

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam berbagai jenis usaha, penentuan harga barang maupun jasa menjadi suatu strategi untuk menarik pembeli dalam meningkatkan volume penjualan, terlebih lagi persaingan semakin ketat dengan adanya *E-commerce* membuat kesempatan dan peluang bisnis semakin besar. Karena dengan adanya *E-commerce* konsumen mudah membandingkan harga dari satu toko dengan toko lainnya. Untuk itu para pelaku usaha berlomba-lomba memberikan kualitas terbaik dengan harga terjangkau. Selain itu, harga menjadi salah satu faktor utama para konsumen dalam mempertimbangkan barang yang akan dibeli.

Konsumen merupakan salah satu target utama dalam memasarkan produk dan jasa perusahaan. Suara konsumen sangatlah penting karena akan menciptakan gagasan baru dalam mengevaluasi produk yang ada dan peluang bagi yang akan mendirikan usaha baru.¹ Perilaku konsumen bukan hanya terkait kebutuhan pokok manusia melainkan juga pemenuhan kebutuhan kepuasan dunia akhirat. Mencukupi kebutuhan merupakan tujuan akan aktivitas ekonomi islam, sedangkan keputusan terkait harga dapat menentukan persepsi konsumen pada kualitas produk. Penentuan harga yang dilakukan perusahaan dapat berpengaruh pada keberhasilan maupun kegagalan perusahaan. Oleh sebab itu, pengembangan pasar perlu dilakukan perusahaan dalam memaksimalkan. Tujuan perusahaan

¹ Wadhan M.Si, Pengantar Kewirausahaan, (Surabaya : Pena Salsabila, 2013) , 90

menentukan harga yaitu dengan mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan secara maksimal²

Islam sangat menganjurkan kita dalam hal berbisnis dengan baik, jujur serta halal baik dari segi produksi, distribusi serta konsumsi. Maka dari itu produk harus tepat secara kuantitas dan kualitasnya. Menurut M.A Mannan, seorang pembisnis harus mempunyai sikap dasar dalam berbisnis yaitu Kejujuran, Kepercayaan, dan ketulusan sehingga tidak terjadi hal –hal yang dapat merugikan konsumen³.

Kualitas produk merupakan salah satu penentu proses keputusan pembelian bagi konsumen, apabila kualitas produk sesuai dengan keinginan, konsumen cenderung biasanya melakukan pembelian ulang. Untuk memberikan kepuasan konsumen, islam selalu memprioritaskan kualitas dan manfaat untuk dikonsumsi. Dalam sudut pandang ekonomi islam, kualitas produk harus diperhatikan oleh produsen.⁴ Agar produk yang ditawarkan memiliki nilai kepuasan bagi konsumen dan dapat meningkatkan penjualan bagi produsen. Selain itu, Cara agar produsen meningkatkan volume penjualan yang di targetkan dengan memberikan kualitas terbaik dengan harga terjangkau. Terlebih lagi jika produk yang dihasilkan merupakan produk karya seni berupa desain grafis. Konsumen biasanya cenderung akan memilih dengan kualitas produk terbaik dengan harga terjangkau.

² Firza Oktavia Nurul Kumala dan Moch. Khoirul Anwar, “Pengaruh Harga dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Hasanah Mulia Investama” *Ekonomika dan Bisnis Islam* 3, no. 2(Tahun 2020): 28,

³ Dr. Madani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta :Prenada Media Grup, 2014), 90

⁴ Firza Oktavia Nurul Kumala dan Moch. Khoirul Anwar, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Hasanah Mulia Investama” *Ekonomika dan Bisnis Islam* 3, no. 2(Tahun 2020), 30,

Karena harga, kualitas akan menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk membeli barang atau produk pada toko.

Saat ini penggunaan desain grafis sangat meningkat seiring dengan teknologi yang semakin maju. desain grafis menjadi salah satu komponen utama dalam perusahaan baik berupa logo perusahaan, periklanan, brosur, desain produk maupun produk desain grafis itu sendiri. Menurut Badan ekonomi Kreatif (Bekraf) menyatakan desain komunikasi visual (DKV) merupakan salah satu subsektor yang paling pesat pertumbuhannya. Angka menurut Badan Pusat Statistik (BPS), mencapai 8,14 % pada tahun 2018. Menurut data BeKraf kontribusi PDB laju pertumbuhan subsektor Desain Komunikasi Visual tercatat yang tertinggi keempat di ekonomi kreatif. Hal ini menunjukkan subsektor Desain Komunikasi Visual memiliki potensi yang baik.

Desain Grafis adalah salah satu bentuk seni lukis (gambar) terapan yang memberikan kebebasan kepada *designer* (perancang) untuk memilih, menciptakan atau mengatur elemen rupa seperti ilustrasi, smudge art, foto, tulisan dan garis di atas suatu permukaan dengan tujuan untuk diproduksi dan dikomunikasikan sebagai sebuah pesan, gambar maupun tanda tangan yang digunakan bisa berupa tipografi atau media lainnya seperti gambar atau fotografi. desain grafis umumnya diterapkan dalam dunia periklanan, packaging, perfilman dan lain-lain.⁵

Struktur desain yang baik adalah hasil integrasi prinsip-prinsip desain yang akurat pada proses penempatannya. Prinsip-prinsip desain grafis yang utama

⁵ Vinsensius Sitepu, “Panduan Mengenal Desain Grafis,” *Desain Grafis* Tahun 2004, 9 – 10,

terdiri dari keseimbangan, kontras, unity, nilai dan warna.⁶ Biasanya untuk membuat desain grafis saat ini menggunakan media elektronik seperti Komputer maupun Laptop dengan menggunakan aplikasi *Photoshop* dan *Corel Draw*. Seiring dengan perkembangan teknologi pembuatan desain grafis juga dapat dibuat melalui HP android dengan aplikasi *Pics Art*, *Sketchbook*, dan lain-lain.

Seperti halnya di Toko Chand Pictures yang menjual produk desain grafis berupa *Smudge Art* atau Lukisan Wajah secara digital . *Smudge Art* adalah sebuah karya seni yang menggunakan metode smudge tool pada aplikasi Photoshop yang menghasilkan seperti ilustrasi/ lukisan di Canvas. *Smudge Art* menggabungkan antara gambar, tulisan, bentuk, garis dan gradasi warna. Biasanya karya seni ini digunakan untuk gift kado untuk acara seperti Ulang Tahun, Wisuda, Pernikahan, dan lain sebagainya.

Toko Chand Pictures terletak di Desa Gulbung Kecamatan Pangarengan Kabupaten Sampang. Toko ini menjual *Smudge Art* mulai dari Ukuran 10Rs hingga 12Rs. Untuk mekanisme pemesanan di toko ini menyediakan dua opsi yaitu pemesanan secara *Offline* dan *Online*. Selain itu produk *Smudge Art* ini dapat dipesan dalam bentuk file JPEG maupun dalam bentuk sepaket yaitu berupa Cetak dan Figura sesuai dengan ukuran yang diinginkan dengan estimasi pengerjaan 1 – 3 hari. Penjualannya pun tak hanya di Kota Sampang saja, Produk *Smudge Art* sudah terjual diluar kota Sampang seperti Pamekasan, Bangkalan, Sumenep, Surabaya, Sidoarjo, Jakarta, Bangka Belitung, Lombok hingga

⁶ R. Kuncoro Wulan Dewojati, “ Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan “, *Fakultas Bahasa dan Seni* 7, No. 2 (Tahun 2009), 175,

Makassar. Padahal Toko ini masih berdiri ditahun 2019 namun peningkatan penjualannya cukup signifikan.

Dapat dilihat hasil pendapatan dari 2 Tahun Sebelumnya yaitu :

Tabel 1.1
Omset Penjualan Smudge Art di Toko Chand Pictures

TAHUN	OMSET PENJUALAN.
2019	Rp 600.000
2020	Rp 4.750.000

Sumber: Data Penjualan Toko Chand Pictures Tahun 2019 dan 2020

Dalam tabel diatas memperlihatkan peningkatan penjualan yang cukup signifikan pada tahun kedua 2020. Meski pada bulan Maret 2020 mengalami penurunan akibat wabah *Covid-19*. Namun dibulan berikutnya mengalami kenaikan penjualan dikarenakan produk *Smudge Art* ini masih minim pesaing khususnya di daerah Sampang, maka menjadi suatu peluang bagi toko Chand Pictures dalam menarik minat para konsumen.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang diatas, penelitian tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Smudge Art Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Islam di Toko Chand Pictures Pangarengan Kabupaten Sampang** ”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumus masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga dan kualitas produk *Smudge Art* berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan di Toko Chand Pictures Pangarengan Kabupaten Sampang?
2. Apakah harga dan kualitas produk *Smudge Art* berpengaruh secara simultan terhadap Volume Penjualan di Toko Chand Pictures Pangarengan Sampang?
3. Bagaimana analisis pengaruh harga dan kualitas produk *Smudge Art* terhadap volume penjualan dalam perspektif islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang diajukan, maka dalam penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk *Smudge Art* secara parsial terhadap volume penjualan di toko Chand Pictures Pangarengan Sampang.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas *Smudge Art* secara simultan terhadap volume penjualan di toko Chand Pictures Pangarengan Sampang
3. Untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk *Smudge Art* terhadap volume penjualan dalam perspektif islam.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau *postulat* tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh penelitian.⁷ Asumsi sangat diperlukan dalam melakukan suatu penelitian, agar seorang dapat memiliki dasar untuk berpijak terhadap masalah yang diteliti, adapun asumsi yang penelitian ajukan dalam penelitian masalah ini adalah:

1. Harga dan Kualitas Produk *Smudge Art* memiliki pengaruh secara parsial terhadap peningkatan Volume Penjualan di toko Chand Pictures Pangarengan Sampang.
2. Harga dan Kualitas Produk *Smudge Art* memiliki pengaruh secara simultan terhadap peningkatan Volume Penjualan di toko Chand Pictures Pangarengan Sampang.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian hingga terbukti melalui data yang terkumpul.⁸ Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah Hipotesis Alternatif (H_a) dan Hipotesis Nol (H_0).

Hipotesis Alternatif (H_a) adalah hipotesis yang menyatakan keberadaan hubungan di antara variabel yang di operasionalkan. H Nol (H_0) adalah hipotesis

⁷ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Pamekasan, IAIN Madura Edisi Revisi, 2020), 10.

⁸ Dr. Ahmad Tanzeh, M.Pd.I, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta, Penerbit Teras, 2011), 35.

yang menyatakan ketiadaan hubungan antara dua variabel yang sedang di operasionalkan.⁹

1. Terdapat pengaruh secara parsial dan simultan antara harga dan kualitas *Smudge Art* terhadap volume penjualan di Toko Chand Pictures Pangarengan Kabupaten Sampang.
2. Tidak terdapat pengaruh secara parsial dan simultan antara harga dan kualitas *Smudge Art* terhadap volume penjualan di Toko Chand Pictures Pangarengan Sampang

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mempunyai banyak sekali manfaat terhadap beberapa pihak, baik secara teoritis maupun secara praktis, adapun manfaat penelitian ini dapat di jabarkan sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Bagi penulis penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan dan pengalaman mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas *Smudge Art* terhadap Volume Penjualan. Dalam Perspektif Islam di Toko Chand Pictures Pangarengan Kabupaten Sampang.

2. Bagi IAIN Madura

Penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi dan wawasan bagi mahasiswa serta menjadi acuan mahasiswa lainnya dalam melakukan penelitian selanjutnya.

⁹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT raja Grafindo Persada, 2011), 70.

3. Bagi Pengusaha

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan wawasan mengenai tingkat harga dan kualitas dalam ruang lingkup ekonomi islam serta menjadi bahan acuan bagi para pengusaha yang ingin membangun bisnis.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Hal yang perlu dijelaskan dalam bagian ini adalah batasan Variabel-variabel variabel-variabel yang diteliti, populasi atau subjek penelitian, dan lokasi penelitian Di dalamnya dapat juga dipaparkan penjabaran variabel menjadi Subvariabel beserta Indikator-indikatornya.¹⁰ Agar penelitian ini lebih terarah dan terfokus sesuai dengan yang penulis maksud Maka sangat penting dijelaskan mengenai batasan-batasan dan ruang lingkup penelitian ini:

1. Variabel Independent (X)

Variabel Independent pada penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu :

a. Harga (X1)

Ada beberapa indikator yang harus diperhatikan dalam penetapan harga, harga yaitu sebagai berikut:

- 1). Keterjangkauan Harga
- 2). Kesesuaian harga
- 3). Daya saing harga

¹⁰ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Pamekasan, IAIN Madura edisi Revisi, 2020), 19.

4). Kesesuaian harga dengan manfaat¹¹

b. Kualitas Produk(X2)

Menurut Lupiyanto mengungkapkan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas suatu produk yaitu:

- 1) Kinerja
- 2) Keberagaman produk
- 3) Keandalan produk.
- 4) Kesesuaian
- 5) Daya tahan
- 6) Kemampuan pelayanan
- 7) Estetika
- 8) Kualitas yang dipersepsikan¹²

2. Variabel Dependen (Y)

Besar kecilnya Volume penjualan dipengaruhi oleh beberapa indikator yaitu sebagai berikut:

- 1) Kualitas Barang
- 2) Selera Konsumen
- 3) Servis Konsumen
- 4) Persaingan menurunkan harga¹³

¹¹ Suri Amilian dan M, Oloan Asmara Nst, “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian Handphone Merek Xiaomi di kota Langsa, ”, *Manajemen dan Keuangan* .6, no.1 (Mei, 2017): 663,

¹² Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang dan Agus Supandi Soegoto, “Pengaruh Kualitas Produk, harga dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado,” *Jurnal EMBA* .6 no.3 (Juli 2018): 1662,

¹³ Alfin Sugiarta, “ Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan: Studi Kasus Distro Equaltrev 16C Mulyojati Kota Metro ”, (Metro: IAIN Metro, 2019), 22-23.

3. Subyek Penelitian

Subyek penelitian dalam penelitian ini adalah harga dan kualitas *Smudge Art* terhadap volume penjualan di Toko Chand Pictures Pangarengan Kabupaten Sampang.

4. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian dilakukan di Toko Chand Pictures Pangarengan Kabupaten Sampang.

H. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman mengenai maksud dari judul penelitian ini, maka penulis akan menjelaskan istilah-istilah yang digunakan dalam judul penelitian ini yaitu :

1. Harga

Harga adalah jumlah uang atau nilai tukar sebuah barang atau jasa yang ditetapkan sesuai tingkat kemampuan barang dan jasa tersebut memberikan manfaat kepada konsumen.¹⁴

2. Kualitas

Kualitas adalah keadaan, ciri dan kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya memenuhi serta memuaskan konsumen dengan baik.¹⁵

¹⁴ Ruri Putri Utami dan Hendra Saputra, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik di Pasar Sambas Medan," *Jurnal Niagawan*. 6 no 2, (Oktober, 2017): 47,

¹⁵ Ibid, 46

3. Smudge Art

Smudge Art adalah suatu karya seni lukis yang menggunakan aplikasi digital seperti *Photoshop* dengan teknik smudge tool hingga menghasilkan karya seni lukisan seperti di Canvas.

4. Volume Penjualan.

Volume Penjualan adalah hasil dari yang telah dicapai oleh perusahaan dari waktu ke waktu yang biasanya mengalami naik turun.¹⁶

I. Kajian Terdahulu

Sudah banyak dilakukan penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini, diantaranya penelitian tersebut yaitu :

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Riyanti yang berjudul “ *Pengaruh harga dan Kualitas Produk Dalam Perspektif Islam terhadap Volume Penjualan. (Penelitian di Toko Karomah Anak Cipeujeuh Wetan Kec Lemahabang Kab Cirebon)*”

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yaitu penelitian dengan menekankan analisis-nya pada data angka yang diolah dengan metode statistika yaitu data-data kuantitatif yang dikumpulkan melalui pengukuran. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan

¹⁶ Putu Agus Semara Jaya, “Pengaruh Biaya Promosi dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Dupa Pada Putra Mas di Desa Bulian Tahun 2010-2014, ” *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 5, no 1 (2015): 2,

untuk menganalisis pengaruh variabel Independent (X) terhadap variabel dependen (Y) secara bersama-sama.

Dari hasil penelitian berdasarkan uji F didapat nilai sebesar 1,190 dengan tingkat signifikan 0,135. Karena probabilitas signifikan jauh lebih besar dari 0,05 maka H_0 di terima dan H_a ditolak, hal ini menyatakan bahwa Harga dan Kualitas Produk tidak ada berpengaruh terhadap volume penjualan di Toko Karomah Anak. Persamaan dalam penelitian ini terletak pada variabel independent yaitu harga dan kualitas produk dan variabel dependen yaitu volume penjualan serta persamaan lainnya terletak metode analisis data yaitu sama-sama menggunakan analisis regresi berganda. Sedangkan perbedaan terletak pada subjek penelitian dan teknik pengambilan sampel.

b. Penelitian dilakukan oleh Elisa Desy Rinda Putri yang berjudul “ *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Melalui Minat Beli (Studi pada Konsumen Wardah Cosmetics di Indonesia)* “

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian survei Karena data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi dengan menggunakan teknik *Non-Probability* karena pada penelitian ini jumlah anggota populasi tidak diketahui Sedangkan metode untuk pengambilan sampel menggunakan *purpose sampling/judgement sampling*, yaitu teknik penentuan sampel di mana unit/orang yang dipilih sebagai sampel sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Pengaruh kualitas produk terhadap

minat beli adalah sebesar 0,513 atau 51,3% dan variabel harga terhadap minat beli sebesar 0,264 atau 26,4%. Persamaan dari penelitian ini terletak pada variabel independent (X) yaitu harga dan kualitas produk, Sedangkan perbedaan terletak pada variabel dependen (Y), pengambilan sampel dan Subjek penelitian.

- c. Penelitian dilakukan oleh Ipa Audina Br Harahap yang berjudul “ *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Masker Wajah Mustika Ratu* “

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian tipe explanatory yaitu dengan menyoroti hubungan variabel – variabel penelitian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya dengan menggunakan teknik *Non-Probability* karena pada penelitian ini jumlah anggota populasi tidak diketahui. Sedangkan metode untuk pengambilan sampel menggunakan *purpose sampling/judgement sampling*, yaitu teknik penentuan sampel di mana unit/orang ng dipilih sebagai sampel sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk dan harga memiliki hubungan yang sedang dengan keputusan pembelian yaitu 0,545 dan memiliki pengaruh sebesar 35,5% terhadap keputusan pembelian. Terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Dimana F hitung (26, 845) lebih besar dari F tabel yaitu (3, 90) sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis 3 diterima, kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Persamaan dari penelitian ini terletak pada variabel independent (X) yaitu harga dan kualitas produk, Sedangkan perbedaan terletak variabel dependen (Y), pengambilan sampel dan Subjek penelitian.

- d. Penelitian yang dilakukan oleh Putri Nilam Kencana berjudul “ *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada PT Sriwijaya Berka Indonesia*”

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan memberikan gambaran berdasarkan fakta yang tampak dan nyata pada Pasar malam Ngarsopuro dengan menggunakan teknik *Probability Sampling* karena pada penelitian ini dilakukan pada semua pedagang di pasar Malam Ngarsopuro. Sedangkan metode untuk pengambilan sampel menggunakan *purpose sampling/judgement sampling*, yaitu teknik penentuan sampel di mana unit/orang yang dipilih sebagai sampel sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap volume penjualan dengan persamaan Regresi $Y = 2,658 + 0,296 X_1 + 0,241 X_2$. Dari pengujian hipotesis menggunakan uji F dimana $F_{hitung} 47,627 > F_{tabel} 3,150$ hal tersebut diperkuat dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 di terima. Persamaan dalam penelitian ini terletak pada variabel independent (X_1) yaitu harga dan variabel dependen (Y) yaitu volume penjualan. Sedangkan perbedaan variabel independent (X_2) terletak pada subjek penelitian dan teknik pengambilan sampel.