

## Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Kerajinan Tangan Dikampung Baru Maroangin Kecamatan Ma’rang Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan

Anugrah Murtini

Prodi Ekonomi Syariah, STAI DDI Pangkep

Email: [amnunuu@gmail.com](mailto:amnunuu@gmail.com)

**Abstract.** *Handicrafts are activities that focus on manual skills and functions to process raw materials that are often found in the environment into objects that are not only of use value but also of aesthetic value. Pangkajene Regency and the islands are areas that are currently under development in tourism in South Sulawesi. This is a market potential for the tourism industry which has an impact on the extent of the local handicraft market. The types of handicraft industry products produced by Pangkep regional craftsmen include bags, shoes, wallets, belts and so on.*

**Keywords:** *Handicrafts, Pangkajene Regency, Products*

**Abstrak.** Kerajinan tangan adalah kegiatan yang menitik beratkan pada keterampilan tangan dan fungsi untuk mengolah bahan baku yang sering ditemukan di lingkungan menjadi benda-benda yang tidak hanya bernilai pakai tetapi juga bernilai estetis. Kabupaten Pangkajene dan kepulauan adalah daerah yang sedang dalam pengembangan wisata yang ada di Sulawesi Selatan. Hal ini merupakan potensi pasar untuk industri pariwisata yang berdampak pada luasnya pasar hasil kerajinan tangan setempat. Jenis produk hasil industri kerajinan tangan yang dihasilkan oleh perajin daerah Pangkep meliputi tas, sepatu, dompet, ikat pinggang dan sebagainya.

**Kata kunci:** Kerajinan Tangan, Kabupaten Pangkajene, Produk

### LATAR BELAKANG

Semakin kompleks dan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat berpengaruh dalam bidang usaha. Hal ini mendorong para pengusaha untuk menghasilkan produk dalam jumlah besar dan jenis yang lebih bervariasi serta kualitas yang memadai. Berkembangnya industri dewasa ini menyebabkan makin kompetitifnya persaingan dalam dunia industri di mana perusahaan berlomba-lomba untuk menarik konsumen sebanyak mungkin. Para pelaku bisnis di industri terus berupaya agar apa yang mereka hasilkan dan mereka tawarkan, diinginkan dan diterima oleh konsumen, yang kemudian akan dibeli dalam tingkat pembelian yang maksimum dengan frekuensi pembelian yang tinggi.

Faktor faktor tersebut diantaranya menyangkut design produk, harga dan kualitas produk industri kerajinan tangan. Produk kerajinan tangan yang memiliki segmen pasar wanita dewasa sangat rentan terhadap perubahan design atau mode, sehingga variabel design

menjadi faktor yang dipertimbangkan oleh masyarakat. Demikian juga dengan variabel harga, mengingat produk kerajinan kulit yang beredar di pasar bermacam-macam kualitas, ada yang murni kulit ada yang campuran sehingga mempengaruhi pertimbangan harga bagi konsumen dalam mengambil keputusan membeli. Pengembangan produk dalam sistem produktif modern menjadi semakin penting dalam mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan di tengah persaingan yang ketat. Dalam praktiknya, bisnis dimulai dengan pengadaan modal. Lalu membuat produk untuk dipasarkan agar memperoleh keuntungan.

Konsumen seringkali bersedia membayar lebih mahal untuk produk/jasa yang terlihat lebih baik dan menawarkan kegunaan yang lebih besar, fungsionalitas yang lebih baik, dan berkelanjutan. Banyak konsumen yang berminat untuk membeli berdasarkan pada desain produk, karena sebuah desain produk yang bagus mengindikasikan kualitas, penampilan, kinerja, kemudahan penggunaan, dan keandalannya. Maka semakin bagus sebuah desain produk, semakin besar pula minat beli calon konsumen. Semua aspek kehidupan ada hukumnya dalam Islam. Islam sangat menyukai keindahan. Desain pada sebuah produk pada umumnya memperhitungkan aspek keindahan, kesenian pada tampilan produk dan aspek fungsi bagi konsumen.

Adapun faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk adalah sebagai berikut:

1. Gaya (style), menggambarkan penampilan dan perasaan yang ditimbulkan oleh produk itu bagi pembeli.
2. Daya tahan (durability), ukuran usia yang diharapkan atas beroperasinya produk dalam kondisi normal atau berat, merupakan atribut yang berharga untuk produk-produk tertentu.
3. Keandalan (reliability) ukuran probabilitas bahwa produk tertentu tidak akan rusak atau gagal dalam periode waktu tertentu.
4. Mudah diperbaiki (reparability), ukuran kemudahan untuk memperbaiki produk ketika produk itu rusak atau gagal.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **A. Keputusan konsumen**

#### **1. Pengertian Keputusan Pembelian**

Ini meliputi tiga proses, yakni identifikasi kebutuhan, pencarian informasi dan evaluasi alternatif. Pada tahap konsumsi merupakan tahap proses keputusan konsumen di mana konsumen telah membeli dan menggunakan produk tersebut. Sedangkan pada tahap evaluasi purnabeli adalah tahap proses pembuatan keputusan konsumen sewaktu konsumen menentukan apakah ia telah membuat sebuah keputusan pembelian yang tepat.

## **2. Perilaku Konsumen.**

Perilaku konsumen merupakan tingkah laku tentang individu, kelompok, atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, mengamankan, menggunakan, dan membuang produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk kepuasan. Aspek tentang perilaku konsumen yaitu:

- 1) Keputusan pemasaran yang sukses oleh perusahaan komersial membutuhkan informasi lengkap tentang perilaku konsumen.
- 2) Perlu untuk mengumpulkan informasi tentang konsumen tertentu yang terlibat dalam keputusan pemasaran yang dihadapi.
- 3) Mengungkapkan bahwa perilaku konsumen adalah proses multidimensional yang kompleks.

Pengetahuan tentang perilaku konsumen memberikan panduan yang dapat digunakan untuk melakukan pemasaran yang tepat. Karena semua keputusan dan peraturan pemasaran didasarkan pada asumsi dan pengetahuan tentang perilaku konsumen.

## **3. Proses Keputusan Pembelian**

Proses keputusan pembelian menurut Fandy Tjiptono dapat dikelompokkan menjadi tiga tahap utama yaitu; pra-pembelian, konsumsidan evaluasi purnabeli. Pada tahap pra-pembelian mencakup segala aktivitas konsumen yang terjadi sebelum terjadinya transaksi pembelian dan pemakaian produk. Tahap orang lain dan faktor kedua adalah faktor situasional yang tak terduga.

## **4. Perilaku Pasca Pembelian**

Setelah melakukan pembelian produk, konsumen akan merasakan kepuasan atau ketidakpuasan dan akan terlibat dalam perilaku pasca pembelian yang menarik.

## **5. Tindakan Kepuasan dan Ketidakpuasan Setelah Membeli**

Kepuasan menyeluruh dengan suatu pembelian dapat meliputi kepuasan dengan proses pembelian, meliputi tersedianya informasi untuk pembuatan keputusan dan pengalaman dari pembelian. Sebagai tambahan kepuasan dengan satu komponen, seperti

produk itu sendiri, mungkin dipengaruhi oleh tingkat kepuasan dengan komponen lain, seperti tenaga penjual yang melayani dengan penuh keramah tamahan. Performansi dari sebuah produk yang melebihi performansi yang diharapkan umumnya akan mengakibatkan kepuasan dan tidak mudah terpengaruh oleh produk pihak pesaing.

### **B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian**

Menurut Simamora yang dikutip oleh Linggar Eka Setyanto, dkk, bahwa seorang konsumen sebelum melakukan pembelian pada sebuah produk, akan mempertimbangkan atribut produk yang meliputi desain produk, kualitas produk, dan kelengkapan fungsi (fitur) pada sebuah produk. Beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada sebuah produk adalah sebagai berikut;

1. Desain produk
2. Fitur produk
3. Kualitas Produk

### **C. Hal yang Paling Berpengaruh dalam Keputusan Pembelian**

Perkembangan yang sangat pesat didunia usaha, menuntut para produsen untuk terus berkembang dan berinovasi agar tetap bertahan dan mampu untuk bersaing. Salah satu daya tarik sebuah produk adalah desainnya, sehingga dengan semakin tajamnya persaingan, para produsen berusaha menggunakan kreatifitas untuk membuat desain produk yang menarik, sehingga mendapat perhatian dari para konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh Izza Indora Maulana Widodo, atribut produk dikelompokkan menjadi tiga unsur penting, yakni desain produk (product design), kualitas produk (product quality), dan fitur produk (product features). Artinya, desain produk merupakan salah satu unsur penting dalam suatu produk yang akan diproduksi.

Islam mengajarkan agar dalam memenuhi kebutuhan baik dharuriyyat (kebutuhan primer), hajiyyat (kebutuhan sekunder), dan tahsiniyyat (kebutuhan tersier), manusia melakukannya dengan tujuan beribadah kepada Allah Swt dengan mematuhi aturan agama islam, seperti tidak bersifat israf (pembaziran) dan tabzir (menggunakan untuk jalan yang salah) seperti berjudi, bersifat sederhana dan hemat. Islam tidak melarang individu dalam menggunakan barang untuk mencapai kepuasan selama individu tersebut tidak mengonsumsi barang yang haram dan berbahaya atau rusak.

Menurut Havis Aravik, Islam sudah mengatur etika konsumen dalam konsumsi yaitu:

- a. Bersyukur atas nikmat Allah
- b. Bersedakah. Larangan bersifat kikir atau bakhil
- d. Larangan bersifat israf

e. Dan terakhir adalah masalah al-ibad (kesejahteraan hakiki untuk manusia).

## **METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian dimana peneliti dalam melakukan penelitiannya menggunakan teknik-teknik observasi, wawancara atau interview, analisis isi, dan metode pengumpulan data lainnya untuk menyajikan respons-respons dan perilaku subjek, landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang wajar dan menekankan pada deskripsi objektif yang didapat di lapangan.

### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kampung Baru Maroangin Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan .

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Kelurahan Ma'rang terbagi menjadi 3 (tiga) lingkungan yaitu Lingkungan Ma'rang, Lingkungan Attangale dan Lingkungan Ujung yang ketiganya memiliki total 6 RW/RK yang dibagi menjadi 16 RT. Dusun Maroangin sebagian besar merupakan wilayah Lingkungan Ma'rang yang berbatasan langsung dengan Desa Pitue di sebelah barat, Lingkungan Attangale di sebelah selatan membentang ke sebelah timur, dan Lingkungan Ujung di sebelah utara Kelurahan Ma'rang memiliki potensi pertanian dan perikanan dari perkebunan jeruk, tambak dan persawahan. Sedangkan sebagian besar masyarakat seperti di Maroangin banyak berprofesi sebagai pengrajin sebagian yang lainnya sebagai pelaku usaha home industry, pembuat keranjang dan kandang ayam guna memenuhi kebutuhan hidup.

### **B. Gambaran desain produk kerajinan tangan terhadap keputusan pembelian konsumen di Kampung Baru Maroangin Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep**

Produk merupakan suatu materi yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen, baik berupa barang atau jasa. Produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke suatu kelompok pelanggan atau pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan. Artinya manfaat produk tersebut akan menjadi solusi dari kebutuhan atau keinginan konsumen. Strategi produk pada home industry kerajinan rotan di Maroangin meliputi:

#### **a. Keranjang**

Keranjang adalah suatu benda yang berfungsi sebagai wadah benda lainnya yang ukurannya lebih kecil dari keranjang itu sendiri. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Ramlah mengatakan bahwa:

Keranjang ini dibuat oleh masyarakat pengrajin rotan yang ada di kampung Maroangin, keranjang rotan biasa digunakan untuk menampung manga, ikan dan untuk bertelur ayam. Tidak hanya itu konsumen bisa memesan produk keranjang sesuai dengan ukuran yang diinginkan.

#### **b. Tempat Bayi/keranjang bayi**

Tempat bayi ada sebuah wadah yang digunakan untuk menghias kegiatan dekorasi haqiqa. Adapun hasil wawancara dari ibu Suriati mengatakan bahwa:

Tempat bayi yang biasanya digunakan untuk dekorasi Haqiqa. Tempat bayi mempunyai 3 ukuran yaitu 50 senti meter, 70 senti meter dan 85 sentimeter. Akan tetapi tempat bayi juga bisa dipesan sesuai dengan bentuk yang berbeda dengan cara memperlihatkan gambar kepada pengrajin, serta memberikan ukuran agar pengrajin dapat membuat tempat bayi sesuai pesanan yang diminta oleh konsumen.

#### **c.Hiasan Dinding**

Hiasan dinding adalah suatu benda/alat yang digunakan untuk menghias suatu tempat agar lebih cantik kelihatannya atau agar lebih indah dipandang mata, berikut adalah gambar hiasan dinding dari rotan. Seperti yang dikatakan oleh ibu Ramlah mengatakan bahwa:

Hiasan dinding yang biasa digunakan konsumen di ruang tamu jika ukuran yang dipesan sekitar 25 sampai 50 senti meter, akan tetapi jika konsumen yang memesan produk hiasan dinding dengan ukuran 100 sampai 200 senti meter biasanya konsumen menggunakan untuk properti photo studio, dalam hal pemesanan produk hiasan dinding konsumen bisa melakukan pemesanan produk sesuai ukuran yang diinginkan konsumen.

#### **d.Vas Bunga diatas Meja**

Vas bunga adalah wadah terbuka yang di isi dengan rangkaian bunga untuk mempercantik tatanan di atas meja. Adapun yang dikatakan oleh ibu Nurmiah mengatakan bahwa:

Vas bunga yang biasanya disimpan diatas meja vas bunga dibuat oleh masyarakat pengrajin rotan di maroangin sesuai dengan bentuk dan ukuran yang diinginkan konsumen.

#### **e.Tas Parsel**

Tas parsel digunakan sebagai cendra mata jika sedang melakukan kegiatan atau sebuah acara penting. Adapun yang dikatakan oleh Ibu Surinati mengatakan bahwa:

Tas parcel yang dibuat oleh masyarakat pengrajin rotan yang ada di maroangin yang menggunakan jenis rotan bundar dan rotan cawa sesuai dengan jenis rotan yang di inginkan oleh para konsumen, tas rotan biasanya digunakan untuk memberikan cendramata atau parcel kepada kerabat. Dalam proses pemesanan tas varsel konsumen bisa menentukan bentuk dan ukuran serta warna produk yang diinginkan.

#### **f.Tempat Seseheran Pernikahan**

Tempat seserahan pernikahan adalah sebuah tempat yang digunakan pengantin laki-laki untuk memberika barang kepada perempuan. Tempat seserahan ini biasanya di isi dengan perlengkapan alat shalat seperti gambar dibawa ini. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Zaenal mengatakan bahwa:

Dalam pembuatan tempat seserahan pengantin masyarakat pengrajin rotan menggunakan 3 jenis rotan yaitu rotan cawa, rotan bundar, dan rotan tipis. Dalam hal ini produk seserahan pengantin biasanya digunakan oleh konsumen yang akan melangsungkan acara pernikahan, tidak hanya itu tempat seserahan juga digunakan oleh konusmen perias pengantin yang nantinya sewakan kepada masyarakat yang akan melangsungkan pernikahan. Dalam proses pembuatan prduk kerajinan konsumen bisa melakukan pemesanan produk sesuai dengan bentuk dan ukuran yang diinginkan, tidak hanya itu konsumen juga bisa memesan sesuai dengan warna produk yang diinginkan

### **C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Terhadap Desain Produk Kerajinan Tangan Di Kampung Baru Maroangin Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep**

#### **1. Penetapan Harga Jual**

Proses penentuan harga jual pengrajin rotan di home industri dimaroangin menggunakan metode biaya plus (Cost-Plus Pricing method) dan berdasarkan bahan baku. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Ramlah mengatakan bahwa:

Penentuan harga dengan biaya plus ini penjual dan pengrajin menerapkan harga jual untuk satu unit produk yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit ditambah dengan jumlah untuk menutup laba yang diinginkan. Masyarakat pengrajin di home industri kerajinan rotan juga menentukan harga dengan menghitung bahan baku yang di keluarkan pada saat membuat produk dalam proses penentuan harga produk yang dilakukan di industri kecil kerajinan rotan di Maroanging, masyarakat pengrajin terlebih dahulu menghitung harga bahan baku yang dikeluarkan untuk membuat suatu produk, kemudian menentukan harga jual

dengan membuat kesepakatan harga dengan para pengrajin yang lain agar nantinya tidak ada kesalahpahaman mengenai penentuan harga.<sup>50</sup>

## **2. Potongan harga**

Pemberian potongan harga digunakan untuk meningkatkan permintaan pembelian dan menarik minat pembeli. Potongan yang diberikan dari penjual yang ada disekitar home industri sebesar 3% atas penjualan produknya. Dengan ketentuan pembelian diatas 10pcs. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Zainuddin mengatakan bahwa:

Potongan harga sendiri diberikan kepada konsumen yang ingin menjual kembali produk yang telah dibeli untuk dijual kembali. Hal ini dilakukan agar konsumen tidak pindah tempat untuk membeli suatu produk, harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa konsumen akan memilih produk dengan harga yang terjangkau dan harga yang relatif rendah.

## **3. Penentuan Harga Yang Relative Lebih Murah**

Masyarakat pengrajin rotan menentukan harga produk yang relative lebih murah dibanding harga yang dikeluarkan oleh pesaing. Pengrajin rotan membuat produk dengan model yang sama tetapi harga jual jauh lebih murah daripada harga yang dikeluarkan oleh pesaing.

## **4. Promosi Penjualan**

Kegiatan promosi penjualan yang dilakukan oleh masyarakat yang ada di sekitaran home industry kerajinan rotan di Maroangin melakukan promosi penjualan dengan mengikuti kegiatan pameran yang dilaksanakan di kabupaten pangkep. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Nurmiah yang mengatakan bahwa:

Setiap adanya kegiatan pameran yang dilakukan oleh pemerintah setempat maka masyarakat pengrajin rotan menyediakan produk unggulan dan produk baru yang akan di kenalkan kepada masyarakat luas. Tidak hanya itu masyarakat pengrajin juga memberikan potongan harga kepada konsumen agar tertarik melakukan pembelian produk kerajinan.

## **5. Pemasaran Langsung**

Dalam melakukan kegiatan pemasaran langsung, ada beberapa masyarakat pengrajin rotan yang ada di sekitaran home industry kerajinan rotan di Maroangin. Melakukan penjualan tanpa adanya perantara dalam memasarkan produk. Adapun hasil wawancara dengan ibu surinati mengatakan bahwa:

Masyarakat pengrajin langsung menjual produk yang dihasilkan kepada konsumen. Dari hasil wawancara yang dilakukan masyarakat pengrajin rotan yang menjual produk

secara langsung ialah masyarakat pengrajin rotan yang memiliki lokasi yang strategis dan mudah di jangkau oleh konsumen.

## **6. Promosi Melalui Media Social**

Masyarakat pengrajin rotan yang ada disekitaran home industry kerajina rotan melakukan kegiatan promosi dengan memanfaatkan media sosial yang ada untuk mempromosikan suatu produk yang mereka hasilkan. Dari hasil wawancara dengan Ibu Ramlah mengatakan bahwa:

Media sosial yang di gunakan yaitu Facebook, whatshap, market flas dan Instagram. Dari hasil wawancara yang dilakukan ternyata hanya beberapa pengrajin rotan yang tidak memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk. Dikarenakan keterbatasan dalam menggunakan media sosial.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat simpulkan sebagai berikut 1. Product

1. Gambaran desain produk kerajinan tangan terhadap keputusan pembelian konsumen di Kampung Baru Maroangin Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep Dalam meningkatkan penjualan masyarakat pengrajin home industri kerajinan rotan membuat berbagai jenis produk kerajinan rotan sesuai dengan model yang diinginkan konsumen. Munculnya berbagai variasi jenis produk. kualitas produk yang tahan lama, dapat melakukan pemesanan produk sesuai dengan keinginan, adanya peningkatan produk setiap tahunnya.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap desain produk kerajinan tangan di Kampung Baru Maroangin Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep adalah Penetapan Harga Jual, Potongan harga, Penentuan Harga Yang Relative Lebih Murah, ke tiga faktor ini sangat berpengaruh pada keputusan konsumen dalam memebli produk kerajinn tangan.

### **B. Implikasi**

Setelah mengadakan penelitian di Maroangin, maka disarankan pada:

1. Untuk meningkatkan penjualan maka industri kecil kerajinan rotan harus selalu memperhatikan variable-variable yang mempengaruhinya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan bauran pemasaran 7P sangat berpenagruh demi kelangsungan usaha industry kecil kerajinan rotan.

2. Dalam pengembangan produk masyarakat pengrajin rotan harus mampu bersaing dengan produk produk yang ada didaerah pulau Jawa, dengan mencoba membuat kerajinan yang menggunakan rotan bundar agar nantinya produk yang diciptakan dapat meningkatkan volume penjualan kerajina rotan.

#### **DAFTAR REFERENSI**

- Aravik, Havis. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer Ed-1*. Kencana: Depok, 2017.
- Setyanto, Linggar Eka Zainul Arifin, dann Sumarti, “*Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian*”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 46 No. 2, 2017.
- Simamora. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta PT Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana, *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016.
- Widodo, Izza Indora Maulana. Skripsi : “*Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Desain Produk, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario*” Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2017.