

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Harga merupakan salah satu faktor utama konsumen dalam mempertimbangkan keputusan belinya. Lupiyadi menyatakan bahwa harga suatu produk sangat signifikan dalam pemberian value kepada konsumen untuk membeli suatu produk. (Lupiyadi, 2001)

Harga yang sesuai dengan kualitas produknya maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut karena konsumen tidak selalu terpaku dengan harga yang rendah. Harga yang ditawarkan oleh competitor teh yang ada di beberapa daerah beragam sesuai dengan rasa dan kualitas dari bahan yang digunakan namun dalam arti yang wajar

Namun pada dasarnya, konsumen membeli produk yang dapat memuaskan keinginan tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi juga manfaat kualitas dari produk tersebut. Inovasi produk merupakan faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Konsep Produk menyatakan konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan paling bermutu, berprestasi atau inovatif. (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2007)

Dengan harga dan pilihan produk yang ditawarkan oleh beberapa competitor teh hijau di Bandung sangat baik. Karena dapat dijangkau dan sesuai kemampuan daya beli oleh semua kalangan masyarakat serta dapat memuaskan kebutuhan konsumen, maka keputusan konsumen untuk berbelanja atau mengkonsumsi teh hijau Arafate akan lebih besar.

Konsumen memiliki tingkat kesetiaan yang sangat beragam pada toko dan perusahaan tertentu. Karena sebelum konsumen memutuskan untuk berbelanja atau mengkonsumsi, konsumen terlebih dahulu membuat keputusan diantaranya proses merasakan dan mengavaluasi informasi merek produk, mempertimbangkan bagaimana alternatif mereka dapat kebutuhan konsumen pada akhirnya merek apa yang akan dibeli. (Sunyoto, 2015)

Dalam hal ini teh hijau arafa tea sangat dipengaruhi oleh rasa dan pilihan produk, sehingga sangat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk tersebut, karena dibuat dari teh yang kualitas tinggi. Alasan inilah yang menjadikan teh hijau tersebut mempunyai keunggulan produk yang mungkin tidak dimiliki oleh pesaing dan didukung dengan harga yang sesuai dengan kualitas produknya sehingga konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk tersebut karena konsumen tidak selalu terpaku dengan harga yang lebih rendah untuk memberikan kepuasan, selain itu tidak heran juga jika konsumen merasa puas dengan harga yang ditawarkan terjangkau dengan kualitas yang baik.

Produk-produk berkualitas yang dibuat melalui suatu proses akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk itu. Karena setiap konsumen pada umumnya akan memaksimalkan utilitas dalam mengkonsumsi produk, jelas bahwa produk-produk berkualitas tinggi pada tingkat harga yang kompetitif akan dipilih oleh konsumen. Hal ini yang akan meningkatkan penjualan dari penjualan dari produk-produk itu yang berarti pula meningkatkan pangsa pasar sehingga pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan perusahaan atau organisasi itu sendiri.

Ekonomi dalam islam memeritahkan manusia untuk berkreasi dan bekerja dengan baik. Islam mengajak kita untuk berusaha dan bekerja. Islam memperingatkan kita dari sikap putus asa dan rasa malas (Sukarno Wibowo, 2003). Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ
وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya : *“Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan bagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”* (Agama, 2010).

Ayat diatas jelas mejelaskan bahwa Allah SWT memberikan kemudahan bagi seti (Agama, 2010)ap manusia untuk mencari rezeki. Allah SWT juga berfirman dalam Q.S Ar Ra'd/13: 11: (Sukarno Wibowo, 2003)

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya: *“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum, sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”* (Tarigan, 2005)

Tujuan kebijakan ekonomi adalah menciptakan Salah satu ukuran kemakmuran terpenting adalah pendapatan. Kemakmuran tercipta karena adanya kegiatan yang menghasilkan pendapatan. Ada juga pendapatan dari harta, tetapi harta adalah akumulasi dari kegiatan sebelumnya. Pendapatan adalah suatu hasil yang kita peroleh dari proses jual-beli, baik barang maupun jasa. Dunia nyata merupakan titik awal analisis ekonomi. Proses jual-beli yang meningkatkan

pendapatan pada dasarnya dapat mengurangi masalah kesenjangan yang ada antar golongan pendapatan dan antar pelaku UMKM, ataupun pengetasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja.

Selain harga, ada persoalan lain yang membuat ketatnya persaingan dalam bisnis, yaitu inovasi produk. Jika produk makanan tersebut tidak mempunyai karakteristik sendiri, maka keberlangsungan produk tersebut tidak sanggup menjadi produk yang unggul. Dimana produk baru pada nantinya harus bisa dapat bersaing dengan produk yang telah ada, untuk itu diperlukan pemahaman dimana kebutuhan dan preferensi konsumen dalam pengembangan produk baru. Konsumen semakin diakui sebagai faktor penting yang harus diperhatikan dalam inovasi produk. Inovasi produk dilakukan dengan tujuan untuk memecahkan masalah yang tak terduga dan menuntut solusi inovatif. Disini pihak produsen harus berkonsentrasi pada konsumen. Hal ini akan mendukung inovasi produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Kota Bandung dikenal dengan kota kuliner dan kota pariwisata. Dimana salah satunya adalah Arafa Tea yang melakukan kegiatan usaha dibidang makanan yang di produksi berbahan baku teh hijau. Berdasarkan penelitian pendahuluan, diperoleh informasi bahwa pihak home industry Arafa Tea memiliki kelebihan dalam melakukan inovasi produk dengan rata-rata penjualan mencapai 50 sampai dengan 70 kemasan teh dan produk olahan teh 100 sampai dengan 150 pcs perhari dan, Pernyataan berikut berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti terhadap pegawai bahkan pihak home industry Arafa Tea.

Menurut Ibu Iffah Syarifah, Arafa tea adalah perusahaan yang bersaing dibidang teh hijau. (hijau, 2022) Arafa tea menawarkan produk dengan harga yang murah tapi ditawarkan dengan produk yang beraneka ragam sehingga harga yang ditetapkan atau ditawarkan dapat dijangkau oleh semua kalangan konsumen. Dapat dikatakan harga yang ditetapkan atau ditawarkan oleh Arafa tea lebih murah dibandingkan dengan tempat lain.

Menurut bapak Tomy salah seorang konsumen yang sedang berbelanja teh hijau di Arafa tea memiliki harga yang murah, dengan kisaran harga mulai dari Rp.10.000 – Rp.100.000 pada setiap produk teh dan olahannya dan mempunyai banyak pilihan inovasi produk yang cukup bagus dibanding tempat lain.. Inilah pendapat bapak Tomy pembeli. “Teh hijau Arafa tea menurut saya harganya cukup murah karena dibandingkan teh hijau olahan tempat lain. Meskipun harganya dikategorikan murah tetapi kalau masalah kualitas masih lumayan bagus dengan warna yang khas..” (Tomy, 2022)

Arafa Tea merupakan sebuah usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang beralamat di komplek Griya Cigadung Baru E 2 Kota Bandung yang dimiliki oleh Ibu Iffah Syarifah. Usaha ini dijalankan oleh 15 orang karyawan. 1 orang dibidang administrasi, 8 orang produksi, 2 orang SPG di gerai penjualan (tempat wisata) dan 2 orang bagian distribusi 2 orang marketing

Namun dengan adanya berbagai macam inovasi produk, pihak home industry kurang menjaga kualitas produk yang ada. Dimana yang pada akhirnya berdampak kepada penurunan penjualan dan keluhan dari para konsumen.

Maka berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang digital marketing dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada pelaku UMKM (ARAFA TEA) dengan judul “PENGARUH HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH HIJAU DI ARAFA TEA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ditemukan terkait pengaruh digital marketing dan inovasi produk terhadap peningkatan penjualan Arafa Tea dengan rumusan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.?
3. Apakah Harga dan Inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam perspektif Ekonomi Syariah?
4. Bagaimana Harga dan Inovasi produk terhadap keputusan pembelian teh hijau Arafa tea dalam perspektif Ekonomi Syariah?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang di paparkan diatas maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Inovasi produk terhadap keputusan pembelian dalam Perspektif Ekonoii Syariah.

4. Untuk mengetahui Harga dan Inovasi produk terhadap keputusan teh hijau Arafa tea dalam Perspektif Ekonoi Syariah.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain:

1. Bagi Peneliti

- a. Menambah wawasan serta pengalaman dalam kehidupan berbisnis.
- b. Mengetahui tentang bagaimana membuat strategi terhadap penjualan produk.
- c. Sebagai sarana untuk pengaplikasian berbagai teori yang diperoleh dari bangku kuliah.
- d. Sebagai referensi dalam memecahkan masalah-masalah dalam berbisnis di masa yang akan datang

2. Bagi Produsen

- a. Sebagai bahan pertimbangan bagi produsen untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya.
- b. Memberikan manfaat bagi produsen agar lebih bijak menerapkan strategi harga dan kualitas di masa yang akan datang.

3. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran dan tambahan pertimbangan bagi konsumen tentang hal yang perlu diperhatikan sebelum mereka membeli suatu produk. Dengan begitu diharapkan konsumen menjadi lebih cerdas dalam memutuskan untuk membeli suatu produk.

4. Bagi Akademik

Menambah pengetahuan dan sebagai bahan tambahan referensi untuk mahasiswa

