

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis menciptakan banyak peluang berdasarkan kreatifitas dan inovasi yang ditampilkan dengan melibatkan beberapa puluhan, ratusan, bahkan ribuan orang guna menghasilkan jasa atau produk yang dibutuhkan konsumen. Bisnis bisa dikerjakan secara manual maupun dengan memanfaatkan teknologi modern sebagai sarana produksi serta melibatkan aspek-aspek manajemen, keuangan, pemasaran, dan sumber daya manusia.

Dalam persaingan yang makin ketat ini, banyak perusahaan yang berlomba untuk merebut hati dan minat para konsumen, dengan memenuhi segala permintaan konsumen, mengikuti tren yang sedang ada, bahkan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Demikian halnya dengan persaingan produk hijab, yang dari tahun ketahunnya selalu menciptakan berbagai model dan motif yang patut untuk diikuti. Dengan adanya persaingan tersebut perusahaan dituntut untuk memikirkan apa saja yang menjadi kebutuhan konsumen pada saat ini maupun di masa yang akan datang nanti.

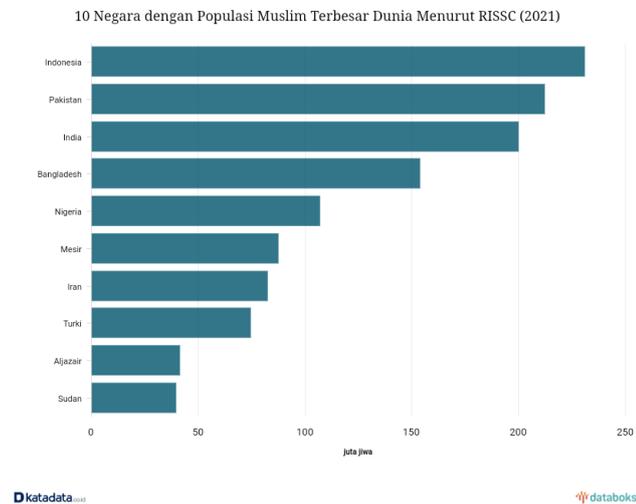
Kebutuhan konsumen akan *fashion* hijab semakin variatif dan inovatif. Keinginan dan kepuasan konsumen yang tidak ada batasnya, dimanfaatkan oleh para produsen hijab untuk menciptakan hijab yang sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen. Berbagai inovasi produk hijab dilakukan oleh para produsen untuk memperoleh kepercayaan dari konsumen. Untuk memperoleh kepercayaan konsumen terhadap produk, hal yang harus dilakukan produsen

yaitu dengan memperbaiki citra merek dan keragaman produk. Dengan semakin berkembangnya *fashion* hijab, keinginan manusia akan produk *fashion* juga semakin beragam, hal ini signifikan dengan munculnya berbagai macam merek.

Negara Indonesia merupakan negara muslim terbesar di dunia, tentunya akan meningkatkan jumlah pemakai busana muslim khususnya hijab, dengan begitu hijab menjadi peluang bisnis untuk para pengusaha. Indonesia menjadi negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Berdasarkan laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)* atau MABDA bertajuk *The Muslim 500* edisi 2022, ada 231,06 juta penduduk Indonesia yang beragama Islam. Jumlah itu setara dengan 86,7% dari total penduduk Indonesia. Proporsi penduduk muslim di Indonesia pun mencapai 11,92% dari total populasinya di dunia.

Pakistan berada di posisi kedua dengan 212,3 juta penduduk beragama Islam (10,95%). Setelahnya ada India dengan 200,02 juta penduduk muslim (10,32%). Jumlah penduduk muslim di Bangladesh sebanyak 153,68 juta jiwa (7,93%). Kemudian, Nigeria memiliki 107 juta penduduk muslim (5,52%). Penduduk Mesir yang memeluk agama Islam sebanyak 87,4 juta jiwa (4,51%). Penduduk muslim di Iran dan Turki masing-masing sebanyak 82,5 juta jiwa (4,26%) dan 74,42 juta jiwa (3,84%). Aljazair memiliki 41,53 juta penduduk muslim (2,14%). Sedangkan, populasi muslim di Sudan tercatat sebanyak 39,6 juta (2,04%). Adapun, jumlah penduduk muslim di dunia diperkirakan

sebanyak 1,93 miliar jiwa. Jumlah itu setara dengan 22% dari total populasi dunia yang diperkirakan mencapai 8,94 miliar jiwa.¹



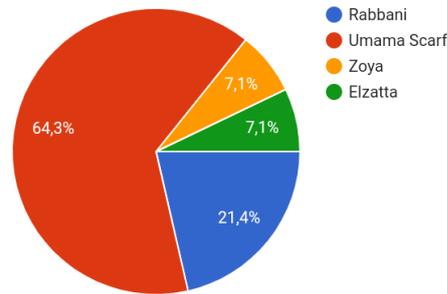
Gambar 1.1
Data Negara Dengan Populasi Muslim Terbesar Dunia (2021)

Sumber : Databoks – Kata Data²

Dari hasil penelitian awal yang dilakukan, produk hijab Umama Scarf merupakan produk hijab yang paling banyak dibeli atau paling sering digunakan oleh responden. Ada 32 dari 37 responden yang memilih produk umama scarf, 3 dari 37 responden yang memilih produk Rabbani, 1 dari 37 responden yang memilih produk Elzatta, 1 dari 37 responden yang memilih produk Zoya.

¹ Databoks-kata data, RISSC: Populasi Muslim Indonesia Terbesar di Dunia, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/03/rissc-populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia> (diakses pada 11 September 2022, pukul 21.42).

² *Ibid*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/03/rissc-populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia> (diakses pada 11 September 2022, pukul 21.42).



Gambar 1.2
Data Responden yang Memilih Produk Hijab
Sumber: Data Diolah Penulis

Umama Scarf adalah salah satu produk hijab yang sudah banyak dikenali oleh masyarakat luas. Muhammad Rizky Hanan Putra selaku *Director* Umama Scarf menyatakan bahwa Umama pertama kali didirikan pada tahun 2009-2010, berpusat di daerah Bandung. Saat ini sudah tersebar toko Umama Gallery di kota-kota besar Indonesia, dan melayani juga pembelian melalui *website* dan Shopee.³ Umama Scarf, merupakan *brand* hijab yang memiliki komitmen untuk menjadikan wanita muslimah Indonesia memiliki karakteristik dalam berbusana muslim sesuai dengan syariat Islam dan memberikan inspirasi berbusana muslim bagi wanita muslim lainnya.⁴

Hal pertama, yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen yaitu dari durabilitas (keawetan) produk. Durabilitas yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis. Sebagai salah satu *brand* hijab, Umama Scarf memiliki produk

³ Cantika Arisha Ayudhia, dkk, "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Umama Scarf", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 6, No. 2, Bandung, 2020), hlm. 337.

⁴ Website resmi umama scarf, grosir dan retail hijab termurah, <https://www.umamascarf.com> (diakses pada 11 September 2022, pukul 20.23).

berkualitas tinggi dan dilengkapi dengan berbagai macam desain motif yang *up to date* serta cantik. Desain-desain cantik dengan bahan beragam dan berkualitas inilah yang menjadi ciri khas *brand* Umama Scarf. Namun berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh penulis, masih terdapat kekurangan dalam beberapa produk Umama Scarf yang berkaitan dengan durabilitas produk, seperti terdapat produk yang warnanya cepat pudar.

Selain durabilitas produk yang menjadi faktor kepuasan konsumen, hal kedua yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu faktor harga. Dengan berbagai macam model kerudung, Umama Scarf memberikan harga terbaik untuk para wanita muslimah dengan produk yang berkualitas karena Umama hadir bukan sekedar sebagai *brand* saja tetapi sebagai sahabat sejati untuk seluruh muslimah Indonesia. Para pelanggan cenderung memilih tarif layanan yang paling murah, kebanyakan masyarakat juga ingin membeli suatu produk yang berkualitas, bagus dan menarik. Tugasnya sebagai pebisnis harus bisa menyesuaikan apa yang sedang dibutuhkan masyarakat. Harga yang ditawarkan oleh Umama Scarf dapat dijangkau oleh semua kalangan sehingga Umama Scarf banyak digunakan oleh masyarakat. Akan tetapi masih terdapat ketidaksesuaian harga dengan kualitas produk yang didapat salah satu konsumen hijab Umama Scarf dengan pembelian *online*, yaitu kualitas produk atau bahan yang lebih rendah dari pembelian di toko *offline* dengan harga yang sama.

Tabel 1. 1
Harga Produk Umama Scarf

No.	Nama Barang	Harga per pcs
1.	Kerudung polos segi empat basic voal	Rp. 23.000
2.	Kerudung polos pashmina shawl	Rp. 25.000
3.	Kerudung motif segi empat	Rp. 30.000
4.	Kerudung polos pashmina malay	Rp. 32.000
5.	Keudung polos segi empat paris ori	Rp. 35.000
6.	Kerudung polos segi empat waffle laser cut	Rp. 40.000

Sumber: Umama Scarf Official Shopee⁵

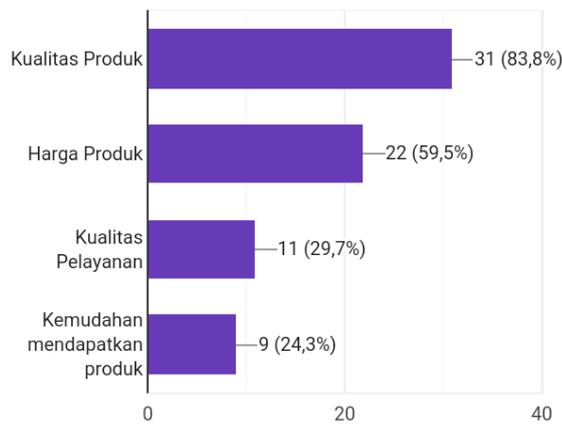
Faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Perusahaan sangat penting untuk memberi informasi dan pelayanan yang baik kepada publik agar terciptanya kepuasan pembelian. Pelayanan prima dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal yang diperhatikan serius oleh perusahaan, melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Suatu kualitas dikatakan baik jika penyedia jasa memberikan layanan yang setara dengan yang diharapkan oleh konsumen. Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan pada platform *online* yaitu Shopee terkait kualitas pelayanan yang diberikan oleh Umama Scarf, bahwa ditemukan kualitas pelayanan yang cukup baik seperti pengiriman produk yang cepat dan pengemasan yang aman.

Terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan, yaitu: keandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian, bukti fisik. Dengan demikian, pencapaian

⁵ Website resmi umama scarf, grosir dan retail hijab termurah, <https://www.umamascarf.com> (diakses pada 11 September 2022, pukul 20.23).

kepuasan konsumen memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dan apa yang diberikan. Berdasarkan penelitian yang penulis temukan masih terdapat kekurangan dalam pelayanan terhadap konsumen pada Umama Scarf pembelian *online*, yaitu adanya barang yang tidak dikirimkan oleh produsen, sementara konsumen sudah melayangkan complain akan tetapi tidak ditanggapi.

Permasalahan-permasalahan di atas tersebut harus dapat diatasi karena akan memberikan dampak kepada perusahaan, di mana kualitas produk (durabilitas produk), harga dan kualitas pelayanan yang kurang baik atau tidak sesuai dengan harapan konsumen akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen yang akhirnya akan berdampak pada keuntungan perusahaan.



Gambar 1.3
Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Diolah Penulis

Ada beberapa faktor yang penulis sajikan yang mendasari kepuasan seseorang saat membeli produk, yaitu; durabilitas produk, harga produk,

kualitas pelayanan, dan kemudahan mendapatkan produk. Dari faktor tersebut, ada 3 faktor yang paling berpengaruh besar dalam kepuasan konsumen. 31 dari 37 responden memilih durabilitas produk, 22 dari 37 responden memilih harga produk, dan 11 dari 37 responden memilih kualitas pelayanan yang menjadi faktor mendasar kepuasan mereka dalam membeli produk hijab.

Perusahaan perlu melihat pentingnya konsumen dipuaskan dengan memberikan harga yang relatif murah dan durabilitas produk yang baik dan didukung kualitas pelayanan yang baik. Artinya, memberikan kinerja yang sama atau melebihi harapan konsumen, dengan tujuan untuk mendapatkan para konsumen yang setia sehingga memberikan manfaat yang tinggi bagi perusahaan. Urgensi pentingnya kepuasan konsumen yaitu konsumen akan menjadi konsumen yang loyal dan akan merekomendasikan suatu produk tersebut pada orang lain.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut, yang akan disusun dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Durabilitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hijab Umama Scarf”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh durabilitas produk terhadap kepuasan konsumen hijab Umama Scarf?

2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen hijab Umama Scarf?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen hijab Umama Scarf?
4. Bagaimana pengaruh durabilitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen hijab Umama Scarf secara simultan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh durabilitas produk terhadap kepuasan konsumen hijab Umama Scarf.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen hijab Umama Scarf.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen hijab Umama Scarf.
4. Menganalisis pengaruh durabilitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen hijab Umama Scarf secara simultan.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penulis berharap dengan adanya penelitian dapat memberikan manfaat dan ilmu pengetahuan tambahan serta menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya terutama mengenai variabel kualitas pelayanan, harga

dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hijab Umama Scarf.

2. Kegunaan Praktisi

- a. Bagi peneliti, diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam penulisan karya dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Bagi perusahaan, dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan durabilitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- c. Bagi masyarakat, sebagai bahan agar masyarakat lebih mengetahui durabilitas produk, harga dan pelayanan pada hijab Umama Scarf.

3. Kegunaan Umum

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen sebelum membeli produk hijab Umama Scarf agar pembelian produk sesuai kebutuhan serta meminimalisir risiko yang diperoleh sesuai yang diharapkan.