

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi di suatu negara secara alamiah menciptakan kesempatan yang sama untuk semua jenis kegiatan ekonomi, termasuk industri berskala kecil dan industri berskala besar. Pasar dan teknologi adalah dua aspek terpenting yang menentukan besar kecilnya suatu bisnis. Bahkan dengan omset yang rendah, sebuah bisnis masih dapat memiliki margin keuntungan yang cukup baik jika bisnis tersebut melayani kebutuhan pasar. Besar kecilnya suatu bisnis dapat dilihat dari besarnya modal, nilai penjualan dan aset karena hal ini memberikan gambaran tentang kemampuan bisnis untuk bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif (Aghnitama dkk, 2021).

Produk yang dihasilkan oleh industri berskala kecil (ISK) terbagi dalam dua kategori yaitu barang jadi dan barang setengah jadi. Untuk barang jadi disebut juga sebagai barang konsumsi (*Final Demand*) dan untuk barang setengah jadi disebut barang industri seperti barang modal dan barang penolong (*Intermediate Demand*). Komoditas lain yang secara alami mempunyai pasar yang terlindungi dari persaingan usaha kecil adalah kerajinan tangan seperti furnitur, rotan, bambu, atau kayu dekorasi bangunan, perhiasan, patung, dan ukiran.

Bahkan industri skala kecil (ISK) mempunyai peluang besar untuk bertahan dan tumbuh dengan cepat dalam perekonomian modern asalkan mereka memproduksi jenis barang yang diminati di pasaran, kualitas produk yang baik dan keahlian khusus yang dimiliki pengrajin sehingga dapat membuat produk yang unik. Namun umumnya industri berskala kecil sulit berkembang karena seringkali dihadapkan pada permasalahan dan hambatan yang menyebabkan kontrusinya terhadap pertumbuhan ekonomi tidak sesuai dengan yang diharapkan (Muttaqien & Mardiyanto, 2023).

Perkembangan industri skala kecil dapat memberikan dampak positif terhadap ekonomi di suatu daerah yang dapat menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan penduduk setempat. Selain itu industri skala kecil juga dapat mempromosikan pengembangan komunitas, pelestarian warisan budaya dan memberikan kontribusi pada keberlanjutan lingkungan. Industri skala kecil

menggunakan bahan baku dan mendukung pasar lokal sehingga dapat memperkuat ekonomi di suatu daerah (Fawaid & Fatmala, 2020).

Industri skala kecil yang umumnya menggunakan sumber daya lokal dapat membantu menciptakan kesempatan kerja (*job creation*) untuk masyarakat, khususnya bagi mereka yang memiliki keterampilan, keahlian, ketekunan dan keuletan. Salah satu daerah yang memiliki industri skala kecil yaitu Kabupaten Cirebon, industri skala kecil di Kabupaten Cirebon cukup berkembang karena disebabkan oleh keberagaman sumber daya lokal yang dimanfaatkan untuk produksi seperti bahan baku dan tenaga kerja yang terampil. Industri skala kecil memiliki hubungan yang erat dengan ekonomi kreatif, industri skala kecil dapat menjadi basis bagi pelaku ekonomi kreatif karena memungkinkan pengembangan ide-ide inovatif, produk unik dan layanan kreatif. Sebaliknya ekonomi kreatif juga dapat mendorong pada pertumbuhan industri skala kecil dengan meningkatkan nilai tambah produk dan menciptakan lapangan kerja di sektor-sektor kreatif.



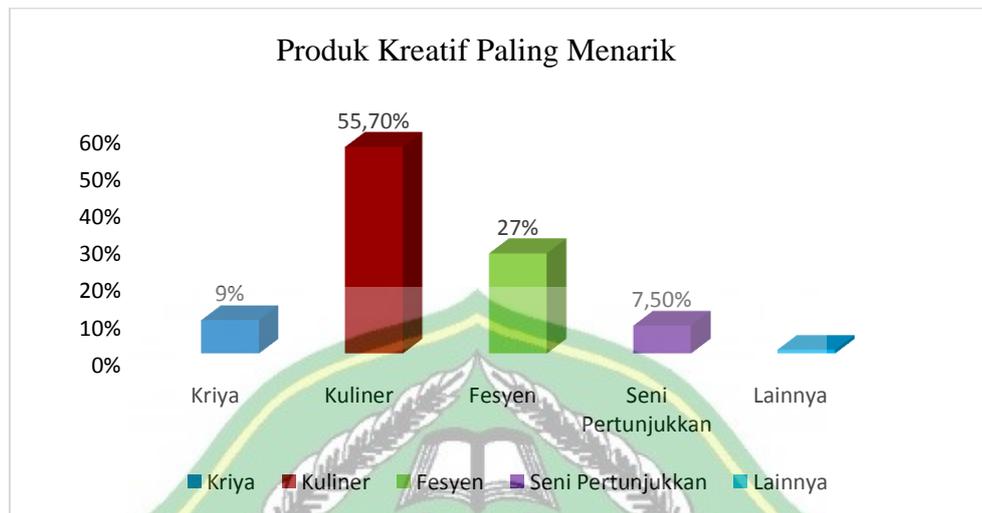
Gambar 1. 1

Potensi Ekonomi Kreatif di Kabupaten Cirebon 2021

Sumber: Kemenparekraf 2021

Menurut informasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kabupaten Cirebon mempunyai banyak potensi untuk mengembangkan industri kreatifnya. Periklanan, Arsitektur, Desain Komunikasi Visual, Kerajinan Tangan, Desain Interior, Kuliner, Fotografi, Pengembangan Game, Musik, Seni Pertunjukan, Penerbitan, Seni Rupa, Televisi dan Radio, Aplikasi, Film, Animasi dan Video,

Fesyen, dan Desain Produk adalah beberapa diantaranya 17 subsektor Industri Kreatif pada tahun 2021. Empat subsektor ekonomi kreatif unggulan Kabupaten Cirebon adalah seni pertunjukan, fesyen, kuliner, dan kerajinan dari 17 industri tersebut.



Gambar 1.2
Subsektor Ekonomi Kreatif di Kabupaten Cirebon

Sumber: Kemenparekraf, 2021

Berdasarkan grafik pada gambar 1.2, salah satu subsektor ekonomi kreatif di Kabupaten Cirebon yaitu kriya. Adapun yang termasuk kriya di Kabupaten Cirebon diantaranya topeng, lukisan kaca, kerajinan rotan, kerajinan batik dan kerajinan gerabah.

Kerajinan gerabah termasuk dalam ekonomi kreatif hal ini dapat dilihat dari sisi proses serta pengerjaannya sebuah produk kreatif telah lama menjadi bagian dari kegiatan usaha kecil kerajinan secara keseluruhan, seperti: kerajinan cukli, kerajinan gerabah, kerajinan tenun gedogan, kerajinan batik, dan juga berbagai jenis kerajinan lainnya yang merupakan bagian dari ekonomi kreatif yang menjadi bagian dari keseharian para pengerajin sejak dahulu. Kreatifitas dalam ekonomi kreatif menunjukkan suatu fenomena dimana seorang menciptakan suatu yang baru, baik dalam bentuk produk barang atau jasa, pekerjaan seniman, jenaka maupun dalam bentuk pemecahan masalah suatu persoalan atau suatu kebaruan barang dan jasa memiliki nilai ekonomi.

Kerajinan gerabah hasil dari proses produksi yang melibatkan keterampilan manual dalam menciptakan benda-benda kebutuhan hidup yang dibuat untuk tujuan fungsional (kegunaan) dan mempunyai nilai estetika tersendiri. Seni kerajinan merupakan usaha produktif di sektor non pertanian, usaha ini dapat dijadikan mata pencaharian utama ataupun sampingan. Usaha industri kerajinan gerabah merupakan usaha industri kerajinan dengan bahan baku berupa tanah liat. Industri kerajinan gerabah menghasilkan berbagai macam barang, seperti pot bunga, alat-alat dapur, genting, patung dan aneka topeng.

Jika dikembangkan dengan tepat, usaha kerajinan gerabah mempunyai sejumlah potensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Diperlukan pembinaan untuk pengrajin gerabah agar hasil karyanya lebih inovatif dan bervariasi. Kerajinan gerabah merupakan warisan nenek moyang yang masih bertahan hingga sekarang, biasanya gerabah digunakan sebagai alat perlengkapan rumah tangga yang fungsinya terus berkembang mengikuti zaman dan kebutuhan manusia. Adapun orang yang pekerjaannya membuat kerajinan gerabah disebut pengrajin.

Salah satu desa yang masih melestarikan kerajinan gerabah adalah Desa Sitiwinangun di Kabupaten Cirebon. Kerajinan gerabah merupakan ciri khas dari desa ini. Pembuatan kerajinan masih dilakukan secara tradisional dan dilakukan secara turun-temurun. Kerajinan ini perlu dilestarikan karena merupakan warisan leluhur (Nurjanah dkk, 2022).

Berdasarkan data dari Pemerintah Desa Sitiwinangun pada Tahun 2018 pengrajin gerabah berjumlah 73 orang, Tahun 2019 pengrajin gerabah berjumlah 80 orang dan Tahun 2022 terdapat 73 pengrajin gerabah. Hal ini dapat diartikan bahwa pengrajin gerabah mengalami pasang surut setiap tahunnya. Meski begitu industri gerabah tetap dapat bersaing, pengrajin industri gerabah harus berusaha keras dalam mempertahankan eksistensi produknya di masyarakat. Oleh karena itu, keputusan pembelian adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan, karena semakin banyak keputusan pembelian konsumen terhadap produknya maka semakin baik pula untuk kelangsungan hidup perusahaan (Prameswari & Astaki, 2019).

Menurut Kotler dan Telle bahwa keputusan pembelian terdiri atas lima tahapan, yaitu *Problem Recognition* (Pengakuan Masalah), *Information Search* (Pencarian Informasi), *Evaluation Of Alternatifes* (Evaluasi Alternatif), *Purchase Decision*

(Keputusan Pembelian) dan *Postpurchase Behavior* (Perilaku Pasca Pembelian) (Anwar & Mujito, 2021). Berdasarkan hasil penelitian (Fitri dkk, 2023) menyatakan keputusan pembelian dipengaruhi oleh dua faktor yaitu daya tarik dan promosi, sementara hasil penelitian (Gamas, 2021) keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu harga, promosi dan citra merek. Berdasarkan dua penelitian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti daya tarik, harga dan promosi. Dengan demikian untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dapat dimulai dengan membuat inovasi seperti daya tarik produk yang unik kemudian memasang harga sesuai dengan jenis dan kualitas produk serta menyusun strategi promosi yang baik untuk meningkatkan penjualan.

Daya tarik produk dapat ditingkatkan dengan cara membuat desain produk yang unik, memperhatikan kedetailan produk dan menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan membuat produk yang unik dapat memberikan pengaruh besar dalam pengambilan keputusan pembelian karena dapat membuat konsumen tertarik. Misalnya pada produk kerajinan gerabah para pengrajin menawarkan produk yang sudah mereka buat sendiri ataupun menerima *custome* sesuai keinginan konsumen. Tentunya harga yang dipatok pun berbeda untuk setiap jenis dan produk yang ditawarkan (Febriani & Siswahyudianto, 2022).

Harga dari suatu produk juga tentunya harus diperhatikan, jika harga dipatok terlalu rendah maka akan mempengaruhi kegiatan produksi sedangkan jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi maka konsumen beralih ke produk pesaing. Oleh karena itu terdapat beberapa hal yang harus dipertimbangkan dalam menentukan harga, yaitu: mengenali pelanggan dengan baik, teliti harga yang ditawarkan oleh pesaing dan memperhitungkan biaya produksi. Dengan memahami segmen pelanggan termasuk preferensi, kebutuhan dan tingkat sensitivitas terhadap harga pengusaha dapat menyesuaikan harga yang relevan. Hal ini tentunya akan berdampak pada keputusan pembelian. Pada kerajinan gerabah di Kadmiya *craft* pemasangan harga dilihat berdasarkan tingkat mudah dan sulitnya pembuatan model kerajinan tersebut harga dipatok mulai dari Rp 5000 sampai Rp 100.000 sedangkan untuk yang *custome* harga dipatok mulai dari Rp 1.000.000. Disamping itu perlu dilakukan promosi untuk menarik minat konsumen untuk membeli suatu produk.

Berbagai cara dapat dilakukan untuk menciptakan keputusan pembelian diantaranya dengan melakukan promosi. Bentuk dari promosi dapat berupa iklan yang menarik. Biasanya iklan dirancang untuk memperlihatkan keunggulan suatu produk (Putri & Sudaryanto, 2022). Pada kerajinan gerabah di Kadmiya *craft* promosi dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan whatsapp, selain itu promosi dilakukan melalui *workshop* yang dilakukan oleh pengrajin gerabah kepada Masyarakat.

Tabel 1. 1

Data Jumlah Pembelian Kerajinan Gerabah di Kadmiya *Craft* 2023

No.	Bulan	Jumlah Pembeli
1.	Januari	50
2.	Februari	53
3.	Maret	55
4.	April	58
5.	Mei	60
6.	Juni	65
7.	Juli	68
8.	Agustus	70
9.	September	75
Total		554

Sumber: Kadmiya *Craft* 2023

Hasil pra survei yang peneliti lakukan di Kadmiya *craft* rata-rata 50 sampai 75 orang membeli produk gerabah setiap bulan. Omsetnya mencapai 3 juta hingga 6 juta perbulan. Pembeli produk gerabah di Kadmiya *Craft* tidak hanya berasal dari Cirebon tetapi juga datang dari Tasikmalaya, Bandung, Indramayu, Majalengka dan Sumedang. Namun, disamping itu terdapat beberapa permasalahan terhadap industri kerajinan gerabah Kamiya *craft* perubahan selera konsumen yang disebabkan karena daya tarik produk yang diinginkan konsumen berubah sesuai dengan tren atau mode yang dapat mempengaruhi permintaan.

Permasalahan lainnya yaitu pembeli di Kadmiya *craft* menginginkan harga yang murah padahal Kadmiya *craft* menggunakan bahan baku yang berkualitas dan proses

pembuatan gerabah memerlukan waktu yang cukup lama. Pak kadmiya selaku pemilik menuturkan pembeli di Kadmiya *craft* adalah pembeli tetap jarang ada pembeli baru hal ini disebabkan karena promosi yang dilakukan kurang maksimal. Oleh karena itu, pengrajin gerabah harus merancang strategi yang sesuai, seperti rencana pemasaran yang baik untuk mengatasi tantangan ini guna mengembangkan dan mempertahankan usahanya (Atho'illah dkk, 2023). Pak Kadmiya juga menuturkan terdapat beberapa alasan ketertarikan konsumen membeli produk kerajinan gerabah, diantaranya: keunikan produk, keindahan, produknya bermakna filosofis, selain itu ada juga yang melakukan pembelian karena daya tarik yang ada di produk kerajinan gerabah.

Penelitian mengenai daya tarik terhadap keputusan pembelian telah banyak dilakukan. Salah satunya penelitian yang dilakukan (Juhadilah, 2019), (Mustika Sari & Prihartono, 2021) dan (Kelly Lin & Evyanto, 2023) menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh daya tarik, harga dan promosi. Hasil penelitian tersebut berbanding terbalik dengan penelitian (Mulyadi, 2022) yang menyatakan daya tarik dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Taufan & Azhari, 2023).

Ketika daya tarik kerajinan gerabah kurang menarik baik dari segi bentuk atau warna konsumen akan kehilangan daya tarik atau minat untuk membeli. Ketika harga tidak sesuai dengan kualitas & manfaat konsumen cenderung beralih ke produk pesaing dan apabila promosi yang dilakukan kurang maksimal konsumen akan kurang mengetahui tentang produk kerajinan gerabah di Kadmiya *craft*.

Melalui *research gap* dan fenomena *gap* di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait variabel daya tarik, harga dan promosi dengan objek kerajinan gerabah yang dituangkan ke dalam penelitian berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kerajinan Gerabah Pada Kadmiya *Craft* di Desa Sitiwinangun Kabupaten Cirebon”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas bahwa terdapat beberapa masalah yang berkaitan dengan penelitian yaitu perubahan selera konsumen yang disebabkan karena daya tarik produk yang diinginkan konsumen berubah sesuai dengan tren atau mode. Permasalahan lainnya yaitu pembeli di Kadmiya *craft* menginginkan harga yang murah padahal Kadmiya *craft* menggunakan bahan baku yang

berkualitas dan proses pembuatan gerabah memerlukan waktu yang cukup lama. Pembeli di Kadmiya *craft* adalah pembeli tetap jarang ada pembeli baru hal ini disebabkan karena promosi yang dilakukan kurang maksimal sehingga konsumen yang ingin mengetahui mengenai produk baru yang di tawarkan harus langsung mendatangi toko Kadmiya *craft*.

Sedangkan batasan masalah dari penulisan peneliti yaitu agar peneliti lebih fokus dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ada di penulisan, serta pembatasan ruang lingkup penelitian yaitu Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kerajinan Gerabah Pada Kadmiya *Craft* di Desa Sitiwinangun Kabupaten Cirebon.

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka pertanyaan penelitian ini, sebagai berikut :

1. Apakah Daya Tarik berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian kerajinan gerabah pada Kadmiya *craft* di Desa Sitiwinangun Kabupaten Cirebon?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian kerajinan gerabah pada Kadmiya *craft* di Desa Sitiwinangun Kabupaten Cirebon?
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian kerajinan gerabah pada Kadmiya *craft* di Desa Sitiwinangun Kabupaten Cirebon?
4. Apakah Daya Tarik, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian kerajinan gerabah pada Kadmiya *craft* di Desa Sitiwinangun Kabupaten Cirebon?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh daya tarik terhadap terhadap keputusan pembelian kerajinan gerabah pada Kadmiya *Craft* di Desa Sitiwinangun Kabupaten Cirebon.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kerajinan gerabah pada Kadmiya *Craft* di Desa Sitiwinangun Kabupaten Cirebon.

3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian gerabah pada Kadmiya *Craft* di Desa Sitiwinangun Kabupaten Cirebon.
4. Untuk menganalisis pengaruh daya tarik, harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian kerajinan gerabah pada Kadmiya *Craft* di Desa Sitiwinangun Kabupaten Cirebon.

b. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini :

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan bagi akademisi, memberikan sumbangsih pengetahuan dan penelitian terhadap pengaruh daya tarik, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian kerajinan gerabah pada Kadmiya *Craft* di Desa Sitiwinangun Kabupaten Cirebon dan juga dapat menambah literatur di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya pada Jurusan Ekonomi Syariah.

Secara praktis, bagi penulis merupakan sebagian sarana untuk mempraktekan teori-teori yang didapatkan di Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.



D. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan terdiri dari lima bab. Masing-masing uraian yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan,

Bab ini membahas tentang latar belakang penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teori

Bab ini membahas tentang kajian terdahulu, kajian teori, kerangka piker, hipotesis penelitian

Bab III Metode Penelitian

Bab ini membahas tentang waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji instrument penelitian, analisis data, dan sistematis penulisan.

Bab IV Penelitian dan Pembahasan

Bab ini membahas tentang gambar umum penelitian, penyajian data, dan pembahasan

Bab V Penutup

Bab ini merupakan bab akhir yang didalamnya menjelaskan tentang kesimpulan, saran, daftar pustaka dan lampiran.

