

---

## Analisis Perilaku Konsumen Dalam Membeli Perhiasan Mutiara Di Kabupaten Kepulauan Aru (Dobo)

Susan Anggrek  
Universitas Widya Kartika

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam membeli Perhiasan Mutiara di Kabupaten Kepulauan Aru (Dobo). Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Kepulauan Aru (Dobo) dengan jumlah responden sebanyak 10 responden. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Kualitatif Deskriptif dengan teknik Nonprobability Sampling. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli Perhiasan Mutiara Di Kabupaten Kepulauan Aru (Dobo). Pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Hasil analisis jawaban responden menunjukkan bahwa faktor kualitas, harga, informasi, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor persepsi memiliki hubungan dengan teori yang digunakan oleh penelitian sebagai acuan dalam melakukan penelitian ini.

**Kata kunci:** Perilaku Konsumen, Mutiara, Kualitas Mutiara

### Abstract

*This research aims to determine consumer behavior towards purchasing pearl jewelry in Kepulauan Aru (Dobo). This research was conducted in Aru Islands Regency (Dobo) with total of 10 respondents. The type of this research used is qualitative descriptive with nonprobability sampling technique. The subjects in this research are pearl jewelry buyer in Aru Island Regency (Dobo). Data collecting used were interviews, questionnaires, observation, and documentation. The results of this analysis of the respondents' answers show that the factors of quality, price, information, social factors, personal factors, and perception factors has the relationship with the theory used by the research as a reference in conducting this research.*

**Keywords:** Consumer Behavior, Pearl, Pearl Quality

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan 62% luas wilayah Indonesia adalah laut dan perairan. Terkait dengan hal tersebut Indonesia memiliki kekayaan sumber daya laut yang sangat melimpah khususnya pada sektor perikanan yang memiliki harga jual yang tinggi diantaranya ikan, rumput laut, kerang mutiara, teripang, kepiting dan lobster. Berkaitan dengan hal tersebut maka sangat penting bagi Indonesia untuk meningkatkan budidaya laut untuk waktu sekarang dan waktu yang akan datang karena sektor perikanan merupakan salah satu prioritas yang diharapkan menjadi sumber pendapatan di Indonesia, apalagi di tunjang potensi sumber daya laut yang berlimpah dan luas, bila potensi tersebut di manfaatkan secara optimal dan benar maka dapat meningkatkan dan membantu menjaga kelestarian sumber daya laut. Salah satu sumber daya laut yang mempunyai harga jual yang relatif tinggi salah satunya adalah mutiara. Indonesia adalah salah satu negara penghasil mutiara kualitas ekspor yang dikenal dengan julukan South Sea Pearl setara dengan mutiara dari Australia, Filipina dan Myanmar (Ida wardana, Sidewi, Ahmad Masuki dan Sari Mario, 2014: 6). Wilayah Indonesia yang memiliki potensi besar untuk perkembangbiakan kerang Mutiara adalah wilayah Indonesia bagian timur seperti Papua, Maluku (Kab. Kep. Aru), Kei (Maluku Tenggara), dan wilayah Nusa Tenggara Barat (Lombok). Hal ini terkhususkan pada wilayah Maluku yaitu Kabupaten Kepulauan Aru

dan Maluku Tenggara.

Kerang mutiara merupakan salah satu komoditas budidaya laut yang memiliki nilai ekonomi penting serta cukup menjanjikan karena beberapa keunggulan seperti teknologi pembenihan hi hatchery dan pembesaran di darat dan laut yang telah dikuasai dan permintaan pasar global yang cukup tinggi untuk negara Asia Tenggara, Asia Timur, USA dan Eropa (Kementerian Kelautan Dan Perikanan, 2022). Dalam hal ini bagian dari kerang Mutiara yang memiliki harga jual tertinggi dan permintaan tertinggi ada pada mutiaranya disebabkan karena Mutiara dapat dijadikan sebagai perhiasan seperti cincin, gelang, kalung, anting, bros, mahkota dan lain sebagainya. Mutiara terbagi menjadi 2 (dua) jenis yaitu Mutiara alami dan Mutiara budidaya, mutiara alami terbentuk berdasarkan hasil reaksi tubuh karena adanya luka pada jaringan dalam mantel moluska dengan menghasilkan material untuk melindungi jaringan tubuh di sekitar luka tersebut, sedangkan Mutiara di budidaya terbentuk secara alami tetapi sebelum di sisipi inti Mutiara dan potongan mantel dari kerang donor yang dibantu oleh manusia (Yanti Kaleb, N. Gustaf F. Mamangke dan Desy M. H. Mantiri 2015 : 15)

Indonesia memasok 43% untuk pasar dunia dan mendapatkan urutan ke-9 dengan nilai ekspor sebesar 29.431.625 Dollar AS atau 2,07% dari total nilai ekspor dunia mencapai 1.418.881.897 (Dinas Kominfo Jawa Timur : 2013), Tiram Mutiara merupakan komoditas perikanan laut yang memiliki nilai pasar yang baik dan relatif stabil (Ida wardana, dkk , 2014: 6). Bagi sebagian masyarakat perhiasan mutiara masih dijadikan simbol kekayaan dan kemewahan sehingga hal ini sangat mempengaruhi gaya hidup masyarakat untuk memiliki perhiasan mutiara yang mengakibatkan perhiasan mutiara memiliki nilai ekonomi yang cukup relatif tinggi. Saat ini harga butiran (Lose Pearl), Indonesia South Sea Pearl (ISSP) sekitar USD 15–25 per gram, Indonesia Sout Sea Pearl (ISSP) umumnya diperdagangkan dalam bentuk loose (butiran) dan jewelry (perhiasan) melalui lelang (auction) baik di pasar domestik maupun internasional utamanya di Jepang, Hong Kong, dan Australia (Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan Dan Perikanan, 2022).

Harga mutiara ditentukan dari kualitas mutiara yang di hasilkan yaitu dapat dilihat dari beberapa faktor penentu kualitas mutiara antara lain yaitu ukuran mutiara (size), bentuk mutiara (shape) ada yang bulat, oval dan lain sebagainya, kilau mutiara (iustre), warna mutiara (color) putih, silver, gold, dan rose gold, kontur permukaan (surtace complexcity). Ukuran (size) mutiara diukur dalam satuan milimeter sekitar 1 (satu) mm–20 (dua puluh) mm, ukuran (size) mutiara tergantung pada kerang mutiara. Mutiara mempunyai Standart Nasional Indonesia (SNI) dengan Nomor SNI 4989 : 2011 yang disesuaikan sebagai dasar dalam menyusun standart operating procedure grading mutiara dan perlu di tindak lanjuti dengan membuat Quality Pearl Label (QPL) (Dinas Kominfo Jawa Timur : 2013).

Jika perusahaan ingin tetap berjalan dan terus tumbuh, maka ia harus dapat menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang telah menjadi pelangganya, tugas tersebut semakin mudah jika pelaku bisnis memahami perilaku konsumen dengan baik, perilaku konsumen menarik dan dinamis dan menggambarkan perkembangan ekonomi, sosial, budaya, teknologi, dan informasi yang terjadi di sekeliling konsumen (Ujang Sumarwan, 2011 : 8). Pemasar yang dapat memahami konsumen akan memiliki kemampuan bersaing dengan baik dengan memahami perilaku konsumen maka pemasar akan mampu mempengaruhi perilaku konsumen tersebut sehingga sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pemasar, mempengaruhi perilaku konsumen adalah mempengaruhi

pilihan konsumen agar mereka mau memilih produk tertentu dan merek tertentu yang ditawarkan oleh pemasar, proses mempengaruhi konsumen biasanya dilakukan melalui strategi pemasaran yang tepat (Jefri Putri Nugraha, dkk, 2021 : 15).

Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan di antara pelaku usaha yang ditawarkan pada konsumen (Mutiara dan Imam Wibowo 2020 : 14). Kualitas produk sangat menjadi perhatian dalam dunia usaha atau industri karena apabila suatu produk tersebut meningkat kualitasnya dan dapat mengikuti kemauan dan harapan konsumen maka hal ini dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan. Selain itu agar para pemasar mampu memasarkan produknya dengan baik maka para pemasar wajib memahami keragaman dan kesamaan perilaku konsumen seperti memahami mengapa dan bagaimana konsumen mengambil keputusan konsumsi, sehingga pemasar dapat merancang strategi pemasaran dengan baik (Jefri Putri Nugraha, dkk , 2021 : 14 -15).

Strategi pemasaran mempunyai posisi yang sangat penting untuk terus diperhatikan dan diperbaiki karena salah dalam pembuatan strategi akan berujung pada kegagalan dalam memproses target pasar strategi berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi Perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa (Mayla Surveyandini, 2022 : 7). Maka pemasaran adalah suatu proses bagaimana mengidentifikasi kebutuhan konsumen kemudian memproduksi barang atau jasa yang dibutuhkan konsumen tersebut dan meyakinkan konsumen bahwa mereka membutuhkan barang atau jasa tersebut, sehingga terjadi transaksi atau pertukaran antara produsen dan konsumen, pertukaran atau transaksi tersebut menyebabkan konsumen mendapat barang dan jasa yang dapat memberikan manfaat kepada mereka, dan konsumen memberikan sejumlah imbalan dalam bentuk uang dan lainnya kepada produsen (Ujang Sumarwan, 2011 : 17). Adapun tujuan dari adanya strategi pemasaran adalah untuk mencapai target pemasaran dengan efektif dan efisien sehingga perusahaan memperoleh keuntungan yang cukup banyak (Mayla Surveyandini, 2022 : 7-8).

Oleh karena itu, dalam melakukan penjualan perhiasan mutiara produsen atau penjual harus dapat mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan dari konsumen, yang mana untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen produsen atau penjual harus dapat memahami terlebih dahulu perilaku konsumen tersebut.

## **2. METODE PENELITIAN**

Pada penelitian kali ini, peneliti akan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif karena peneliti ingin menganalisis perilaku konsumen dalam membeli perhiasan mutiara di Kabupaten Kepulauan Aru (Dobo), guna menjawab masalah yang telah dirumuskan yaitu bagaimana perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian perhiasan mutiara. Sumber dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari konsumen yang membeli Perhiasan Mutiara di Kabupaten Kepulauan Aru (Dobo) dan data yang peneliti gunakan adalah data primer.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan cara observasi, wawancara, kuesioner, dan juga dokumentasi. Sampel dalam penelitian ini di ambil dengan menggunakan metode *Nonprobability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Teknik analisa data yang digunakan dalam menganalisis data ini adalah Teknik Analisis Interaktif, di dalam teknik analisis data ini terdapat tiga komponen yang terdiri dari reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Ada juta populasi dan sampel dalam penelitian ini, populasi dalam penelitian ini

adalah pembeli Perhiasan Mutiara Di Kabupaten Kepulauan Aru (Dobo), Sampel merupakan bagian dari populasi, kalimat ini memiliki 2(dua) makna yaitu, 1(satu) semua unit populasi harus memiliki peluang untuk terambil sebagai unit sampel, dan yang ke 2(dua) sampel dipandang sebagai penduga populasinya atau sebagai populasi dalam bentuk kecil (miniatur populasi) artinya besar sampel harus mencukupi untuk menggambarkan populasinya (Eddy Roflin, Iche Andriyani Liberty dan Pariyana, 2021 : 4).

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **a. Perbedaan Produk yang eserupa**

Setiap melakukan pembelian sutau produk kita harus dapat membedakan produk yang kita inginkan dengan yang lain jika produk itu memiliki kemiripan yang cukup besar dengan produk yang kita inginkan maka dari itu bagaimana kita dapat membedakan produk yang kita ingin beli dengan produk yang serupa. Maka dari itu peneliti ingin menanyakan kepada konsumen pembeli perhiasan mutiara air laut apakah anda anda tau perbedaan mutiara air tawar dan air laut? Jika iya seperti apa perbedaanya?

Menurut lia, mutiara air tawar itu lebih tipis kalau air lauta lebih tebal. Ketahanan lebih bagus air laut, dan menurut vensya perbedaan dapat dilihat dari bentuk dan warna.

#### **b. Perbedaaan Harga dalam Pembelian Perhiasan Mutiara**

Sebagai konsumen kita harus dapat mengetahui harga dari produk yang ingin kita beli, dan dalam perbedaan harga juga kita dapat mengethui perbedaan produk antara produk yang ingin kita beli dan dengan produk yang serupa. Maka dari itu peneliti ingin menanyakan kepada konsumen perhiasan mutiara apakah anda tahu bahwa harga mutiara air laut lebih mahal dibandingkan dengan mutiara air tawar? Dari mana anda mengetahuinya ?

Menurut fadiyah perbedaan pada warna, warnanya lebih bagus yang air laut. Sedangkan menurut Rifaldin mutiara air laut berharga maha, karena memang proses untuk menghasilkannya lebih sulit dan menghasilkan waktu yang lebih lama, dan juga terdapat berapa hal yang membuat perhiasan mutiara air laut jauh lebih mahal yaitu dari bentuk, kilau, ukuran bahkan sampai warna mutiara, saya mengetahui ini kerena saya bukan hanya seorang buyer tetapi saya juga seorang penjual dan seorang teknisi dalam pembuatan perhiasan mutiara.

#### **c. Pemilihan Produk Perhiasan Mutiara**

Setiap pembeli perhiasan mutiara pasti memiliki alasan tersendiri dalam memilih jenis perhiasan mutiara yang ingin di beli dan ingin di gunakan. Maka dari itu peneliti ingin menanyakan kepada konsumen perhiasan mutiara mengapa anda memilih untuk membeli perhiasan mutiara air laut di bandingkan dengan perhiasan mutiara air tawar ?

Menurut sintia, sintia memilih muttiara air laut karna kualitas lebih bagus, kilau, warna yg bagus tidak mudah rusak kalau di pakai sehari-hari dan memberikan kesan mewah dan mahal. Dan menurut adventio perhiasan mutiara air laut di pakai lebih kelihatan mewahnya dan elegnt dari kilaunya.

#### **d. Ketertarikan dalam Membeli Perhiasan Mutiara**

Setiap konsumen pasti memiliki ketertarikan tersendiri terhadap produk yang ia beli. Maka dari itu peneliti ingin menyakan kepada konsumen pembeli perhiasan mutiara air laut apa ketertarikan yang ada pada perhiasan mutiara air laut hingga konsumen tertarik

untuk membeli perhiasan mutiara air laut tersebut?

Menurut Alicia, Alicia tertarik karna kualitasnya mutiara air laut bagus mau di pakai buat apa ajah cocok untuk acara-acara formal bagus untuk menunjang penampilan lebih mewah. Sedangkan Ang Chai Kalau menurut ai warnanya dan dari keindahannya saat sudah di padukan dengan emas untuk dijadikan perhiasan apapun.

#### **e. Ekspresi dalam Pembelian Perhiasan Mutiara**

Saat konsumen mendapatkan produk yang mereka inginkan otomatis mereka akan senang karena mereka sudah dapat memenuhi keinginan mereka akan sesuatu, maka dari itu peneliti ingin menanyakan kepada konsumen pembeli perhiasan mutiara apakah anda sebagai konsumen sangat senang saat anda bisa membeli perhiasan mutiara air laut? Jika iya mengapa?

Menurut tya, ia senang ketika dapat memiliki perhiasan Mutiara air laut karena tidak semua orang bisa memiliki, sedangkan rifaldin merasa senang jika memiliki perhiasan Mutiara bukan hanya kualitasnya saja tetapi juga bisa dibilang perhiasa mutuara air laut memiliki nilai jual beli yang tinggi hingga tidak semua orang bisa memiliki.

#### **f. Kesesuaian Dalam Kebutuhan Konsumen**

Terkadang konsumen dalam membeli suatu produk terdapat alasan yang pasti dalam membeli sebuah produk entah itu dalam bentuk keinginan maupun kebutuhan. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui apakah anda membeli perhiasan mutiara air laut sesuai dengan kebutuhan anda?

Menurut vensya terkadang ia membeli dari yang ia butuhkan, sedangkan fadiyah ia membeli sesuai dengan yang ia butuhkan.

#### **g. Kualitas Perhiasan Mutiara**

Sebagian besar konsumen jika mereka ingin membeli suatu produk hal yang pertama yang harus mereka ketahuai sebelum membeli produk tersebut adalah tahan lamanya produk itu (kualitas produk) atau tidak jika digunakan dalam jangka panjang walaupun digunakan atau tidaknya produk tersebut. Maka dari itu peneliti ingin menanyakan kepada konsumen pembeli perhiasan mutiara apakah perhiasan mutiara air laut yang anda beli memiliki daya tahan atau masa pakai jangka panjang? Kalau iya apa alasannya?

Menurut Paulus, daya atahan mutiara air laut lebih bagus dan memiliki masa pakai cukup lama jika di pakai, jika di simpan mungkin 10 tahun tetap masih awet dan terlihat mewah. Sedangkan menurut lia kualitas mutiara dapat bertahan karena di rawat dengan baik.

#### **h. Pandangan Konsumen tentang Perlunya Informasi Sebelum Melakukan Pembelian Perhiasan Mutiara.**

Sebelum membeli perhiasan mutiara saya mencari informasi tentang perhiasan mutiara ?

Menurut fadiyah, fadiyah setuju perlunya informasi sebelum melakukan pembelian karena harus mengetahui terlebih dahulu spesifikasi kualitas, sedangkan menurut tya harus untuk mencair informasi tentang mutiara sebelum membeli misalnya mutiara mana yang bagus mana yang tidak, warna apa saja yang ada, perbedaan air tawar dan air asin perbedaanya apa.

**i. Padangan Konsumen Tentang Pembelian Perhiasan Mutiara Sesuai Dengan Kebutuhan**

Apakah anda membeli perhiasan mutiara sesuai dengan kebutuhan anda? Menurut sintia, ia hanya beli ketika ia perlu saja, dan menuurt adventio hanya membeli Ketika membutuhkan saja seperti ia ingin memodifikasi kalung emas yang ia gunakan dengan 1 butir mutiara otomatis aku hanya membeli 1 butir.

**j. Pandangan Konsumen Tentang Kesesuaian Harga Dan Kualitas Perhiasan Mutiara Dalam Melakukan Pembelian**

Kesesuaian harga dan kualitas perhiasan mutiara mempengaruhi keputusan saya melakukan pembelian?

Menurut alicia ia tidak setuju karena karena beberapa mutiara ada yang kualitasnya tidak bulat atau oval dengan perfec gitu tetap saya beli untuk dimodifikasi dengan emas kuning atau emas putih untuk di jual lagi untuk harga yg mahal otomatis bentuknya lucu kayak di tamhabin motif seperti ikan bunga. Sedangkan menurut ang chai sangat setuju, Karena intinya tidak mungkin beli mutiara harga tinggi tetapi jelek dari segi model atau warnannya.

**k. Pandangan Konsumen Tentang Perbandingan Menyukai Perhiasan Mutiara Dengan Perhiasan Lainnya**

Saya lebih menyukai membeli perhiasan mutiara dibandingkan dengan perhiasan lain?

Menurut rifaldin, ia lebih menyukai mutiara karena tidak semua orang bisa memiliki jika di bandingkan dengan emas, kebanyakan orang dapat beli kalau perhiasan emas. Sedangkan menurut tya tidak terlalu menyukai perhiasan mutiara karena tidak bisa dijual kembali karena tidak adapeningkatan harga, sedangkan emas ada perubahan harga sesuai perkembangan saman dan sesuai harga dollar.

**l. Pembelian Perhiasan Mutiara Karena Rekomendasi**

Saya membeli perhiasan mutiara karena rekomendasi dari orang lain (teman, keluarga, kerabat, dan lain-lain)

Menurut lia, tidak membutuhkan rekomendasi karena ia sudah tau tentang mutiara dan memiliki punya informasi sendiri karena sudah mengerti, sedangkan menurut vensya membutuhkan rekomendasi karena belum tentu apa yang saya suka orang lain juga menyukai hal yang sama.

**m. Pandangan Konsumen tentang Pembelian Perhiasan Mutiara Dapat Menggambarkan Peran Dan Status Sosial.**

Dengan membeli perhiasan mutiara dapat menggambarkan peran dan status sosial saya di masyarakat ?

Menurut Paulus Ketika menggunakan mutiara peran dan status sosial karena ketika kita memakainya orang lain akan melihat kita lebih terpandang. Sedangkan menurut lia karna mutiara air laut itu mahal sehingga tidak semua orang bisa memiliki.

**n. Pandang Konsumen Tentang Menggunakan Perhiasan Mutiara Dapat Merasa Lebih Terpandang.**

Dengan menggunakan perhiasan mutiara saya dapat merasa lebih terpandang di

lingkungan saya.

Enurut vensya belum tentu karena bukan mutiara saja yang dapat menaikkan value orang- orang tidak hanya mutiara dengan menggunakan emas biasa saja bisa menaikkan itu, jadi tidak harus mutiara. Sedangkan menurut rifaldin mutiara dapat menaikkan value karena mahal, dan terlihat elegant saat digunakan.

**o. Motifasi Konsumen Dalam Membeli Perhiasan Mutiara**

Apakah motifasi anda untuk membeli perhiasan mutiara : Sintia dan adventio memiliki motivasi Ketika membeli perhiasan mutiara untuk pemakaian pribadi

**p. Seberapa Sering Konsumen Melakukan Pembelian Perhiasan Mutiara**

Seberapa sering anda membeli perhiasan mutiara ? Menurut adventio : Terkadang setiap 6 bulan ia melakukan pembelian sedangkan Alicia setiap 3 bulan .

**q. Pandangan Konsumen Tentang Melakukan Kembali Perhiasan Mutiara**

Apakah anda akan kembali membeli perhiasan mutiara lagi ? Menurut tya dan sintia mereka akan kembali membeli perhiasan mutiara karena mewah

**r. Pandangan Konsumen Tentang Seberapa Puas Konsumen Ketika Membeli Dan Memiliki Perhiasan Mutiara.**

Seberapa puas anda ketika membeli dan memiliki perhiasan mutiara ? Menurut fadiyah, ia puas karena membeli dengan harga yang sesuai dengan kebutuhan dan sesuai dengan pemasukan, sedangkan vensya puas karena secara pribadi ia teknisi mutiara

**s. Pandangan Konsumen Akan Seberapa Besar Konsumen Merekomendasikan Perhiasan Mutiara**

Seberapa besar anda akan merekomendasikan perhiasan mutiara ke teman, keluarga, atau orang-orang di sekitar anda ?

Menurut lia, ia akan sangat merekomendasikan karena mutiara adalah salah satu produksi hasil dari indonesia, dan menurut fadiyah ia akan merekomendasikan karena karena di lingkungannya banyak cewek-cewek yang menggunakan emas dan barangkali ingin memadukanya dengan mutiara.

**t. Pandangan Konsumen Tentang Daerah Di Indoneisa Yang Memiliki Kualitas Mutiara Yang Bagus**

Perhiasan mutiara air laut di daerah Indonesia bagian mana yang memiliki kualitas mutiara yang bagus menurut anda ?

Menurut vensya dan tya Maluku (Dobo/Kei), sejak awal mutiara ini sejak dulu kala mutiara ini ditemukan di satu tempat di maluku jadi turun temurun tempat itu yang paling bagus dan mutiara dobo sudah terlihat dengan berbagai kelas dan sejauh ini yang di miliki dari dobo atau tual kualitasnya sangat bagus.

**u. Pandangan Konsumen Tentang Warna Mutiara Yang Di Gemari**

Warna mutiara air laut manakan yang anda gemari yang di hasilkan di Indonesia? Menurut Lia, memilih Gold (emas), terlihat lebih mewah. Sedangkan menurut vensya warna White (putih) karena yang putih harganya lebih mahal.

**v. Ukuran Mutiara**

Dibawah ini ukuran mutiara air laut manakah yang pernah anda beli? 8mm, 9mm, 10mm, dan 11mm

Lia dan vensya memilih 10mm, karena bisa pakai ke pesta dan hari-hari pun masih bisa, dan kalau di bawah 10mm cenderung lebih kecil dan 10mm sudah termasuk ukuran normal.

**w. Pandangan Konsumen tentang Kolaborasi Mutiara Dan Perhiasan**

Jika mutiara air laut dijadikan perhiasan, menurut anda manakah yang paling menarik Kalung, Cincin, Gelang, dan Anting

Menurut Lia anting, karena membuat muka lebih cerah. Sedangkan faidyah Kalung, karena kalung itu biasan menjadi wanita yang elegant saja menarik perhatian.

**x. Pilihan Konsumen Tentang Bentuk Mutiara**

Bentuk mutiara seperti apa yang anda gemari ROUNG (bulat), Oval, Baroque, dan Button

Menurut Paulus, ia gemari bentuk bulat karena sangat sulit untuk menghasilkan yg bulat. Sedangkan Lia memilih bentuk oval, terlihat lebih besar, yang classic memang Round (bulat) tetapi oval itu lebih unik, lebih bagus lebih classic, lebih terlihat besar pula kalau 10mm round dengan 10mm oval, 10mm oval lebih besar.

**y. Pandangan Konsumen Tentang Perhiasan Mutiara Dapat Atau Tidaknya Jika Di Investasikan**

Apakah menurut anda perhiasan mutiara air laut dapat di kategorikan sebagai perhiasan yang memiliki nilai invest tinggi ?

Menurut Lia dapat di investasikan tetapi hanya mutiara yang paling bagus seperti Tripell A, dan menurut Paulus tidak dapat di investasikan karena harganya selalu tetap tidak seperti emas yg harganya selalu naik.

**4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pembelian Perhiasan Mutiara di Kabupaten Kepulauan Aru (Dobo) yang menggunakan teknik wawancara, kuesioner dan dokumentasi terhadap Analisis Perilaku Konsumen Dalam Membeli Perhiasan Mutiara Di Kabupaten Kepulauan Aru (Dobo), dapat diambil kesimpulan, tersebut dipaparkan sebagai berikut :

Sesuai dengan data yang sudah dikumpulkan oleh penulis, Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Perhiasan Mutiara Di Kabupaten Kepulauan Aru (Dobo), kesimpulannya adalah setiap pribadinya memiliki faktor yang berbeda-beda dalam mendukung mereka membeli Perhiasan Mutiara, terutama dalam kuesioner pemilihan ukuran (pada Tabel 4.23) dan warna (pada Tabel 4.22) pada perhiasan mutiara.

Faktor yang mendukung perilaku konsumen dalam melakukan Pembelian Perhiasan Mutiara Di Kabupaten Kepulauan Aru (Dobo) adalah faktor kualitas seperti warna (pada Tabel 4.22) , kilau, bentuk (pada Tabel 4.25), ukuran (pada Tabel 4.23), ketahanan masa pakai jangka panjang (pada Tabel 4.8) , mewah, berharga mahal, dan dapat di investasikan (kualitas Tripel A).

Mutiara bukan hanya saja dijual di Indonesia akan tetapi perhiasan mutiara juga sangat digemari oleh masyarakat di luar Indonesia, hal ini yang membuat harga mutiara



menjadi sangat tinggi. Negara – negara maju dengan tingkat perekonomian yang tinggi memiliki penilaian tersendiri terhadap perhiasan mutiara, meskipun mutiara bukan hanya saja dari Indonesia tetapi South Sea Pearl yang dimiliki oleh negara Indonesia Bagian Maluku (Aru dan Kei) memiliki nilai keindahan dan kualitas terbaik oleh para konsumen dunia sehingga hal ini menyebabkan banyak produsen mengeksport mutiara karena memiliki harga yang relatif lebih tinggi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Dinas Komunikasi Dan Informasi Provinsi Jawa Timur. Perdagangan Mutiara, Indonesia Urutan ke-9 Dunia. 14 Agustus 2013, from <https://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/36350>
- Gunawan, Didik. (2022). Keputusan Pembelian Konsumenmarketplace Shopee Social Media Marketing. Padangsidimpuang. Inovasi Pratama Internasional.
- Husain F., Muhammad, F., & Dwi, S. (2020) Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. Yogyakarta. Anak Hebat Indonesia.
- Igir, G, Friani., Jhony R, E, Tampi., Henny Taroreh. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up ( Studi Pada PT. Astra Internasional Tbk Daibatsu Cabang Malalayang) (Vol. 6 No. 2) Jurnal Administrasi Bisnis.
- Indonesia. Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan Dan Perikanan. KKP Ajak Ibu-Ibu DWP dan Masyarakat Perkuat Branding Mutiara Laut Selatan Indonesia. 13 April 2022, from [KKP | Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia](https://www.kkp.go.id/kkp/kemeterian-kelautan-dan-perikanan-republik-indonesia)
- Kaleb, Yanti., Mamangkey,N, F, Gustaf. & Mantiri, M, H, Desy. (2015). Pembentukan Lapisan Mutiara Blister Pteria Penguin Dalam Sembilan Bulan Perkembangan (Vol.2. N0. 1.) Jurnal Pesisir dan Laut Tropis.
- Kristiningrum,Ellia., & Bendjamin, Bl. (2018). Dukungan Standardisasi Pada Budidaya Tiram Mutiara. (Vol.20. No 2). Jurnal Standardisasi.
- Nugraha, P. Y., Et Al. (2021). Teori Perilaku Konsumen. Jawa Tengah. Nasya Expanding Managemet.
- Razak, Mashur., (2016). Perilaku Konsumen. Makassar. Alaudin University Press.
- Rijali, Ahmad. (2018). Analisis Data Kualitatif. (Vol. 17 No. 33) Jurnal Alhadhara.
- Sumarwan, Ujang. (2011). Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Surveyandini, M., (2022). Strategi Pemasaran Ampuh. Yogyakarta. Nas Media Indonesia.