

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia saat ini perkembangan dunia bisnis sangat pesat. Perkembangan dunia bisnis tersebut salah satunya adalah munculnya berbagai pasar modern (ritel modern). Keadaan tersebut menjadi peluang bagi pengusaha agar dapat menguasai pasar. Terkhusus bagi perusahaan yang bergerak pada bisnis ritel. Bisnis ritel adalah kegiatan usaha yang menjual barang atau jasa kepada perorangan, keluarga, atau rumah tangga.¹

Ritel modern merupakan sebuah pengembangan dari pasar tradisional dengan konsep memanfaatkan teknologi seperti menggunakan komputer, *handphone*, dan internet dalam pengerjaannya. Dan juga menyesuaikan gaya hidup konsumen atau masyarakat pada saat ini. Ritel modern bisa disebut toko yang didalamnya menjual berbagai jenis barang dan jasa kepada konsumen yang berbentuk toko, minimarket, supermarket, swalayan dan lain sebagainya. Akibatnya, konsumen atau masyarakat mengalami suatu pergeseran keputusan pembelian yaitu lebih memilih pasar modern daripada pasar tradisional karena di pasar modern lebih bersih, nyaman, dan memiliki fasilitas lebih salah satunya seperti *full AC*.) pertumbuhan penjualan ritel pada 2023 mencapai kisaran 4% atau sejalan.



¹ Hendri Ma'ruf, *Pemasaran Retail* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), 7.

Menurut APRINDO (Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia) pertumbuhan penjualan ritel pada 2023 mencapai kisaran 4% atau sejalan dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia sekitar 5.5%. Presentase tersebut mengalami peningkatan dari tahun 2020 saat pandemi covid-19 sekitar 1,5-2% pertumbuhan ritel. Hal ini didukung adanya kebijakan dihentikannya PPKM pada akhir Desember 2022.²

Jumlah ritel yang terus mengalami peningkatan merupakan bukti bahwa semakin bertambahnya penduduk di Indonesia maka kebutuhan konsumtif juga mengalami peningkatan. Perilaku konsumtif, jumlah penduduk yang terus bertambah, dan adanya kebutuhan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya menjadi pengaruh besar dalam pertumbuhan bisnis ritel di Indonesia. Perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia menjadikan pebisnis ritel berlomba-lomba untuk menyusun strategi yang dibutuhkan konsumen agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Ritel modern yang banyak kita jumpai salah satunya adalah Toko Basmalah. Toko Basmalah merupakan usaha milik koperasi Pondok Pesantren Sidogiri yang berpusat di Pasuruan, Jawa Timur. Di tengah banyaknya jumlah minimarket lain yang terus mengalami peningkatan, Toko Basmalah masih mempertahankan eksistensinya. Dengan dibuktikan sampai saat ini terdapat 335 gerai Toko Basmalah yang tersebar di Jawa Timur.³ Berikut jumlah Toko Basmalah dari tahun 2019-2022:⁴



Tabel 1.1
Jumlah Toko Basmalah
Periode 2019-2022

² APRINDO (Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia), <https://newssetup.kontan.co.id/news/tahun-ini-aprindo-optimistis-pertumbuhan-kinerja-bisnis-ritel-lebih-baik> (diakses pada 27 Desember 2022).

³ Profil Toko Basmalah, <https://tokobasmalah.co.id> & official instagram @tokobasmalah (diakses pada 28 Desember 2022).

⁴ *Ibid.*

No.	Tahun	Jaumlah
1.	2019	150
2.	2020	240
3.	2021	280
4.	2022	335

Sumber: Diolah Peneliti (2022)

Toko Basmalah pertama kali berdiri pada tahun 1961. Toko Basmalah ini berasal dari koperasi Sidogiri yang menerapkan prinsip-prinsip syariah. Pada saat itu yang merintis berdirinya koperasi adalah KA. Sa'doellah Nawawie bin Noerhasan selaku penanggung jawab dan ketua pengurus Pondok Pesantren Sidogiri. Tujuan beliau merintis berdirinya koperasi ini adalah sebagai wadah bagi santri untuk belajar wirausaha, kemandirian, dan pengabdian. Awalnya kegiatan usaha ini adalah membuka toko makanan dan minuman untuk kebutuhan santri. Karena semakin banyaknya konsumen dan sistem pengelolaannya semakin baik, koperasi pondok pesantren Sidogiri mengalami perkembangan pesat. Atas prestasi tersebut Koperasi Pondok Pesantren Sidogiri mendapat penghargaan sebagai “Pesantren Wirausaha Pertama di Indonesia” pada tahun 2002⁵

Kemudian Koperasi Pondok Pesantren Sidogiri melakukan inovasi dalam bisnis ritel tersebut. Dengan melakukan pembenahan merk (*branding*) dengan nama “Toko Basmalah” sebagai “Tempat Belanja yang Baik” di setiap gerainya. Dinamakan Basmalah karena latar belakang dari toko ini adalah pondok pesantren dan menjadi atribut bahwa toko tersebut menerapkan nilai-nilai Islami dan menjual produk halal.

⁵ Profil Toko Basmalah, <https://www.kaskus.co.id/thread/5d4fe86ec8393a188845363d/toko-basmalah-penantang-baru-supermarket-di-indonesia/> (diakses pada 28 Desember 2022).

Salah satu Toko Basmalah yang ramai pembeli yaitu bertempat di Plumbon, Pandaan, Pasuruan. Lokasi ini terletak di tengah perkotaan, mudah dan banyak dijangkau, didominasi penduduk muslim, dan dekat dengan toko lain yang tidak mencantumkan unsur-unsur keislaman.⁶ Perbedaan Toko Basmalah dengan toko lain yaitu: Toko Basmalah memakai sistem membagi keuntungan usaha dengan seluruh anggota koperasi, menggunakan sistem syariah, produk lokal (*homemade*) bisa diterima contohnya cemilan khas dan cinderamata, perekrutan karyawan memanfaatkan SDM dari lulusan/alumni pondok pesanten, hanya merekrut karyawan laki-laki, musik yang diputar adalah musik-musik Islami, terdapat kaligrafi, karyawan menggunakan seragam dan setelan sarung dan kopyah, dan ketika shift pagi karyawan wajib melaksanakan sholat duha.⁷

Keberhasilan perusahaan ritel dapat ditentukan oleh kemampuan perusahaan tersebut dalam membangun loyalitas pelanggan. loyalitas pelanggan merupakan akibat dari suatu percobaan awal sebuah produk yang diperkuat melalui kepuasan sehingga akan mengarah pada pembelian ulang. Pembelian ulang oleh konsumen tentu saja akan meningkatkan volume penjualan yang berarti akan meningkatkan laba perusahaan. Loyalitas tersebut akan menjadi salah satu tujuan yang harus dicapai oleh suatu perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya dari serbuan perusahaan pesaing sejenis. Dengan berhasilnya membangun loyalitas pelanggan, kelangsungan hidup perusahaan akan tetap bertahan pada kondisi perekonomian yang sedang mengalami ketidakpastian seperti saat ini.⁸

⁶ M.Nuril Mukhlisin, Observasi (Karyawan Toko Basmalah, 13 Desember 2022).

⁷ *Ibid.*

⁸ Yulia Larasati dan Hardi Utomo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Presepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 10 No. 19, (2017), 71.
DOI: <http://dx.doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>

Menurut Kotler dan Keller loyalitas konsumen adalah sebuah sikap yang menjadi dorongan untuk melakukan pembelian produk atau jasa dari suatu perusahaan yang menyertakan aspek perasaan di dalamnya, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang dengan konsistensi yang tinggi. Serta mempunyai komitmen dan sikap positif terhadap perusahaan yang menawarkan produk atau jasa tersebut. Indikator loyalitas konsumen antara lain: kesetiaan terhadap pembelian produk (*Repeat Purchase*), ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan (*Rentention*), dan merekomendasikan terhadap orang lain (*Referalls*).⁹

Pada Toko Basmalah terdapat keunikan dari toko lain yaitu identitas Islami yang begitu kental pada suasana yang dibentuk toko tersebut, dan berasal dari koperasi yang keuntungannya menggunakan sistem bagi hasil dengan seluruh anggota yang menjadikan koperasi milik Pondok Pesantren Sidogiri ini berkembang pesat. Dari namanya saja dapat kita ketahui bahwa Toko Basmalah menggunakan atribut Islami. Atribut Islami adalah karakteristik atau ciri khas yang didalamnya terdapat unsur-unsur Islami. Pada segi bisnis, atribut Islami menggunakan strategi Al-Quran dan Hadist sebagai referensinya. Pada saat ini atribut Islami lebih diminati konsumen seiring dengan semakin berkembangnya ekonomi syariah di Indonesia. Strategi mereka biasanya menggunakan *brand* atau nama Islami, simbol Islam, prinsip syariah dan produk halal. Konsep ini lebih mementingkan kesejahteraan sosial bagi masyarakat. Indikator atribut Islami yaitu: produk muslim, suasana toko Islam, humanistik, produk halal, dan nilai-nilai Islam.¹⁰

Dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya konsumen yang loyal akan memilih tempat belanja yang memiliki ketersediaan produk yang banyak, lengkap,

⁹ Philip Kotler dan Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12* (Jakarta: PT. Indeks, 2016), 138.

¹⁰ Wandhansari Sekar Jatininingrum, et al., "Islamic Modern Retails Attributes For Muslim Consumers Patronage Intention", *Jurnal Teknik Industri*, Vol.16 No.1, (2021), 12-13. DOI : <https://doi.org/10.14710/jati.16.1.21-28>

dan bervariasi sehingga akan memudahkan konsumen untuk menemukan produk yang dibutuhkannya. Dengan adanya produk yang lengkap dan harga terjangkau akan menjadi nilai lebih di mata para konsumen. Konsumen juga dapat menghemat tenaga dan waktunya untuk mencari produk yang dibutuhkan.

Kelengkapan produk merupakan kumpulan dari berbagai produk yang menyangkut kedalaman, keluasan, dan kualitas yang ditawarkan serta ketersediaan produk tersebut di dalam toko. Indikator kelengkapan produk yaitu: variasi produk yang dijual, keberagaman produk yang dijual, produk yang dijual berkualitas, ketersediaan produk yang dijual, dan macam-macam merek yang disediakan toko.¹¹

Pada Toko Basmalah menjual berbagai macam produk yang bervariasi seperti kebutuhan rumah tangga, sembako, peralatan sekolah, makanan ringan, minuman, kosmetik, kebutuhan bayi, obat-obatan dan lain sebagainya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Toko Basmalah menerapkan prinsip syariah tentunya menjual produk-produk yang halal. Allah berfirman dalam Q.S Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: *“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti syaitan. Sungguh, syaitan itu musuh yang nyata bagimu.”*¹²

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah memerintahkan umatnya untuk makan makanan yang halal dan melarang mengkonsumsi makanan yang haram karena itu sama saja dengan perilaku syaitan. Dan Allah memerintahkan makan makanan

¹¹ Christina Whidya Utami, *Manajemen Ritel: Strategi dan Impelementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2010), 162.

¹² Al- Baqarah, 2:168.

yang baik yaitu makanan yang sehat dan bergizi. Jika kedua hal itu tidak dilakukan maka syaitan semakin nyata untuk menggoyahkan iman manusia.

Faktor lain yang memotivasi untuk menjadi konsumen yang loyal dan hal yang paling penting untuk dipertimbangkan adalah harga. Menurut Kotler dan Amstrong harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga juga merupakan salah satu elemen yang paling fleksibel dalam bauran pemasaran, artinya dapat diubah dengan cepat. Indikator harga antara lain: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.¹³

Pada Toko Basmalah menyediakan dua macam harga yaitu satuan dan grosir.¹⁴ Hal tersebut yang menjadi pembeda dengan ritel lain. Selain itu Toko Basmalah juga menawarkan harga promo pada setiap harinya.¹⁵ Harga yang sesuai dan terjangkau akan meningkatkan minat konsumen untuk membeli. Sebaliknya, harga yang tidak terjangkau dan tidak sesuai akan mengurangi keputusan pembelian konsumen. Harga yang ditawarkan Toko Basmalah hampir sama bahkan lebih murah dengan produk yang dijual di pasaran. Berikut daftar perbandingan harga barang antara Toko Basmalah, Indomaret, dan Alfamart:¹⁶

Tabel 1.2
Perbandingan Harga Barang Per Desember 2022

Nama Barang	Toko Basmalah	Indomaret	Alfamart
Kecap Bango 250 ml	24.000	24.900	24.800
Indomie Goreng	2.500	3.100	3.100

¹³ Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2 terjemahan Bob Sabran* (Jakarta: Erlangga, 2018), 278.

¹⁴ M. Nuril Mukhlisin, *Observasi* (13 Desember 2022).

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ KlikIndomaret.com dan Alfagift.id (diakses pada 30 Desember 2022).

Nama Barang	Toko Basmalah	Indomaret	Alfamart
Fortune Minyak Goreng 2L	39.000	39.800	38.800
Rose Brand Gula Pasir 1kg	13.000	13.500	13.500
Le Minerale 600 ml	3.000	3.600	3.900

Sumber: Diolah Peneliti (2022).

Dari beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen diatas, maka Toko Basmalah berusaha untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif dari pesaing agar tidak kalah saing dengan ritel lainnya. Jika konsumen tertarik membeli dan memutuskan untuk membeli kemudian konsumen merasa puas dan melakukan pembelian berulang dari pembelian tersebut maka menjadikan pencapaian terbaik bagi sebuah perusahaan dalam menjalankan dan memenangkan bisnisnya dari para pesaing.

Kemudian timbul pemikiran bagaimana faktor-faktor tersebut saling berkesinambungan, sehingga mempengaruhi loyalitas dan mempengaruhi konsumen untuk membeli di Toko Basmalah. Berdasarkan penelitian terdahulu ditemukan adanya perbedaan hasil serta belum adanya penelitian sejenis di lokasi yang sama. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH ATRIBUT ISLAMI, KELENGKAPAN PRODUK, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA TOKO BASMALAH CABANG PLUMBON PANDAAN PASURUAN”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh secara parsial atribut Islami terhadap loyalitas konsumen pada Toko Basmalah cabang Plumbon Pandaan Pasuruan?

2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial kelengkapan produk terhadap loyalitas konsumen pada Toko Basmalah cabang Plumbon Pandaan Pasuruan?
3. Apakah terdapat pengaruh secara parsial harga terhadap loyalitas konsumen pada Toko Basmalah cabang Plumbon Pandaan Pasuruan?
4. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara atribut Islami, kelengkapan produk, dan harga terhadap loyalitas konsumen pada Toko Basmalah cabang Plumbon Pandaan Pasuruan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh secara parsial atribut Islami terhadap loyalitas konsumen pada Toko Basmalah cabang Plumbon Pandaan Pasuruan.
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh secara parsial kelengkapan produk terhadap loyalitas konsumen pada Toko Basmalah cabang Plumbon Pandaan Pasuruan.
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh secara parsial harga terhadap loyalitas konsumen pada Toko Basmalah cabang Plumbon Pandaan Pasuruan.
4. Untuk mengetahui adakah pengaruh secara simultan atribut Islami, kelengkapan produk, dan harga terhadap loyalitas konsumen pada Toko Basmalah cabang Plumbon Pandaan Pasuruan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, kepada:

1. Penulis

Penelitian ini untuk menambah keragaman ilmu ekonomi serta pengetahuan dan wawasan tentang masalah yang dikaji khususnya manajemen pemasaran, peletian ini juga diharapkan dapat diterapkan peneliti dalam dunia kerja nantinya.

2. Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi dan pengetahuan serta dapat menjadi bahan referensi dan rujukan dalam penelitian lebih lanjut.

3. Pemilik usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terhadap perusahaan tentang pengaruh atribut Islami, kelengkapan produk, dan harga terhadap loyalitas konsumen sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menyusun sebuah strategi pemasaran.

