

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah jalan hidup yang unik dan memiliki perbedaan dengan jalan hidup yang lainnya, karena mewajibkan pemeluknya untuk hidup dalam satu pola kehidupan tertentu secara konsisten dan tidak berubah, serta menjadikan *'aqliyah* dan *nafsiyah* mereka tidak akan merasakan ketenangan dan kebahagiaan kecuali berada dalam pola kehidupan yang telah ditentukan Allah Swt.¹ Karenanya, sebagaimana menurut Abdurrahman dalam bukunya yang berjudul diskursus Islam politik dan Spiritual yang dikutip Noor dalam artikelnya bahwa Islam mengatur tidak hanya terbatas oleh aspek ibadah (*ruhiyyah*) saja, tetapi meliputi seluruh aspek kehidupan bermasyarakat.² Adapun, Ismail dalam bukunya menyebutkan bahwa Seluruh aspek kehidupan manusia baik yang bersifat hubungan mereka dengan Allah (*hablumminallāh*) dengan adanya akidah Islam dalam diri seorang muslim serta terjadinya

¹Muhammad Ismail, *Fikrul Islam (Bunga Rampai Pemikiran Islam) cetakan 4*, (Bogor: al-Azhar Press, 2016), hlm. 9 Adapun *'aqliyah* dapat diartikan sebagai pola pemikiran seorang muslim dalam memahami realita atau permasalahan dalam kehidupan dan melahirkan diterapkannya dalam kehidupan dengan perbuatan atau tingkah laku sesuai dengan aturan Islam yang telah ditetapkan Allah SWT (*nafsiyah*).

²Muhammad Noor, “Studi Komparasi Sistem Ekonomi Islam dan Peraturan Menteri ESDM no. 06 tahun 2016 tentang Konsep Distribusi Hasil Gas Bumi dalam Mengentaskan Kemiskinan” *Proceeding Contemporary Islam in the eyes of Young Research in The 2nd Borneo Undergraduate Academic Forum 17-20 Juli 2017* (Banjarmasin: Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2017), hlm. 500

interaksi mereka dengan sesama manusia (*hablumminannās*) yang meliputi aspek muamalah.³

Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam kehidupan sehari-hari setiap manusia saling membutuhkan antara satu dengan yang lainnya, sebagaimana Islam mengatur hal tersebut di dalam al-Quran yang dijadikan dasar dalam masalah muamalah.⁴ Sebagaimana Allah berfirman dalam Q.S. *Al-Mulk*/67: 15.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

“Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezekiNya, dan hanya kepada-Nyalah (kamu kembali) setelah dibangkitkan”.⁵

Ekonomi mengatur urusan rumah tangga yang didalamnya mampu ikut terlibat dalam menghasilkan barang-barang berharga dan membantu memberikan jasa.⁶ Dalam hal ini, ekonomi juga membahas mengenai interaksi manusia dengan manusia lainnya baik individu ataupun komunitas manusia. Ekonomi merupakan bagian kecil daripada proses antar manusia saling bermuamalah, baik yang meliputi aspek manajemen, akunting/pencatatan, serta *marketing*/pemasaran.

³Muhammad Noor, “Konsep Distribusi Pendapatan dalam Mengentaskan Kemiskinan Perspektif Sistem Ekonomi Islam” *Paper in International Students Conference on Islamic Studies (ISCIS) 22-24 Juli 2017* (Manado: Institut Agama Islam Negeri Mando, 2017), hlm. 13

⁴ H.M. Hanafiah, *Mu’amalah dalam Tradisi Masyarakat Banjar dalam Perspektif Hukum Islam*, (Banjarmasin: IAIN Antasari Press, 2012), hlm. 28-29

⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemah Indonesia Inggris Jilid III Juz 21-30* (Solo: Qomari, 2008), hlm. 1196.

⁶ Taqiyuddin an-Nabhani, *Sistem Ekonomi Islam Edisi Mu’tamadah alih bahasa Hafidz Abd. Rahman*, (Jakarta: Hizbut Tahrir Indonesia, 2010), hlm. 62

Salah satu aspek dalam pembahasan ekonomi di tengah-tengah masyarakat adalah pemasaran yang merupakan segala sesuatu yang menyangkut semua usaha yang menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan karena pemasaran dimulai dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, memutuskan tujuan pemasaran yang dapat dilayani oleh organisasi dalam suatu usaha dengan sangat baik, dan membangun proposisi nilai yang meyakinkan di mana organisasi dapat memenangkan, mempertahankan dan menumbuhkan konsumen sasaran.⁷ Sebagaimana William dan Jerom dalam buku mereka menyebutkan bahwa dalam hal ini, pemasaran memiliki konsep bahwa manajer dalam bidang pemasaran haruslah berfokus untuk memenuhi setiap kebutuhan daripada pelanggannya.

Tempat usaha yang menjual barang dan atau jasa kepada konsumen seperti makanan dan minuman, perangkat media, dan jasa yang memerlukan banyak waktu bagi mereka untuk berusaha membangun usaha yang unggul.⁸ Karena, dalam proses pembangunan hal tersebut menuntut didapatnya pemahaman yang jelas tentang konsumen sasaran perusahaan, kebutuhan-kebutuhan apa saja yang akan dipenuhi oleh produk perusahaan, dan pengkomunikasian menentukan posisi merek secara gencar dan kreatif yang sebagian besar

⁷ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2 Edisi Keduabelas*, (Jakarta: Erlangga, 2008)

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Kesebelas*, (Jakarta: PT Intan Sejati Klaten, 2005), hlm. 9

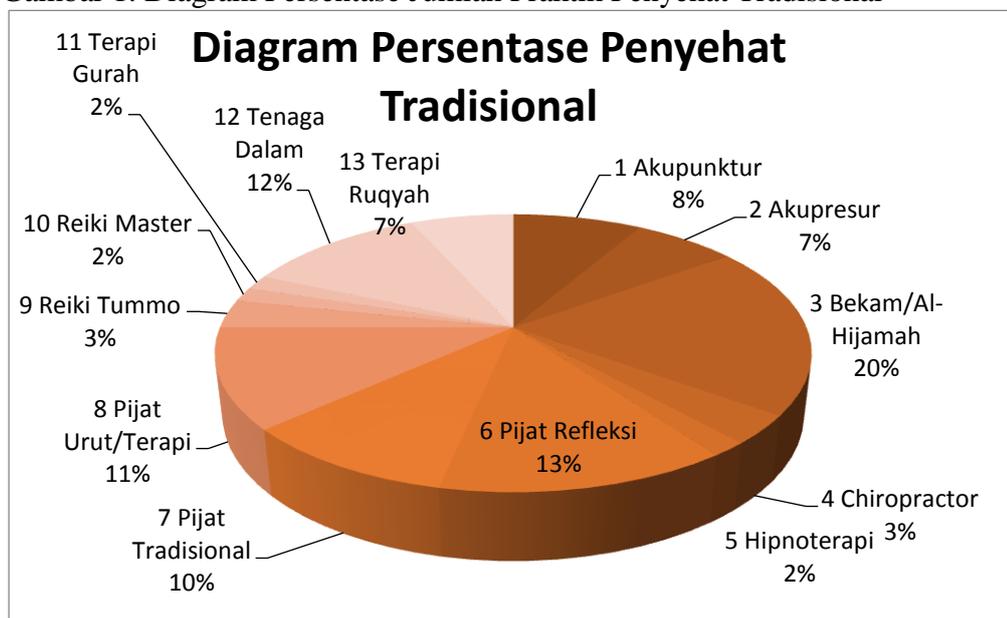
kekuatan itu bergantung pada pengembangan dan pengemasan yang unggul serta salah satunya didukung oleh layanan yang handal.⁹

Berbagai macam jenis usaha baik yang bergerak di bidang perdagangan ataupun pemberian jasa. Dagang misalnya, sering kita melihat berbagai jenis bisnis/usaha yang ditawarkan seperti usaha di bidang kuliner (makanan dan minuman), penjualan perabot rumah tangga, konveksi/pakaian dan kosmetik kecantikan bahkan sampai pada penjualan berbagai produk kesehatan. Adapun jasa misalnya usaha jasa pangkas rambut/*barbershop*, jasa kurir, cuci pakaian/laundry, serta usaha jasa penyehat tradisional.

Begitu besarnya perhatian masyarakat akan *urgent*-nya pemenuhan kebutuhan pada aspek kesehatan (jasmani dan rohani), berbagai macam penyehatan tradisionalpun sudah banyak bermunculan di tengah-tengah masyarakat, karenanya sering kita jumpai berbagai tempat praktik penyehat tradisional di lokasi-lokasi strategis, dalam hal ini di Kota Banjarmasin penulis melakukan pengakumulasian atas data yang diperoleh berdasarkan pada surat terdaftar penyehat tradisional yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan Kota Banjarmasin dengan besaran persentase yang tertuang dalam sebuah diagram, sebagaimana gambar berikut:

⁹ *Ibid*

Gambar 1. Diagram Persentase Jumlah Praktik Penyehat Tradisional



Sumber: Data Berdasarkan Observasi dan Surat Terdaftar Penyehat Tradisional

Dinas Kesehatan Kota Banjarmasin, 2016

Berdasarkan gambar 1 diatas, dari berbagai jenis jasa penyehat tradisional dengan jumlah tempat praktik yang penulis peroleh berdasarkan data dari Dinas Kesehatan Kota Banjarmasin pada tahun 2016, dapat dilihat bahwa *bekam/al-hijāmah* memiliki proporsi persentase sebesar 20% atau lebih tinggi di banding beberapa praktik pengobatan tradisional lainnya.

Adapun dari diagram di atas penulis perinci lagi untuk mengetahui seberapa besar tempat penyehat tradisional yang terdaftar pada Dinas Kesehatan Kota Banjarmasin, sebagaimana data berikut:

Tabel 1. Data Praktik Penyehat Tradisional

No	Jenis Penyehat Tradisional	Tempat Praktik
1	Bekam/ <i>al-hijāmah</i>	12
2	Pijat Refleksi	8
3	Pijat Urut/Terapi	7
4	Tenaga Dalam/Supranatural	7
5	Pijat Tradisional	6
6	Akupunktur	5
7	Akupresur	4
8	Terapi Ruqyah	4
9	Chiropractor	2
10	Reiki Tummo	2
11	Reiki Master	1
12	Terapi Gurah	1
13	Hipnoterapi	1
Jumlah		60

Sumber: Data Berdasarkan Observasi dan Surat Terdaftar Penyehat Tradisional (STPT) Dinas Kesehatan Kota Banjarmasin, 2016

Berdasarkan tabel 1 di atas telah tampak bahwa urutan teratas dari beberapa jenis alternatif tempat praktik penyehat tradisional dan paling banyak ditemukan adalah bekam atau *al-hijāmah* sebesar 12 tempat praktik. Bekam adalah salah satu teknik pengobatan Sunnah Rasulullah yang telah lama dipraktikkan oleh manusia sejak zaman dahulu kala. Kini pengobatan ini dimodernkan dan mengikuti kaidah-kaidah ilmiah, dengan menggunakan suatu alat yang praktis dan efektif serta tanpa efek samping, disebut juga sebagai *al-*

hijāmah.¹⁰ Rasulullah SAW telah menekankan betapa banyak manfaat dari bekam yang merupakan cara pengobatan paling utama, karena metode ini bersumber dari yang menciptakan manusia.¹¹ Sebagaimana firman Allah SWT didalam Q.S. *Asy-Syu'arā'*/26: 80.

وَأَدْمَرَضْتُ فَهُوَ يَشْفِينِ

“Dan apabila aku sakit maka Allah lah yang menyembuhkan aku”¹²

Oleh karena itu, bekam tidak hanya sekedar menjadi salah satu alternatif penyehatan tradisional akan tetapi bagi kita sebagai seorang muslim juga memahaminya merupakan salah satu aktifitas yang disunnahkan.

Berdasarkan tabel 1 di atas penulis mengetahui bahwa ada 12 tempat praktik bekam yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan Kota Banjarmasin tahun 2016 serta berdasarkan data darsi hasil observasi yang penulis lakukan di sekitar wilayah Banjarmasin ditemukan beberapa tempat praktik bekam. Sebagai berikut:

¹⁰ Asosiasi Bekam Indonesia (ABI), *Panduan Pengajaran Bekam* oleh divisi Diklat dan Litbang ABI, 2012, hlm. 22

¹¹ Bidang Penelitian dan Pengembangan Asosiasi Bekam Indonesia (ABI), *Prosedur Operasional Standar (SOP) Asosiasi Bekam Indonesia untuk Pelatihan Tim Penguji dan Pengajar Nasional Villa Lembah Safari*, 2011, hlm.17

¹² Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan dan Terjemahnya Edisi Baru* (Semarang: Asy-Syifa, 1993), hlm. 579.

Tabel 2. Data Praktik Pengobatan Bekam

No	Tempat Praktik/ Nama Trapis	Alamat	Jumlah pasien	Keterangan
1	Pondok Sehat Al-Wahida	Jl. Manggis Rt. 02 No. 02 Samping Gg. Sawo	30667	Pelanggan laki-laki 16678 dan perempuan 13989
2	GHB Ar-Rahma	Jl. Arjuna Rt. 16 No. 10 Belakang Polresta	10864	Pelanggan laki-laki 6256 dan perempuan 4608
3	Klinik Abu Zahra	Jl. Tembus Mantuil Gg, Ganda Pura Rt. 26 Rw. 02 No.18	-	Tidak menggunakan rekap data pelanggan yang berbekam
4	Rumah Sehat Herba Al-Amin	Jl. Brigjen H. Hasan Basri Komp. Kayu Tangi II No. 67 Rt. 16	-	
5	H. M. Saleh AM	Jl. Banua Anyar Rt. 03 No.09	-	
6	Klinik Asy-Syifa	Jl. 9 November Gg. Moroseneng No. 117 Rt. 24	-	Tempat praktik tidak dapat ditemukan
7	Akhmad Jazuli	Jl. Meranti VI Rt. 15 No. 01	-	
8	Irma Wahyuni	Jl. Raya Banjar Indah Permai Rt. 57	-	
9	Hj. Anita Sauliani, S.Sos	Jl. Veteran Gg. Raymaha Rt. 30 Sei. Bilu	-	
10	Muhammad Zainal	Jl. Belitung Darat Gg. Samadi Ilham Rt. 26	-	
11	Gusti Abdulah	Jl. Belitung laut Rt. 05 No.17	-	
12	Rumah Sehat El-Iman	Jl. Sultan Adam No. 08	-	

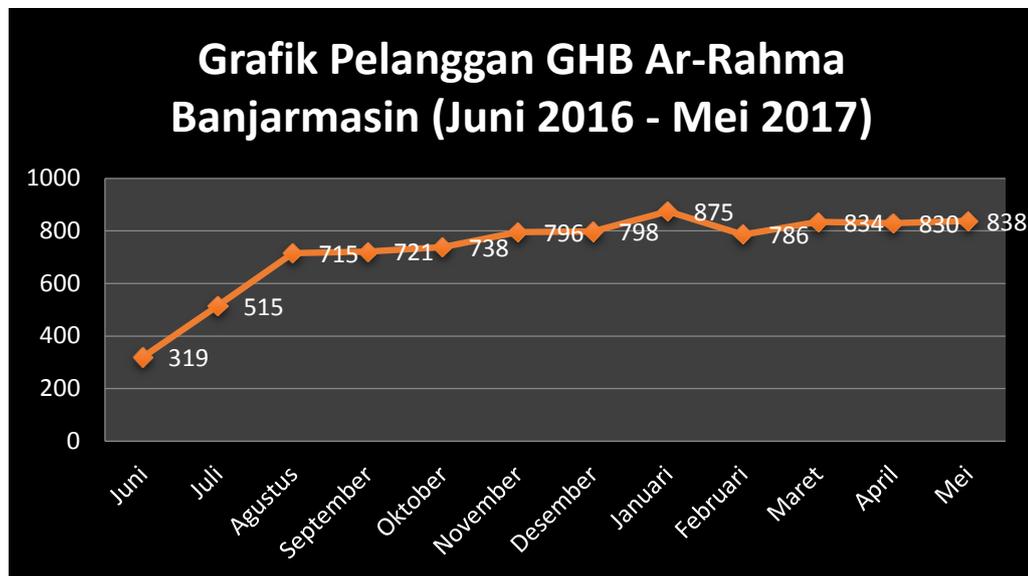
Sumber: Data diperoleh berdasarkan observasi di Kota Banjarmasin, 2017

Berdasarkan data pada tabel 2 diatas, bahwa data praktik pengobatan bekam di kota Banjarmasin, ada dua tempat praktik yang masih ramai dijumpai

oleh pelanggan yang hendak mengambil jasa bekam dengan kelengkapan data administrasi yang ada yaitu Pondok Sehat Al-Wahida dan GHB Ar-Rahma yang memang berada di lokasi yang tidak berjauhan. Adapun, menjadi fokus penulis adalah pada Griya Bekam dan Herbal (GHB) Ar-Rahma Banjarmasin dengan jumlah pelanggan yang berbekam sebanyak 10864 orang dengan rincian pelanggan laki-laki 6256 orang dan perempuan 4608 orang. Menarik bagi penulis untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pelanggan mengambil keputusan untuk berbekam di GHB Ar-Rahma sebanyak 10864 yang orang lebih sedikit di banding tempat praktik bekam Pondok Sehat Al-Wahida dengan jumlah pelanggan sebanyak 30667 orang yang memang berada pada lokasi tempat praktik yang sama.

Griya Herbal dan Bekam Ar-Rahma memang jumlah pelanggannya yang mengambil jasa bekam disana secara populasi tidak lebih banyak dibanding Pondok Sehat Al-Wahida yang memang berada ditempat yang tidak jauh dengan lokasi praktik tersebut. Akan tetapi, ada ketertarikan bagi penulis untuk melakukan penelitian ini karena melihat jumlah pelanggan yang mengalami peningkatan setiap bulannya. Adapun, peningkatan pelanggan pada GHB Ar-Rahma Banjarmasin dalam satu tahun yang terhitung mulai awal bulan juni 2016 sampai akhir mei 2017, sebagaimana grafik berikut:

Gambar 2. Grafik Jumlah Pelanggan Bekam (Juni 2016 – Mei 2017)



Sumber: Data Pelanggan Bekam di GHB Ar-Rahma, 2016-2017

Sebagaimana grafik yang terlihat pada gambar 2 diatas bahwa jumlah pelanggan yang mengambil jasa bekam di Griya Herbal dan Bekam Ar-Rahma Banjarmasin relatif mengalami peningkatan setiap bulannya. Nampak jelas terlihat perbandingan pada bulan juni dan juli 2016 mengalami peningkatan sebesar 196 pelanggan bekam serta peningkatan untuk bulan juli dan agustus 2016 sebanyak 200 pelanggan. Adapun dari bulan agustus 2016 menuju mei 2017 dari 715 relatif naik turun (fluktuatif) jumlah pelanggan yang mengambil jasa bekam.

Penentuan besaran harga atau tarif yang di tetapkan oleh tempat usaha sangatlah berpengaruh besar terhadap pengambilan keputusan yang akan di keluarkan oleh para pelanggan. Sebagaimana, Ghanimata di dalam skripsinya mengutip pernyataan Lupiyoadi bahwa strategi penentuan harga (*pricing*)

sangat signifikan dalam pemberian *value* kepada konsumen dan akan mempengaruhi *image* konsumen, serta keputusan konsumen untuk membeli.¹³

Selain mempertimbangkan harga, di dalam pembahasan strategi pemasaran maka pelanggan tentunya juga akan melihat lokasi tempat usaha dengan letak yang dekat dengan pusat keramaian, dalam hal ini lokasi praktik bekam yang merupakan salah satu alternatif tempat penyehat tradisional haruslah terletak pada tempat-tempat yang strategis dan mudah di akses oleh masyarakat luas.

Berbagai pemberian pelayanan yang berkualitas dan dapat tersedianya berbagai fasilitas pelanggan yang sesuai harapan pelanggan di dalam suatu usaha atau bisnis sangatlah berpengaruh besar dalam keberhasilan suatu usaha dihadapan para pelanggan. Sebagaimana Sarini Kudo menyebutkan bahwa “*service quality is a crucial issue for any company, regardless of the form of the resulting product*”.¹⁴ Bahwasanya, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai isu krusial bagi perusahaan manapun, terlepas dari bentuk produk atau jasa seperti apa yang akan dihasilkannya.

Menurut Philip Kotler bahwa keputusan adalah segala tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh seseorang dalam segala aktifitasnya dengan beberapa tahapan dalam proses pengambilan keputusan yang meliputi

¹³ Fifyanita Ghanimata (NIM C2A607064), *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*, (Semarang: Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2012), hlm. 6

¹⁴ Sarini Kudo, *Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*, (Manado: Jurnal EMBA Vol. 1 No. 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi ISSN 2303-1174, 2013), hlm. 1251

pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.¹⁵

Berdasarkan teori dan pengalaman selama lebih kurang 2 tahun penulis bekerja di Griya Herbal dan Bekam Ar-Rahma Banjarmasin dan dari berbagai macam alasan yang penulis peroleh langsung dari pelanggan yang memutuskan untuk mengambil jasa bekam, karenanya beberapa faktor mengenai hal-hal apa saja yang akan mempengaruhi suatu keputusan dapat dikeluarkan, antara lain tarif bekam yang ditentukan, lokasi praktik dengan letak yang strategis bagi masyarakat untuk dapat mengaksesnya, berbagai pelayanan terapis yang diberikan serta berbagai ketersediaan fasilitas yang sesuai dengan harapan konsumen yang harus dipenuhi oleh tempat usaha dengan pemberian jasa kepada para pelanggan yang berbekam di GHB Ar-Rahma Banjarmasin.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Bekam pada Griya Herbal dan Bekam Ar-Rahma Banjarmasin*.

B. Rumusan Masalah

Dari kerangka latar belakang diatas, agar lebih jelas dan operasional maka penulis formulasikan dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut:

¹⁵ Philip Kotler, *Op. Cit.*, hlm. 224

1. Apakah tarif bekam, pelayanan terapis, lokasi praktik dan ketersediaan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam mengambil jasa bekam?
2. Apakah tarif bekam, pelayanan terapis, lokasi praktik dan ketersediaan fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam mengambil jasa bekam?
3. Variabel manakah antara tarif bekam, pelayanan terapis, lokasi praktik dan ketersediaan fasilitas yang berpengaruh dominan terhadap keputusan konsumen dalam mengambil jasa bekam?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh secara simultan antara tarif bekam, pelayanan terapis, lokasi praktik dan ketersediaan fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam mengambil jasa bekam.
2. Mengetahui pengaruh secara parsial tarif bekam , pelayanan terapis, lokasi praktik dan ketersediaan fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam mengambil jasa bekam.
3. Mengetahui pengaruh yang lebih dominan antara tarif bekam, pelayanan terapis, lokasi praktik dan ketersediaan fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam mengambil jasa bekam

D. Signifikasi Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Untuk para mahasiswa dan akademisi, agar dapat memberikan kontribusi dalam kajian ilmiah dan pengembangan khazanah ilmu pengetahuan dibidang kesyariahan dan ekonomi Islam.
2. Untuk para pengusaha dan praktisi, agar dapat dijadikan bahan pertimbangan dan rujukan bagi mereka yang hendak mengambil dan menjalankan usaha yang sejenis.
3. Sebagai tambahan informasi bagi mereka yang hendak melakukan penelitian dari permasalahan yang sejenis dan lebih mendalam dari aspek dan sudut pandang yang berbeda.
4. Memberikan tambahan referensi untuk kepustakaan bagi para akademisi di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin, khususnya Jurusan Ekonomi Syariah dan masyarakat pada umumnya.

E. Definisi Operational

Skripsi ini berjudul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Bekam pada Griya Herbal dan Bekam Ar-Rahma Banjarmasin” dalam hal ini membuat definisi-definisi yang mengandung sejumlah indikator atau karakteristik operasional untuk menghindari kesalah pahaman dan kekeliruan dalam menginterpretasikan judul dan penafsiran ganda, maka perlu adanya batasan istilah agar dapat

memberikan pemahaman yang lebih terarah. Karenanya penulis mendefinisikan variabel yang penulis gunakan dalam penelitian, sebagai berikut:

1. Tarif bekam adalah besaran harga satuan yang telah ditetapkan oleh pemilik tempat praktik bekam kepada para konsumen atas penggunaan jasa bekam. Dalam hal ini tarif bekam yang dikenakan kepada konsumen yang mengambil atau menggunakan jasa bekam pada Griya Herbal dan Bekam Ar-Rahma Banjarmasin adalah sebesar Rp. 45.000,- baik konsumen laki-laki atau perempuan dan akan dikenakan tambahan tarif bekam sebesar Rp. 5.000,- bagi mereka yang baru pertama menjadi konsumen yang mengambil jasa berbekam yang tercatat sebagai biaya administrasi konsumen baru.
2. Pelayanan terapis adalah segala cara atau upaya yang dilakukan oleh terapis atau seorang yang memberikan terapi dan atau penyehatan dengan berbagaimacam layanan jasa atas keahlian yang dimiliki. Dalam hal ini ada tiga tahapan pelayanan yang diberikan terapis terhadap konsumen yang mengambil jasa berbekam pada Griya Herbal dan Bekam Ar-Rahma Banjarmasin adalah *Pertama*, sebelum proses pembekaman dilaksanakan terapis akan mendiagnosa keluhan/penyakit yang diderita konsumen dan mengecek tekanan darah untuk menentukan titik-titik bekam atau bagian tubuh apa saja yang akan dilakukan pembekaman serta terapis akan memberikan pijatan/*massage* untuk melancarkan sirkulasi darah oleh pelanggan yang akan dibekam. *Kedua*, proses pembekaman dilakukan sesuai dengan titik bekam yang telah ditentukan dengan durasi waktu sekitar 30-60 menit

tergantung keluhan yang diderita pelanggan, layanan lain saat proses pembekaman terapis akan melakukan komunikasi kepada konsumen dengan maksud membangun keakraban dan memberikan pengedukasian terkait bekam. *Ketiga*, tahapan terakhir dari proses pembekaman terapis akan membersihkan permukaan kulit yang telah dilakukan pembekaman dan terapis akan memberikan doa agar pelanggan dapat diberikan kesembuhan dan diangkatnya penyakit yang diderita oleh Allah SWT.

3. Ketersediaan fasilitas adalah berbagai macam sarana yang telah tersedia pada tempat usaha untuk mendukung terciptanya kenyamanan dan keamanan terhadap pelanggan. Dalam hal ini beberapa fasilitas yang telah disediakan di Griya Herbal dan Bekam Ar-Rahma Banjarmasin untuk seluruh pelanggan yang datang untuk mengambil jasa bekam adalah tersedianya halaman parkir kendaraan (mobil atau sepeda motor), terdapatnya pendingin ruangan (AC dan kipas angin) di beberapa ruang, dan tersedianya toilet yang bersih dan nyaman serta CCTV yang diletakkan di beberapa sisi ruangan (ruang tunggu pelanggan, ruang diagnosa, dan halaman parkir) untuk terjaganya keamanan.
4. Lokasi praktik adalah letak atau posisi tempat praktik yang akan dituju oleh pelanggan dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dalam hal ini lokasi praktik yang berupa letak atau posisi Griya Herbal dan Bekam Ar-Rahma Banjarmasin sebagai tempat bagi para konsumen yang akan mengambil jasa berbekam adalah dengan letak dan posisinya yang strategis guna mempermudah konsumen yang hendak mengakses dan masyarakat

pada umumnya serta di harapkan juga lokasi praktik ini dekat dengan aktifitas keseharian konsumen, baik dekat dengan rumah ataupun tempat kerja mereka yang hendak mengambil jasa bekam.

5. Keputusan konsumen adalah segala tindakan atau perbuatan yang dilakukan berdasarkan keputusan oleh seorang konsumen dalam menentukan pilihan. Dalam hal ini keputusan pelanggan yang mengambil jasa bekam pada Griya Herbal dan Bekam Ar-Rahma Banjarmasin adalah mencakup tahapan-tahapan dalam proses pengambilan keputusan baik pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan konsumen dan perilaku pasca pengambilan keputusan oleh konsumen yang mengambil jasa bekam.

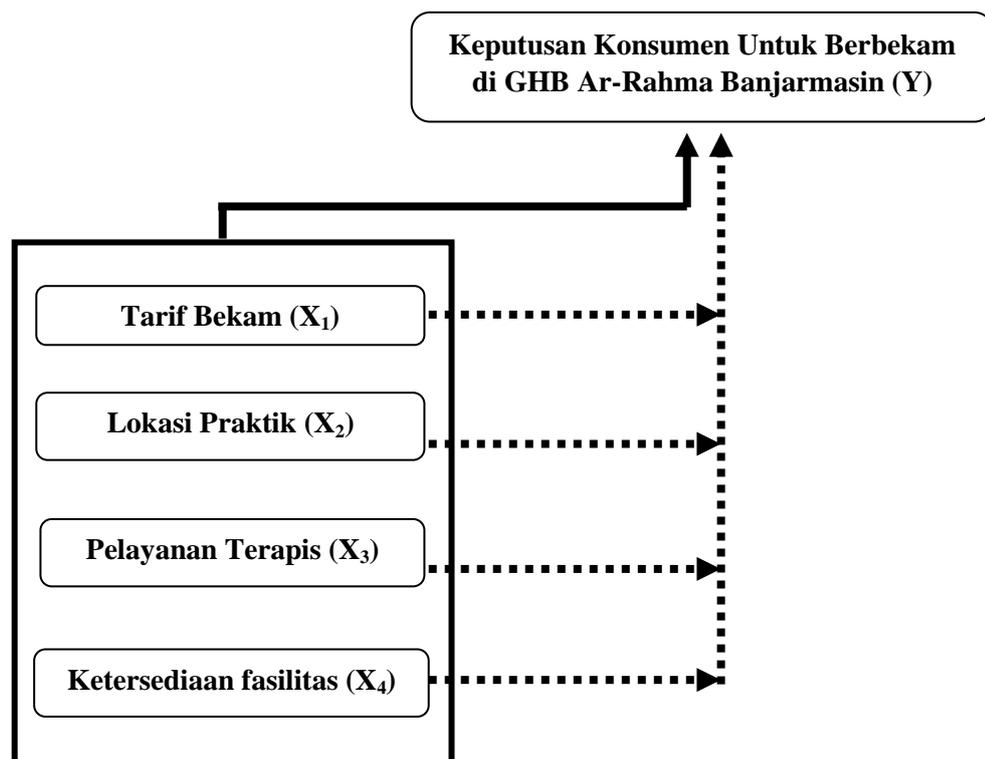
F. Kerangka Penelitian

Keputusan konsumen dalam mengambil jasa bekam tentu di pengaruhi oleh beberapa faktor, dalam hal ini penulis memaparkan antara lain adalah tarif bekam, lokasi praktik, pelayanan terapis dan ketersediaan fasilitas yang diberikan.

Secara teori, semakin rendahnya tarif bekam yang dikenakan kepada konsumen yang hendak mengambil jasa bekam maka akan membuat konsumen semakin tertarik dan berdatangan untuk berbekam di tempat tersebut. Adapun, lokasi praktik dengan letak yang strategis dan mudah bagi para konsumen untuk mengakses juga akan mempermudah dan menambah minat pelanggan untuk datang dan mengambil jasa bekam di tempat praktik tersebut baik dekatnya lokasi praktik dengan letak rumah ataupun tempat kerja konsumen

yang datang. Selain itu, pelayanan terapis yang meliputi berbagai layanan yang diberikan kepada konsumen baik sebelum, saat dan setelah proses pembekaman dilakukan serta ketersediaan fasilitas yang diberikan untuk konsumen yang mengambil jasa bekam tentunya membuat mereka semakin merasakan adanya kenyamanan dan terpenuhinya rasa aman untuk terus memutuskan untuk melakukan proses pembekaman di tempat praktik bekam tersebut. Sebagaimana gambar berikut:

Gambar 3. Desain Kerangka Penelitian



Keterangan:

Uji Regresi Simultan \longrightarrow

Uji Regresi Parsial $\cdots\cdots\cdots\longrightarrow$

Sumber: Ghanimata, hlm. 40; Haryanto, hlm. 754; dan Supriyanto, hlm. 41

Oleh karena itu, dalam kerangka pemikiran ini akan menggambarkan uji regresi sistemik (simultan dan parsial) antara variabel bebas X dan variabel terikat Y, yaitu Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Bekam pada Griya Herbal dan Bekam Ar-Rahma Banjarmasin.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini berhubungan dengan ada tidaknya pengaruh dari tarif bekam, lokasi praktik, pelayanan terapis dan ketersediaan fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa bekam.

Hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Uji Regresi Simultan

H_0 = tarif bekam, lokasi praktik, pelayanan terapis dan ketersediaan fasilitas tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa bekam di GHB Ar-Rahma Banjarmasin.

H_a = tarif bekam, lokasi praktik, pelayanan terapis dan ketersediaan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa berbekam di GHB Ar-Rahma Banjarmasin.

Hipotesis uji regresi simultan adalah terdapat pengaruh signifikan secara positif mengenai regresi simultan antara tarif bekam (X_1), lokasi praktik (X_2), pelayanan terapis (X_3), dan ketersediaan fasilitas (X_4) terhadap

keputusan konsumen (Y) dalam menggunakan jasa bekam di GHB Ar-Rahma Banjarmasin.

2. Uji Regresi Parsial

a. Pengaruh Tarif Bekam (X_1) Terhadap Keputusan Pelanggan (Y)

H_0 = tarif bekam tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa bekam di GHB Ar-Rahma Banjarmasin.

H_a = tarif bekam berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa bekam di GHB Ar-Rahma Banjarmasin.

Hipotesis uji regresi parsial adalah terdapat pengaruh signifikan secara positif mengenai regresi parsial antara tarif bekam (X_1) terhadap keputusan konsumen (Y) dalam menggunakan jasa bekam di GHB Ar-Rahma Banjarmasin.

b. Pengaruh Lokasi Praktik (X_2) Terhadap Keputusan Pelanggan (Y)

H_0 = lokasi praktik tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa bekam di GHB Ar-Rahma Banjarmasin.

H_a = lokasi praktik berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa bekam di GHB Ar-Rahma Banjarmasin.

Hipotesis uji regresi parsial adalah terdapat pengaruh signifikan secara positif mengenai regresi parsial antara lokasi praktik (X_2) terhadap

keputusan konsumen (Y) dalam menggunakan jasa bekam di GHB Ar-Rahma Banjarmasin.

c. Pengaruh pelayanan terapis (X_3) Terhadap keputusan konsumen (Y)

H_0 = pelayanan terapis tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa bekam di GHB Ar-Rahma Banjarmasin.

H_a = pelayanan terapis berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa bekam di GHB Ar-Rahma Banjarmasin.

Hipotesis uji regresi parsial adalah terdapat pengaruh signifikan secara positif mengenai regresi parsial antara pelayanan terapis (X_3) terhadap keputusan konsumen (Y) dalam menggunakan jasa bekam di GHB Ar-Rahma Banjarmasin.

d. Pengaruh Ketersediaan Fasilitas (X_4) Terhadap Keputusan konsumen (Y)

H_0 = ketersediaan fasilitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa bekam di GHB Ar-Rahma Banjarmasin.

H_a = ketersediaan fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa bekam di GHB Ar-Rahma Banjarmasin.

Hipotesis uji regresi parsial adalah terdapat pengaruh signifikan secara positif mengenai regresi parsial antara ketersediaan fasilitas (X_4)

terhadap keputusan konsumen (Y) dalam menggunakan jasa bekam di GHB Ar-Rahma Banjarmasin.

3. Hipotesis pengaruh yang lebih dominan antara antara tarif bekam (X_1), lokasi praktik (X_2), pelayanan terapis (X_3), dan ketersediaan fasilitas (X_4) terhadap keputusan konsumen (Y) dalam menggunakan jasa bekam di GHB Ar-Rahma Banjarmasin adalah variabel X_3 atau lokasi praktik.

H. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelaahan terhadap penelitian terdahulu, terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Pengobatan Tradisional pada Pondok Sehat Al-Wahida Banjarmasin” oleh Muhammad Darmawan NIM. 1301150221 Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin (2017). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis keadaan lingkungan pemasaran baik internal maupun eksternal Pondok Sehat Al-Wahida, serta menentukan prioritas strategi pemasaran yang tepat bagi Pondok Sehat Al-Wahida untuk menghadapi persaingan. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan studi dokumenter dengan sumber data yang berasal dari tenaga kerja Pondok Sehat Al-Wahida.

Hal yang sama dengan penelitian penulis adalah dalam hal penentuan jenis usaha pengobatan tradisional pada pondok sehat yang dijadikan sebagai tempat untuk melakukan penelitian dengan berfokus pada aspek *marketing/pemasarannya*.

Hal-hal yang berbeda dengan penelitian penulis, antara lain:

- a. Perbedaan dalam hal pengambilan sifat penelitian yang merupakan kuantitatif dengan metode pengumpulan data dan menggunakan kuesioner sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan wawancara dan studi dokumenter.
 - b. Perbedaan dalam hal penentuan subyek dan lokasi penelitian yaitu penulis melakukan penelitian pada konsumen di Griya Herbal dan Bekam Ar-Rahma Banjarmasin yang berlokasi di jalan Arjuna Rt. 16 No. 11 (Belakang Polresta Banjarmasin) sedangkan penelitian ini melakukan penelitian terhadap tenaga kerja di Pondok Sehat Al-Wahida Banjarmasin yang berlokasi di jalan Manggis No. 2 Rt. 20 (samping Gang Sawo) Kuripan Banjarmasin.
2. Skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Perjalanan Haji Khusus dan Umroh pada Biro Perjalanan Kaltrabu Banjarmasin” oleh Mariya Ulfah NIM. 1001150141 Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin (2014). Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya konsumen yang merasa dirugikan oleh

biro perjalanan karena konsumen kurang teliti dalam memutuskan untuk menggunakan jasa biro perjalanan haji khusus dan umroh tersebut. Adapun yang membuat konsumen tertarik menggunakan biro perjalanan haji khusus dan umroh karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh dari faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, terdiri dari empat dimensi adalah produk, promosi, harga, dan pelayanan sebagai variabel independen terhadap keputusan pengguna jasa sebagai variabel dependen. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yang bersifat kuantitatif dengan instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini merupakan 2568 jamaah biro perjalanan Kaltrabu Banjarmasin. Sedangkan pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sampel non probabilitas/*accidental sampling* atau bisa disebut dengan *convenience sampling* dengan 96 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil analisis linier berganda menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku terhadap keputusan pengguna jasa berpengaruh sebesar 17.5%.

Hal-hal yang sama dengan penelitian penulis, antara lain:

- a. Persamaan dalam hal ingin mengetahui apakah variabel X bebas (independen) berpengaruh terhadap variabel Y terikat (dependen) mengenai pengambilan keputusan.

- b. Persamaan dalam hal pengambilan sifat penelitian yang merupakan kuantitatif dengan metode pengumpulan data dan menggunakan kuesioner.
- c. Persamaan dalam hal pengambilan metode analisis data yang digunakan, adalah analisis regresi linier berganda dengan uji F (regresi simultan) dan uji T (regresi parsial).

Hal-hal yang berbeda dengan penelitian penulis, antara lain:

- a. Perbedaan dalam hal penentuan variabel bebas (independen) yaitu penulis berfokus pada pengaruh tarif bekam, lokasi praktik, pelayanan terapis dan ketersediaan fasilitas. Sedangkan, penelitian ini berfokus pada pengaruh produk, promosi, harga dan pelayanan.
- b. Perbedaan dalam hal pengambilan variabel terikat (dependen) yaitu penulis mengangkat keputusan konsumen dalam menggunakan jasa berbekam sedangkan penelitian ini mengangkat keputusan pengguna jasa perjalanan haji khusus dan umroh.
- c. Perbedaan dalam hal penentuan subyek dan lokasi penelitian yaitu penulis melakukan penelitian pada konsumen GHB Ar-Rahma Banjarmasin yang berlokasi di jalan Arjuna Rt. 16 No. 11 (Belakang Polresta Banjarmasin). Sedangkan penelitian ini melakukan penelitian terhadap para jamaah di Biro Perjalanan Haji Khusus dan Umroh PT Kaltrabu Indah yang berlokasi di jalan A.Yani km 3.5 Komplek Ruko Tunjung Maya Blok B No. 10 Banjarmasin Kalimantan Selatan.

3. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Bagi Hasil, Lokasi Bank, *Layout* Gedung dan *Layout* Ruang terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank BPD Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin)” oleh Fitriani NIM. 1201160229 Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin (2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bagi hasil, lokasi bank, *layout* gedung, dan *layout* ruangan secara parsial dan simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank BPD Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yang bersifat kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi dokumen.

Hal-hal yang sama dengan penelitian penulis, antara lain:

- a. Persamaan dalam hal ingin mengetahui apakah variabel X bebas (*independen*) berpengaruh terhadap variabel Y terikat (*dependen*) mengenai pengambilan keputusan.
- b. Persamaan dalam hal pengambilan sifat penelitian yang merupakan kuantitatif dengan metode pengumpulan data dan menggunakan kuesioner.
- c. Persamaan dalam hal pengambilan metode analisis data yang digunakan, adalah analisis regresi linier berganda dengan uji F (regresi simultan) dan uji T (regresi parsial).

Hal-hal yang berbeda dengan penelitian penulis, antara lain:

- a. Perbedaan dalam hal pengambilan variabel bebas (independen) yaitu penulis berfokus pada pengaruh tarif bekam, lokasi praktik, pelayanan terapis dan ketersediaan fasilitas. Sedangkan, penelitian ini berfokus pada pengaruh bagi hasil, lokasi bank, *layout* gedung, dan *layout* ruangan.
 - b. Perbedaan dalam hal pengambilan variabel terikat (dependen) yaitu penulis mengangkat keputusan konsumen dalam menggunakan jasa bekam sedangkan penelitian ini mengangkat keputusan oleh nasabah bank.
 - c. Perbedaan dalam hal penentuan subyek dan lokasi penelitian yaitu penulis melakukan penelitian pada konsumen Griya Herbal dan Bekam Ar-Rahma Banjarmasin yang berlokasi di jalan Arjuna Rt. 16 No. 11 (Belakang Polresta Banjarmasin). Sedangkan penelitian ini melakukan penelitian terhadap nasabah pada Bank BPD Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin yang berlokasi di jalan S. Parman RT. 04 Banjarmasin.
4. Skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pasta Gigi Pepsodent pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin” oleh Wardah NIM. 1001150168 Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin (2014). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel ekuitas merek (X), yang terdiri dari empat dimensi yaitu kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi merek, dan loyalitas merek sebagai variabel independen, terhadap keputusan

pembelian (Y) sebagai variabel dependen. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yang bersifat kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin, sedangkan pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Rescue*, yaitu sebanyak 10 kali dari jumlah variabel dalam penelitian ini yaitu variabel dalam penelitian ini ada 4 variabel bebas dan variabel terikat maka $5 \times 10 = 50$ responden, untuk lebih meyakinkan dalam hasil penelitian ini maka penulis mengambil sampel sebanyak 100 responden dari batasan minimal 50 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil analisis linier berganda menunjukkan bahwa ekuitas merek berpengaruh sebesar 40,1% terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi Pepsodent bagi mahasiswa FSEI UIN Antasari Banjarmasin.

Hal-hal yang sama dengan penelitian penulis, antara lain:

- a. Persamaan dalam hal ingin mengetahui apakah variabel X bebas (independen) berpengaruh terhadap variabel Y terikat (dependen) mengenai pengambilan keputusan.
- b. Persamaan dalam hal pengambilan sifat penelitian yang merupakan kuantitatif dengan metode pengumpulan data dan menggunakan kuesioner.

- c. Persamaan dalam hal pengambilan metode analisis data yang digunakan, adalah analisis regresi linier berganda dengan uji F (regresi simultan) dan uji T (regresi parsial).

Hal-hal yang berbeda dengan penelitian penulis, antara lain:

- a. Perbedaan dalam hal pengambilan variabel bebas (independen) yaitu penulis berfokus pada pengaruh tarif bekam, lokasi praktik, pelayanan terapis dan ketersediaan fasilitas. Sedangkan, penelitian ini berfokus pada pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi merek, dan loyalitas merek.
- b. Perbedaan dalam hal pengambilan variabel terikat (dependen) yaitu penulis mengangkat keputusan konsumen dalam menggunakan jasa berbekam. Sedangkan penelitian ini mengangkat keputusan oleh pembelian produk pasta gigi.
- c. Perbedaan dalam hal penentuan subyek dan lokasi penelitian yaitu penulis melakukan penelitian pada konsumen GHB Ar-Rahma Banjarmasin yang berlokasi di jalan Arjuna Rt. 16 No. 11 (Belakang Polresta Banjarmasin). Sedangkan penelitian ini melakukan penelitian terhadap para mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin.

I. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penelitian, maka penulis akan memberikan sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab, dengan uraian sebagai berikut:

Bab pertama, penulis melakukan tahap pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah dan penegasan judul yang membuat penelitian ini penting untuk dilakukan. Berpijak dari latar belakang masalah yang ada tersebut untuk memperjelas maka dibuatlah beberapa formulasi operasional yang disajikan dalam rumusan masalah penelitian ini. Selanjutnya, dibuatnya tujuan penelitian untuk menyebutkan sasaran secara spesifik dan memberi gambaran hasil yang hendak dicapai dalam penelitian ini. Signifikansi penelitian memaparkan kontribusi atau pentingnya hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak yang memiliki kepentingan. Dipaparkan juga keterbatasan penelitian yang dilakukan oleh penulis baik dari pengumpulan data yang diperlukan untuk penelitian sampai pengolahan data tersebut. Selanjutnya, menjelaskan beberapa istilah yang dimuat dalam definisi operasional guna mempermudah dalam menginterpretasikan judul dan pembahasan yang akan diulas dalam penelitian ini. Kerangka penelitian memberikan gambaran dalam sebuah desain kerangka penelitian yang menggambarkan pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini. Kajian pustaka dilakukan untuk melakukan perbandingan dari beberapa referensi yang diperoleh dari penelitian-penelitian sebelumnya, melakukan penelusuran-penelusuran terhadap hasil atas penelitian terdahulu, dan penulis menunjukkan dengan tegas bahwa permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini memang belum pernah diteliti sebelumnya atau memosisikan penelitian ini di antara

penelitian-penelitian yang telah ada. Serta diakhiri dengan dibuatnya sistematika penulisan dari penelitian ini.

Bab kedua, menguraikan pembahasan yang berhubungan dengan pendeskripsian judul. Point mengenai tarif, pelayanan, lokasi dan fasilitas serta pengaruh diantara point-point tersebut terhadap pengambilan keputusan konsumen

Bab ketiga, menguraikan metode penelitian yang meliputi jenis, pendekatan dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran, uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, pengukuran hipotesis dan tahapan penelitian.

Bab keempat, berisikan hasil penelitian dan analisis data sebagai laporan hasil penelitian untuk menjawab rumusan masalah yang telah dibuat. Meliputi data penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

Bab kelima, merupakan bab penutup yang berisikan tentang kesimpulan guna memberi jawaban terhadap permasalahan yang diteliti serta menyampaikan beberapa saran yang dibuat oleh penulis.