

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada umumnya tujuan pokok yang ingin dicapai oleh perusahaan adalah untuk dapat menghasilkan laba, mengalami perkembangan dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Dengan semakin berkembangnya dunia usaha maka semakin tajam pula tingkat persaingan antara sesama perusahaan. Dimana pada hakekatnya setiap perusahaan di dalam menjalankan usahanya bertujuan untuk mendapatkan laba sesuai dengan tujuan pokok yang diharapkan. Diantaranya yaitu agar perusahaan dapat menjaga kelangsungan hidup serta kelancaran operasinya. Hal ini tentunya bisa tercapai dengan mengaktifkan dan mengefisienkan kerja perusahaan.

Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya baik perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa maupun barang mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan. Selain itu perusahaan juga ingin memberikan kepuasan kepada konsumen atas produk yang dihasilkannya, karena kepuasan konsumen menjadi tolak ukur dari keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan produk yang berkualitas dan diinginkan oleh konsumen.

Dikutip dari kompasiana.com bahwa dunia fashion Indonesia saat ini mencerminkan gaya hidup masyarakatnya yang sudah sangat modern, mampu mengikuti tren yang ada, dan sangat *fashionable*. Dandanan, gaya dan busana yang digunakan menggambarkan bahwa Indonesia adalah negara muslim.

Berdasarkan pada usaha yang semakin pesat dan strategi pemasaran Islami yang semakin terarah, busana muslim merupakan salah satu usaha yang sudah maju, dilihat dari semakin banyaknya perkembangan busana muslim baik di luar negeri maupun di Indonesia telah memberikan sumbangan tersendiri terhadap perkembangan ekonomi dunia khususnya di Indonesia. Disamping itu kemajuan busana muslim di Indonesia tidak hanya terhenti pada lalu lintas antara produsen dan konsumen semata. Akan tetapi sudah menjamurnya suatu komunitas yang beragam seperti “Hijabers Community” atau “Hijabers Travelling” di sejumlah kota-kota besar seperti Bandung, Jakarta, Yogyakarta, Cirebon atau bahkan sampai ke pelosok Indonesia, hal tersebut dikutip dari citizen6.liputan6.com.

Pada kenyataannya, Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar dan PDB (Produk Domestik Bruto) tertinggi di antara negara-negara muslim. Meskipun jauh dari negara asal agama Islam, penduduk yang menganut agama Islam di Indonesia sangatlah besar, yaitu sekitar 12,7 persen dari total muslim dunia.

Indonesia cukup mempunyai kesempatan yang besar serta keunggulan untuk masuk ke dunia fashion muslim global. Berdasarkan hasil konferensi 2013 di Dubai, ada sekitar 1,6 miliar orang muslim di dunia dan rata-rata kemampuan mereka untuk belanja baju mencapai US\$ 280 miliar.

Dalam Wordpress.com dikatakan bahwa Hijab Fashion di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, terbukti dengan banyak munculnya model dan gaya berhijab yang dihasilkan, mulai dari *jilbab*, *gamis*, aksesoris serta yang lainnya, sehingga *hijab fashion* menjadi sebuah hal yang sudah umum dan banyak digunakan oleh kebanyakan wanita Indonesia.

Hal ini juga tidak di sia-siakan oleh para pebisnis. Peluang untuk memulai usaha *busana muslim* dan *hijab fashion* memberikan berbagai keuntungan karena tingkat kebutuhan dan permintaan masyarakat semakin besar.

Dalam sebuah penjualan, perusahaan biasanya memiliki sebuah target yang jelas yang ingin dicapai. Target inilah yang pada akhirnya akan disebut sebagai suatu target penjualan. Target penjualan pada umumnya akan ditentukan pada masa awal seorang pengusaha akan membangun bisnisnya. Sayangnya, terdapat banyak perusahaan yang belum maksimal dalam mencapai target penjualannya atau gagal dalam mencapai target penjualannya tersebut. Berdasarkan hasil wawancara penyusun dengan CO Outlet Mezora cabang Yogyakarta beliau mengatakan bahwa Mezora termasuk salah satu perusahaan yang memiliki target penjualan, dimana sebelum adanya agen, tingkat pencapaiannya masih belum maksimal atau belum 100% terpenuhi. Dalam hal ini peran agen sebagai perantara penjualan diharapkan dapat membantu meningkatkan penjualan agar target penjualan yang ditetapkan oleh mezora terpenuhi atau tercapai hingga maksimal.

Brand Fashion Mezora “Busana & Hijab” merupakan suatu bisnis Fashion busana muslim yang didalamnya mengandung unsur bisnis Islam. Agama Islam sebagai agama yang sempurna (*kaffah*) telah memberikan ketentuan-ketentuan bagi umat manusia yang melakukan aktivitasnya di dunia, termasuk dalam bidang perekonomian. Semua ketentuan diarahkan agar setiap individu dalam melakukan

aktifitasnya dapat selaras dengan nilai-nilai yang terdapat dalam al-Qur'an dan al-Hadis. Dengan berpegang pada aturan-aturan Islam, manusia dapat mencapai tujuan yang tidak semata-mata bersifat materi melainkan juga yang bersifat rohani, yang didasar pada *falah* (kesejahteraan). Karena Islam dengan tegas melarang seorang muslim merugikan orang lain, seperti yang dijelaskan dalam firman Allah Swt sebagai berikut:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُم

لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ٩٠

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. (QS Al-Nahl:90)”

Diantara 25 brand busana muslim terkenal di indonesia yaitu Dian Pelangi, Meccanism, Ria Miranda, Kami Idea, Jenahara, Rabbani, Flow Idea, Elzatta, Zoya, Mezora, Shasmira, Hijab Alila, Syahida Hijab, Shafira, Apple Hijab Brand, Fiori Design, Arniz Collection, Such, Qalisya, Ukhti, Sayra Hijab, Irna La Perle, Nuhijab, Tuneeca, dan Rani Hatta (informasi dari jilbabflowidea.com). perusahaan yang menggunakan agen sebagai saluran distribusi pemasarannya ada empat, yaitu Rabbani, Zoya, Mezora, dan Elzatta. Penyusun memilih Mezora sebagai objek penelitian karena Mezora merupakan salah satu perusahaan Brand Busana muslim terkenal di Indonesia yang menggunakan agen sebagai saluran distribusi pemasarannya serta Mezora merupakan anak perusahaan dari Perusahaan terbesar di Indonesia yaitu Shafira Cooperation.

Aktivitas penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan. Dapat disebabkan karena sasaran penjualan yang diharapkan tidak tercapai dan pendapatan pun akan berkurang. Defenisi penjualan sangat luas. Beberapa ahli menyebutkan sebagai ilmu dan beberapa yang lain menyebut sebagai seni, adapula yang memasukkan masalah etika dalam penjualan. Menurut Basu Swasta (1999, hal. 5) Pada pokoknya istilah menjual dapat diartikan sebagai berikut : menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkannya.

Salah satu faktor yang terpenting dalam mempertahankan Volume Penjualan adalah penerapan saluran distribusi dimana Toko Busana dan Hijab Mezora ini menggunakan Agen sebagai perantara untuk menyalurkan barang nya kepada konsumen. Melalui Agen ini maka perusahaan akan mendapatkan gambaran dari hasil pemasaran yang dilakukan apakah sudah sesuai dengan rencana pemasaran.

Agen dalam sebuah perusahaan memiliki peran penting, yaitu sebagai perantara dengan pihak ketiga yang memasarkan produknya langsung ke konsumen. Agen atau agent (dalam bahasa Inggris) menurut santoso (2015, hal.4) bahwa *agency* adalah hubungan antara dua pihak (utamanya) yang dituangkan dalam bentuk perjanjian atau bentuk yang lain, yang mana salah satu pihak (disebut agen) diberikan kewenangan untuk melakukan tindakan untuk atas nama orang lain (dalam hal ini disebut prinsipal) dan tindakan agen tersebut akan mengikat prinsipal, baik itu disebabkan karena dituangkan dalam perjanjian atau disebabkan karena tindakan. Sedangkan dalam pandangan islam agen biasa disebut dengan istilah *samsarah* (*simsar*), Menurut Hamzah Ya'qub *samsarah* (agen) adalah pedagang perantara yang berfungsi menjualkan barang orang lain dengan mengambil upah tanpa menanggung resiko. Dengan kata lain *simsar* ialah penengah antara penjual dan pembeli untuk memudahkan jual-beli. Jadi *samsarah* adalah perantara antara biro jasa dengan pihak yang memerlukan jasa mereka (produsen, pemilik barang), untuk memudahkan terjadinya transaksi jual-beli dengan upah yang telah disepakati sebelum terjadinya akad kerja sama tersebut.

Bisnis Islam adalah bisnis yang dikendalikan oleh aturan halal haram baik dari cara memperoleh maupun pemanfaatan harta. Bisnis akan hidup apabila lingkungan disekitar juga mendukung adanya bisnis yang didirikan tersebut. Seperti yang kita ketahui, walaupun Indonesia bukanlah negara Islam, namun penduduk didalamnya mayoritas adalah beragama Islam.

Dalam menjalankan setiap usaha, suatu strategi pemasaran sangat berperan dalam menentukan keberhasilan usaha. Keberhasilan tersebut ditentukan oleh ketepatan produk yang dihasilkan dalam memberi kepuasan dari sasaran konsumen yang ditentukannya. Maka perusahaan dituntut untuk mampu melakukan usaha pemasaran yang mampu menunjang keberhasilan perusahaan dengan cara melakukan strategi pasar dan pemasaran yang tepat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Peran Agen Terhadap Peningkatan

Penjualan Dalam Perspektif Islami (Studi Kasus Pada Toko Busana & Hijab Mezora)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka masalah pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana peranan agen Mezora dalam mempengaruhi peningkatan penjualan di toko Busana & Hijab Mezora?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui dan menganalisis tentang peranan agen dalam meningkatkan volume penjualan pada Toko Busana & Hijab Mezora Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini secara umum diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyempurnakan pengetahuan keilmuan bagi peneliti mengenai peran agen terhadap peningkatan penjualan dalam perspektif islami. Dan juga dapat menjadi sumber referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya apabila meneliti hal yang sama terkait dengan peran agen terhadap peningkatan penjualan dalam perspektif islami.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini dapat memberi Manfaat bagi mezora, yaitu dengan adanya penelitian ini pihak mezora dapat mengetahui kinerja agen terhadap perusahaan serta tingkat keefektifan agen sebagai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada dasarnya berisi uraian secara logis tentang tahap-tahap pembahasan yang dilakukan. Adapun di dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah yaitu alasan perlunya dilakukan penelitian, kemudian rumusan masalah yaitu intisari permasalahan yang akan diselesaikan dalam penelitian yang akan dilakukan, tujuan penelitian yaitu kalimat positif dari pertanyaan penelitian yang lahir dari rumusan masalah penelitian, manfaat penelitian merupakan manfaat-manfaat dan implikasi positif yang mungkin dapat diperoleh apabila tujuan penelitian tercapai, dan sistematika penulisan, Sistematika penulisan diuraikan secara garis besar (outline) dalam bentuk bab-bab secara logis berhubungan dan merupakan kesatuan serta mendukung dan mengarah tercapainya jawaban dari pokok masalah yang diajukan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang Telaah Pustaka/ *Literatur Review* dalam bagian ini diuraikan penelitian-penelitian dan kajian-kajian terdahulu, yang diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan yang bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Telaah pustaka memuat informasi- informasi dari penelitian sejenis yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, sumber telaah pustaka utama adalah jurnal ilmiah (internasional/nasional), kemudian pada bab II ini menjelaskan landasan teori menguraikan konsep, prinsip, teori dan berbagai uraian lain yang relevan dengan permasalahan yang menjadi topik penelitian seperti teori tentang pengertian Peran, teori tentang penjualan, tujuan penjualan, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan, lalu teori tentang keagenan, serta teori keagenan dalam perspektif islam.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan tatacara pelaksanaan penelitian untuk mencari jawaban atas permasalahan penelitian yang telah ditetapkan. Tatacara pelaksanaan penelitian pada sub bab ini meliputi desain penelitian, lokasi penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang analisis terhadap data yang didapatkan dan pembahasan menyeluruh atas penelitian yang dilakukan, peneliti akan mencoba membahas hasil atau temuan penelitian dan analisisnya, sehingga dapat menjelaskan sekaligus

menjawab persoalan yang telah diuraikan tentang peran agen terhadap peningkatan penjualan dalam perspektif islam (study kasus pada toko Busana&Hijab Mezora).‘

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang merupakan pernyataan singkat dan akurat yang disajikan dari hasil pembahasan yang menjawab permasalahan dan tujuan penelitian yang telah disusun. Dan saran yang disampaikan untuk kepentingan pengembangan riset selanjutnya serta perbaikan terhadap hal-hal yang ditemukan sehubungan dengan hasil penelitian yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait.