

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Perkembangan pengetahuan dan teknologi pada saat ini membawa perubahan terhadap pola hidup konsumen. Perubahan pola hidup konsumen dikarenakan tuntutan zaman yang semakin maju dan berkembang. Semakin berkembangnya pengetahuan dan teknologi, setiap konsumen harus bisa mengimbangi perkembangan yang berdampak pada kebutuhan hidupnya. Kebutuhan hidup yang beraneka ragam membuat konsumen lebih teliti dalam proses pemenuhan kebutuhan hidup. Pemenuhan kebutuhan sangat penting diperhatikan, pemenuhan kebutuhan seperti kebutuhan primer yang terdiri dari sandang, pangan, dan papan tidak dapat dihindari. Kebutuhan hidup yang beranekaragam membuat konsumen berperilaku selektif dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya.<sup>1</sup>

Perilaku konsumen dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari berbagai segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk yang ditawarkan dipasar agar dapat menarik minat beli seseorang.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Endhar Widjaya Putra, et. al, "Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian" *JAB*, Vol. 38 No. 2 (September 2016), hlm. 185.

<sup>2</sup> Yusni Hervi Yusuf, et. al, "Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli E-Tiket Kapal Cepat di Pelabuhan Ulee Lheue, Kota Banda Aceh." *SIMEN STIES*, Vol. 9 Issue 2 (2018), hlm. 11.

Perubahan perilaku konsumen dan bervariasinya sikap konsumen tersebut berimbas kepada perusahaan yang memproduksi produk barang ataupun jasa. Perusahaan memilih dan menerapkan berbagai strategi pemasaran untuk mengimbangi perubahan perilaku konsumen dan bertujuan untuk memenangkan persaingan. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mengetahui keadaan pasar dan konsumennya.<sup>3</sup> Persaingan bisnis dalam perkembangan era globalisasi menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian.

Dalam kondisi persaingan yang ketat seperti ini, perusahaan harus mengetahui perilaku konsumen. Untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan, perusahaan harus menentukan strategi pemasaran terlebih dahulu. Strategi pemasaran menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Hubungan strategi dan pemasaran menjadi penting dalam dunia bisnis, karena pada hakikatnya hubungan ini merupakan langkah-langkah kreatif yang berkesinambungan, yang diupayakan oleh sebuah perusahaan guna mencapai target pemasaran dalam memaksimalkan kepuasan pelanggan secara optimal.<sup>4</sup> Pemasaran tidak hanya dipertimbangkan sebagai alat penjualan dan penciptaan permintaan, tetapi dipertimbangkan

---

<sup>3</sup> Endhar Widjaya Putra, "Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli", hlm. 186.

<sup>4</sup> Veti Andriani, "Analisis Pengaruh Pemberian Potongan Harga Melalui Member Card Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Perspektif Etika Bisnis Islam" (Skripsi S1, UIN Raden Intan Lampung, 2018), hlm. 3.

sebagai bagian terpenting bagi perusahaan dalam meraih kepercayaan konsumen.<sup>5</sup>

Peran konsumen bagi suatu perusahaan sangatlah penting, sehingga perusahaan harus memelihara hubungan yang baik dengan konsumen yang sudah ada, disamping itu juga berusaha untuk mendapatkan konsumen baru bagi usahanya. Oleh karena itu sudah menjadi kewajiban bagi perusahaan untuk selalu mengikuti perkembangan dari perilaku konsumen itu sendiri, karena dengan mengetahui hal tersebut perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran secara tepat, yang artinya dapat sesuai dengan apa yang digunakan oleh konsumen sehingga konsumen merasa puas.<sup>6</sup>

Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Konsumen kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini perusahaan yang cerdas akan mencoba memahami sepenuhnya proses pengambilan keputusan konsumen, semua pengalaman konsumen dalam belajar, memilih, bahkan dalam menggunakan produk. Diantara proses alternatif dan pengambilan keputusan tersebut terdapat minat beli konsumen.

Dengan semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus dapat teliti dalam menetapkan harga. Harga sangat menentukan keberlangsungan hidup

---

<sup>5</sup> Indah Wahyu Utami, *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian* (Sukoharjo: CV. Putaka Bengawan, 2017), hlm. 15.

<sup>6</sup> Marchelyno Sundalangi, et. al, "Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Pizza Hut Manado" *Jurnal EMBA*, Vol. 2 No. 1, (Maret 2014), hlm. 313.

perusahaan, karena harga merupakan pondasi laku atau tidaknya produk atau barang tersebut ketika dijual.<sup>7</sup>

Harga merupakan suatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang dan jasa. Harga khususnya merupakan pertukaran uang bagi barang dan jasa juga pengorbanan waktu karena menunggu untuk memperoleh barang dan jasa.<sup>8</sup> Harga merupakan kunci bagi pendapatan, yang pada gilirannya merupakan kunci keuntungan bagi suatu organisasi, para pengusaha biasanya berusaha keras mengenakan suatu harga yang akan menghasilkan suatu keuntungan yang layak. Untuk mendapatkan keuntungan para pengusaha harus memilih suatu harga yang tidak terlalu tinggi maupun terlalu rendah.

Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mengadaptasikan harga adalah pemberian potongan harga atau diskon. Tujuan dari pemberian potongan harga atau diskon tersebut adalah untuk meningkatkan penjualan dan untuk meningkatkan pangsa pasar.<sup>9</sup> Dalam pemasaran, potongan harga (diskon) merupakan alat promosi yang dapat menarik perhatian konsumen untuk mendorong hasrat calon konsumen guna membeli produk yang ditawarkan. Menurut survei yang dilakukan oleh AC Nilsen bahwa dalam membeli produk didapatkan sebesar 76% konsumen menyukai diskon harga sedangkan 18% lebih menyukai hadiah langsung.<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> S.H. Rewoldt, *Strategi Harga dalam Pemasaran* (Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2002), hlm. 57.

<sup>8</sup> Iksan Semaoen dan Siti Maryatul Kiptiyah, *Mikro Ekonomi Edisi Revisi* (Malang: UB press, 2011), hlm. 16.

<sup>9</sup> Ratih Hasanah Sudrajat, et. al, "Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli: Studi Pada Potongan Harga di Iklan Televisi Bukalapak.com Versi Harbolnas 2015 Terhadap minat Beli Remaja di Kota Bandung" *e-Proceeding of Management: Vol. 4, No. 1* (April 2017), hlm.973.

<sup>10</sup> Veti Andriani, "Analisis Pengaruh Pemberian Potongan Harga", hlm. 4.

Pengadaan diskon telah dilakukan disetiap pusat perbelanjaan, baik itu pemberian potongan harga dengan menggunakan kartu member maupun tidak. Sejatinya, diskon adalah salah satu strategi promosi yang dilakukan untuk mendongkrak penjualan dengan bermacam-macam cara. Pada perkembangannya diskon telah menjadi strategi pemasaran, khususnya pada industri *retail*. Tidak terkecuali pada bisnis *fashion* yang juga menerapkan strategi potongan harga untuk menarik minat beli konsumen.

Seperti bisnis lainnya, saat ini persaingan bisnis dibidang *fashion* menjadi sangat ketat dengan semakin banyaknya usaha-usaha *fashion* yang bermunculan, salah satunya adalah *fashion* muslim. Dengan semakin banyaknya usaha-usaha *fashion* yang bermunculan, memaksa para pengusaha atau produsen untuk lebih memiliki ide-ide kreatif dalam menciptakan penjualan produk *fashion* agar menarik perhatian pecinta *fashion*. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat mengetahui berbagai macam minat beli konsumen secara lebih mendalam.

Berbicara mengenai bisnis usaha dibidang *fashion* muslim, di Kabupaten Pamekasan juga terdapat beberapa outlet busana muslim, bahkan outlet-outlet tersebut ada yang saling berdampingan atau berdekatan satu sama lain. Tidak menutup kemungkinan dari banyaknya industri yang tertarik dalam bisnis busana muslim tersebut akan menimbulkan persaingan dalam memenangkan pasar, salah satunya adalah busana muslim Mezora. Mezora merupakan salah satu merek *fashion* muslim yang ada di Indonesia yang di kelola oleh Shafco Enterprise, sebuah *holding company* yang bergerak dalam bidang *muslim fashion* sejak tahun 1989 dengan *brand* pertamanya bernama

SHAFIRA.<sup>11</sup> Mezora adalah sebuah perusahaan *retail* busana muslim yang didirikan pada tahun 2013 dengan menawarkan berbagai produk perlengkapan hijab seperti gamis, tunik, pashmina, dan perlengkapan muslim lainnya dengan target kelas menengah ke bawah. Mezora sudah memiliki beberapa toko cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya toko Mezora di cabang Pamekasan.

Di dalam strategi pemasarannya, untuk menarik perhatian konsumen Mezora menerapkan berbagai promosi penjualan yang umum diterapkan, salah satunya yang paling sering diterapkan dan menjadi strategi promosi andalan adalah potongan harga (diskon). Mekanisme pemberian diskon yang ada di Mezora dengan kartu member atau non-member. Kartu member diberikan kepada konsumen atau pelanggan guna mempertahankan loyalitas mereka terhadap Mezora yang langsung mendapatkan diskon setiap melakukan pembelian. Biasanya untuk mendapatkan kartu member tersebut ada syarat dan ketentuan yang berlaku.

Diskon juga diberikan kepada konsumen meski tanpa kartu member untuk menarik perhatian konsumen. Biasanya pengadaan diskon tersebut terjadi pada *event-event* tertentu seperti bazar, hari nasional, hari ulang tahun perusahaan, hari jadi Pamekasan dan lain-lain. hal ini biasa dilakukan guna menarik pelanggan dan mempertahankan usahanya, karena dengan adanya hal tersebut keputusan konsumen untuk membeli menjadi meningkat.

Dari beberapa uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih mendalam tentang strategi potongan harga atau diskon yang

---

<sup>11</sup> Diakses dari <https://www.mezora.co.id> pada tgl 24 Oktober 2019 jam 09:12

dilakukan oleh Toko Mezora cabang Pamekasan dan menganalisisnya sebagai bahan penelitian dengan judul; “analisis strategi potongan harga (diskon) untuk menarik minat beli konsumen di toko Mezora cabang Pamekasan”

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, maka secara khusus pembahasan penelitian yang menjadi pokok permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi potongan harga (diskon) yang dilakukan oleh pihak Toko Mezora cabang Pamekasan untuk menarik minat beli konsumen?
2. Bagaimana sistem penentuan harga dan potongan harga (diskon) pada Toko Mezora Cabang Pamekasan?
3. Apa saja dampak dari potongan harga (diskon) terhadap minat beli konsumen dan dampaknya bagi perusahaan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi potongan harga (diskon) yang dilakukan pihak Toko Mezora cabang Pamekasan untuk menarik minat beli konsumen
2. Untuk mengetahui sistem penentuan harga dan potongan harga (diskon) pada Toko Mezora Cabang Pamekasan

3. Untuk mengetahui dampak dari potongan harga (diskon) terhadap minat beli konsumen dan dampaknya bagi perusahaan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Secara Teoritis

Sebagai tambahan ilmu dan informasi yang berguna bagi para pembaca terkait dengan hal-hal yang berhubungan dengan analisis strategi potongan harga (diskon) terhadap minat beli konsumen pada usaha retail, sebagai tambahan referensi bagi pembaca dan mengaktualisasikan konsep yang ada, dan sebagai bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan materi dari pembahasan skripsi ini ke arah yang lebih sempurna.

2. Secara Praktis

Penelitian ini di harapkan mempunyai nilai manfaat atau kegunaan dari beberapa kalangan diantaranya:

- a. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, sebagai tambahan wawasan dan informasi bagi Mahasiswa/i serta dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya.
- b. Bagi konsumen atau pelanggan Toko Mezora Cabang Pamekasan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi sekaligus informasi mengenai potongan harga (diskon) yang di lakukan Toko Mezora sehingga bisa menarik minat beli konsumen atau pelanggan itu sendiri.



- c. Bagi penulis, untuk mengetahui strategi potongan harga (diskon) terhadap minat beli konsumen. Selain itu, hal ini juga membantu penulis untuk belajar meneliti, menguji, dan mengobservasi fenomena permasalahan yang terjadi di masyarakat.

## **E. Definisi Istilah**

Untuk menghindari kesalah pahaman mengenai perbedaan pengertian atau kekurangjelasan, maka perlu kiranya untuk mendapatkan suatu gambaran yang jelas dalam memahami penelitian ini. Adapun beberapa istilah yang perlu dijelaskan dalam penelitian ini antara lain:

### **1. Strategi**

Strategi adalah suatu rencana aksi yang menyelaraskan sumber-sumber dan komitmen organisasi untuk mencapai kinerja unggul.<sup>12</sup>

### **2. Potongan harga (diskon)**

Diskon merupakan potongan harga yang akan diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.<sup>13</sup>

### **3. Minat beli**

Minat beli merupakan instruksi diri konsumen untuk melakukan pembelian atas suatu produk, melakukan perencanaan, mengambil tindakan-tindakan yang relevan seperti mengusulkan,

---

<sup>12</sup> Leonardus Saiman, *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 124.

<sup>13</sup> Indri Kartika Dewi & Andriani Kusumawati, "Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online" *JAB*, Vol. 56, No. 1 (Maret 2018), hlm. 4.

merekomendasikan, memilih dan akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.<sup>14</sup>

#### 4. Konsumen

Konsumen adalah seseorang yang mengonsumsi, individu yang membeli, menggunakan, memelihara, atau menghabiskan produk barang dan jasa.<sup>15</sup>

#### 5. Mezora

Mezora adalah sebuah *brand fashion* hijab yang menyediakan perlengkapan muslim/muslimah yang ada di Indonesia yang bergerak di bidang retail.

Dari beberapa definisi istilah diatas dapat disimpulkan bahwa strategi potongan harga (diskon) adalah sebuah strategi penjualan yang diterapkan dengan memberikan diskon untuk menarik minat beli pelanggan atau konsumen di Toko Mezora.

---

<sup>14</sup> Diakses dari <http://ilmubisnisoke.blogspot.co.id/2011/01/mengenai-minat-beli.html> pada tanggal 24 Oktober 2019 jam 11:00.

<sup>15</sup> Westriningsih, *Menjadi Konsumen yang Bijak* (Klaten: Cempaka Putih, 2018), hlm. 12.