

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Manik-manik adalah benda kecil, unik dan menarik setiap butir merupakan karya seni kecil. Manik sebenarnya adalah jenis seni pertama yang memiliki banyak manfaat untuk mempercantik diri atau membuat pengguna terlihat lebih menarik sebagai perhiasan. Selama beberapa tahun terakhir, industri aksesoris manik-manik telah berkembang pesat dan merupakan bagian penting dari industri fashion dan aksesoris. Aksesoris ini mencakup berbagai barang seperti cincin, kalung, gelang, dan lainnya yang dihiasi dengan manik-manik. Seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap fashion dan aksesoris, sejalan dengan perkembangan zaman yang mendorong perkembangan dunia bisnis khususnya aksesoris, oleh karena itu aksesoris diminati banyak orang, merintis usaha toko aksesoris yang baru dibuka diharapkan menjadi pilihan bisnis yang menguntungkan. Hal ini dikarenakan aksesoris banyak dimintai oleh semua kalangan anak remaja sampai dewasa sehingga permintaan akan barang tersebut juga banyak.

Tradisi penggunaan manik-manik ini sampai sekarang, dan hampir seluruh Indonesia mengenal akan manik-manik, baik sebagai perhiasan maupun untuk kelengkapan upacara-upacara keagamaan atau adat, melainkan kegiatan seperti pameran atau pentas seni juga bermanfaat bertujuan mempercantik terhadap fashion tersebut untuk menarik masyarakat umum. Usaha UMKM kerajinan manik-manik di Indonesia memiliki sejarah yang cukup panjang, meskipun belum banyak diteliti secara khusus. Sebagian besar informasi tentang sejarah UMKM kerajinan manik-manik lebih bersifat pengamatan dari perkembangan industri kerajinan tangan secara umum. Pada tahun 1970, terjadi perkembangan yang cukup signifikan dalam industri kerajinan tangan di Indonesia, termasuk industri manik-manik. Pemerintah Indonesia saat itu mulai memberikan perhatian khusus terhadap pengembangan industri kreatif dan kerajinan tangan sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan ekonomi daerah dan penggerakkan ekonomi lokal. Bantuan teknis dan pelatihan diberikan kepada para pengrajin dan ini membantu dalam meningkatkan kualitas dan daya saing produk-produk kerajinan termasuk manik-manik yang ada di Indonesia. Seiring dengan perkembangan industri dan perkembangan teknologi,

industri manik-manik khususnya di Indonesia semakin berkembang pesat. Pada awal abad ke-21, terutama dengan adopsi teknologi internet dan media sosial, para pengrajin manik-manik dapat memperluas jangkauan pasar mereka hingga ke pasar internasional. Ini juga memungkinkan para pengrajin untuk menjual produk-produk mereka secara online, meningkatkan aksesibilitas dan visibilitas industri manik-manik Indonesia secara global.

Pada masa kini, UMKM kerajinan manik-manik di Indonesia terus berkembang dan berinovasi. Banyak pengrajin menggabungkan unsur-unsur tradisional dengan desain modern untuk menciptakan produk-produk yang menarik bagi pasar lokal maupun internasional. Pemerintah terus memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan, akses pasar, dan bantuan teknis lainnya untuk memperkuat sektor UMKM, termasuk industri manik-manik, sebagai salah satu motor penggerak ekonomi lokal. Meskipun sejarah UMKM kerajinan manik-manik di Indonesia belum secara rinci diteliti, perkembangan industri kerajinan tangan secara umum memberikan gambaran tentang bagaimana industri manik-manik telah berkembang dan berkontribusi terhadap perekonomian Indonesia.

Adanya peluang dan peminat maka memulai usaha baru dengan membuka toko aksesoris manik-manik merupakan suatu pilihan yang cukup tepat. Membuat barang yang unik, lucu, dan bagus dan dengan harga yang relatif murah, akan dapat menarik minat banyak orang untuk membeli. Perkembangan bisnis manik-manik tersebut menjadi hal yang sangat mengembirakan karena ini menunjukkan bahwa perekonomian masyarakat mengalami kebangkitan. Buktinya masyarakat Indonesia mampu untuk memenuhi salah satu kebutuhan yaitu fashion dengan melakukan pembelian diberbagai toko manik-manik dengan pasar skala kecil, menengah maupun besar.

Toko Manik.Aiey di Kota Tangerang merupakan sebagai salah satu usaha yang bergerak di bidang aksesoris dari waktu ke waktu juga terus berbenah diri untuk menghadapi banyaknya pesaing yang bermunculan saat ini. Salah satu program yang dilaksanakan oleh Toko Manik.Aiey adalah dengan semakin menambah banyak jenis-jenis manik yang menarik. Semakin banyaknya jenis yang menarik maka diharapkan para pelanggan akan lebih banyak mendapatkan pilihan sehingga minat untuk membeli di Toko Manik.Aiey pun semakin besar.

Dalam bisnis, kualitas produk, harga, dan promosi harus dipelajari. Oleh karena itu, Toko Manik.Aiey di Kota Tangerang menerapkan strategi untuk menurunkan harga.

Strategi-strategi ini termasuk melakukan perbedaan harga, yang membuat harga toko lebih murah tetapi kualitas produk tetap bagus. Dengan demikian, promosi yang ditawarkan oleh Toko Manik.Aiey dapat menarik pelanggan untuk membeli produk dengan kualitas yang baik. Tujuannya adalah untuk menarik perhatian pelanggan dan membuat mereka ingin membeli sesuatu di Toko Manik.Aiey untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli sesuatu di sana dan untuk memperbaiki hal-hal ini di masa mendatang. Adapun beberapa hal yang dilakukan Owner Manik.Aiey untuk memenangkan persaingan unit usaha aksesoris antara lain berhubungan dengan kualitas produk, harga dan promosi. Dalam hal produk, beberapa strategi yang sudah dijalankan Toko Manik.Aiey selama ini yaitu menjaga kualitas produk, memperbanyak jenis dan variasi produk manik-manik. Terkait strategi harga dan promosi, hal yang sudah dilakukan untuk meningkatkan konsumen agar melakukan pembelian di Toko Manik.Aiey salah satunya adalah dengan menetapkan harga yang kompetitif untuk produk manik-manik aiey sambil memberikan promosi yang menarik untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan memastikan pemahaman yang mudah tentang nilai produk manik-manik di Toko Manik.Aiey.

Dengan demikian, owner Manik.Aiey telah melakukan banyak hal sehubungan dengan kualitas produk, harga, promosi dan juga berbagai proses yang berlangsung di Toko Manik.Aiey, namun hasil masih belum maksimal. Masih terdapat permasalahan dari sisi konsumen diantaranya segi produk adalah terdapat komplain untuk salah satu jenis manik, sedangkan permasalahan pada harga adalah konsumen yang menyampaikan bahwa harga relatif tinggi. Ada dua masalah dengan promosi, promosi yang tidak konsisten dan sistem promosi yang perlu diperbaiki, seperti memasang harga di pamflet media sosial untuk menarik pelanggan. Hal ini perlu adanya strategi yang bisa memperbaiki segala kekurangan yang ada.

Hal ini pula menunjukkan bahwa Toko Manik.Aiey belum mendapatkan respon yang positif oleh para konsumen atas berbagai hal tersebut. Hal ini menyebabkan timbulnya rasa kekecewaan seorang konsumen atau keluhan yang disampaikan oleh seorang pelanggan. Tanpa kita sadari inilah faktor yang akan berpengaruh bagi keputusan pembelian, karena kini semakin disadari bahwa stimulus pemasaran yang meliputi indikator seperti kualitas produk, harga dan promosi yang ada merupakan elemen penting untuk memenangkan

persaingan dan bertahan dalam bisnis. Namun demikian walaupun manajemen Toko Manik.Aiey sudah berusaha untuk mengoptimalkan stimulus pemasaran yang ada baik terkait dengan kualitas produk, harga dan promosi, namun penjualan masih belum maksimal. Hal ini bisa dilihat dari perkembangan hasil penjualan yang didapatkan masih sangat jauh dari yang diharapkan dan hasil penjualanpun naik turun hasilnya. Tabel 1.1 penulis sajikan data hasil penjualan Produk Kerajinan Manik.Aiey di Kota Tangerang, pada bulan September 2023 hingga bulan Januari 2024.

Tabel 1.1. Hasil Penjualan Produk Kerajinan Manik.Aiey di Kota Tangerang Periode September 2023-Januari 2024.

NO	BULAN	HASIL PENJUALAN	TARGET	PENCAPAIAN %
1	September	Rp. 2.028.154,-	Rp. 5.000.000,-	41,56%
2	Oktober	Rp. 3.929.335,-	Rp. 5.000.000,-	78,59%
3	November	Rp. 3.773.697,-	Rp. 5.000.000,-	75,47%
4	Desember	Rp. 1.422.779,-	Rp. 5.000.000,-	28,46%
5	Januari	Rp. 1.021.881,-	Rp. 5.000.000,-	20,44%
RATA-RATA		Rp. 2.435.169,-	Rp. 5.000.000,-	48,70%

Sumber: Produk Kerajinan Manik.Aiey di Kota Tangerang, Data Diolah (2024)

Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa hasil penjualan di Toko Manik.Aiey tidak selalu stabil bahkan belum mencapai hasil penjualan yang ditargetkan. Dapat dilihat dari persentase hasil diatas menunjukan rata-rata pencapaian baru sebesar Itu artinya hasil penjualan di Toko Manik.Aiey belum bagus dan perlu peningkatan untuk menstabilkan hasil penjualan sesuai dengan yang ditargetkan.

Salah satu upaya untuk menyelesaikan permasalahan untuk menaikkan kembali angka penjual dimasa yang akan datang, maka penulis merasa perlu melakukan penelitian di Toko Manik.Aiey. Tujuan utamanya adalah untuk mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian untuk memilih Toko Manik.Aiey sebagai pilihan tempat melakukan pembelian fashion yang menarik. Berdasarkan latar belakang diatas penulis lakukan dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kerajinan Manik.Aiey di Kota Tangerang.**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan, maka terdapat beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Terdapat keluhan pelanggan terkait produk, beberapa bahan-bahan yang digunakan oleh Manik.Aiey
2. Persaingan harga semakin ketat antara Manik.Aiey dengan kompetitor
3. Kegiatan dalam promosi yang belum konsisten maupun maksimal sepenuhnya dalam memasarkan secara digital
4. penjual fluktuatif, dan belum memenuhi target

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang ada dalam hal ini supaya penulisan laporan ini lebih terarah maka penulis melakukan pembatasan masalah. Melihat persentase hasil penjualan menunjukkan rata-rata pencapaian baru sebesar itu artinya hasil penjualan di Toko Manik.Aiey belum bagus dan perlu peningkatan untuk menstabilkan hasil penjualan sesuai dengan yang ditargetkan. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini pada pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Manik.Aiey di Kota Tangerang.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah secara simultan kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Kerajinan Manik.Aiey di Kota Tangerang.
2. Apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Kerajinan Manik.Aiey di Kota Tangerang.
3. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Kerajinan Manik.Aiey di Kota Tangerang.
4. Apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Kerajinan Manik.Aiey di Kota Tangerang.

1.5. Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah secara simultan kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Produk Kerajinan Manik.Aiey di Kota Tangerang.
2. Untuk mengetahui secara parsial apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Kerajinan Manik.Aiey di Kota Tangerang.
3. Untuk mengetahui secara parsial apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Kerajinan Manik.Aiey di Kota Tangerang.
4. Untuk mengetahui secara parsial apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Kerajinan Manik.Aiey di Kota Tangerang.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan oleh para pelaku bisnis khususnya yang berhubungan dengan aksesoris maupun dengan fashion.
2. Bagi peneliti, untuk menambah pengalaman, pengetahuan secara teoritik maupun praktikum.
3. Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya yang berkaitan dengan harga, promosi, kualitas produk dan keputusan pembelian.
4. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya di bidang manajemen pemasaran.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, devinisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan berdasarkan hasil analisis yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi buku, jurnal, dan rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.