

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sabun adalah pembersih yang dirancang menggunakan reaksi kimia antara basa natrium atau kalium dengan asam lemak dari minyak nabati atau lemak hewani. Sabun berasal dari kata legenda Romawi Kuno di Wilayah Gunung Sapo, tempat hewan dikurbankan. Istilah “*sapo*” inilah yang sekarang digunakan sebagai istilah “*saponifikasi*” dalam proses pembuatan sabun. Ketika hujan, sisa-sisa lemak hewan yang dikurbankan itu tercampur dengan abu kayu pembakaran yang kemudian mengalir ke sungai Tiber di bawah gunung. Saat masyarakat sekitar sungai mencuci, mereka mendapati air mengeluarkan busa dan pakaian mereka menjadi lebih bersih.¹

Sabun merupakan produk kebersihan yang sering kita temui, bahkan setiap hari kita gunakan. Menurut survei sosial dan ekonomi nasional (SUSENA) oleh Badan Pusat Statistik pada tahun 2017 Indonesia memiliki presentase konsumsi sabun sangat tinggi, yaitu 99,8% Penduduk Indonesia menggunakan sabun, oleh sebab itu sabun menjadi kebutuhan primer hampir diseluruh masyarakat Indonesia.²

¹ Sri Suryaningsum, et. al., *Yuk, Manfaatkan daun kelor untuk membuat sabun mandi* (Klaten:Nugra Media, 2019), 5.

² Muhammad Farid Aminudin, et. al., “*Formulasi Sabun Mandi Padat Dengan Penambahan Ekstrak Kulit Manggis (Garcinia mangostana L.)*”, *Inovasi Teknik Kimia* Vol. 4, 2 (Oktober, 2019), 49.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dibidang kimia dan farmasi perkembangan kosmetik mulai bergeser kearah *nature product* karena adanya *trend back to nature*. *Trend back to nature* adalah gaya hidup seseorang untuk kembali memanfaatkan dan menjaga kekayaan alam dengan semaksimal mungkin. Kesadaran masyarakat akan efek samping dari penggunaan bahan kimia secara terus menerus menjadi salah satu faktor masyarakat memilih *trend back to nature*. Karena itu, terciptalah berbagai inovasi penggunaan bahan herbal terhadap pembuatan berbagai produk kosmetik. Salah satu produk kosmetik yang menggunakan bahan herbal yaitu sabun herbal.

Sabun herbal adalah jenis sabun yang dibuat dari tanaman berkhasiat obat. Untuk dapat dibuat menjadi sabun, zat aktif dalam tanaman tersebut *diekstrak* (diambil). Selanjutnya bahan aktif tersebut dimasukkan kedalam resep sabun. Umumnya, bahan tersebut berbentuk cairan dan padatan. Definisi lain sabun herbal adalah jenis sabun mandi yang diformulasikan dengan bahan herbal dan cara pembuatannya sederhana, tanpa penambahan bahan *sintesis* atau bahan *aditif* lainnya.³

Jenis-jenis sabun berdasarkan bentuknya menurut Indonesia *Trade Promotion Centre Lagos* dibagi menjadi 5 yaitu batang, cair, busa, gel atau krim, dan serbuk. Bentuk sabun juga mempengaruhi kegunaannya, karena setiap bentuk sabun memiliki manfaat yang berbeda-beda. Bentuk umum dari sabun adalah batang contohnya yaitu sabun mandi yang kita gunakan setiap hari.⁴

Perbedaan sabun herbal dengan sabun biasa adalah terletak pada komposisinya, pada sabun herbal tidak banyak menggunakan bahan-bahan kimia. Sebagian besar kandungannya adalah bahan-bahan herbal yang telah dikeringkan. Tidak ada batasan dalam pemilihan bahan herbal untuk pembuatan sabun herbal, apapun bisa digunakan. Contoh bahan herbal yang dapat digunakan adalah mawar, melati, cengkeh, serai, spirullina, lavender, peppermint.⁵

Belakangan ini banyak kita temui merk sabun batang herbal yang sudah BPOM. Penulis melakukan survei awal dengan penyebaran angket kepada 50 responden dengan kriteria usia lebih dari 17 tahun. Usia tersebut merupakan usia yang sudah mulai peduli terhadap jenis *skincare* yang digunakan. Bukan hanya dari segi kecantikan saja, tetapi juga dari segi kesehatan menjadi bagian dari pertimbangan mereka. Dalam penyebaran kuesioner ini tidak ada batasan jenis kelamin, yang terpenting masyarakat wilayah Kediri dan berusia lebih dari 17 tahun. Penyebaran dilakukan melalui aplikasi *WhatsApp*, untuk pengisian data menggunakan aplikasi *Google forms* yang dapat diakses gratis dari *Google Play Store*. Dari penyebaran kuesioner tersebut ditemukan data sebagai berikut:

³ Adev Natural Indonesia, "Sabun herbal wajah: manfaat bahan & cara membuat sabun herbal", PT Adev Natural Indonesia, <http://adevnatural.com/sabun-herbal-cara-membuat-harga-dan-khasiat-sabun-herbal/>, diakses 2 Januari 2021, pukul 20:26

⁴ Indonesia Trade Promotion Centre Lagos market brief, *PELUANG PRODUK FRAGRANCE SABUN DI PASAR NIGERIA* (Lagos: IPTC, 2015), 8.

⁵ Wisnubrata, "Cara Membuat Sabun Herbal Sendiri, Bisa Pilih Aroma Kesukaan!", *KOMPAS.com*, <http://lifestyle.kompas.com/read/2020/06/15/132437920/cara-membuat-sabun-herbal-sendiri-bisa-pilih-aroma-kesukaan>, diakses tanggal 2 Januari 2021, pukul 20:49.

Tabel 1.1
Data Pengguna Sabun Batang Herbal
di Kediri

No	Nama Sabun Herbal	BPOM	Jumlah Pengguna
1.	Sabun Nu Amoorea	NA 32141203338	7
2.	Sabun Nasa	NA 18190505085	9
3.	Sabun Multibeauty	NA 18170500660	20
4.	Sabun Kefir	NA 18190500040	4
5.	Sabun Golden Viera	NA 18170500514	3
6.	Pepaya RDL	NA 40190505000	6
7.	Aleya Bidara	NA 18200500111	1
	Total		50

Sumber: Penyebaran angket di wilayah Kediri⁶

Tabel 1.1 menunjukkan data pengguna sabun batang herbal yang sudah BPOM dengan berbagai merek. Jumlah pengguna sabun batang herbal multibeauty lebih mendominasi dibandingkan sabun batang herbal yang lain, yaitu sebanyak 20 pengguna. Sabun batang herbal multibeauty diproduksi oleh PT Adev dan didistribusikan oleh PT Angkasa Wijaya Group atau sekarang berubah nama menjadi PT Angkasa Wijaya Internasional berdiri sejak tahun 2015. Sebuah perusahaan resmi berbadan

⁶ Observasi, di Kediri melalui aplikasi whatsapp, 06 Januari 2021.

hukum yang bertempat di Jl. Raya Madiun Ponorogo No. 99 depan SPBU Uteran Geger Madiun.⁷

Tabel 1.2

Daftar Distributor Sabun Batang Herbal Multibeauty

No	Wilayah	Jumlah
1.	Probolinggo	7
2.	Lumajang	7
3.	Sidoarjo	1
4.	Magetan	5
5.	Madiun	5
6.	Ponorogo	1
7.	Ngawi	4
8.	Banyuwangi	2
9.	Aceh	1
10.	Malang	6
11.	Blitar	2
12.	Salatiga	1
13.	Semarang	5
14.	Kediri	10
15.	Karanganyar	1
16.	Nganjuk	8

⁷ Angkasa Wijaya Group, *Multibeauty*, <https://multiget.com/beauty/>, diakses 7 Januari 2021 pukul 21:00.

17.	Tangerang	1
18.	Kudus	1
19.	Kertosono	2
20.	Jombang	6
21.	Jember	6
22.	Wonogiri	1
23.	Jepara	1
24.	Oku timur	1
25.	Grobogan	2
26.	Mojokerto	1
27.	Yogyakarta	1
28.	Bali	1
29.	Pati	1
30.	Boyolali	1
31.	Tulungagung	1
32.	Temanggung	1
	Total	94

Sumber: website multibeauty⁸

Dari tabel 1.2 tersebut penulis menentukan lokasi penelitian adalah di wilayah Kediri, karena memiliki jumlah distributor yang lebih banyak dibandingkan wilayah lain. Dengan asumsi banyaknya distributor akan

⁸ Agkasa Wijaya Group, *Multibeauty*, <https://multiget.com/beauty/> diakses tanggal 8 Januari 2021 pukul 20:38

menjadi daya tarik tersendiri untuk melakukan pembelian di wilayah tersebut, sehingga jumlah konsumen semakin banyak. Di Kediri terdapat komunitas konsumen sabun batang herbal multibeauty yang terbagi menjadi beberapa Team diantaranya:

Tabel 1.3
Team Pada Komunitas Pengguna Sabun Batang Herbal Multibeauty
di Kediri

No	Nama Team	Tanggal bentuk	Jumlah Penjualan
1.	Team Hoky Multibeauty	20-04-2018	52.561 box
2.	Team Smart Multibeauty	29-04-2019	37.104 box
3.	Team Solid Berkah Multibeauty	19-11-2017	40.335 box

Sumber: wawancara dengan salah satu *leader* komunitas multibeauty⁹

Berdasarkan tabel 1.3 data menunjukkan Team Hoky multibeauty memiliki jumlah penjualan lebih tinggi dibandingkan Team yang lain. Tabel di atas dapat membuktikan meskipun Team Hoky bukan yang paling lama bergabung dimultibeauty tapi memiliki prestasi yang lebih unggul dibandingkan Team yang lain. Jumlah penjualannya mencapai 52.561 box atau setara dengan 15.768.300.000. Kantor komunitas Team Hoky atau disebut dengan rumah inspirasi berada di jalan Veteran No. 9b Kecamatan Mojoroto, Kabupaten Kediri. Hingga saat ini jumlah anggota Team Hoky multibeauty tidak terbatas karena setiap hari anggota Team Hoky

⁹ Davis, *Leader* Team Solid berkah, Kediri, 17 Januari 2021.

multibeauty selalu bertambah. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada Team Hoky multibeauty.

Team Hoky multibeauty dibentuk sejak tanggal 20 april 2018 oleh Maria Ulfa. Pada awalnya Team Hoky multibeauty hanya sebuah nama *username* yang digunakan pada aplikasi multibeauty. Karena begitu banyak yang bergabung dalam komunitas multibeauty sehingga untuk memudahkan dalam berkomunikasi dibentuklah Team pada komunitas pengguna sabun batang herbal multibeauty.¹⁰

Kemudian penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada 50 anggota Team Hoky multibeauty. Untuk pengisian data menggunakan aplikasi *Google forms* yang dapat diakses gratis dari *Google Play Store*. Penyebaran dilakukan melalui aplikasi *whatsapp*. Ditemukan data-data sebagai berikut:

Tabel 1.4

Data Awal Jumlah Pembelian 50 Responden Team Hoky Multibeauty

No	Jumlah Pembelian	Jumlah responden
1.	1 Kali	11
2.	>1 kali	39
	Total	50

Sumber: data hasil penyebaran Kuesioner¹¹

¹⁰ Maria Ulfa, *Leader* Team Hoky Multibeauty, Kediri, 17 Januari 2021.

¹¹ Kuesioner 50 Responden, Pada Anggota Team Hoky multibeauty Kediri, 18 Januari 2020.

Tabel 1.4 menunjukkan pembelian Sabun Batang Herbal Multibeauty lebih dari satu kali memiliki jumlah 39 responden, lebih banyak dibanding pembelian satu kali yang hanya 11 responden. Mengingat syarat seseorang merasa puas jika sudah melakukan pembelian ulang minimal 2 kali. Kemudian penulis melakukan observasi, untuk mengetahui faktor apa yang membuat konsumen merasa puas. Penulis menggunakan teori faktor kepuasan meliputi: emosi, kualitas layanan, kualitas produk, harga, biaya dan kemudahan.¹²

Tabel 1.5

Indikator faktor kepuasan konsumen

No	Indikator faktor kepuasan	Jumlah
1.	Emosi	1
2.	Kualitas layanan	3
3.	Kualitas produk	46
4.	Harga	0
5.	Biaya dan kemudahan	0
	Jumlah	50

Sumber: data hasil penyebaran kuesioner¹³

Dari tabel tersebut konsumen sabun batang herbal multibeauty merasa puas karena kualitas produk. Kualitas produk yang ditawarkan akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Menurut Lupiyoadi, salah satu

¹² Rambat Lupiyoadi, dan hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi ke 2* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 185.

¹³ Kuesioner 50 Responden, Pada Team Hoky Multibeauty di Kediri 18 Janari 2020

faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.¹⁴

Kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi Islam berbeda dengan kepuasan konsumen konvensional. Pada kepuasan konsumen konvensional tujuan utama konsumsi adalah untuk mencapai tingkat *utility* atau kepuasan, yang membatasi hanyalah tingkat pendapatan. Semakin tinggi pendapatan maka tidak ada yang membatasi melakukan konsumsi. Sedangkan kepuasan dalam perspektif ekonomi Islam tujuan utama dalam melakukan konsumsi adalah untuk kemaslahatan. Berupa barang maupun jasa harus memiliki unsur halal, baik halal secara *dzat* maupun cara memperolehnya. Kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi Islam berkaitan dengan kebutuhan, keinginan, mashlahah, manfaat, berkah, keyakinan dan kehalalan. Islam melarang umatnya untuk bersikap berlebihan, atau biasa disebut dengan istilah *israf* (pemborosan) dan *tabzir* (menghambur-hamburkan harta dengan sia-sia).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengajukan penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sabun Batang Herbal Multibeauty Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Komunitas Team Hoky Multibeauty Kediri)”.

¹⁴ Afnina dan Yulia Hastuti, “Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan”, *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, Vol 9, No 1 Januari 2018, 24.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk sabun batang herbal multibeauty?
2. Bagaimana kepuasan konsumen sabun batang herbal multibeauty?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk sabun batang herbal multibeauty terhadap kepuasan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas produk sabun batang herbal multibeauty.
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen sabun batang herbal multibeauty.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk sabun batang herbal multibeauty terhadap kepuasan konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktik.

1. Secara teoritis
 - a. Adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

b. Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk kepentingan pengembangan ilmu berbagai pihak yang mengangkat permasalahan yang terkait.

2. Secara praktik

a. Bagi penulis/pembaca

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis maupun pembaca dalam melakukan sebuah penelitian selanjutnya.

b. Bagi perusahaan

Adanya penelitian ini dapat menjadi kajian perusahaan dalam mengambil kebijakan yang berkaitan dengan kualitas produk untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk tersebut.

E. Telaah Pustaka

Berikut Telaah Pustaka yang digunakan penulis:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Zida Ni'matu SHolehah (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Ekonomi Syari'ah di IAIN Kediri, 2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sari Roti (Studi Kasus Pada Indomaret RA. Kartini Tanjunganom Kabupaten Nganjuk)

Hasil dari penelitian ini menunjukkan pengaruh yang cukup positif antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh ini memberikan kontribusi 67,3% terhadap kepuasan konsumen. Produk

yang berkualitas adalah yang memiliki nilai lebih atau sama dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Zida Ni'matu SHolehah dengan penelitian ini adalah sama-sama melakukan penelitian tentang kepuasan konsumen, dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Akan tetapi yang membedakan pada penelitian ini adalah objek penelitian, yaitu pada komunitas Team Hoky multibeauty.¹⁵

2. Penelitian yang dilakukan Naufal Hilmi Saputra, Supriadi Thalib, dan Tyahya Whisnu Hendratni dengan judul Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada online store guzzle di media sosial.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil uji yang signifikan dan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Online Stor Guzzle. Pengaruh ini memberikan kontribusi 59,3% terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa jika kualitas produk dan pelayanan tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan kecewa, dan jika kualitas produk dan pelayanan sesuai dengan harapan maka konsumen akan puas¹⁶

¹⁵ Zida Ni'matu Sholehah, *Skripsi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Saru Roti (Studi Kasus Pada Indomaret RA. Kartini Tanjunganom Kabupaten Nganjuk)*, viii

¹⁶ Naufal Hilmi Saputra, Supriadi Thalib, dan Tyahya Whisnu Hendratni *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.4, No. S1 2019, 717.*

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Naufal Hilmi saputra, Supriadi Thalib, dan Tyahya Whisnu Hendratni adalah sama-sama melakukan penelitian tentang kepuasan konsumen, dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Akan tetapi yang membedakan pada penelitian ini adalah objek penelitian pada konsumen pada online store guzzle di media sosial. Sedangkan pada penelitian ini objek penelitiannya yaitu komunitas Team Hoky multibeauty Kediri.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Yetty Husnuk Hayati dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Nduk Solo.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan fakta bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji menunjukkan thitung lebih besar dari pada t tabel yang dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk dari rumah makan dan kepuasan konsumen.¹⁷

Persamaan penelitian yang dilakukan Yetty Husnuk Hayati dengan penelitian ini adalah sama-sama melakukan penelitian tentang kepuasan konsumen, dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Akan tetapi yang membedakan pada penelitian Yetty Husnuk Hayati berlokasi di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Nduk Solo, sedangkan penelitian ini berlokasi di wilayah Kediri dan sekitarnya.

¹⁷Yetty Husnuk Hayati, "Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam goreng pak ndut solo JIMFE", *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*", Volume 1 No. 1 Tahun 2015, 49.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Eriyanto Prastyo NugroHo dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna *Notebook Acer*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil uji hipotesis variabel harga dan kualitas produk dimana probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima. Sehingga ditemukan adanya pengaruh secara parsial dan simultan antara harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.¹⁸

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Eriyanto Prastyo NugroHo dengan penelitian ini adalah sama-sama melakukan penelitian tentang kepuasan konsumen, dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Akan tetapi yang membedakan pada penelitian ini adalah penelitian Eriyanto Prastyo NugroHo berlokasi di Semarang sedangkan penelitian ini berlokasi di Kediri. Pada penelitian Eriyanto Prastyo NugroHo terdapat 2 variabel X yaitu Harga dan Kualitas produk, sedangkan pada penelitian ini hanya terdapat 1 variabel X yaitu Kualitas produk.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Santi Yoga Pratama dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di *Agya Collection Ponorogo*.

¹⁸ Eriyanto Prastyo Nugroho, *Skripsi Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer* (Semarang: UNS, 2011), viii.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, karena F hitung pada variabel harga lebih besar dari F tabel.¹⁹

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Santi Yoga Pratama dengan penelitian ini adalah sama-sama melakukan penelitian tentang kepuasan konsumen, dan menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Akan tetapi, pada penelitian Santi Yoga Pratama menggunakan 2 variabel X yaitu kualitas produk dan harga, sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan 1 variabel X yaitu kualitas produk.

F. Hipotesis Penelitian

Pengertian hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.²⁰

1. Ha: Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sabun batang herbal multibeauty
2. Ho: Tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sabun batang herbal multibeauty

¹⁹ Santi Yoga Pratama, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Agya Collection Ponorogo* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018), 4.

²⁰ Limas Dodi, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 167.