

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan zaman saat ini menjadikan pentingnya akan kesempurnaan dalam berpenampilan. Menurut Rohaeni (2018) mengatakan Penampilan adalah hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Setiap orang tentu saja ingin selalu tampil serasi dan menarik agar disukai oleh orang lain. Penampilan menarik mencerminkan kepribadian seseorang. Orang yang berpenampilan menarik akan dinilai sebagai orang yang berkepribadian baik. Sebaliknya, orang yang tidak memperhatikan penampilannya dinilai sebagai orang yang berkepribadian tidak menarik. Penampilan yang menarik akan memberikan kesan yang positif bagi orang lain. Oleh karena itu, penampilan diri perlu diperhatikan agar dapat mungkin selaras dengan nilai-nilai keindahan dan tata krama yang berlaku dalam kehidupan masyarakat. suatu hal yang menjadi sebuah prioritas bagi banyak orang, khususnya penampilan dari luar. Salah satu aspek yang membuat penampilan sempurna dan percaya diri tentunya adalah dari bagian wajah, dan salah satu cara yang bisa dilakukan untuk membuat wajahnya terlihat indah dan menawan adalah dengan menggunakan produk kecantikan seperti *skincare* dan *make up*.

Pada saat ini umumnya masyarakat sudah mengenal berbagai jenis produk kecantikan seperti *skincare* dan *make up* untuk menunjukkan identitas terbaik dalam diri mereka. Identitas diri disini merujuk pada siapa dirinya, serta berusaha menampilkan dirinya sebaik mungkin sesuai dengan apa yang di inginkan. Semakin

berkembangnya zaman sangat mudah bagi kita dalam memperoleh alat kecantikan tersebut, dunia kecantikan sudah berkembang dan banyak *brand* kecantikan bermunculan dengan variasi harga yang dijual. Selain itu saat ini sudah ada *store* yang menjual produk kecantikan dari berbagai jenis *brand* serta variasi harga yang ditawarkan mulai dari *make up* dan *skincare*. Seperti contohnya *brand* kecantikan yang bernama Sociolla.

Sociolla merupakan perusahaan *e-commerce* yang didirikan pada bulan Maret tahun 2015 oleh tiga orang yaitu Christanti Indiana selaku *Founder* dan *Credit Marketing Officer* (CMO), kemudian Christoper Madian selaku *Founder* dan John Rasjid selaku *Co-Founder sekaligus Chief Executive Officer* (CEO) dengan tujuan memberikan kenyamanan pada setiap wanita di Indonesia untuk berbelanja produk *make-up* dan kecantikan. Pendirian Sociolla di latar belakang dari kesulitan Christanti Indiana selaku *owner* dalam mencari produk kecantikan di Indonesia yang berasal dari distributor resmi, sehingga akhirnya Christanti Indiana memutuskan untuk membuat *e-commerce* yang khusus menjual produk kecantikan. Sociolla juga dikenal sebagai *online store* terpercaya dan terlengkap di Indonesia untuk produk kecantikan, kosmetik, perawatan kulit, parfum, dan *skincare*. Hal ini juga didukung karena Sociolla sudah menjamin bahwa produknya aman, resmi, dan sudah terdaftar di BPOM.

Forum Female Daily adalah forum online untuk mencari informasi terkait *review* kosmetik, produk kecantikan dan tempat membeli kosmetik. Mereka menemukan beberapa kekurangan dari Sociolla yaitu sebagian besar penggunanya mengomentari pengalaman buruk mereka saat berbelanja di Sociolla yaitu

penawaran harga produk yang lebih tinggi dibandingkan tempat lain serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen kurang baik. Tidak hanya itu, kekurangan dari Sociolla juga kurangnya melakukan promosi sehingga terjadi kurangnya daya beli dari konsumen. Hal ini menyebabkan penurunan penjualan pada pengunjung Sociolla. Penurunan ini juga dapat memengaruhi terhadap penjualan Sociolla. Tabel dibawah ini menunjukkan penjualan pada Sociolla dari tahun 2016 hingga 2019.

**Tabel 1.1**  
**Penjualan Sociolla**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah</b>
2016	5.581.111
2017	33.335.117
2018	27.265.310
2019	11.219.701

*Sumber: Alexa.com*

Data diatas menjadi acuan agar para pelaku pasar memerhatikan penyebab penurunan yang dialami pada penjualan Sociolla pada setiap tahunnya. Diperlukannya hal ini bertujuan untuk mencegah terjadinya hal serupa dalam beberapa tahun mendatang. Oleh karena itu, para pemasar tentunya dapat kembali memastikan bahwa bisnisnya berjalan dengan lancar dan berpotensi untuk melakukan transaksi pembelian.

Pada dasarnya tujuan dari berbisnis merupakan menciptakan para pelanggan yang merasa dan daya beli yang tinggi. Semakin sengitnya persaingan bisnis yang ada saat ini, terutama dalam persaingan yang berasal dari usaha sejenis maupun tidak sejenis, membuat pebisnis semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam

melakukan promosi untuk menarik perhatian konsumen serta menawarkan harga yang terjangkau untuk meningkatkan daya beli konsumen dalam meningkatkan penjualan pada bisnisnya. Pemasaran dalam produk kecantikan saat ini dilakukan melalui berbagai media sosial dan juga berbagai media cetak yang ada untuk menarik perhatian konsumennya. Hasilnya adalah semakin lama jumlah rekan yang bergabung semakin banyak juga permintaan konsumen terhadap bahan baku yang semakin bertambah. Hal ini membuktikan bahwa produk kecantikan menciptakan semakin banyak, pebisnis yang memulai bisnisnya dengan menjualkan produk kecantikan yang bervariasi, serta semakin disukai banyak pelanggan. Pelanggan yang datang ke *store* sebagian besar adalah mereka yang mementingkan penampilan, serta menyukai hal yang baru, semua itu kebanyakan dari kalangan pelajar, mahasiswa, karyawan, masyarakat sekitar dan orang yang melewati *store* hanya sekedar ingin memenuhi keinginan dan menghilangkan rasa penasaran.

Dalam islam Nabi Muhammad SAW menganjurkan pada umatnya untuk berdagang dan melakukan jual beli dalam berbagai bentuk aktivitas ekonomi yang halal serta menjauhkan dari riba, karena didalamnya terdapat 90 persen pintu rezeki. Firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah ayat 275 disebutkan:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ  
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ  
مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ  
أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: *“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”*

Dalam ayat di atas dijelaskan bahwa dalam aktivitas penjualan semua harus sesuai dengan syariat islam. Harus jujur mengenai barang yang diperjual belikan, tidak boleh melakukan riba dan barang yang di tawarkan harus jelas. Ada pula untuk meningkatkan penjualan harus dilakukannya promosi seperti penawaran produk yang menarik didasari atas kejujuran mengenai produk tersebut selain itu harga yang ditetapkan atas produk tidak berlebihan dan memeberatkan kosnumennya yang terakhir kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen harus baik dan sopan. Jika semua hal ini diterapkan oleh pedagang maka akan tercipta daya beli pada konsumen untuk membeli produk tersebut, hal ini akan menyebabkan peningkatan penjualan pada usahanya. Penjual yang baik akan mendapatkan para konsumen yang baik pula.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap beberapa hal yang mempengaruhi peningkatan penjualan dalam membeli produk kecantikan tersebut adalah promosi yang menarik perhatian konsumen, kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen serta menawarkan harga yang terjangkau, sehingga menimbulkan daya beli pada konsumen. Hal ini akan menyebabkan peningkatan penjualan pada produk kecantikan. Berdasarkan uraian tersebut, maka skripsi ini berjudul **“Pengaruh Promosi, Harga, Daya Beli Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Penjualan Pada *Store* Kecantikan Sociolla Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung *Store* Sociolla Summarecon Mall Bekasi)”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap peningkatan penjualan pada *store* kecantikan Sociolla?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap peningkatan penjualan pada *store* kecantikan Sociolla?
3. Bagaimana pengaruh daya beli terhadap peningkatan penjualan pada *store* kecantikan Sociolla?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap peningkatan penjualan pada *store* kecantikan Sociolla?

5. Bagaimana pengaruh promosi, harga, daya beli dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap peningkatan penjualan pada *store* kecantikan Sociolla?
6. Bagaimana tinjauan Islam tentang promosi, harga, daya beli, kualitas pelayanan dan peningkatan penjualan pada *store* kecantikan Sociolla?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Mengacu kepada perumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris atas hal-hal sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap peningkatan penjualan pada *store* kecantikan Sociolla.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap peningkatan penjualan pada *store* kecantikan Sociolla.
3. Untuk mengetahui pengaruh daya beli terhadap peningkatan penjualan pada *store* kecantikan Sociolla.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap peningkatan penjualan pada *store* kecantikan Sociolla.
5. Untuk mengetahui pengaruh promosi, harga, daya beli dan kualitas pelayanan terhadap peningkatan penjualan secara simultan pada *store* kecantikan Sociolla.
6. Untuk mengetahui tinjauan Islam mengenai promosi, harga, daya beli dan kualitas pelayanan terhadap peningkatan penjualan pada *store* kecantikan Sociolla.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi semua pihak, diantaranya:

a. Manfaat Teoritis

Sebagai sarana pelatihan dalam menyusun karya ilmiah mengenai Promosi, Harga, Daya Beli dan Kualitas Pelayanan terhadap Peningkatan Penjualan dan hasil penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pembaca pada umumnya.

b. Manfaat Praktis

Sebagai bahan pertimbangan dalam rangka mengambil keputusan mengenai Promosi, Harga, Daya Beli dan Kualitas Pelayanan terhadap Peningkatan Penjualan dan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pebisnis pemula khususnya pada bisnis kecantikan.