

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aktivitas sehari-hari yang padat membuat orang memerlukan tempat untuk merelaksasikan tubuh dan pikiran dengan merawat tubuhnya, terutama bagi kaum wanita. Memanjakan, merawat dan mempercantik diri merupakan kebutuhan setiap wanita. Namun, seiring dengan perkembangan zaman dan adanya pengaruh dari budaya luar yang masuk dan diadopsi, kegiatan merawat tubuh dan mempercantik diri pun bergeser menjadi suatu gaya hidup (*lifestyle*) masyarakat (Miranti, 2011). Pengukuran gaya hidup dapat dilakukan dengan aktivitas atau sikap, ketertarikan atau minat, dan pendapat konsumen.

Kegiatan memanjakan, merawat, dan mempercantik diri pada umumnya merupakan kegiatan yang menyenangkan dan saat ini sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian besar kaum wanita. Salah satu tempat yang menunjang kegiatan tersebut adalah salon. Salon merupakan salah satu bentuk usaha yang bergerak di bidang jasa yang bertujuan untuk memperbagus dan mempercantik fisik seseorang.

Salon pada umumnya terbuka bagi kaum pria dan wanita, namun seiring berkembangnya kebutuhan dari berbagai kalangan konsumen khususnya wanita muslimah yang juga ingin merawat dan mempercantik diri membutuhkan ruang khusus yang nyaman bagi mereka untuk pergi ke salon. Sebagai umat Islam dituntut untuk menjaga kebersihan dari segi penampilan, begitupun halnya dengan

kaum wanita muslimah. Salon pada umumnya masih dibuka untuk umum yang mengakibatkan wanita muslimah yang menutup aurat tidak dapat leluasa untuk melakukan kegiatan di salon, oleh karena itu mulai berkembang salon khusus wanita muslimah di kota Banjarmasin.

Salon syariah sama saja dengan salon pada umumnya yaitu sebuah tempat usaha yang bergerak dibidang jasa kecantikan yang berhubungan dengan perawatan kecantikan dan kosmetik. Dimana salon kecantikan sebagai tempat untuk memperindah dan mempercantik tubuh dengan menyediakan perawatan berbagai macam bentuk perawatan hanya saja yang membedakan salon syariah dengan salon pada umumnya adalah sebuah aturan-aturan yang sudah ditetapkan dalam agama Islam. Dari segi tempat pegawai dan pelanggan yang memang khusus wanita.

Menurut Dian Permata Sari (2013, hlm. 7) bagi muslimah agar tetap dapat melakukan perawatan sesuai syar'i, saat ini sudah ada salon yang hanya khusus untuk muslimah. Salon khusus muslimah menjadi tempat perawatan yang menjamin terhalangnya penglihatan aurat muslimah dari pandangan laki-laki dan orang-orang yang bukan mahramnya.

Menurut Siti Nafisah (2016, hlm. 4) penerapan konsep syari'ah bisa dilihat dari peraturan pada salon muslimah yaitu laki-laki dilarang masuk kedalam salon muslimah tersebut. Selain itu, untuk perawatan tubuh seperti lulur, pijat dan perawatan tubuh lainnya memiliki ruangan tersendiri yang di dalamnya antara konsumen satu dengan konsumen lain memiliki tempat yang terpisah sehingga muslimah saat memanjakan dirinya tetap merasa nyaman dengan privasi mereka.

Kemudian konsep syari'ahnya juga bisa dilihat dari pakaian yang digunakan oleh seluruh karyawatnya yang menggunakan pakaian tertutup.

Perkembangan dunia usaha dewasa ini semakin pesat, persaingan di antara perusahaan sejenis semakin ketat khususnya salon muslimah. Salon muslimah adalah sebuah *public service* yang menyediakan kebutuhan penunjang, khususnya bagi para wanita. Para terapis adalah wanita muslimah yang telah terlatih dan berkompoten di bidangnya, sehingga standar mutu layanan dapat benar-benar terjaga dan terjamin.

"Sesungguhnya shalatku, ibadatku, hidupku, dan matiku karena Allah," maka setiap usaha apapun yang halal tidak terlepas daripada tujuan memperoleh rida Allah Ta'ala.

Demikianlah falsafah hidup pedagang muslim yang beriman dan bertakwa, berniaga, berjual beli atau melakukan gerak dalam bisnis, mata hatinya sudah terarah pada tujuan filosofis yang luhur itu (Abdurrahman, 2013 hlm. 165).

Usaha salon sudah sangat berkembang kaum wanita muslim pun telah menempati salah satu porsi utama dalam pangsa pasar ini. Terlihat dari maraknya usaha salon khusus muslimah di berbagai kota besar di Indonesia. Tingginya minat kaum muslimah terhadap perawatan tubuh yang sesuai syariah, dibuktikan dengan semakin banyaknya salon khusus wanita dan salon muslimah yang melebarkannya dengan membuka beberapa cabang (Sari Soekresno, 2010 hlm. 13).

Pada jaman sekarang konsumen memiliki tingkat edukasi yang semakin tinggi, mereka tidak mudah menerima begitu saja pelayanan yang diberikan dan

konsumen juga semakin kritis karena semakin mengerti bagaimana seharusnya diperlukan dan dilayani. Dengan adanya permasalahan tersebut karena dengan pemasaran tradisional tidak dapat lagi memenuhi kebutuhan konsumen, bagaimana untuk mendapatkan perhatian dari konsumen menjadi sangat penting bagi perusahaan. Perusahaan harus menciptakan pengalaman, yang dapat membuat konsumen masuk ke nuansa kejutan dan penekanan pada proses keputusan konsumen.

Para pebisnis salon muslimah melihat kebutuhan ini sebagai peluang yang bagus, sehingga ada yang memulai meskipun tanpa perencanaan. Namun ada juga yang terlalu banyak berencana dan sangat hati-hati karena minimnya informasi. Salon muslimah yang dijalankan secara syariah, menuntut keterlibatan dan sentuhan langsung para muslimah sebagai pemilik, pengelola, maupun terapis (Sari Soekresno, 2010).

Salon-salon muslimah kini makin dicari para wanita muslim untuk rileksasi dan memanjakan diri, mulai dari merawat tubuh, mempercantik wajah atau mengubah gaya rambut. Jenis akan pilihan layanan salon muslimah pun kian variatif. Usaha salon muslimah pun berkembang pesat. Konsumen wanita khususnya para muslimah, selalu membutuhkan perawatan tubuh yang lengkap, nyaman, berbasis syariah, dan halal.

إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ

“Sesungguhnya Allah itu indah, menyukai keindahan” (H.R. Muslim, dari sahabat Abdullah bin Mas’ud).

Dari hadits ini, kita tentu paham bahwa keindahan itu dicintai oleh Allah. Allah menyukai bila hamba-Nya berpenampilan rapi, indah, dan bersih

sebagaimana kandungan hadits tersebut. Namun sebaliknya, bila kita berpenampilan kotor, dekil, tentu Allah tidak akan menyukainya. Lebih dari itu, makhluk-makhluk Allah juga tidak menyukai dengan penampilan kotor kita itu. Seperti hadits Rasulullah yang mengatakan tentang para malaikat yang merasa terganggu dengan bau yang tidak sedap yang muncul dari manusia.

Salon muslimah adalah salon yang memberikan jasa pelayanan perawatan kecantikan kaum muslimah dengan mengedepankan tuntutan syariah, diantaranya adalah produk kosmetik yang digunakan halal, bentuk perawatan, dan pelayanan yang tidak melanggar syar'i. Kaum muslimah memang perlu tempat khusus untuk perawatan kecantikan, dengan dirawat muhrimnya, sehingga tidak ada masalah dalam melihat aurat, atau memegang rambut dan kepala. Selain itu, tirai salon tertutup rapat, seluruh kapster yang melayani para konsumen dipastikan muslimah dan mengenakan jilbab.

Di kota Banjarmasin terdapat beberapa salon muslimah yang bisa didatangi oleh para muslimah yang ingin melakukan perawatan disalon yaitu ada Tiara Muslimah Salon & Beauty Spa, Moz5 Salon Muslimah Banjarmasin, Almeera Muslimah Salon, Yulia Muslimah, Naya Salon Muslimah, Rumah Cantik Muslimah, Nhadzua Beauty Salon Muslimah, dan lainnya. Salah satu salon muslimah yang cukup banyak diminati adalah Salon Yulia Muslimah. Salon ini menawarkan banyak sekali perawatan dari ujung kaki hingga ujung kepala. Seperti berbagai macam facial, perawatan rambut, hingga perawatan badan. Harganya pun bervariasi dari mulai harga 25.000 hingga 300.000, selain itu juga ada paket yang bisa diambil hingga membuat harganya lebih murah.

Persaingan yang ketat antar pelaku usaha sejenis membuat salon-salon muslimah perlu merancang strategi pemasaran yang tepat agar bertahan dalam persaingan usaha ini. Informasi mengenai karakteristik konsumen, bagaimana konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian, dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa salon muslimah dapat dijadikan suatu data dan informasi untuk pengambilan keputusan manajerial dalam bidang pemasaran bagi salon muslimah. Penelitian yang berfokus pada perilaku konsumen memberikan hal positif bagi salon muslimah dan diharapkan bisa mengetahui keadaan aktual terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Pengguna salon muslimah ini khususnya perempuan baik remaja, dan orang dewasa. Hal ini merupakan sesuatu hal yang sangat menarik, mengingat persaingan dalam usaha ini begitu ketat dan salon muslimah menjadi pilihan utama konsumen muslim.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa di era modern sekarang salon-salon muslimah sangat diminati oleh kaum hawa. Hal ini membuat salon muslimah menjadi tempat yang tepat untuk dikunjungi. Maka dari itu, saya tertarik untuk meneliti faktor apa sajakah yang mempengaruhi para mahasiswa memilih salon muslimah. Beberapa faktor diantaranya pertama adalah faktor promosi, pemasar mengembangkan promosi guna menyampaikan informasi mengenai produknya dan membujuk konsumen agar mau membelinya. Promosi dirasakan konsumen sebagai aspek sosial dan aspek fisik lingkungan yang dapat mempengaruhi respon afektif dan respon kognitif konsumen juga perilaku terbukanya (J. Paul Petter, 2014 hlm. 204). Promosi merupakan salah satu faktor

yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan oleh para konsumen. Dari promosilah para konsumen tahu tentang produk-produk yang ditawarkan.

Kedua adalah faktor harga, dari sudut pandang konsumen harga didefinisikan sebagai yang harus diberikan konsumen untuk membeli barang atau jasa. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Namun, keputusan mengenai harga (terutama dalam konsep pemasaran jasa) tidak mudah dilakukan. Di satu sisi, harga yang terlalu mahal bisa meningkatkan laba jangka pendek, tetapi di sisi lain akan sulit dijangkau konsumen dan sulit bersaing dengan kompetitor. Sedangkan bila harga terlalu murah, pangsa pasar bisa melonjak, namun margin kontribusi dan laba bersih yang diperoleh akan berkurang (Tjiptono, 2014 hlm. 192). Faktor harga ini merupakan hal utama yang dilihat oleh para konsumen, dari harga inilah para konsumen akan melakukan keputusan pembelian.

Ketiga adalah faktor pelayanan. Sebagai salah satu bentuk produk, jasa dapat didefinisikan sebagai “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu” (Keller, 2012 hlm. 64). Suatu jasa biasanya tidak terpisahkan dari orang yang menyediakannya atau tempat penyediaannya, menyebabkan jasa dikonsumsi pada waktu yang bersamaan dengan saat produksinya. Ini menandakan tingginya tingkat interaksi antara pembeli dan penyedia jasa (Tjiptono, 2014 hlm. 108). Pelayanan merupakan faktor untuk mempertahankan pelanggan. Pelayanan yang baik membuat para pelanggan ingin kembali lagi.

Penelitian ini sengaja ditujukan untuk mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin karena Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin memiliki pemahaman tentang hal hal atau perawatan-perawatan ang dibolehkan dalam syariat Islam dan perawatan yang dilarang dalam syariat Islam. Oleh karena itu peneliti memilih Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin.

Keinginan para mahasiswi dalam memenuhi kebutuhan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik berasal dari konsumen maupun luar konsumen diantaranya adalah faktor harga, promosi, dan pelayanan. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penelitian ini berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Salon Muslimah”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti memutuskan untuk menentukan rumusan masalah, yaitu:

1. Apakah faktor harga, promosi, dan pelayanan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan mahasiswi memilih salon muslimah?
2. Variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi keputusan mahasiswi memilih salon muslimah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah faktor harga, promosi, pelayanan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan mahasiswi memilih salon muslimah.
2. Mengetahui variabel mana yang dominan mempengaruhi keputusan mahasiswi memilih salon muslimah.

D. Signifikansi Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi pengusaha salon muslimah hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan untuk mengetahui faktor dominan yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih salon muslimah serta dapat menyusun strategi dalam rangka memenuhi harapan konsumen.
2. Bagi penulis, penelitian ini berguna untuk menambah dan memperluas ilmu pengetahuan khususnya tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Salon Muslimah.
3. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

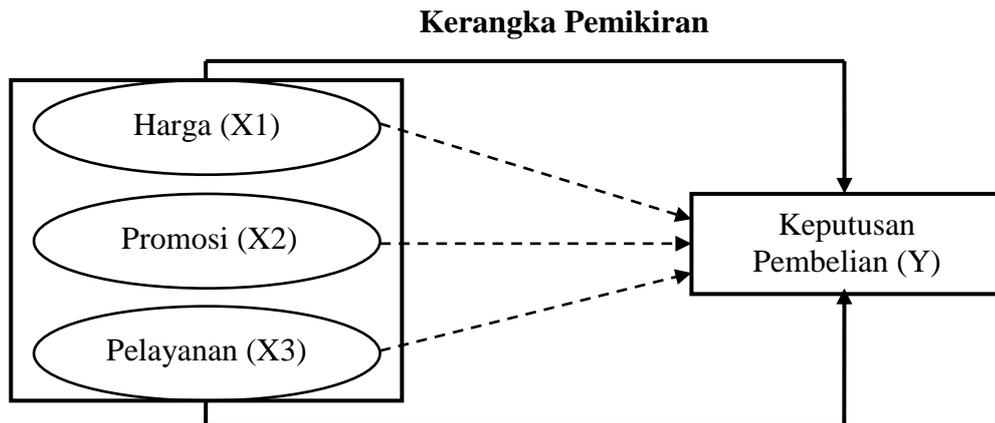
E. Definisi Operasional

Agar terhindar dari kekeliruan dan kesalahan terhadap maksud dari penelitian yang dikehendaki dalam penelitian ini, penulis berusaha membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Faktor adalah suatu hal keadaan atau peristiwa yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu. Dalam hal ini faktor yang dimaksud adalah faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswi UIN Antasari memilih salon muslimah (Kamus, 2005 hlm. 312)
2. Keputusan adalah perihal yang berkaitan dengan putusan; segala putusan yang telah ditetapkan (sesudah dipertimbangkan, dipikirkan, dan sebagainya). Pengambilan keputusan dalam penelitian ini adalah bagaimana cara mahasiswi UIN Antasari mengambil keputusan dalam memilih salon muslimah.
2. Mahasiswi adalah mahasiswi wanita. Mahasiswi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin (Kamus, 2005 hlm. 696).
3. Salon adalah tempat orang merawat kecantikan seperti menata rambut, merias muka. Salon yang dimaksud dalam penelitian ini adalah salon-salon muslimah (Kamus, 2005 hlm. 985).
4. Muslimah adalah muslim wanita. Muslimah yang dimaksud adalah para mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin yang datang ke salon muslimah sebagai pelanggan atau konsumen (Kamus, 2005 hlm. 787).

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini digunakan untuk mengetahui Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Salon Muslimah.



Keterangan:

———— = Simultan

- - - - = Parsial

Gambar1.1

G. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelaahan penelitian terdahulu yang penulis lakukan berkaitan dengan penelitian tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Salon Muslimah, penulis menemukan tulisan yang berhubungan dengan penulis teliti, yaitu:

Pertama, skripsi Shehbubakar Syihab mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNHas Makasar pada tahun 2015. Berjudul analisis

faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk handphone merk samsung (studi pada mahasiswa Ekonomi UNHas Makasar). Persamaan dari penelitian ini adalah teori yang digunakan penjelasan mengenai pengambilan keputusan. Sedangkan perbedaannya yaitu pada subjek yang diteliti. Penelitian Shehbubakar menggunakan variabel kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi, hasilnya bahwa keempat variabel berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dan variabel yang paling dominan adalah variabel psikologis.

Kedua, skripsi Khairunnisa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin pada tahun 2016. Yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian barang bermerk (studi kasus pada mahasiswi IAIN Antasari Banjarmasin).

Penelitian ini lebih menekankan tentang keputusan pembelian barang bermerk. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Khairunnisa adalah dari masalah yang diambil yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian Khairunnisa adalah dari segi subjek yang diteliti. Penelitian Khairunnisa menggunakan variabel psikologis, sosial, dan kebudayaan, hasilnya bahwa ketiga variabel memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Dan variabel yang paling dominan adalah variabel faktor psikologis.

Ketiga, skripsi Dian Permata Sari Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tahun 2013. Yang berjudul Standar Kinerja Karyawan Azzahra Salon & Spa Muslimah Yogyakarta.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Dian adalah sama-sama membahas tentang salon muslimah. Perbedaannya adalah dari segi penelitian yang dilakukan Dian yaitu dengan metode kualitatif. Hasil penelitiannya bahwa penetapan standar kinerja di Azzahra Salon & Spa Muslimah dilakukan oleh *General Manager* bekerjasama dengan *Bussines Development* dan jajaran staff. Standar Kinerja di Azzahra Salon & Spa Muslimah berbentuk *task priority* bagi staff dan SOP bagi pengelola salon.

H. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun atau mengarahkan penyelidikan selanjutnya. Langkah-langkah penyelidikan hipotesis disebut dengan pengujian hipotesis (Umar, 2005 hlm. 168). Oleh karena itu penulis akan mengajukan hipotesis berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. a. H_a : secara simultan variabel harga, promosi, dan pelayanan tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan mahasiswi memilih salon muslimah.

H_0 : secara simultan variabel harga, promosi, dan pelayanan memberikan pengaruh terhadap keputusan mahasiswi memilih salon muslimah.

b. H_a : secara parsial variabel harga, promosi, dan pelayanan tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan mahasiswi memilih salon muslimah.

H_0 : secara parsial variabel harga, promosi, dan pelayanan memberikan pengaruh terhadap keputusan mahasiswi memilih salon muslimah.

2. Diantara variabel harga, promosi, dan pelayanan di duga variabel pelayanan mempunyai pengaruh dominan terhadap minat mahasiswi berwirausaha.

I. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari V bab yang disusun secara sistematis dengan susunan sebagai berikut:

Bab pertama pendahuluan, bab ini berisikan latar belakang masalah yang menguraikan alasan untuk memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang sudah tergambar dirumuskan dalam bentuk rumusan masalah. Setelah itu di susun tujuan dari penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Signifikansi penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian. Definisi operasional dirumuskan untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna luas atau umum. Kajian pustaka disajikan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain yang yang mempunyai perbedaan atau persamaan dengan penelitian yang dilakukan. Kerangka pemikiran yang merupakan pertautan antara variabel yang akan diteliti. Hipotesis penelitian sebagai dugaan sementara.

Bab kedua landasan teori, merupakan acuan untuk menganalisis data yang diperoleh. Yang berisikan beberapa teori-teori terkait seperti buku atau literature

dan juga sumber informasi dari media lain yang berkaitan dengan penelitian. Landasan teoritis dalam penelitian ini meliputi harga, promosi, dan pelayanan.

Bab ketiga metode penelitian, yang terdiri dari jenis, sifat dan lokasi penelitian, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data, skala pengukuran variabel, variabel penelitian, teknik pengolahan data, analisis data, dan tahapan penelitian.

Bab keempat pengolahan dan analisis data, yang terdiri dari gambaran umum objek penelitian, analisis hasil penelitian, dan analisis data.

Bab kelima penutup, yang terdiri dari simpulan atas pengujian hipotesis dan hasil penelitian serta saran-saran sebagai bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.