

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi sangat berkembang pesat. Berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Banyaknya pesaing menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan profit. Faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi penjualan adalah saluran distribusi yang bertujuan untuk melihat peluang pasar apakah dapat memberikan laba yang maksimum (Efendi Pakpahan, 2009).

Fenomena produk sepatu sudah melekat pada gaya hidup masyarakat di berbagai negara, termasuk di Indonesia. Roda industri fashion di Indonesia terus memunculkan trend baru sehingga membuat orang berlomba tampil semakin up to date, salah satunya trend sepatu *sneakers*. Meski sepatu ini sudah hadir sejak lama, namun inovasi-inovasi yang dilakukan produsen sepatu membuat penggemar tipe sepatu ini semakin bertambah. Pada tahun 2017 peminat sneakers di JSD mengalami peningkatan diangka 50% sampai dengan 70%. JSD menargetkan 7 ribu pengunjung, tetapi melonjak hingga 15 ribu pengunjung ([www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com)). Perkembangan gaya hidup modern ini membuktikan kebutuhan akan sepatu tidak hanya untuk alas kaki, namun peristiwa sneakers ini hasil dari bercampurnya aspek konsumsi dengan identitas.

Pemasaran yang meliputi beberapa proses kegiatan perencanaan dalam pengelolaan barang dan juga jasa, penetapan harga barang dan jasa tersebut hingga proses promosi maupun pendistribusian yang semuanya memiliki tujuan yakni untuk memenuhi kebutuhan dan memperoleh keuntungan dari proses pemasaran yang mereka lakukan (Basu & Hani, 2004).

Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi dan keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya menyebabkan seorang pembeli harus mengaktualisasikan kebutuhan yang ada dibenaknya itu (Rahma, 2007). Oleh karena itu setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan pembeli yang loyal.

*Digital Marketing* adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Perkembangan digital marketing melalui sebuah situs web, telepon genggam dan perangkat games, menawarkan akses baru periklanan yang tidak digembor-gemborkan dan sangat berpengaruh (Heidrick & Struggles (2009). Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke model pemasaran modern yaitu digital marketing. Dengan *Digital Marketing* komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa mengglobal atau mendunia. Dengan jumlah pengguna social media berbasis chat ini yang banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi pebisnis untuk mengembangkan pasarnya dalam genggam smartphone.

Secara teoritis keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap barang yang ditawarkan sangat dipengaruhi oleh harga, produk, pelayanan, lokasi perusahaan/toko. Untuk itu perusahaan harus tanggap terhadap apa yang harus dilakukan terkait dengan kelangsungan hidup usahanya, karena konsumen akan semakin selektif dalam melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya. Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Philip Kotler, 2008).

Pemilihan Lokasi Usaha adalah hal yang harus dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Lokasi Usaha juga akan berhubungan dengan masalah efisiensi transportasi, sifat bahan baku atau sifat produknya, dan kemudahannya mencapai konsumen. Lokasi juga berpengaruh terhadap kenyamanan pembeli dan juga kenyamanan sebagai pemilik usaha. Dalam memilih lokasi usaha toko harus lebih selektif, karena ada usaha yang cocok didirikan di satu lokasi tapi tidak cocok di tempat lain. Menurut Beck (2007) yang menyatakan bahwa usaha kecil dan menengah yang baru untuk tumbuh sangat penting memperhatikan factor lingkungan bisnis internal maupun eksternal.

Keberadaan toko sepatu Grindshoes ini merupakan toko sepatu yang sedang berkembang dan merupakan satu-satunya toko yang menjual berbagai jenis merk luar maupun lokal di Tanjung Priok Jakarta Utara. sudah dikenal masyarakat luas, khususnya masyarakat DKI Jakarta. karena sebelum dibuka nya toko ini masyarakat sudah mengenal dari online shop yang didirikan sejak tahun 2013. Dengan harga

yang terjangkau dapat memberikan kepercayaan kepada masyarakat untuk membuat suatu keputusan dalam pembelian sepatu. Untuk meningkatkan volume penjualan toko sepatu Grindshoes selalu melakukan evaluasi terhadap sistem strategi pemasarannya untuk dapat mencapai peningkatan volume penjualan baik penjualan di toko maupun penjualan di online shop dengan memperhatikan kekurangan yang terjadi agar tidak mengalami penurunan volume penjualan.

Dalam sudut pandang Islam, kegiatan jual beli tidak dilihat sebagai pencarian keuntungan semata, melainkan untuk menjadikan manusia itu semakin dewasa dalam berpola pikir dan melakukan berbagai aktivitas, terutama aktivitas ekonomi serta selalu melakukan tolong menolong dalam menghadapi berbagai macam kebutuhan yang beranekaragam.

Pemasaran via digital sangat digemari oleh masyarakat, terbukti dengan hadirnya berbagai toko online (online shop) menjadikan dunia digital marketing semakin ramai. Persaingan yang ramai membuat para pebisnis harus membuat inovasi untuk menjadi yang terbaik. Konsisi yang ramai ini ternyata memberi lahan baru bagi para kriminal digital. Tak sedikit yang menjadi korbannya. Etika-etika dalam berbisnis tak lagi menjadi hal penting untuk dilakukan. Keberkahan dalam menjalankan usaha menjadi tolak ukur yang kesekian sehingga cara-cara yang tidak benar pun menjadi sebuah pilihan untuk mendapatkan keuntungan. Sebagaimana tertuang dalam Surat Hud ayat 18 berikut :

وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَىٰ عَلَى اللَّهِ كَذِبًا أُولَٰئِكَ يُعْرَضُونَ عَلَىٰ رَبِّهِمْ وَيَقُولُ الْأَشْهَادُ هَٰؤُلَاءِ الَّذِينَ كَذَّبُوا عَلَىٰ رَبِّهِمْ آلَا لَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الظَّالِمِينَ ۝

Artinya: “Dan siapakah yang lebih zalim daripada orang yang mengada-adakan suatu kebohongan terhadap Allah? Mereka itu akan dihadapkan kepada Tuhan mereka, dan para saksi akan berkata, “Orang-orang inilah yang telah berbohong terhadap Tuhan mereka.” Ingatlah, laknat Allah (ditimpakan) kepada orang yang zalim” (Hud/11:18)

Ayat tersebut mengandung makna bahwa Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan bisnis dan kontrak-kontrak bisnis. Oleh karena itu Islam melarang bai' al-gharar (jual beli yang tidak jelas sifat produk yang ditransaksikan) karena mengandung unsur ketidakjelasan dan membahayakan salah satu pihak yang melakukan transaksi. Dalam menjual produknya toko Grindshoes selalu memberikan informasi secara detail mengenai produk yang di jualnya sehingga para calon konsumen tidak merasa khawatir untuk melakukan transaksi dan para konsumen mendapatkan kepercayaan pada toko ini.

Dalam pandangan Islam keputusan pembelian didasari oleh kebutuhan atau kepentingan dari barang tersebut. Hal yang tidak boleh dilupakan dalam memilih suatu produk ialah produk memiliki manfaat yang baik bagi penggunanya. Prinsip ekonomi Islam yang dipakai untuk mempromosikan produknya ialah kejujuran dan kebenaran. Untuk memenangkan persaingan tersebut pebisnis perlu menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah, oleh karena itu para pebisnis harus membuat strategi pemasaran yang tepat untuk produknya yang dijual.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, HARGA DAN LOKASI USAHA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA**

## **TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM (Studi Kasus Pada Toko Sepatu Grindshoes di Jakarta Utara)**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Sekarang ini terjadi persaingan yang semakin ketat antara penjual sepatu. Menurunnya penjualan dari tahun ke tahun merupakan permasalahan yang dihadapi toko sepatu grindshoes. Perusahaan harus menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti, pemasaran digital marketing, harga dan lokasi agar diharapkan untuk meningkatkan penjualan toko kembali.

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat dirumuskan pertanyaan penelitian berikut :

1. Apakah digital marketing berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu pada toko sepatu Grindshoes di Jakarta Utara?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu pada toko sepatu Grindshoes di Jakarta Utara?
3. Apakah lokasi usaha berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu pada toko sepatu Grindshoes di Jakarta Utara?
4. Apakah digital marketing, harga dan lokasi usaha berpengaruh secara bersamaan terhadap keputusan pembelian sepatu pada toko sepatu Grindshoes di Jakarta Utara?
5. Bagaimana pandangan Islam mengenai Digital Marketing, Harga dan Lokasi Usaha terhadap keputusan pembelian?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui :

1. Untuk menganalisis dan memahami pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian sepatu pada toko sepatu Grindshoes di Jakarta Utara.
2. Untuk menganalisis dan memahami pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu pada toko sepatu Grindshoes di Jakarta Utara.
3. Untuk menganalisis dan memahami pengaruh lokasi usaha terhadap keputusan pembelian sepatu pada toko sepatu Grindshoes di Jakarta Utara.
4. Untuk menganalisis dan memahami pengaruh digital marketing, harga dan lokasi usaha secara bersamaan terhadap keputusan pembelian sepatu pada toko sepatu Grindshoes di Jakarta Utara.
5. Untuk menganalisis dan memahami sudut pandang islam mengenai digital marketing, harga dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian sepatu pada toko sepatu Grindshoes di Jakarta Utara.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Akademik
  - 1) Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan pendidikan ataupun referensi dan pengetahuan pada studi manajemen sumber daya manusia khususnya keputusan pembelian yang terkait dengan digital marketing, harga dan lokasi usaha.
  - 2) Memberikan wawasan dan informasi tentang pengaruh digital marketing, harga dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian.
  - 3) Sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

- 1) Bagi peneliti, sebagai referensi dan bahan pertimbangan khususnya untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan meningkatkan keputusan pembelian.
- 2) Bagi perusahaan, sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi pemilik dan manager toko sepatu Grindshoes, agar dapat mengetahui secara jelas apa saja faktor yang memengaruhi keputusan pembelian terhadap produk yang dihasilkan oleh toko sepatu Grindshoes sebagai sarana dalam penetapan strategi untuk meningkatkan penjualan dan mempetahankan konsumen.
- 3) Bagi pihak lain, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi dengan referensi bacaan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian khususnya dalam bidang ilmu manajemen yang berkaitan dengan pemasaran dan sesuai dengan topic yang sejenis.