

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Industri *fashion* di Indonesia saat ini sedang berkembang pesat, tak hanya di dalam negeri, desainer *fashion* Indonesia juga sudah mulai merambah pasar Internasional. Secara umum industri *fashion* juga dinilai telah mampu menciptakan lapangan kerja bagi sekitar 3,8 juta orang atau 32% dari total tenaga kerja yang tercipta dari ekonomi kreatif.

Saat ini, Islam masih ada di peringkat kedua dibawah pemeluk agama Kristen yang jumlahnya mencapai 2,2 miliar jiwa. Islam jumlah pemeluknya sebanyak 1,59 miliar jiwa. Atau sekitar 23% dari total populasi dunia. Jumlah muslim diperkirakan akan naik hampir dua kali lipat. Dengan perkiraan mencapai 2,7 miliar muslim pada 2050, ini akan menjadikan 29% pensusuk dunia nantinya adalah orang Islam. (PEW Research Center dalam Tirto.id : *Saat Islam Menjadi Agama Mayoritas di Dunia*)

Hal tersebut menjadi relevan dalam konsumsi busana Muslim di Dunia. Pengguna busana muslim bagi setiap umat muslim menjadi suatu kebutuhan baik untuk *fashion* maupun estetika, dan kebutuhan tersebut menjadi tidak terbatas karena walaupun keadaan suatu pakaian tersebut masih bagus, masih akan timbul keinginan untuk membeli kembali dengan model atau desain kualitas yang berbeda.

Di dalam negeri sendiri tidak sedikit yang mengkonsumsi berbagai jenis busana muslim sebagai konsumsi berkala. *Trend* busana muslim di Indonesia menunjukkan perkembangan konsumtifitas masyarakat mayoritas pemeluk agama muslim yang berkembang secara dinamis. Setiap hari, *trend* busana muslim makin membumi, menyentuh berbagai lapisan masyarakat pecinta *fashion* di tanah air. *Trend* busana muslim makin terlihat semarak dan fleksibel dalam penggunaannya. Tidak hanya dipakai saat lebaran tiba, tetapi juga dipakai untuk beraktivitas sehari-hari. Perkembangan ini menggambarkan adanya adaptasi ide

kreatif para desainer busana muslim terhadap kebutuhan konsumen. Para desainer busana muslim pun lebih inovatif dalam menggali dan menentukan tema busana, kian ekspresif dalam mengeksplorasi warna dan bahan, lebih kreatif meng-*update* desain dan detail mode tanpa meninggalkan ciri kesantunan busana muslimah. Hasilnya busana muslim, Hijab dan baju muslim lainnya terlihat lebih variatif dengan kesan modern yang mempesona dan umat muslim pun memiliki banyak pilihan busana untuk aktivitasnya sehari-hari dengan tetap mempertahankan kaidah agama.

Merujuk pada Thomson Reuters dalam *State of the Global Islamic Economic 2015*, nilai belanja yang dikeluarkan masyarakat muslim dunia cukup fantastis sekitar USD 230 miliar untuk pakaian pada tahun 2014. Jumlah tersebut merupakan 11% total belanja pakaian penduduk dunia dengan rata-rata sebesar 2,8% per tahun. Selanjutnya, jumlah tersebut melonjak sampai USD 322 miliar pada tahun 2018 atau mencapai 11,5% dari total belanja global. Saat ini, negara yang menjadi tujuan ekspor *fashion* muslim Indonesia yaitu Amerika Serikat, Jepang, Jerman, Korea, Inggris, Australia, Kanada, Uni Emirat Arab, Belgia dan RRT.

Tabel 1.1

Data Negara Konsumen Busana Muslim 2014

No.	Negara	Penjualan
1.	Turki	USD 24,84 miliar
2.	Uni Emirat Arab	USD 18,24 miliar
3.	Nigeria	USD 14,99 miliar
4.	Arab Saudi	USD 14,73 miliar
5.	Indonesia	USD 12,69 miliar

6.	Rusia	USD 10,92 miliar
7.	Mesir	USD 10,72 miliar
8.	Pakistan	USD 10,52 miliar

Sumber : Siaran Pers Kemendag RI (*kemendag.go.id*)

Berdasarkan tabel 1.1 posisi Indonesai berada pada urutan ke-5 sebagai negara konsumen busana muslim terbesar dengan nilai USD 12,69 miliar pada tahun 2014. Data tersebut menunjukkan pentingnya pengembangan bisnis *fashion* muslim di Indonesia agar menjadi acuan industri mode muslim dunia. Di tengah persaingan pasar global, para pelaku industri mode busana muslim harus memiliki fondasi dari hulu ke hilir yang tangguh dan unggul.

Kementerian Peindustrian (Kemenperin) menggelar Indonesia Moslem Fashion Expo sebagai bagian dari strategi mewujudkan ambisi Indonesia sebagai salah satu kiblat *fashion* muslim dunia. (katadata.co.id : *Tumbuh 8,7%, Busana Muslim Jadi Andalan Ekspor Tekstil Indonesia*) Ambisi Kemenperin tersebut menjadi dasar bagi desainer *fashion* muslim Indonesia untuk ajang kompetisi menciptakan karya yang bisa diterima masyarakat dalam amupun luar negeri.

Menteri Perindustrian Airlangga Hartanto mengatakan, Industri *fashion* merupakan salah satu sektor strategis dan prioritas nasional. Bidang usaha ini menghasilkan devisa dengan nilai ekspor US\$ 8,2 miliar per Juli tahun 2018 atau tumbuh 8,7% secara tahunan. Sampai dengan Juli 2018, produk-produk dari industri *fashion* domestik baru menguasai 1,9% pasar *fashion* dunia. Kemenperin hendak meningkatkan *market share* ini sehingga kontribusinya terhadap perekonomian nasional ikut bertambah. Strategi yang ditempuh ialah dengan mendongkrak pertumbuhan pelaku *startup* di bidang ini.

Table 1.2
Jumlah Pemeluk Agama Tahun 2016

Jumlah Pemeluk Agama					
Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Budha	Lainnya
2,294,519	28,926	19,288	1,609	3,401	343

Sumber : jatim.bps.go.id

Berdasarkan table 1.2 Jember adalah kota yang mayoritas penduduknya menganut agama islam dengan jumlah 2.294.519 jiwa, hal ini menjadi peluang bisnis bagi pebisnis untuk membuka usaha khususnya perlengkapan muslim. Dalam hal ini persaingan akan penjualan busana muslim menjadi lebih ketat dengan hadirnya banyak ritel-ritel *fashion* muslim yang sudah banyak di Jember.

Kesuksesan dalam persaingan terletak pada kemampuan menciptakan dan mempertahankan pelanggan dengan cara menghasilkan dan menyampaikan produk yang sesuai dengan keinginan dan perilaku konsumen pada harga yang layak (*reasonable*). Oleh karena itu, setiap *marketer* harus berupaya memahami perilaku konsumen. Kelangsungan hidup perusahaan sangat ditentukan oleh pelanggan. Memulai pemahaman konsumen secara mendalam, *marketer* dapat menyusun program pemasaran yang tepat untuk memanfaatkan setiap peluang yang ada secara optimal untuk menghasilkan laba diatas para pesaingnya. Perusahaan untuk dapat merumuskan pemasaran kompetitif yang efektif, perlu mendapatkan sejauh mungkin segala sesuatu mengenai pesaing. Perusahaan harus terus menerus membandingkan produk, harga, saluran distribusi dan promosi miliknya dengan milik pesaingnya. Dengan cara ini perusahaan akan dapat menemukan kekurangan dan keunggulan kompetitif yang ada, dan dapat melakukan kampanye yang kuat terhadap pesaing, bila perlu dapat menyiapkan pertahanan yang kuat terhadap aksi pesaing. Perusahaan dalam meningkatkan pelanggan yaitu dengan mengukur kemampuan memberikan produk dan layanan

pada pelanggan, sebagai cara untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap perkembangan perusahaan.

Fenomena-fenomena diatas yang membuat banyaknya ritel *fashion* muslim yang bermunculan. Ritel-ritel tersebut saling bersaing untuk tetap bertahan, persaingan yang ketat tersebut di tunjukkan oleh adanya beberapa toko busana muslim yang berada di sekitar Jember.

Table 1.3
Toko yang Menjual Busana Muslim di Jember

No.	Nama Toko
1.	Rien Collection
2.	Syafia Plaza
3.	Griya Muslim Zaza
4.	Elzatta
5.	Fazira
6.	Rumah Dannis Collection
7.	Salsabila

Sumber : Observasi Pendahuluan (data diolah), 2019

Berdasarkan nama-nama toko tersebut penulis tertarik meneliti Syafia Plaza Jember. Syafia Plaza merupakan toko yang paling banyak menjual jenis produk muslim. Syafia menawarkan pernak-pernik yang berbau islam secara grosir maupun eceran, hingga barang-barang keperluan rumah tangga yang bernuansa timur tengah. Dalam hal ini penulis melihat adanya keberagaman produk yang dijual Syafia, melainkan mengkombinasikan segala jenis keperluan muslim.

Namun dalam fenomenanya terdapat Kinerja yang belum maksimal di Syafia Plaza Jember. Menjamurnya usaha ritel busana muslim, sengitnya persaingan, ditambah lagi tidak semua umat muslim membiasakan berbusana muslim dalam kesehariannya. Belum lagi kompetitor yang kelihatannya sepele namun justru berpengaruh besar dalam persaingan pasar, yaitu pengusaha busana muslim dan perlengkapan di pasar Tanjung, yang justru terkonsen dalam satu produk sehingga lebih mampu menekan biaya penjualan. Dari ramainya persaingan tersebut Syafia Plaza Jember seakan terus menerus berkonsentrasi pada persaingan harga dengan kompetitor. Yang luput dari Syafia adalah bagaimana memberayakan karyawan. Ketika karyawan sudah diberdayakan hal yang timbul secara signifikan akan menciptakan perkembangan perusahaan itu sendiri melalui sumber daya manusia yang produktif dengan kinerjanya.

Tabel 1.4
Data Absensi Karyawan Sayfia Plaza Jember
Tahun 2017

Bulan	Jumlah karyawan	Jumlah hari kerja/ bulan	Jumlah hari kerja seharusnya	Jumlah absensi	Jumlah hari kerja senyatanya	Presentasi absensi
Januari	60	23	1380	22	1358	6,23
Februari	60	20	1200	19	1181	6,32
Maret	60	23	1380	22	1358	6,23
April	60	22	1320	18	1302	7,23
Mei	60	23	1380	23	1357	6,00
Juni	60	22	1320	20	1300	7,00
Juli	60	23	1380	18	1362	7,67
Agustus	60	23	1380	21	1359	6,58
September	60	22	1320	19	1301	6,98
Oktober	60	23	1380	23	1357	6,00
November	60	22	1320	20	1300	7,00

Desember	60	23	1380	21	1359	7,67
Jumlah	60	269	16140	246	15894	80,91
Rata-rata tingkat ketidakhadiran pegawai				7,67 %		

Sumber : HRD Syafia Plaza Jember

Gambar 1.1 Absensi Pegawai

Permasalahan yang terjadi adalah bagaimana meningkatkan kinerja, agar konsumen tidak kecewa dan lari ke Perusahaan Ritel lain hanya karena pelayanan yang tidak memuaskan atau kondisi lingkungan yang kurang bersih. Namun pada kenyataannya ada saja karyawan yang melanggar peraturan hingga sudah dikenai SP sebanyak dua kali hingga skorsing selama 6 bulan. Terdapat fenomena kinerja yang harus dibenahi oleh Syafia Plaza Jember dalam meningkatkan produktivitas pegawai/karyawan.

Kinerja merupakan suatu hasil kerja yang dihasilkan oleh seorang pegawai diartikan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Menurut (Mangkunegara, 2009) bahwa hasil kerja adalah secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Mangkunegara, (Sedamayanti, 2011) mengungkapkan bahwa kinerja merupakan terjemahan dari *performance* yang berarti hasil kerja seorang pekerja, sebuah proses manajemen atau suatu organisasi secara keseluruhan dimana hasil kerja tersebut dapat ditunjukkan buktinya secara kongkrit dan dapat diukur (dibandingkan dengan standar yang telah ditentukan). Diperkuat oleh (Wibowo, 2010). Wibowo mengemukakan bahwa kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut. Ukuran secara kualitatif dan kuantitatif yang menunjukkan tingkatan pencapaian suatu sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan adalah merupakan suatu yang dapat dihitung serta digunakan sebagai dasar untuk menilai atau melihat bahwa kinerja setiap hari dalam perusahaan dan perseorangan terus mengalami peningkatan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan, antara lain motivasi, kepemimpinan, lingkungan kerja, disiplin kerja, budaya kerja, komunikasi, komitmen, jabatan, kualitas kerja, pelatihan, kompensasi, kepuasan kerja, dan masih banyak yang lain. semua faktor tersebut berpengaruh, tergantung pada fakta yang terjadi sebenarnya, ada yang dominan dan ada pula yang tidak (Wahyudin, 2006). Kinerja bisa mempengaruhi berlangsungnya kegiatan suatu organisasi perusahaan, semakin baik kinerja yang ditunjukkan oleh pegawai atau karyawan akan sangat membantu dalam perkembangan organisasi atau perusahaan. Menurut (Rivai, 2011) bahwa kinerja merupakan perilaku yang nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh pegawai sesuai dengan perannya dalam perusahaan. Kinerja tidak serta merta berdiri sendiri sebagai variabel utuh tanpa dipengaruhi oleh faktor apapun. (Wahyudin, 2006) menjelaskan ada banyak faktor yang mempengaruhi kinerja. Seperti motivasi, kepemimpinan, lingkungan kerja, disiplin kerja, budaya kerja, komunikasi, komitmen, jabatan, kualitas kerja, pelatihan, kompensasi, kepuasan kerja, dan masih banyak yang lain. Faktor yang diajukan (Wahyudin, 2006) tidak menutup kemungkinan ada hal lain yang dapat mempengaruhi Kinerja Karyawan. Yaitu dalam meningkatkan kinerja karyawan, melalui penerapan Etos Kerja Islam dan Gaya Kepemimpinan Demokratis.

Etos kerja Islam dapat diterapkan dalam perusahaan dengan maksimal maka akan mempengaruhi atmosfer perusahaan itu sendiri, ketika terbentuk atmosfer yang nyaman maka hal tersebut berbanding lurus dengan kinerja karyawan. Begitu juga dengan Gaya Kepemimpinan Demokratis, pemimpin tidak luput dengan kesalahan. Baik kebijakan yang dibuatnya ataupun strategi pemasaran yang tidak cocok bagi karakter pegawai. Hal tersebut memicu berkurangnya pendapatan atau bahkan kesejahteraan karyawan. Dengan begitu, Gaya Kepemimpinan hadir sebagai solusi bagi para pemimpin yang menginginkan simpul antara pimpinan dan karyawan itu terbangun dengan cukup dinamis. Karena karyawan bisa dengan leluasa mengkritik kebijakan ataupun aturan yang dirasa kurang tepat diterapkan dalam perusahaan. dengan begitu pemimpin dapat mengarahkan aspirasi karyawan sebagai landasan untuk menciptakan kebijakan

ataupun aturan yang dinilai sama-sama menguntungkan baik karyawan maupun perusahaan.

Etos kerja yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan, baik secara moral dan religius. (Mangkunegara, 2009) menjelaskan bahwa dalam hubungannya dengan pencapaian kerja individu dan organisasi, di era globalisasi perlu dilandaskan pada pendekatan psikologi dan organisasi, pendekatan budaya dan serta agama. Dari situ agama dapat ikut andil dalam peningkatan kinerja karyawan melalui Etos Kerja. Dengan etos kerja yang bersumber dari keyakinan qur'ani, ada semacam keterpanggilan yang sangat kuat dari lubuk hatinya, "Aku ini seorang muslim, aku ini wakil Allah di muka bumi; apakah pantas bekerja setengah-setengah? Apakah pantas seotah khalifah menunjukkan hasil kerja yang tidak berkualitas?. Bila Allah telah berbuat ihsan, mengapa aku tidak mengikutinya untuk berbuat ihsan juga?". Etos yang juga mempunyai makna nilai moral adalah suatu pandangan batin yang bersifat mendarah-daging. Dia merasakan bahwa hanya dengan menghasilkan pekerjaan yang terbaik, bahkan sempurna, nilai-nilai Islam yang diyakininya dapat diwujudkan. Karenanya, etos bukan sekadar kepribadian atau sikap, melainkan lebih mendalam lagi, dia adalah martabat, harga diri, dan jati diri seseorang. (Toto, 2002, *Membudayakan Etos Kerja Islam*) (Ali, 2008), sejak awal masa Islam, khususnya umat muslim telah menawarkan pandangan pada pekerjaan dan telah merumuskan secara jelas mengenai konsep etos kerja. Dimana etos kerja yang dimaksud adalah etos kerja Islami (*Islami Work Ethic*) yang berlandaskan dari Al-Qur'an dan ucapan-ucapan serta contoh dari Nabi Muhammad SAW. Adapun pengertian etos kerja Islami adalah karakter dan kebiasaan manusia berkenaan dengan kerja, terpancar dari sistem keimanan/aqidah Islam yang merupakan sikap hidup mendasar terhadapnya. (Asifudin, 2007)

Kemudian Gaya Kepemimpinan Demokratis, bila mana kepemimpinan menerapkan gaya yang tidak dikehendaki karyawan, tidak akan menemui persamaan persepsi antara karyawan dan pimpinan. Sehingga dapat berpengaruh dalam pengembangan tujuan perusahaan. Gaya Kepemimpinan Demokratis dirasa ideal bila diterapkan dalam perusahaan. Dimana karyawan menjadi subyek

yang aktif dalam memberi masukan kepada pimpinan, sedangkan pimpinan berperan aktif dalam membangun simpul komunikasi dalam penyampaian masukan yang dilakukan karyawan. Seperti yang dijelaskan (Terry, 2005) dalam Baharuddin dan (Umimarso, 2012), Bahwa Pemimpin yang demokratis menganggap dirinya sebagai bagian dari kelompoknya dan bersama-sama dengan kelompoknya berusaha bertanggung jawab tentang terlaksananya tujuan bersama. Agar setiap anggota turut bertanggung jawab, seluruh anggota ikut serta dalam segala kegiatan, perencanaan, penyelenggaraan, pengawasan dan penilaian. Setiap anggota dianggap sebagai potensi yang berharga dalam usaha pencapaian tujuan. Lewin (1951) mengemukakan kepemimpinan demokratis menganggap dirinya sebagai bagian dari kelompoknya dan bersama-sama dengan kelompoknya berusaha bertanggung jawab tentang terlaksananya tujuan. Hal ini agar setiap anggota turut bertanggung jawab, seluruh anggota ikut serta dalam segala kegiatan, perencanaan, penyelenggaraan, pengawasan dan penilaian. Setiap anggota dianggap sebagai potensi yang berharga dalam usaha pencapaian tujuan yang diinginkan dalam (Umimarso, 2012). Dari situ sudah bisa menjelaskan bagaimana Gaya Kepemimpinan Demokratis dapat menjadi pilihan bagi pemimpin guna mengembangkan produktivitas karyawan dan juga perusahaan. Bertitik tolak dari fenomena diatas menganggap penting permasalahan tersebut dikaji dan ditelaah dalam sebuah skripsi dengan judul **“PENGARUH ETOS KERJA ISLAM DAN GAYA KEPEMIMPINAN DEMOKRATIS TERHADAP KINERJA KARYAWAN (Studi pada Syafia Plaza Jember)”**

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan beberapa uraian dan latar belakang diatas, dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Etos Kerja Islami pada kinerja karyawan Syafia Plaza Jember
2. Bagaimana pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratis pada kinerja karyawan Syafia Plaza Jember
3. Apa hubungan variabel keduanya terhadap kinerja karyawan

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Untuk menganalisis penanaman nilai Islam dalam perusahaan dapat meningkatkan kinerja karyawan

1. Untuk menganalisis kepemimpinan Demokratis berpengaruh terhadap kinerja karyawan
2. Hubungan penanaman nilai Islam/etos Islam dengan kepemimpinan demokratis terhadap produktivitas kinerja karyawan

1.4. MANFAAT PENELITIAN

- a. Bagi perusahaan:

Memberikan informasi kepada perusahaan, bahwa penanaman nilai islam dan kepemimpinan demokratis akan berpengaruh bagi produktivitas karyawan dan perkembangan perusahaan Rien Colection.

- b. Bagi pihak lain/Almamater:

Memberikan informasi selanjutnya, bahwa sedari awal Universitas Muhammadiyah Jember memberikan penanaman nilai Islam pada mahasiwa begitu berpengaruh ketika nilai tersebut diimplementasikan pada perusahaan.

- c. Bagi penulis:

1. Menambah wawasan dan pengetahuan peneliti untuk berfikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan yang terjadi.
2. Sebagai sarana penerapan ilmu yang diperoleh selama kuliah.