

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, dalam melalui usaha mencari dan membina langganannya, serta usaha menguasai pasar. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan dibidang pemasaran khususnya.<sup>1</sup>

Permasaran merupakan suatu kegiatan perorangan atau suatu kelompok yang mengarah untuk memenuhi kebutuhan serta memuaskan keinginan dalam melalui proses pertukaran.<sup>2</sup> Seiring berkembangnya zaman peradaban dan perubahan lingkungan terjadi pada setiap saat sehingga adanya dampak perubahan dalam perilaku hidup manusia secara individu ataupun sosial, termasuk membawa perubahan dalam perilaku serta pola hidup manusia dalam memperoleh barang yang tepat untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia tersebut.

Untuk memenuhi kebutuhan hidup yang dibutuhkan semua kalangan masyarakat adalah bahan pokok dan selanjutnya adalah bahan

---

<sup>1</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), hal.167

<sup>2</sup> Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Intermedia, 1990), hal. 5

skunder maka dari itu terdapat pasar yang merupakan tempat institusi, hubungan sosial tempat menjual barang atau jasa serta tenaga kerja. Dalam pasar orang melakukan transaksi jual beli, maka dari itu terbentuknya suatu usaha salah satunya yaitu pasar swalayan. Maka dari itu sebagai manusia yang milenial kita harus pintar-pintar dalam memikirkan hal yang cocok untuk usaha guna keberlangsungan memenuhi kebutuhan hidup serta mengerti akan apa yang dibutuhkan manusia dizaman sekarang dan paham bagaimana usaha kita dapat memuaskan pelanggan.

Alasan konsumen mengapa lebih memilih berbelanja di Swalayan Johar harga terjangkau, parkir gratis terlebih lagi Swalayan Johar mengadakan banyak promo-promo dan hadiah menarik sehingga dapat menambah minat konsumen untuk berbelanja di Swalayan johar. Swalayan Johar memiliki banyak pesaing namun pihak Swalayan Johar telah menyiapkan strategi-strategi untuk mendapatkan minat lebih konsumen, Swalayan Johar memiliki tujuan khusus dalam menciptakan persepsi-presepsi baik pada konsumen misalkan pelayanan yang ramah, fasilitas yang baik, harga terjangkau serta kelengkapan produk yang dijual.

Loyalitas pelanggan tercipta karena adanya kepuasan pelanggan, pelanggan atau konsumen akan loyal ketika mereka mempunyai komitmen untuk melakukan pembelian ulang suatu produk di sebuah perusahaan dalam jangka waktu yang lama, walaupun banyaknya tawaran dan pesaing.<sup>3</sup> Swalayan Johar perlu melakukan strategi pemasaran yaitu menganalisa, mengimplementasi dan mengawasi segala kegiatan untuk

---

<sup>3</sup> Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Usaha Konsep, Prinsip dan Aplikasi*, Bandung: Pustaka Educa, 2010, hal. 268.

memperoleh/meningkatkan sasaran sehingga mencapai tujuan perusahaan.<sup>4</sup> Swalayan Johar melakukan pemasaran dengan sangat baik terutama pada variable-variable yang penting dalam menggapai tujuan perusahaan dalam melakukan pemasaran yaitu: produk (*product*), harga (*price*), Promosi (*promotion*), dan tempat (*place*).<sup>5</sup>

Swalayan Johar selektif dalam mensupply barang dari supplier. Hal ini dilakukan agar hanya barang yang halal dan thoyyib saja yang dapat dipasarkan oleh Swalayan Johar. Barang-barang haram seperti minuman keras dan semacamnya selalu ditolak oleh Swalayan Johar untuk ditawarkan kepada konsumen. Hal ini dikarenakan Swalayan Johar selalu menarapkan prinsip berjualan yang Islami sesuai dengan syariat Islam dimana manusia hanya diperbolehkan memakan makanan yang halal dan baik yang ada di muka bumi ini, sesuai dengan Firman Allah:

إِنَّهُ الشَّيْطَانُ ۖ خُطُوٰتٍ تَتَّبِعُوٓا ۖ وَلَا طَيِّبًا حَلٰلًا اَلْاَرْضِ فِي مِمَّا كَلُوٓا النَّاسُ يَٰۤاَيُّهَا

مُؤْمِنِيْنَ عَدُوٌّ لَّكُمْ

Artinya: “Wahai manusia! Makanlah dari makanan yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh setan itu musuh nyata bagimu.” (Qs. Al-Baqarah: 168) Ayat tersebut menerangkan bahwa makanan yang halal itu merupakan nikmat Allah. Oleh karena itu orang-orang mukmin diperintahkan mensyukuri nikmat tersebut. Mensyukuri nikmat merupakan bukti

<sup>4</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal. 130

<sup>5</sup> Amirullah, *Pengantar bisnis*, (Yogyakarta: Graha ilmu, 2005), hal. 135

kemapanan iman dan ketauhidan kepada Allah. Ibnu Katsir menjelaskan bahwa memakan makanan yang halal merupakan syarat terkabulnya doa dan diterimanya ibadah. Demikian juga sebaliknya, memakan makanan yang haram menjadi sebab ditolakny doa dan ibadah. Oleh karenanya, Swalayan Johar selalu aktif dalam memilih dan memilah produk-produk mana saja yang dapat ditawarkan kepada para konsumennya untuk dijual.

Menurut kondisi yang telah diuraikan sehingga dapat memperoleh gambaran latar belakang permasalahan pada Swalayan Johar melalui strategi pemasaran serta kualitas pelayanan yang dapat meningkat reputasi baik di Swalayan Johar serta dapat menciptakan kepuasan pelanggan, komitmen dan kontinu sehingga menciptakan pelanggan yang loyal. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh dalam membuat skripsi ini yang berjudul: Analisis Strategi Pemasaran Swalayan Johar Panjerejo Dalam Meningkatkan Minat Beli Dan loyalitas Pelanggan Menurut Perspektif Ekonomi Islam

## **B. FOKUS PENELITIAN**

Dalam suatu usaha pemasaran merupakan unsur yang sangat penting yang salah satunya berfungsi sebagai pengenalan suatu produk dan keberadaan suatu perusahaan kepada pelanggan, yang perlu diperhatikan Swalayan Johar sehingga dapat mencapai sasaran bisnis yang di tetapkan adalah strategi pemasaran dimana strategi pemasaran merupakan alat yang berfungsi untuk mencapai tujuan dan sasaran yang ditentukan perusahaan sehingga dapat meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian dalam pendahuluan, sehingga dapat dikemukakan pokok-pokok permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini, fokus permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan minat beli dan loyalitas pelanggan?
2. Apakah strategi pemasaran yang diterapkan oleh Swalayan Johar telah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam?

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan latar belakang dan fokus permasalahan dapat diambil tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat beli dan loyalitas pelanggan
2. Untuk strategi pemasaran yang diterapkan oleh Swalayan Johar telah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam?

### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Dari hasil penelitian ini penulis sangat mengharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Menjadi bahan pertimbangan dan informasi bagi perusahaan dalam membuat strategi pemasaran sehingga bisnis akan lebih menjadi berkembang dan juga meningkatkan daya saing usaha.
2. Menambah wawasan bagi peneliti dalam bidang bisnis retail modern dan juga ilmu pemasaran.

## **E. PENEGASAN ISTILAH**

### **a. Strategi Pemasaran**

Strategi merupakan sebuah proses rencana yang bersistem dalam proses pemasaran yang efektif dan juga efisien, berguna dalam mendapatkan tingkat pertukaran yang saling menguntungkan sehingga dapat mencapai tujuan dalam sebuah perusahaan atau organisasi.<sup>6</sup>

### **b. Minat beli**

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan. Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli adalah merupakan bagian dari komponen perilaku pelanggan dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.<sup>7</sup>

### **c. Loyalitas pelanggan**

Loyalitas secara harfiah diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. loyalitas sebagai kondisi di mana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), hal. 6

<sup>7</sup> Umar Husein, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pusaka), hal. 45.

<sup>8</sup> Fasochah & Harnoto, *Strategi Kepuasan Pelanggan Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*(Jurnal: Ekonomi Manajemen, 2014) Hlm.2

#### d. Ekonomi islam

Ekonomi Islam adalah ilmu ekonomi yang tidak dapat dipisahkan dari berbagai pertimbangan dan orientasi aspek nilai serta norma kehidupan, seperti norma dan nilai-nilai dalam ajaran syaria Islam yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah<sup>9</sup>

### F. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

Dalam mempermudah membaca skripsi ini, sehingga perlu adanya sistematika pembahasan. Pembahasan dalam skripsi ini berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Swalayan Johar Panjerejo Dalam Meningkatkan Minat Beli Dan Loyalitas Pelanggan Menurut Perspektif Ekonomi Islam”, skripsi ini nantinya dibagi menjadi lima bagian sebagai berikut:

#### 1. Bagian pertama

Bagian awal memuat hal yang bersifat formal yaitu tentang halaman sampul depan, halaman judul, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar table, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

#### 2. Bagian kedua

Bagian kedua merupakan bagian inti, Bagian ini terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang masalah/ konteks masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, penegasan istilah, sistematika pembahasan.

---

<sup>9</sup> M. Arie moodute, *Ekonomi Islam Pilihan Mutlak Seorang Muslim*, (Jakarta: 2012), hal. 31.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, yang terdiri dari pembahasan mengenai fokus penelitian, kajian fokus kedua dan seterusnya, hasil penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN, yang terdiri dari pola/jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN, terdiri dari sejarah berdirinya dan deskripsi singkat mengenai lokasi penelitian yaitu Swalayan Johar, paparan data, temuan penelitian, dan pembahasan.

BAB V PEMBAHASAN, yakni merupakan penjelasan dari hasil temuan penelitian.

BAB VI PENUTUP, terdiri dari kesimpulan dan saran.

### 3. Bagian Akhir

Pada bagian ini berisi keterangan penunjang seperti daftar Pustaka, lampiran – lampiran, dan daftar riwayat hidup.