**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Penelitian**

Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Tidak terkecuali pada jaman sekarang yang dimana telah mengalami perkembangan dalam dunia usaha yang sangat pesat, segala bentuk kebutuhan hidup masyarakat baik dilihat dari segi kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier merupakan suatu kebutuhan yang ingin dipenuhi, terpuaskan dan tercapai oleh manusia.

Era kreatif ditandai dengan berkembangnya industri-industri kreatif yang menggunakan ide dan keterampilan seorang individu sebagai modal utamanya. Menurut *Jhon Howkins*, dialih bahasakan oleh Roem Topatimasang (2010) dalam bukunya *The Creative Economic* mengemukakan“orang-orang yang memiliki ide akan lebih kuat dibandingkan orang-orang yang bekerja dengan mesin produksi atau bahkan pemilik mesin itu sendiri”.

Industri kreatif di Indonesia sejatinya sudah semakin berkembang, ini terbukti dengan kontribusi nya sebesar 7,1% dari GDP nasional (Kompas, 9 Desember 2016). Hal ini bukan tidak mungkin akan terus meningkat jika masyarakat telah sadar akan penting nya era industri kreatif. Industri kreatif sendiri merupakan kumpulan aktifitas ekonomi yang berasal dari pemanfaatan keterampilan, dari bakat seseorang untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan bagi banyak orang. Industri kreatif dipandang semakin penting dalam mendukung kesejahteraan perekonomian Indonesia, karena tidak dapat dipungkiri industri kreatif cukup menyumbang dana yang besar baik untuk pendapatan nasional maupun untuk pendapatan daerah, sehingga sangat wajar jika pemerintah sangat melirik industri kreatif ini.

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang memiliki potensi sebagai kota kreatif yang cukup besar. Sejak dulu kota Bandung sudah dikenal sebagai pusat tekstil, mode, seni, budaya dan tak lupa daerah tujuan wisata nya. Hal-hal ini mendukung misi kota Bandung sebagai kota kreatif. Bahkan pada tahun 2014 lalu di kota Yokohama Jepang, kota Bandung dicanangkan sebagai *pilot project* kota kreatif se-Asia timur, dimana kota Bandung akan menjadi titik sentral pada perkembangan ekonomi masa depan yang berbabasis industri kreatif (Disperindag Kota Bandung). Pemilihan kota Bandung sebagai kota percontohan bukanlah tanpa alasan, mengingat dalam sepuluh tahun terakhir industri kreatif di kota Bandung menunjukan perkembangan signifikan dan sangat berkontribusi pada kesejahteraan pendapatan daerah.

**Tabel 1.1**

**Kontribusi Subsektor Industri Kreatif di Kota Bandung**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Industri Kreatif** | **Subsektor PDB** | **Persentase (%)** |
| 1 | Periklanan | 8.305.034.367 | 9,87 |
| 2 | Arsitektur | 4.134.446.695 | 4,91 |
| 3 | Pasar Barang Seni | 685.870.805 | 0,81 |
| 4 | Kerajinan | 6.159.598.596 | 7,32 |
| 5 | Desain | 6.072.583.329 | 7,21 |
| 6 | Fashion | 45.803.769.843 | 54,40 |
| 7 | Video, Film, Fotografi | 250.431.983 | 0,29 |
| 8 | Permainan Interaktif | 337.392.321 | 0,40 |
| 9 | Musik | 3.824.179.411 | 4,54 |
| 10 | Seni Pertunjukan | 124.467.644 | 0,14 |
| 11 | Penerbitan dan Percetakan | 4.283.989.793 | 5,09 |
| 12 | Layanan Komputer dan Piranti Lunak | 1.040.637.861 | 1,23 |
| 13 | Televisi dan Radio | 2.136.827.023 | 2,53 |
| 14 | Riset dan Pengembangan | 969.493.823 | 1,15 |
| Sumber : http:www.kompas.com | | | |

Berdasarkan data Tabel 1.1 menurut sumber kompas menyebutkan bahwa diantara 14 subsektor yang ada, PDB industri kreatif kota Bandung banyak disumbangkan oleh industri fashion sebesar 54,40% karena fashion merupakan jenis usaha yang beberapa tahun ini banyak dijadikan sebagai ladang usaha bagi para pengusaha dan juga mempengaruhi *trend* anak muda di berbagai kota di Indonesia, salah satunya di kota Bandung. Saat ini *fashion* merupakan bagian paling penting bagi masyarakat modern, ini terbukti dengan banyak didirikannya butik, *FO*, *distro* dan *clothing* di kota Bandung. Berikut ini adalah perkembangan fashion di Kota Bandung dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir yang dapat dilihat pada Tabel 1.2 sebagai berikut :

**Tabel 1.2**

**Jenis Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Jenis Usaha** | **Thn 2006-2009** | **Thn 2010-2013** | **Thn 2013-2016** |
| Distro | 480 Gerai | 512 Gerai | 574 Gerai |
| *Clothing* | 50 Gerai | 75 Gerai | 90 Gerai |
| *F0* | 80 Gerai | 115 Gerai | 150 Gerai |

Sumber : <Http://bandungcreativecityblog.wordpress.com>

Perkembangan dunia fashion terus melahirkan karya-karya baru dan semakin mendorong berkembangnya industri kreatif. Perkembangan dunia *fashion* di kalangan anak muda juga bukan lagi sekedar kesenangan yang ditekuni atas dasar hobi semata. *Fashion* tumbuh menjadi industri, mulai dari skala kecil sampai dengan skala yang cukup besar. Kini bisnis distro pun semakin menjamur, hampir di semua sudut kota Bandung terdapat distrodengan beragam macam merek dan tema. Seiring dengan diberlakukannya UU no. 22 tahun 1999 tentang otonomi daerah yang memberikan kewenangan pada setiap daerahnya untuk dapat mengelola sumber daya yang dimilikinya secara mandiri, maka kota Bandung mulai berkembang sebagai kota yang memiliki potensi besar dalam wisata belanjanya, dengan diwujudkannya penetapan kawasan-kawasan yang khusus dikembangkan untuk kegiatan wisata yang berdampak pada terjadi nya kenaikan jumlahDistr*o* di kota Bandung dari tahun ke tahun yang bisa dilihat pada tabel 1.2 diatas. Menurut data terbaru, Di kota Bandung sendiri ada sekitar lebih dari 574 Distro dan hal tersebut menjadikan kota Bandung ini sebagai pusat industri kreatif ekonomi bidang desain fashion di negara Indonesia.

Distro singkatan dari *distribution store* atau *distribution outlet* adalah jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian dan aksesoris yang dititipkan oleh pembuat pakaian, atau produksi sendiri. Distro umumnya merupakan industri kecil dan menengah (IKM) yang sandang dengan merk indepanden yang dikembangkan oleh kalangan muda. Produk yang dihasilkan oleh distro diusahakan untuk tidak diproduksi secara massa, agar mempertahankan sifat eksklusif suatu produk dan hasil kerajinan. Bentuk awal distro adalah usaha rumahan atau dibuat etalase dan rak untuk menjual t-shirt. (sumber: http:// kaoshardbandung.blogspot.com, akses 28/8/2016, 7:22).

Distro Badger *Invaders* berdiri sejak tahun 1999, pada awal berdiri Distro Badger *Invaders* mempunyai outlet yang dijadikan untuk usahanya bertempat di Jalan Sunda 39A Bandung, pada tahun 2005 Badger menambahkan outlet di Jalan Trunojoyo 23, sedangkan pada tahun 2006 outlet yang berada di Jalan Sunda di tutup, dan fokus pada outlet yang berada di Jalan Trunojoyo 23 Bandung.

Pesaing yang menjadi pesaing terberat Distro Badger *Invaders* diantaranya adalah Distro UNKL 347yang merupakan pemrakarsa *clothing company* di Bandung, Distro Ouval *Research* yang fokus desainnya lebih kearah *skate board*, Arena *Experience*yang terkenal akan produk sepatunya. Dibanding dengan pesaingnya, Distro Badger *Invaders* memiliki desain yang kurang menarik dibandingkan *clothing company* tersebut. Berikut ini data *market share* distroberdasarkan data dari Suave *Magazine* di Kota Bandung pada Tahun 2016.

Sumber : Suave *Magazine* 2016

**Gambar 1.1**

***Market Share* Distro di Kota Bandung Tahun 2016**

Berdasarkan dari data *market share* di atas diperoleh bahwa Distro UNKL 347 berada di puncak dengan *market share* 35% dan Distro Badger *Invaders* berada di tingkat kelima dengan *market share* 9%. Hal ini membuktikan bahwa produk yang dihasilkan Distro Badger *Invaders* tidak berkembang dikarenakan tidak adanya variasi-variasi produk yang diberikan pada konsumen, oleh karena itu untuk memperoleh pangsa pasar dapat dilakukan dengan memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan konsumen merupakan faktor kunci yang perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan agar dapat unggul dalam persaingan yang semakin kompetitif, sudah dipastikan ada beberapa toko yang tutup disebabkan karena adanya ketidakpuasan konsumen akan produk yang dihasilkan. Konsumen yang tidak puas akan melalukan pembelian di tempat lain yang mereka nilai lebih baik.

Keadaan tersebut berdampak membuat tingkat penjualan yang berfluktuasi pada Distro Badger *Invaders*. Untuk menguatkan dengan adanya permasalahan di Distro Badger *Invaders*, penulis juga melihat data penjualan produk selama tahun 2016. Data yang disajikan sebagai berikut :

**Tabel 1.3**

**Data Penjualan Distro Badger *Invaders*** **Tahun 2015-2016**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Bulan** | **Pendapatan (Rp)** | | **Pertumbuhan (%)** | |
| **2015** | **2016** | **2015** | **2016** |
| 1 | Januari | Rp. 118.637.000 | Rp. 109.428.539 | 5.80 | 5.43 |
| 2 | Februari | Rp. 105.332.500 | Rp. 131.972.637 | 5.15 | 6.55 |
| 3 | Maret | Rp. 163.820.000 | Rp. 182.932.629 | 8.01 | 9.09 |
| 4 | April | Rp. 151.547.500 | Rp. 98.768.581 | 7.41 | 4.90 |
| 5 | Mei | Rp. 180.354.500 | Rp. 122.381.800 | 8.82 | 6.08 |
| 6 | Juni | Rp. 208.449.500 | Rp. 288.367.961 | 10.72 | 14.33 |
| 7 | Juli | Rp. 177.653.000 | Rp. 215.284.300 | 8.69 | 10.70 |
| 8 | Agustus | Rp. 172.882.500 | Rp. 159.759.900 | 8.45 | 7.94 |
| 9 | September | Rp. 189.812.500 | Rp. 202.524.552 | 9.28 | 10.06 |
| 10 | Oktober | Rp. 155.339.500 | Rp. 169.379.800 | 7.59 | 8.41 |
| 11 | November | Rp. 168.117.500 | Rp. 148.334.000 | 8.22 | 7.37 |
| 12 | Desember | Rp. 152.252.500 | Rp. 182.822.000 | 7.44 | 9.08 |
| **Total** | | **Rp. 2.044.198.500** | **Rp. 2.011.956.699** | **100** | **100** |

Sumber : Distro Badger *Invaders*

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat terjadi penjualan yang berfluktuasi setiap bulannya, peningkatan penjualan paling tinggi terjadi pada bulan juni dengan tingkat pertumbuhan sebesar 14,33%. Hal ini dikarenakan pada bulan Juni bertepatan dengan bulan ramadhan sehingga transaksi pembelian di Distro Badger *Invaders* meningkat pesat. Sedangkan penurunan penjualan paling tinggi terjadi pada bulan April dengan tingkat pertumbuhan sebesar 4,90%. Hal tersebut dikarenakan semakin menjamurnya distro-distro di kota Bandung dengan bermacam-macam persaingan yaitu diwarnai dengan bermacam produk, rancangan *display* yang menarik dan juga kualitas bahan dan sablon yang terbaik. Strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan yaitu mampu menarik konsumen agar konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian produk dengan maksud untuk memberikan informasi tentang adanya produk dengan kelebihan dan manfaatnya bertujuan untuk membujuk, memepengaruhi dan meyakinkan konsumen. Data penjualan ini diperkuat dengan melakukan survey pendahuluan pada 30 pelanggan yang membeli produk di Distro Badger *Invaders.*

**Tabel 1.4**

**Hasil Kuesioner Pendahuluan Mengenai Kepuasan Konsumen di Distro Badger *Invaders*** **Kota Bandung Tahun 2017**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Pernyataan** | Sangat Senang | Senang | Kurang Senang | Tidak Senang | Sangat Tidak  Senang |
| Saya senang berbelanja di Distro Badger *Invaders* Bandung | 6,7% | 16,7% | 13,3% | 43,3% | 20% |

Sumber : Hasil Penyebaran Kuesioner 2017

Beradasarkan Tabel 1.4 dapat dilihat bahwa mayoritas konsumen menjawab tidak senang/kecewa saat berbelanja di Distro Badger *Invaders* sebesar 43,3%. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan konsumen, hal ini disebabkan karena kualitas bahan dan sablon pakaian yang kurang menarik perhatian konsumen. Hal tersebut mengakibatkan daya tarik produk yang ditawarkan distro menjadi menurun, sehingga mengakibatkan ketidakpuasan pada konsumen.

Berdasarkan penyebab fenomena-fenomena yang terjadi diatas, penulis melakukan survey pendahuluan yang tujuannya untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan menyebabkan menurunnya kepuasan konsumen di Distro Badger *Invaders* Bandung, yaitu pada halaman selanjutnya :

**Tabel 1.5**

**Hasil Kuesioner Pra Survey Tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketidakpuasan Konsumen di Distro Badger *Invaders*** **Kota Bandung 2017**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bauran Retail** | **Pernyataan** | **SS** | **S** | **KS** | **TS** | **STS** |
| **Saya Merasa Puas Membeli Pakaian Distro Badger *Invaders* Karena :** | | | | | | |
| **Produk** | 1. Produk Distro Badger *Invaders* memiliki beragam desain | 26,7% | 46,7% | 10% | 16,6% | - |
| 1. Produk Distro Badger *Invaders* memiliki kualitas baik | 6,7% | 26,7% | 10% | 50% | 6,7% |
| **Harga** | 1. Harga sesuai dengan kualitas produk | 36,6% | 46,7% | 6,7% | 10% | - |
| 1. Harga relatif lebih murah dibanding pesaing | 10% | 53,3% | 13,3% | 23,3% | - |
| **Promosi** | 1. Sering mendengar rekomendasi Distro Badger *Invaders* dari orang lain | 26,7% | 40% | 6,7% | 26,7% | - |
| 1. Sering melakukan event untuk menarik perhatian | 26,7% | 36,6% | 16,6% | 13,3% | 6,7% |
| **Pelayanan** | 1. Pelayanan yang cepat dari karyawan apabila terjadi keluhan | 50% | 16,6% | 13,3% | 20% | - |
| 1. Karyawan berpenampilan rapi dan sopan | 43,3% | 26,7% | 20% | 10% | - |
| **Suasana Toko** | 1. Pengelompokan *display* pakaian tersusun rapih | 13,3% | 13,3% | 6,7% | 53,3% | 13,3% |
| 1. Kebersihan saat belanja pakaian di Distro Badger *Invaders* | 26,7% | 53,3% | 13,3% | 6,7% | - |

Sumber : Hasil Penyebaran Kuesioner 2017

Hasil penyebaran kuesioner pada pembahasan dari masalah-masalah yang mempengaruhi ketidakpuasan konsumen di Distro Badger *Invaders* adalah kualitas produk dan suasana toko. Sebesar 50% konsumen merasa tidak puas atas kualitas produk Distro Badger *Invaders*. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan konsumen, hal ini disebabkan kualitas bahan pakaian masih menggunakan *cotton combed* 20-24s/*single knit* yang bahannya tebal serta kurang halus dan tidak menyerap keringat. Kualitas sablon pakaian masih menggunakan teknik sablon manual bukan teknik digital/printing. Selain itu kualitas jahitan pakaian kurang memiliki daya tahan dan keawetan bagi penggunanya. Faktor suasana toko juga menjadi perhatian konsumen, sebesar 53,3% konsumen tidak puas atas suasana toko Distro Badger *Invaders*. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan konsumen, hal ini dikarenakan ruang ganti pakaian yang sempit sehingga konsumen merasa kurang nyaman, poster dan papan petunjuk tidak terpampang di toko serta rancangan *display* pakaian yang tidak menarik perhatian konsumen.

Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Semakin bertambah dewasanya pikiran konsumen dalam mempertimbangkan kualitas suatu produk yang dipilihnya, sehingga menuntut perusahaan untuk selalu memperbaiki kualitas produk mereka. Tingkat kepuasan pelanggan sangat bergantung pada mutu suatu produk. Tingkat kualitas yang tinggi akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi, dengan menjaga kepuasan konsumen akan meningkatkan kelangsungan hubungan dengan konsumen lama dan terus membina konsumen baru. (Nirma Kuriwati, 2013).

Suasana toko juga merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Jika suasana toko yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan harapan konsumen, maka kepuasan konsumen akan tercipta, tetapi jika suasana toko yang tersedia tidak membuat konsumen nyaman atau tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen maka kepuasan konsumen tidak akan tercipta. (Nova Juwita Hersanti dan Kusuma Ratnawati, 2012).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian sejauh mana kualitas produk dan suasana toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan menyajikan dalam suatu karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Distro Badger *Invaders*** **Kota Bandung”.**

* 1. **Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka penulis akan mengidentifikasi dan merumuskan masalah dari penelitian.

* + 1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas terdapat masalah dalam kepuasan konsumen Distro Badger *Invaders*, masalah yang terjadi diduga diakibatkan oleh kualitas produk yang belum optimal dan suasana toko yang kurang nyaman. Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat diidentifikasikan beberapa permasalahan yang muncul, yaitu :

1. Terjadi kenaikan jumlahDistro di kota Bandung setiap tahunnya.
2. *Market share* Distro Badger Invaders terhitung rendah.
3. Data penjualan pada tahun 2016 menurun dikarenakan semakin menjamurnya distro di Kota Bandung.
4. Bahan pakaian masih menggunakan *cotton combed* 20-24s/*single knit* yang bahannya tebal serta kurang halus dan tidak menyerap keringat.
5. Sablon pakaian masih menggunakan teknik sablon manual bukan teknik digital/printing.
6. Jahitan pakaian kurang memiliki daya tahan dan keawetan.
7. Ruang ganti pakaian yang sempit sehingga konsumen merasa kurang nyaman.
8. Poster dan papan petunjuk tidak terpampang di toko.
9. Rancangan *display* pakaian yang tidak menarik perhatian konsumen.

**1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada uraian latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen tentang kualitas produk di Distro Badger *Invaders* Kota Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen tentang suasana toko di Distro Badger *Invaders* Kota Bandung.
3. Bagaimana tanggapan konsumen tentang kepuasan konsumen di Distro Badger *Invaders* Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen di Distro Badger *Invaders* Kota Bandung baik secara simultan dan parsial.
   1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian di Distro Badger *Invaders* Kota Bandung adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Kualitas produk di Distro Badger *Invaders* Kota Bandung.
2. Suasana toko di Distro Badger *Invaders* Kota Bandung.
3. Kepuasan konsumen di Distro Badger *Invaders* Kota Bandung.
4. Besarnya pengaruh kualitas produk dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen di Distro Badger *Invaders* Kota Bandung baik secara simultan dan parsial.
   1. **Kegunaan Penelitian**

Bagian ini akan menjelaskan mengenai kegunaan penelitian yang dibagi menjadi dua bagian yaitu kegunaan secara akademis dan praktis.

* + 1. **Kegunaan Teoritis**

1. Dalam melakukan penelitian ini, penulis memiliki harapan agar penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis serta menambah ilmu yang didapatkan selama melakukan proses perkuliahan.
2. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar studi untuk perbandingan dan referensi bagi penelitian lain yang sejenis dan diharapkan untuk penelitian yang selanjutnya bisa lebih baik dari penelitian yang telah dilakukan.

**1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Bagi Penulis

Penelitian ini akan dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan ilmu pengetahuan ekonomi yang ada hubungannya dengan masalah kualitas produk dan suasana toko.

1. Bagi Pihak Distro Badger *Invaders*

Penelitian ini akan menghasilkan suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi distro sebagai suatu masukan dan bahan pertimbangan dalam menerapkan kualitas produk yang baik dan suasana toko yang nyaman di masa yang akan datang.

1. Bagi Pihak lain

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan selanjutnya.