

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era yang modern seperti saat ini, tingkat persaingan bisnis ritel yang sangat tinggi membuat perusahaan berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan pasar serta mempertahankan eksistensinya dalam dunia bisnis. Di Indonesia peritel besar bermunculan sejak tahun 2000-an, baik itu peritel dari internasional maupun nasional. Bisnis ritel di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, banyak peritel baru yang mulai memasuki pasar dari skala kecil, menengah hingga besar. Banyaknya peritel yang membuka usaha di Indonesia menunjukkan bahwa Indonesia memiliki pangsa pasar yang menggiurkan bagi para pebisnis ritel. Hal ini dibuktikan dengan survey yang dilakukan oleh Global Guide Indonesia dari tahun 2006-2010 tentang penjualan ritel dan forecast sales retail dari tahun 2011-2015 di Indonesia.

Kebutuhan konsumen terhadap pakaian merupakan salah satu kebutuhan dasar yang akan harus selalu terpenuhi. Pada dasarnya manusia mempunyai tiga kebutuhan pokok yang tidak akan bisa tergantikan yaitu pangan, sandang, dan papan. Oleh karena itu, selama masih ada manusia maka bisnis di bidang pangan, sandang dan papan tidak akan pernah kehilangan pasar.

Pakaian merupakan kebutuhan primer bagi setiap manusia. Fungsi utama pakaian sebagai pelindung tubuh manusia nyatanya mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Dimasa dewasa ini fungsi pakaian sudah berkembang jauh, tidak hanya sebagai pelindung tubuh namun juga sebagai sarana bagi seseorang

untuk mengekspresikan diri. Bahkan bagi masyarakat ekonomi menengah atas dengan selera berpakaian yang sangat tinggi cenderung melihat pakaian hanya dari merek demi terlihat berkelas. Kelas menengah Indonesia merupakan yang terbesar dan tercepat mengalami pertumbuhan. Hal ini berdampak kepada *trend* konsumsi dalam negeri meningkat, karena kelas menengah cenderung mempunyai daya beli yang tinggi dan konsumtif. Jika melihat kondisi diatas, sangat masuk akal dan itu adalah fakta.

Ernovian menyatakan dalam industri tekstil dan produk tekstil (TPT) nasional, industri pakaian jadi mencatatkan nilai ekspor yang paling besar. Sepanjang 2018, industri pakaian jadi mencatatkan ekspor senilai US\$8,62 miliar dengan pertumbuhan sebesar 8,9% y-o-y. Di sisi lain, ekspor industri tekstil sepanjang tahun lalu senilai US\$4,651 miliar atau turun 0,1% dibandingkan 2017 yang senilai US\$4,655 miliar. Industri TPT menjadi salah satu sektor yang diperkirakan tumbuh tinggi pada semester I tahun ini bersama industri makanan dan minuman. Kementerian Perindustrian menilai kinerja positif pada kedua sektor manufaktur tersebut, didukung adanya momentum pemilihan umum dan Ramadan.

Haris menjelaskan, selama ini industri makan dan minuman (mamin) dan TPT konsisten memberikan kontribusi besar bagi pertumbuhan sektor nonmigas dan ekonomi nasional. Kemenperin mencatat, sepanjang 2018, pertumbuhan industri TPT sebesar 8,73% serta industri mamin di angka 7,91%. Capaian ini melampaui pertumbuhan ekonomi pada tahun lalu yang menembus 5,17%. Oleh karena itu, pemerintah bertekad untuk terus menciptakan iklim investasi yang kondusif serta memberikan kemudahan dalam perizinan usaha. (kemenperin.go.id)



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

lokadata

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Gambar 1.1.

Pertumbuhan Produksi Pakaian Jadi

Industri pakaian menjadi segmen yang besar dan sedang mencatat pertumbuhan produksi tertinggi dibandingkan sektor lainnya sepanjang triwulan I yakni 29,19 persen terhadap triwulan I tahun 2018. (lokadata.beritagar.id)

Remaja sering dijadikan target berbagai produk industri karena karakteristik mereka yang lebih mudah dipengaruhi. Masa remaja merupakan periode transisi kehidupan manusia dari anak-anak menuju dewasa, yang di dalamnya terdapat proses pencarian jati diri, hal ini menyebabkan seorang remaja mudah untuk ikut atau terimbas hal-hal yang tengah terjadi disekitarnya. *Trend* dan *mode* yang terjadi disekitar remaja juga mempengaruhi remaja untuk mengikuti kemajuan *fashion* saat ini.

Salah satunya ketika masyarakat mengetahui suatu barang dengan merek terkenal yang bisa merubah suatu pandangan atau status. Tentu saja masyarakat akan membeli serta mengenakan barang yang bermerek tersebut. Tidak hanya dari segi berpakaian tetapi gaya hidup pada masyarakat juga berkaitan erat dengan perkembangan zaman serta teknologi. Karena teknologi dan zaman yang semakin berkembang dan canggih akan menciptakan perkembangan dan penerapan gaya hidup seperti gaya berpakaian, gaya berbicara, gaya berbahasa, maupun gaya hidup yang konsumtif dalam kehidupan sehari-hari. (Novitasani dan Handoyo, 2014).

Beragam gaya hidup yang ada dalam masyarakat, membuat banyak pihak memanfaatkan situasi tersebut untuk mendapatkan keuntungan. Salah satunya dengan menjual ragam kebutuhan primer seperti pakaian. Persaingan yang sangat ketat, mengharuskan produsen lebih inovatif dalam menarik minat konsumen. Agar beradil menghadapi persaingan tersebut, maka konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen menjadi penting dan perusahaan harus memperhatikan serta memahami perilaku konsumennya dalam memutuskan pembelian produk. (Kristiyatmoko dan Andjarwat, 2013)

Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan senantiasa mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenuhi keinginan konsumen. Dengan produk yang berkualitas perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pangsa pasar.

Menurut Kotler (2008) bahwa kualitas produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Jadi kualitas produk merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan perusahaan, karena dengan kualitas yang baik akan memberikan kepuasan, kepercayaan kepada konsumen dalam penggunaannya yang kemudian menjadi motivasi konsumen untuk membeli ulang produk tersebut. Produk dikatakan mempunyai kinerja yang baik apabila produk tersebut mampu bekerja sesuai dengan keinginan konsumen dan mempunyai reliabilitas yang baik apabila memiliki kegunaan selama pemakaian. Disamping memenuhi keinginan konsumen juga meningkatkan penjualan perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan laba perusahaan. Sebaliknya jika kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan kurang baik maka akan menurunkan penjualan dan laba perusahaan juga akan menurun pula. Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan pembelian suatu produk.

Objek penelitian yang dipilih adalah Uniqlo, karena Uniqlo merupakan distributor pakaian *casual* yang sangat terkenal di dunia dan masyarakat Indonesia tidak bisa lepas dari *outfit casual*, banyak sekali masyarakat yang berpegian menggunakan *white shirt*, celana pendek *chino*, kemeja *flanel* dan berbagai *outfit casual* lainnya. Tidak bisa dipungkiri bahwa di Indonesia memiliki iklim yang berbeda dengan negara lainnya, karena Indonesia hanya memiliki iklim musim panas dan musim hujan. Kelemahan Uniqlo sendiri itu ada pada desain pakaiannya yang sangat standart dibandingkan dengan desain brand lainnya, dengan begitu

Uniqlo harus memiliki strategi agar bisa terus berkembang dan tidak kalah dengan pesaing lainnya.

Manusia diciptakan Allah SWT sebagai makhluk yang mempunyai kebutuhan berupa makan, minum, pakaian, tempat tinggal dan keturunan. Sementara itu Allah SWT tidak menyediakan kebutuhan-kebutuhan itu dalam bentuknya yang siap makan, siap minum, maupun siap pakai. Allah menyediakan semua kebutuhan itu tetapi manusia harus bekerja untuk mendapatkannya, tak terkecuali para Nabi.

Kata *aurat* berasal dari Bahasa arab yang secara literal berarti celah, aib, kekurangan, sesuatu yang memalukan atau sesuatu yang dianggap buruk dari anggota tubuh manusia dan membuat malu bila dipandang. Dalam pengertian lusa, *aurat* adalah suatu organ / bagian tubuh yang tidak boleh kelihatan, menimbulkan nafsu birahi dan nafsu angkara murka, sedang ia mempunyai kehormatan, dibawa rasa malu supaya ditutupi rapi dan dipelihara agar tidak mengganggu manusia lainnya demi menjaga ketentraman dan kedamaian hidup. Allah SWT berfirman :

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْآتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

Artinya:

“Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.” (Q.S Al-A’raf (7):26).

Itu dari sisi pakaian. Menjaga Kesehatan pun telah digariskan dalam Islam yakni agar umat memanfaatkan waktu di malam hari untuk tidur dan siang untuk bekerja, seperti terdapat dalam firman Allah swt :

وَجَعَلْنَا نَوْمَكُمْ سُبَاتًا () وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ لِبَاسًا () وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا ()

Artinya:

“Dan Kami menjadikan tidurmu untuk istirahat dan Kami menjadikan malam sebagai pakaian, dan Kami menjadikan siang untuk mencari penghidupan.” (Q.S An-Naba (78):9-11).

Dan diharamkan pula seorang lelaki melihat aurat lelaki lainnya atau wanita melihat aurat wanita lainnya, Rasulullah SAW bersabda :

لَا يَنْظُرُ الرَّجُلُ إِلَى عَوْرَةِ الرَّجُلِ، وَلَا الْمَرْأَةُ إِلَى عَوْرَةِ الْمَرْأَةِ، وَلَا يُفْضِي الرَّجُلُ إِلَى الرَّجُلِ فِي الثَّوْبِ الْوَاحِدِ، وَلَا تُفْضِي الْمَرْأَةُ إِلَى الْمَرْأَةِ فِي الثَّوْبِ الْوَاحِدِ

Artinya:

“Janganlah seorang lelaki melihat aurat lelaki (lainnya), dan janganlah pula seorang wanita melihat aurat wanita (lainnya). Seorang pria tidak boleh bersama pria lain dalam satu kain, dan tidak boleh pula seorang wanita bersama wanita lainnya dalam satu kain.” (HR. Muslim, no. 338 dan yang lainnya).

Berdasarkan hadits tersebut menjelaskan bahwa lelaki tidak boleh melihat aurat lelaki lainnya, demikian pula wanita tidak boleh melihat aurat wanita lainnya. Selain itu, seorang perempuan tidak boleh melihat aurat laki-laki. Bukan hanya melihat aurat, seorang laki-laki tidak boleh Bersama-sama dengan laki-laki lainnya

satu gaun. Demikian pula perempuan tidak boleh satu gaun dengan perempuan lainnya.

Dilihat dari sudut pandang Islam, gaya hidup syariah adalah seseorang yang memperhatikan ajaran islam, menjauhi larangan dan melakukan perintah Allah, seseorang yang menutup aurat, seseorang yang mengikuti aktivitas rohani maupun seseorang yang mempunyai batasan antara kaum wanita dan laki-laki. Citra merek dalam Islam adalah nama atau identitas yang baik dari suatu perusahaan dan membangun merek itu adalah hal yang penting tetapi harus dengan jalan yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Citra merek merupakan konsep yang diciptakan oleh konsumen karena alasan subjektif dan emosi pribadinya. Melalui merek, para pengguna dapat langsung mengetahui kualitas produk, fitur yang diharapkan dan jasa yang dapat diperoleh. Kualitas produk merupakan suatu unsur yang sangat penting dan harus diperhatikan dalam menciptakan suatu produk. Islam telah mengajarkan bahwa dalam menciptakan kualitas produk haruslah yang bermanfaat bagi banyak umat manusia. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang dilakukan sebelum melakukan pembelian. Islam telah menjelaskan bahwa keputusan yang baik yang telah diajarkan oleh Allah SWT adalah dengan melakukan musyawarah terlebih dahulu, karena dengan bermusyawarah dapat menghasilkan sesuatu yang baik dan dapat dipercaya.

1.2. Rumusan Masalah

Adalah tulisan singkat berupa pertanyaan yang biasanya terletak di awal yang penulis buat rumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada produk Uniqlo?
2. Bagaimana pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Uniqlo?
3. Bagaimana pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Uniqlo?
4. Bagaimana pengaruh gaya hidup, citra merek, dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk Uniqlo?
5. Bagaimana tinjauan Islam terhadap gaya hidup, citra merek, kualitas produk, dan keputusan pembelian pada produk Uniqlo?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada produk Uniqlo
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Uniqlo
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Uniqlo
4. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, citra merek, dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk Uniqlo

5. Untuk mengetahui tinjauan Islam mengenai gaya hidup, citra merek, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dari sudut pandang Islam pada produk Uniqlo

1.4. Manfaat Penelitian

Didalam penelitian ini terdapat dua manfaat baik secara akademik maupun non akademik.

1. Manfaat Akademik

Bagi para akademisi, penelitian ini dapat menyajikan informasi mengenai pengaruh antara gaya hidup, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Uniqlo di lingkungan Universitas Yarsi serta tinjauannya dari sudut pandang islam. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk melengkapi dan untuk menambah pengetahuan teoritis dan wawasan bagi penulis dan juga pembaca.

2. Manfaat Praktisi

Bagi para praktisi, penelitian ini memiliki implikasi sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi gaya hidup, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Uniqlo di lingkungan Universitas Yarsi serta tinjauannya dari sudut pandang islam.. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan perbandingan dan sumbangan pemikiran bagi kepentingan praktis lain dalam bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran.