BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi seperti sekarang ini, perkembangan bisnis semakin meningkat dan menyebabkan perusahaan harus menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, khususnya persaingan bisnis dalam dunia industri. Seperti di Kota Blitar terdapat sebuah perusahaan yang melakukan bisnis industri yaitu kerajinan. Kerajinan yang dimaksud adalah kerajinan tangan yang terbuat dari batok kelapa, yang berbasis bisnis home industri. Agar perusahaan tersebut sukses dalam persaingan maka syarat utama yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan adalah mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Karena konsumen pada zaman sekarang ini sangat kritis dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Dalam hal ini manajemen pemasaran dituntut untuk memahami para konsumen.

Sehubungan dengan permasalahan tersebut, perlu menerapkan studi perilaku konsumen pada kegiatan pemasaran. Tujuan utama mempelajari perilaku konsumen bagi produsen adalah untuk memahami mengapa dan bagaimana para konsumen tersebut mengambil keputusan dalam melakukan

pembelian.[2] Dengan adanya pemahaman tersebut dapat memberikan kemudahan bagi produsen untuk merencanakan strategi pemasaran agar sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen dan mendorong para konsumen untuk melakukan keputusan dalam membeli suatu produk.

Bahkan di Indonesia sendiri, konsumen diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Dalam Undang-undang tersebut menjelaskan bahwa hak konsumen diantaranya hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa, hak untuk memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan jasa tersebut yang sesuai dengan nilai tukar, hak untuk diperlakukan secara benar dan tidak diskriminatif, hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau pergantian apabila barang yang diterima tersebut tidak sesuai dengan perjanjian.[3]

Berdasarkan undang-undang tersebut sudah jelas bahwasanya konsumen memiliki payung hukum sendiri di Indonesia dan para konsumen diberikan kebebasan untuk memilih barang dan jasa yang mereka inginkan. Menurut Mangkunegara dalam mendefinisikan perilaku konsumen adalah "tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam

---

[2]Wanda Getycia dan Edin S. Djatikusuma, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Koputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Minuman Berisotonik Pocari Sweet*. (Skripsi STIE MPD 2014), hal. 2.

[3]Undang-undang Republik Indonesia tentang perlindungan Konsumen dalam *https://www.hukumonline.com/pusatdata/downloadfile/lt4c43f63962e55/parent/447*, diakses pada tanggal 26 November 2018 pukul 11.55 WIB.

mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan".[4] Dari pendapat tersebut maka dapat kita pahami bahwa perilaku konsumen adalah sebuah tindakan yang dilakukan oleh siapa saja yang berhubungan oleh dengan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar.

Selanjutnya perilaku konsumen disini akan menjadi tolak ukur perusahaan untuk proses pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan menurut Riatiyanti P. dan Jhon J.O.I Ihalauw dalam sebuah litertur mengemukakan bahwa "keputusan sebagai sutu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif".[5] Dari ungkapan tersebut menjelasakan bahwa orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada. Bila seseorang dihadapkan dengan dua pilihan yaitu membeli dan tidak membeli dan kemudian dia memilih membeli, maka dia ada dalam posisi membuat suatu keputusan. Semua orang mengambil keputusan setiap hari dalam hidupnya tetapi terkadang mereka tidak menyadarinya.

Menurut Kolter dan Gary dalam bukunya yang berjudul *prinsip-prinsip pemasaran,* terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.[6] Yang pertama adalah faktor budaya, faktor yang

---

[4]Totok Subianto, *Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian,* Jurnal Ekonomi Modernisasi*,* Vol. 3, No. 3, Oktober 2007, hal. 168.

[5]Ristiayanti Prasetijo dan Jhon J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2005), hal. 226.

[6]Philip Kolter dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi XII,* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), hal. 159-177.

mempunyai pengaruh yang luas dan mendalam dalam perilaku konsumen. Yang kedua adalah faktor sosial, faktor ini berasal dari luar diri konsumen, faktor sangat penting dalam memberikan keputusan pembelian seseorang. Yang ketiga adalah faktor pribadi, faktor ini berasal dari dalam diri seorang konsumen, dalam faktor pribadi ini terdapat faktor situasi dalam ekonomi yang didalamya menggambarkan tentang penghasilan, pola konsumsi, dan tambahan penghasilan. Selanjutnya pilihan pembelian seseorang dipengaruhi faktor psikologis, yang didalamnya menggambarkan motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan sikap.

Demikian pula dengan pengambilan keputusan oleh para konsumen dalam pembelian produk kerajinan yang ada di Kota Blitar. Kerajinan adalah hal yang berkaitan dengan buatan tangan atau kegiatan yang berkaitan dengan barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan (kerajinan tangan). Kerajinan yang dibuat biasanya terbuat dari berbagai bahan. Dari kerajinan ini dapat menghasilkan hiasan atau benda seni maupun barang pakai. Kerajinan yang dimaksudkan disini adalah kerajinan tangan tas dari tempurung atau batok kelapa. Kerajinan tas batok kelapa ini berbasis home industri dengan fokus usaha pada batok kelapa yang dikreasikan menjadi berbagai bentuk dan macam, diantaranya tas batik batok, tas batik motif, tempat tisu batok, tas batok goni dan masih banyak yang lainnya.

Lebih lanjut, meskipun konsumen sudah diberi kebebasan dalam memilih barang dan jasa yang mereka inginkan. Tetapi dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen juga harus memperhatikan harta yang

dibelanjakan, memilih yg baik dan buruk maupun halal dan haram. Karena di dalam ekonomi islam, seorang muslim akan mencapai tingkat konsumsi yang baik atau mencapai utilitas (kepuasan) maksimal dalam kegiatan konsumsi yang dilakukan harus sesuai dengan ajaran agama islam. Kaidah yang diacu sebagai pedoman dalam berknsumsi terdapat didalam Alqur'an dalam Surat al Isra' ayat 29 yang berbunyi:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَحْسُورًا

Artinya: *"Dan janganlah engkau jadikan tanganmu terbelennggu pada lehermu dan jangan (pula) engkau terlalu mengulurukannya (sangat pemurah) nanti kamu menjadi tercela dan menyesal".*[7]

Dari ayat tersebut memberikan pemahaman, bahwasanya Allah SWT menjelaskan cara-cara yang baik dalam membelanjakan harta. Allah SWT melarang orang menjadikan tangannya terbelenggu pada lehernya dan melarang orang yang terlalu mengulurkan tanggannya. Maksud mengulurkan tangannya disini adalah melarang orang yang berlaku boros membelanjakan harta, sehingga belanja yang dihamburkannya melebihi kemampuan yang dimilikinya. Dan berakibat buruk terhadap orang itu sendiri seperti menjadi tercela dan dicemooh oleh orang lain serta kerabatnya dan mejadi orang yang menyesal karena kebiasaan yang selalu boros dan berlebih-lebihan dalam mengeluarkan harta akan mengakibatkan dia tidak punya apa-apa. Cara yang baik dalam membelanjakan hartanya agar terhindar dari sifat tersebut adalah

[7]Depertemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya dilengkapi dengan Transelasi Arab – Latin Juz 1 – 30,* (Jakarta: Do'a Ibu, 2005), hal. 388.

membelanjakan dengan cara yang layak dan wajar, tidak terlalu bakhil dan tidak terlalu boros.

Selanjutnya, bisnis yang menjadi produk unggulan di Kota Blitar adalah Kerajinan tas batok kelapa. Batok kelapa yang merupakan limbah hasil industri ternyata dapat disulap menjadi sebuah kerajinan tangan yang khas dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Pemanfaatan batok kelapa sebagai bahan baku industri kerajinan rumahan ini mempunyai peluang yang sangat besar untuk ditingkatkan sehingga dapat dijadikan alternatif baru untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan incam mereka. Banyak sekali para konsumen yang berminat untuk memiliki tas dari kerajinan batok kelapa. Karena hasil dari produk kerajinan tas batok kelapa ini sangat unik, kreatif, dan kualitasnya tidak kalah dengan tas bermerek lainnya. Berikut ini adalah data tentang penjualan dari kerajinan tas batok kelapa di Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar.

Tabel 1.1

Data penjualan produk kerajinan tas batok kelapa

Tahun	Buah (unit)	Presentase (%)
2014	20.000	20%
2015	25.000	25%
2016	30.000	30%
2017	36.000	36%

Sumber: penjualan produk kerajinan tas batok kelapa tahun 2014-2017[8]

[8]Laporan Penjualan Produk Kerajinan Tas Batok Kelapa Pada Tahun 2014-2017 di Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar.

Berdasarkan pada tabel 1.1 diatas, dapat kita ketahui bahwa perkembangan penjualan kerajinan tas batok kelapa di Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, khususnya empat (4) tahun terakhir (tahun 2014, 2015, 2016, dan 2017). Dapat kita lihat bahwa penjualan produk kerajinan tas batok kelapa selalu mengalami peningkatan akan tetapi di tahun 2014 penjualan kerajinan tas batok kelapa mengalami penurunan. Faktor yang menyebabkan turunnya penjualan kerajinan karena ketatnya persaingan dan masyarakat belum mengetahui atau belum tertarik dengan produk kerajinan batok kelapa. Hal ini perusahaan melakukan evaluasi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk.

Alasan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini di lokasi tersebut adalah karena dilokasi tersebut merupakan sentra kerajinan tas batok kelapa yang memiliki hasil kerajinan yang sangat unik, menarik, kreatif dan memiliki kualitas yang bagus sehingga banyak konsumen yang tertarik untuk membeli kerajinan tersebut. Selain memiliki daya tarik tersendiri untuk para konsumen, kerajinan ini juga memiliki daya tarik bagi para produsennya. Kerajinan batok kelapa oleh para produsen dapat dijadikan sebagai media mengeksploitasikan bakat dan kreativitas mereka.

Oleh karena itu dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian kerajinan tas batok kelapa di Kota Blitar untuk menentukan dan mengetahui keputusan konsumen dalam melakukan pembelian berdasarkan dengan faktor yang

mempengaruhinya. Dimana pengambilan keputusan konsumen merupakan kunci konsumen melakukan pembelian suatu produk tersebut. Pengambilan keputusan yang baik memerlukan adanya identifikasi-identifikasi yang tepat sehingga konsumen membeli suatu produk sesuai denan apa yang diinginkannya tersebut.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas maka pemgambilan keputusan dalam pembelian suatu produk oleh konsumen sangat diperlukan. Dari adanya hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan membahas mengenai pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian, maka terpilih judul **"Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Kerajinan Tas Batok Kelapa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar)".**

B. Identifikasi Masalah

Dengan adanya keterbatasan waktu dan biaya yang digunakan, maka untuk memberikan arah yang jelas dalam penelitian ini penulis membatasi pada masalah-masalah berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian kerajinan tas batok kelapa di Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar.
2. Perilaku konsumen dalam membeli suatu produk.
3. Perspektif Ekonomi Islam.

C. Fokus Masalah

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian kerajinan tas batok kelapa di Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar?
2. Bagaimana perilaku konsumen dalam membeli produk kerajinan tas batok kelapa yang ada di Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar sudah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam?
3. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi konsumen dalam melakukan pembelian produk kerajinan tas batok kelapa di Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar? Serta bagaimana solusi untuk mengatasi kendala tersebut?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam melakukan penelitian ini bedasarkan fokus masalah tersebut adalah:

1. Untuk mendiskripsikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian kerajinan tas batok kelapa di Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar.
2. Untuk mendiskripsikan perilaku konsumen dalam membeli produk kerajinan tas batok kelapa yang ada di Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar sudah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam.
3. Untuk mendiskripsikan kendala-kedala yang dihadapi konsumen dalam melakukan pembelian produk kerajinan tas batok kelapa di Kelurahan

Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar serta solusi untuk mengatasinya.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat. Adapun manfaat penelitian ini antara lain:

1. Manfaat secara teoretis

   Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran pada kajian bidang ilmu pemasaran, menambah ilmu pengetahuan dan wawasan.

2. Manfaat secara praktis

   Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat oleh beberapa pihak, diantaranya:

   a. Bagi lokasi

      Hasil dari penelitian ini dijadikan sebagai masukan, pertimbangan, dan evaluasi yang dapat digunakan dalam menetukan kebijakan perusahaan untuk kegiatan selanjutnya.

   b. Bagi akademik

      Hasil penelitian ini dijadikan sebagai sumbangsih pembendaharaan kepustakaan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung tentang pemasaran.

c. Bagi peneliti lanjutan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau rujukan bagi penelitian lanjutan pada bidang yang sama dengan variabel yang berbeda.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari adanya pengertian ganda yang dikemukan dalam skripsi ini, maka perlu dijelaskan dalam penegasan istilah diantaranya adalah:

1. Definisi Konseptual

a. Perilaku konsumen adalah tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh para konsumen yang gunanya untuk memperoleh, mencapai dan memenuhi kebutuhannya baik untuk menggunakan, mengkonsumsi maupun menghabiskan barang dan jasa, dan berakhir dengan tindakan-tindakan pascapembelian yaitu antara perasaan puas atau tidak puas.[9]

b. Pengambilan keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan kata lain, seseorang mempunyai pilihan alternatif yang harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.[10]

c. Kerajinan adalah hal yang berkaitan dengan buatan tangan atau kegiatan yang berkaitan dengan barang yang dihasilkan dari keterampilan tangan (kerajinan tangan), kerajinan yang dibuat

---

[9]Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian,* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2013), hal. 9.

[10]Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen,* (Jakarta: INDEKS, 2008), hal. 485.

biasanya dari berbagai bahan. Dari kerajinan ini dapat menghasilkan hiasan atau benda yang bernilai seni maupun barang pakai.[11]

d. Perilaku konsumen dalam perpektif Islam merupakan perilaku yang mempelajari bagaimana manusia memilih diantara pilihan yang dihadapi dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki.[12]

2. Definisi Operasional

Berdasarkan judul penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka secara operasional dapat dikatakan bahwa peneliti ingin mengetahui tentang apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk serta untuk mengetahui apakah pembelian tersebut sesuai dengan ekonomi islam pada kerajinan tas batok kelapa Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar. Dan juga untuk mengetahui kendala yang sering dihadapi oleh konsumen sebelum mereka melakukan pembelian kerajinan tas batok kelapa tersebut.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun sistematika penulisan skripsi dengan metode penelitian kualitatif ini, diperinci menjadi tiga bagian utama, yaitu:

Bagian Awal Halaman Sampul Depan, Halaman Judul, Halaman Persetujuan, Halaman Pengesahan, Motto, Pesembahan,

[11] Http://eprints.ung.ac.id/876/6/2013-2-88210-544409012-bab2-10012014113907.pdf, diakses pada tanggal 24 Januari 2019 pukul 10.04 WIB.

[12] Rokhmat Subagiyo, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), hal., 32.

	Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel, Daftar Gambar, Daftar Lampiran, dan Abstrak.
Bagian Inti	
BAB I	Pendahuluan, terdiri dari: (a) Latar Belakang, (b) Identifikasi Masalah, (c) Fokus Penelitian, (d) Tujun Penelitian, (e) Manfaat Penelitian, (f) Penegasan Istilah, (g) Sistematika Penulisan Skripsi.
BAB II	Kajian Pustaka, terdiri dari: (a) Landasan Teoritis, (b) Penelitian Terdahulu, (c) Kerangka Konseptual.
BAB III	Metode Penelitian, terdiri dari: (a) Pendekatan dan Jenis Penelitian, (b) Lokasi Penelitian, (c) Kehadiran Peneliti, (d) Data dan Sumber Data, (e) Teknik Pengumpuln Data, (f) Instrumen Penelitian, (g) Teknik Analisis Data, (h) Pengecekan Keabsahan Temuan, (h) Tahap-tahap Penelitian.
BAB IV	Hasil Penelitian, terdiri dari Paparan Data dan Temuan Penelitian.
BAB V	Pembahasan, (Analisis Hasil Temuan Melalui Teori, Penelitian Terdahulu dan Teori yang Sudah Ada).
BAB VI	Penutup, terdiri dari: (a) Kesimpulan, (b) Saran.
Bagian Akhir	Bagian Akhir ini terdiri dari: (a) Daftar Pustaka, (b) Lampiran-lampiran, (c) Surat Pernyataan Keaslian Tulisan, (d) Daftar Riwayat Hidup.