

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Persaingan industri deterjen di Indonesia sangat tinggi. Penguasaan pasar suatu produk dapat berubah dengan cepat. Perpaduan pemasaran, mulai dari produk, promosi, harga, hingga akses jangkauan oleh konsumen menjadi strategi penting bagi perusahaan-perusahaan produsen deterjen untuk mempertahankan volume penjualan serta posisi pangsa pasar. Salah satu faktor yang akan dihadapi oleh industri deterjen saat ini adalah kenaikan bahan baku dan kemasan. Perusahaan harus mampu menyeimbangkan kenaikan harga dengan daya beli konsumen serta strategi pesaing. Industri deterjen juga menghadapi peralihan pilihan merek oleh konsumen yang cepat.

Perkembangan sabun deterjen sangatlah pesat. Terbukti dengan telah banyaknya beredar berbagai merk deterjen yang ada di pasaran, seperti deterjen Rinso, Daia, Attack, So Klin dan masih banyak lagi merk yang lainnya. Pada saat ini banyak sekali produk-produk deterjen yang dipasarkan dengan menyatakan bahwa tujuan peluncuran produk mereka adalah untuk memuaskan para konsumen dengan prinsip dari masing-masing produk yang diantaranya seperti “membuat pakaian tampak putih seperti baru lagi”, “membersihkan pakaian hanya cukup satu kali kucek” dan lain-lain. Semua produk yang beredar di pasaran ini

bertujuan untuk memenuhi kepuasan penting dalam mempertahankan produk mereka di pasaran dan memenangkan persaingan dalam dunia usaha.

Sabun deterjen sudah tertanam dibenak konsumen sebagai sabun cuci pakaian, karena itu para produsen berlomba-lomba untuk memberikan kualitas yang terbaik dari produknya. Semua lapisan masyarakat menggunakan sabun deterjen untuk mencuci pakaian yang kotor dan bau keringat yang menempel pada baju. Pakaian yang bersih dan wangi akan membuat seseorang yang memakainya menjadi percaya diri dalam melakukan aktifitasnya sehari-hari. Dengan begitu pemilihan sabun deterjen yang digunakan untuk mencuci pakaian sangatlah penting. Berdasarkan bentuk dan fisiknya, deterjen dibedakan menjadi 2, yaitu: deterjen cair, dan bubuk.<sup>1</sup>

Deterjen bubuk merupakan salah satu deterjen yang banyak diminati oleh masyarakat. Deterjen bubuk adalah deterjen yang dibuat menjadi bubuk dengan kadar antara 12%-15% saja. Sedangkan unsur lain yang terkandung didalamnya adalah *dryer*, *builder*, dan *filler*. karena deterjen bubuk ini mengandung *builder* biasanya sabun bubuk ini dapat menimbulkan kerak pada mesin cuci. Sehingga harus sering dibersihkan sehingga tidak menempel pada cucian.<sup>2</sup>

Islam mengajarkan adanya keseimbangan antara kepuasan di dunia dan kesejahteraan di akhirat. Kegiatan ekonomi dalam Islam harus dikerjakan sebagai suatu ibadah, sehingga akan terciptanya masalah yang mana maknanya lebih luas

---

<sup>1</sup> A.Anggraeni."4-Laporan bab 1-5", (Jawa Tengah ) hlm. 1 Diakse dari [www.academia.edu/5816889/4-laporan\\_bab\\_1-5](http://www.academia.edu/5816889/4-laporan_bab_1-5), pada tanggal 29 november 2016 pukul 19.00 WITA.

<sup>2</sup> Webmo, Laundry, "*Perbedaan Deterjen Cair dan Bubuk Pada Laundry*", Diakses dari <http://webmo-id.blogspot.co.id/2014/07/perbedaan-deterjen-cair-dan-deterjen.html>, Pada tanggal 23 Desember 2016 pukul 11.27 WITA.

dari *utility* atau kepuasan dalam *terminologi* ekonomi konvensional. Masalah dapat dicapai apabila manusia mencapai dan memelihara kesejahteraannya sesuai dengan apa yang diinginkan syariah Islam.<sup>3</sup>

Allah SWT menegaskan tentang berpakaian yang bersih ketika beribadah, dalam Q.S. Al – Al-Muddaṣṣir/74:4, yaitu:

وَيَا بَكَ فَطَهِّرْ

“dan pakaianmu bersihkanlah”

Dan dalam Q.S. Al-‘arāf/7: 31, yang berbunyi:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”<sup>4</sup>

Tugas pemasar adalah memahami perilaku pembeli pada tiap-tiap tahap dan pengaruh apa yang bekerja dalam tahap-tahap tersebut. faktor situasi yang tidak diantisipasi, dan risiko yang dirasakan dapat mempengaruhi keputusan pembelian, demikian pula tingkat kepuasan pasca pembelian konsumen dan tindakan pasca pembelian dipihak perusahaan. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian. Pelanggan yang tidak puas akan menghentikan pembelian produk yang bersangkutan dan kemungkinan akan menyebarkan berita tersebut

<sup>3</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), hlm. 62 - 63

<sup>4</sup> *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya Departemen Agama RI* (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 1996), hlm. 122.

kepada teman-teman mereka. Karena itu, perusahaan memastikan kepuasan konsumen pada semua tingkat dalam proses pembelian.<sup>5</sup>

Pekerjaan mencuci dan menyetrika pakaian seringkali menjadi urusan yang merepotkan dan banyak menyita waktu sehingga membutuhkan bantuan orang lain. Apabila pakaian tidak ditangani setiap harinya, pakaian akan menumpuk menjadi bau dan bisa jadi rusak. Dari pada hal itu terjadi, mereka pasti akan berpikir untuk menggunakan jasa laundry. Praktis tidak banyak menyita waktu, serta tenaga. Pergeseran gaya hidup, pola pikir, dan tuntutan kehidupan yang semakin meningkat.

Adapun kelebihan dari deterjen bubuk adalah:

1. Daya bersihnya kuat dalam membersihkan kotoran yang membandel.
2. Direndam semalam baju tidak akan menimbulkan bau.
3. Hemat air dan mudah dibilas karena tidak banyak memiliki busa.
4. Harga lebih murah.<sup>6</sup>

Disamping kelebihannya, deterjen bubuk juga memiliki kekurangan, yaitu:

1. Masih menyisakan butiran-butiran deterjen jika tidak diaduk cukup lama.
2. Busanya lebih sedikit dibanding deterjen cair.
3. Panas di tangan.
4. Kurang wangi, dan harus ditambahkan pengharum lagi.

---

<sup>5</sup> Nugruho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm. 16.

<sup>6</sup> Ririn, Miatri, *Makalah Deterjen*, (Subang: 2015), diakses dari <http://rinrinmiatri.blogspot.co.id/2012/02/makalah-detergent.html>, Pada Tanggal 23 Desember 2016 Pukul 20:15 WITA.

Kebutuhan ekonomi masyarakat yang semakin tinggi menuntut masyarakat untuk meningkatkan pendapatannya, sehingga mau tidak mau masyarakat dituntut untuk lebih efisien dalam memanfaatkan waktu atau pun jam kerjanya. Situasi dan kondisi kesibukan masyarakat di Kecamatan Barabai yang terus meningkat sebagai upaya pemenuhan kebutuhan hidup menyebabkan mereka tidak sempat lagi menyelesaikan pekerjaan mencuci dan menyetrika pakaian, sebagian masyarakat beranggapan bahwa mencuci dan menyetrika banyak memakan waktu, dengan pertimbangan *opportunity cost* maka mereka menggunakan jasa *laundry*.

Jasa *laundry* adalah usaha yang salah satu paling banyak memakai deterjen, dan di Kecamatan Barabai masih banyak jasa *laundry* yang menggunakan deterjen bubuk hal ini dikarenakan lebih bisa menghemat biaya. Hal ini dapat terlihat dari observasi awal penulis di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Dari 5 usaha *laundry* yang ditemui secara acak didapatkan data sebagai berikut:

Tabel 1.1 Observasi Awal

Jenis Deterjen	Jumlah Usaha <i>Laundry</i>
Deterjen Bubuk	4
Deterjen Cair	1
Jumlah	5

Sumber : data diolah (2017)

Data di pengusaha *laundry* ketimbang deterjen cair.<sup>7</sup> Dari latar belakang yang dikemukakan di atas, maka penulis merasa penasaran dan mencoba untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi**

<sup>7</sup> Observasi awal penulis pada hari Selasa 16 Maret 2017 di Kecamatan Barabai.

## **Keputusan Pembelian Deterjen Bubuk Oleh Pengusaha *Laundry* di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah.”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka permasalahan pokok dalam penulisan ini adalah :

1. Apakah faktor produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian deterjen bubuk oleh pengusaha *laundry* di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah?
2. Apakah faktor produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian deterjen bubuk oleh pengusaha *laundry*) di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengkaji faktor produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap pembelian deterjen bubuk oleh pengusaha *laundry* di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah.
2. Untuk mengkaji faktor produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap pembelian deterjen bubuk oleh pengusaha *laundry* di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

#### **D. Signifikansi Penelitian**

##### 1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini berusaha untuk mengembangkan pengetahuan terhadap pengaruh produk, harga, tempat, dan promosi produk terhadap minat dalam membeli deterjen bubuk. Serta diharapkan menjadi salah satu pelengkap dari referensi ekonomi syariah.

##### 2. Secara Praktis

- a. Bagi penulis : Untuk menerapkan teori dan sebagai bentuk aplikasi keilmuan yang telah diperoleh peneliti selama masa perkuliahan dan memperluas wawasan, pengetahuan, dan pengalaman bagi penulis.
- b. Bagi mahasiswa : Sebagai bahan tambahan untuk kajian selanjutnya yang tertarik untuk mengembangkan masalah yang mirip dengan yang peneliti angkat.
- c. Bagi Kampus : Dapat menambah koleksi pustaka yang bermanfaat bagi mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin khususnya Ekonomi Syariah.

#### **E. Definisi Oprasional**

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam menginterpretasikan judul dan permasalahan yang akan penulis kemukakan dalam penetelitian inidan sebagai pegangan agar lebih terfokusnya kajian tersebut, maka penulis membuat batasan istilah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang dimaksud dalam penelitian ini adalah faktor produk, harga, tempat, dan promosi yang merupakan variabel dari bauran pemasaran.<sup>8</sup>
2. Mempengaruhi adalah gaya yang ada atau timbul yang berpengaruh terhadap sesuatu/orang benda yang mengikuti watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.<sup>9</sup> Yang dimaksud dengan pengaruh disini adalah pengaruh produk, harga, tempat, dan promosi deterjen bubuk terhadap keputusan pembelian.
3. Keputusan Pembelian adalah aktivitas konsumen dalam membeli suatu merek barang atau jasa yang paling disukai atau sesuai dengan kebutuhannya saat ini.<sup>7</sup> Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian deterjen bubuk pengusaha *laundry* di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah
4. Deterjen Bubuk adalah merupakan jenis deterjen yang berbentuk bubuk. Berdasarkan keadaan butirannya deterjen bubuk dibedakan menjadi dua yaitu deterjen bubuk berongga dan deterjen bubuk yang padat. Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jenis deterjen bubuk padat.
5. Pengusaha *laundry* di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah, untuk membatasi dan mempersempit ruang lingkup penelitian, maksudnya adalah seluruh pengusaha *laundry* rumahan dan perhotelan yang memiliki *laundry* sendiri yang menjadi objek penelitian. Pemilihan

---

<sup>8</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 14-16.

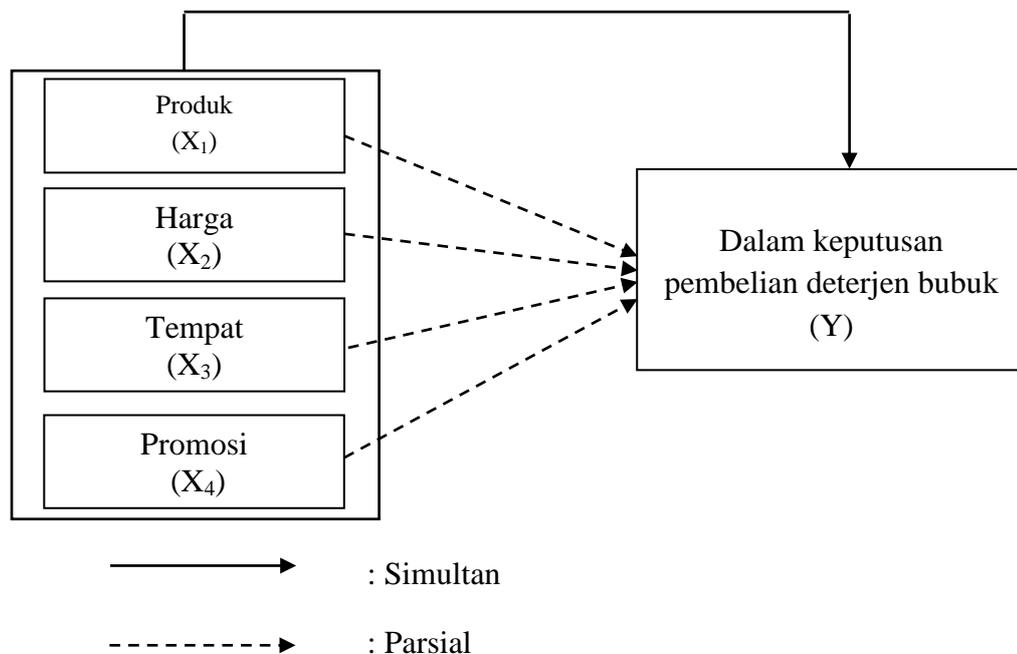
<sup>9</sup> Tim penyusun kamus pusat bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2005). hlm. 849.

Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah untuk dijadikan tempat penelitian karena di Kecamatan Barabai tingkat pekerjaan masyarakatnya lebih banyak sebagai karyawan kantor sehingga banyak menyita waktu untuk kegiatan rumah tangga seperti mencuci dan hal ini lah menyebabkan sebagian masyarakat lebih memilih mengantar pakaian yang kotor ke *laundry*. Usaha *laundry* akan diminta memberikan respon/penilaian/tanggapan atas segala indikator produk, harga, tempat, dan promosi. Tanggapan responden akan berkisar dari rentang skala “1” yang bermakna sangat tidak setuju dan “5” yang bermakna sangat setuju.

#### F. Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pikir yang dapat disajikan adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran



Dalam penelitian ini akan diketahui apakah produk, harga, tempat, dan promosi deterjen bubuk berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh pengusaha *laundry* di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

### **G. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah dugaan sementara yang di dalamnya mengandung sebuah kemungkinan benar atau kemungkinan juga salah. Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah, dan akan diterima jika ternyata fakta-fakta dibenarkan. Oleh karena itu penulis akan mengajukan hipotesis berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Maka hipotesis yang diajukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$H_0$  = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara faktor produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap pembelian deterjen bubuk oleh pengusaha *laundry* di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

$H_1$  = Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara faktor produk, harga, tempat, dan promosi terhadap pembelian deterjen bubuk oleh pengusaha *laundry* di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah

$H_0$  = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara faktor produk, harga, tempat, dan promosi terhadap pembelian deterjen bubuk oleh pengusaha *laundry* di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

$H_2$  = Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara faktor produk, harga, tempat, dan promosi terhadap pembelian deterjen bubuk oleh pengusaha *laundry* di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

## H. Kajian Pustaka

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam pengumpulan data, metode analisis data yang digunakan dalam pengolahan data, maka penulis mencantumkan hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian ini. Disamping itu untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian sebagai kajian yang dapat mengembangkan wawasan berfikir peneliti.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Krisnasakti Anggar PP (C2A008087) mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2012, yang berjudul "*Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Konsumen di Kota Malang)*". Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh harga, kualitas produk dan promosi pada keputusan pembelian sepeda motor Honda di kota Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan dan secara parsial terhadap keputusan pembelian.

a. Persamaan

Terdapat pada variabel dependen, yang mana variabel dependennya adalah keputusan pembelian.

b. Perbedaan

Terdapat pada variabel independennya, yang mana penelitian oleh Krisnasakti ini menggunakan harga, selain itu juga pada bagian objek penelitiannya.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Mariya Ulfah (1001150141) mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan Ekonomi Syariah dengan judul penelitian: *“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Travel Kaltrabu.”* Skripsi ini bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yang terdiri dari empat dimensi yaitu: produk, promosi, harga, dan pelayanan sebagai variabel independen dan keputusan penggunaan jasa sebagai variabel dependen.

a. Persamaan

Terdapat pada variabel dependen, yang mana variabel dependennya adalah keputusan pembelian dan Terdapat pada variabel independennya, yang mana penelitian oleh Maria Ulfah ini menggunakan produk, promosi, harga, dan pelayanan selain itu juga.

b. Perbedaan

Terdapat pada bagian objek. Pada penelitian Mariya Ulfah adalah Jasa Travel Kaltrabu sedangkan penelitian ini adalah deterjen bubuk .

3. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Husein Qadri (1201150184) mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan Ekonomi Syariah dengan judul penelitian: “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Membeli Laptop Acer di Lingkungan Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin.*” Yang mana skripsi ini menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen, yaitu: kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

a. Persamaan

Terdapat pada variabel independen dan dependennya, yang mana variabel independennya meliputi kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis, sedangkan variabel dependennya adalah keputusan pembelian.

b. Perbedaan

Terdapat pada objek dan lokasi penelitian. Penelitian oleh Husein Qadri ini objeknya adalah laptop Acer dan lokasi penelitiannya adalah di perpustakaan IAIN Antasari Banjarmasin sedangkan penelitian saya objeknya adalah deterjen bubuk dan lokasinya di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Norlaila (11115121) mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan Ekonomi Syariah dengan judul penelitian: “*Pengaruh Bauran*

*Pemasaran Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di Toko Busana Muslim Banjaramasin.*” Yang mana skripsi ini menjelaskan tentang faktor-faktor bauran pemasaran yang meliputi variabel produk, harga, promosi, dan tempat.

a. Persamaan

Terdapat pada variabel independen yang juga menggunakan variabel bauran pemasaran.

b. Perbedaan

Terdapat pada objek penelitiannya. Penelitian oleh Norlaila ini objeknya adalah toko busana muslim sedangkan pada penelitian saya adalah deterjen bubuk.

## **I. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian sebagai berikut :

Pada Bab Pertama. Penulis melakukan tahap pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penulisan.

Pada Bab Kedua. Berisikan landasan teori yang berhubungan dengan penggambaran judul meliputi : pengertian keputusan pembelian, pengertian produk, pengertian harga, pengertian promosi, pengertian tempat.

Pada Bab Ketiga. Metode penelitian, dimana penulis menguraikan tentang bagaimana penelitian ini dilakukan meliputi jenis, sifat, dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, Desain Pengukuran, teknik analisis data dan Prosedur penelitian.

Pada Bab Keempat. Berisikan Laporan hasil penelitian yang meliputi gambaran data penelitian, pengujian hipotesis dan pembahasan.

Pada Bab Kelima. Merupakan bab penutup, yang berisikan tentang jawaban terhadap permasalahan/intisari dari isi skripsi secara keseluruhan yang akan dimuat dalam simpulan dan dilengkapi dengan saran-saran sebagai pertimbangan pihak-pihak yang berkepentingan, dalam rangka untuk dapat lebih meningkatkan hasil yang akan dicapai.