempunyai beberapa masalah yang menjadi hambatan. Diantara lainnya ialah banyaknya pesaing, pengaruh citra merek, dan kualitas pelayanan. Karena semua faktor tersebut akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk Permata

Aqiqah. Maka dari itu peneliti disini merasa tertarik agar permasalahan yang ada di Permata Aqiqah bisa di indentifikasi dan menghadirkan solusi yang konkret untuk kemajuan bisnis syariah Permata Aqiqah.

Kepercayaan pada sebuah merek memegang peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen. Dalam hal ini konsumen percaya bahwa merek yang mempunyai citra positif merupakan suatu jaminan akan kualitas produk. Konsumen akan selalu membeli produk untuk memenuhi kebutuhan akan tetapi produk mana yang mereka beli dan bagaimana mereka membuat keputusan akan erat hubungannya dengan perasaan mereka terhadap merek-merek yang ditawarkan. Pada titik inilah citra (image) sangat penting karena image terhadap merek adalah hal yang biasa diingat oleh konsumen. Selain citra merek faktor yang dipertimbangkan adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Bila tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk akan ditolak.

Kondisi pelanggan yang semakin kritis dalam hal kualitas juga memaksa perusahaan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan mutu produknya agar terhindar dari klaim atau ketidakpuasan pelanggan perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Berikut ini adalah daftar tabel dari kompetitor terdekat Permata Aqiqah :⁶

⁶ Observasi pendahuluan pada tanggal 09 Februari 2022

TABEL 1.2
DAFTAR KOMPETITOR TERDEKAT PERMATA AQIQAH

No.	Nama Kedai Kopi	Alamat
1.	Naura Aqiqah & Catering	Jl. Bulak Kinung Kav. Dpr No.110, Nerogtog, Kec. Pinang,, Kota Tangerang, Banten
2.	Habib Aqiqah	Jl. KH Hasyim Ashari, Blok B Pinang, Gg. Kelurahan No 41, Banten
3.	Sahabat Aqiqah	Jl. KH. Maulana Hasanudin No.88, RT/RW. 001/07, Kel, RT.005/RW.007, Poris Jaya, Kec. Batuceper, Kota Tangerang, Banten
4.	Nur Aqiqah	Komplek Departemen Keuangan RI, Jl. H. Zenan No. 11, RT.001/RW.002, Parung Jaya, Kec. Karang Tengah, Kota Tangerang, Banten
5.	Aqiqah Saung Abah Jajat	Jl. Perumahan Griya Kencana 2 No.1, RT.001/RW.014, Sudimara Bar., Kec. Ciledug, Kota Tangerang, Banten
6.	Aqiqah Nurul Hayat	Jl. Kav. Pemda Raya No.167D, RT.002/RW.005, Panunggangan Bar., Kec. Cibodas, Kota Tangerang, Banten
7.	Razka Aqiqah	Jl. Teuku Umar No.32, RT.001/RW.001, Cimone Jaya, Kec. Karawaci, Kota Tangerang, Banten
8.	Cahaya Aqiqah	Jl. Pengayoman Selatan I No.28, RT.005/RW.004, Buaran Indah, Tangerang, Tangerang City, Banten
9.	Aqiqah Zam-zam	Jl. Melati No.02, RT.004/RW.002, Karang Anyar, Kec. Neglasari, Kota Tangerang, Banten

10.	Salamah Aqiqah & Catering	Jl. Komp. Pd. Arum No.17, RT.005/RW.006, Nambo Jaya, Kec. Karawaci, Kota Tangerang, Banten
-----	---------------------------	--

Penulis berasumsi bahwa banyaknya kompetitor menjadikan citra merek dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam menjalankan bisnis jasa aqiqah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen Permata Aqiqah?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Permata Aqiqah?
3. Apakah terdapat pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Permata Aqiqah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini dengan melihat latar belakang masalah dan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen Permata Aqiqah.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Permata Aqiqah.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Permata Aqiqah.

D. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan tersebut, maka dapat diambil manfaatnya antara lain:

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan dalam mengetahui informasi terkait keputusan pembelian konsumen sehingga bisa digunakan untuk mengembangkan perusahaan.
2. Bagi masyarakat umum, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai keputusan pembelian konsumen bagi pembaca dan dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang keterkaitan antara suasana toko dan keputusan pembelian konsumen.
3. Bagi Universitas Siliwangi, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi khasanah perpustakaan bagi Universitas Siliwangi serta memberikan referensi bagi seluruh mahasiswa dan kalangan akademisi yang ingin mempelajari masalah yang berhubungan dengan strategi pemasaran, khususnya perilaku konsumen.
4. Bagi Peneliti, penelitian ini dapat menjadi masukan bagi penulis untuk memperoleh pengetahuan yang lebih lagi dan untuk menerapkan ilmu yang telah didapat selama duduk di bangku perkuliahan.