

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 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 zaman 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.

Seiring dengan berkembang pesatnya mode berpakaian pada jaman sekarang, orang-orang terutama anak muda berusaha untuk tidak ketinggalan jaman dalam hal berpakaian dengan mengikuti mode yang sedang menjadi tren. Sehari-hari mereka berpakaian tidak ingin ketinggalan jaman dengan tren yang sedang “in”. Mereka seringkali mencoba ingin menjadi trend setter, dengan berpakaian unik dan kreatif. Hal ini membuat para anak-anak muda berlombalomba untuk tidak ingin ketinggalan jaman dalam berpakaian.

Perkembangan fashion di setiap kalangan, membuat aksesibilitas fashion bergerak ke seluruh penjuru dunia yang akhirnya berlomba menciptakan sesuatu yang baru dan terkini untuk dipamerkan, diproduksi dan akhirnya di pasarkan kepada konsumen. Konsumen mempunyai peran yang penting bagi perusahaan, karena dengan keberadaan konsumen dan beraneka ragam kebutuhannya maka

produsen harus tanggap untuk melakukan pengamatan terhadap apa yang menjadi keinginan dengan membuat sesuatu yang unik, ditunjang dengan desain yang berwawasan mengikuti arah gerak fashion setiap tahunnya. Sehingga perusahaan dapat memenuhi dan memuaskan konsumen melalui produk yang ditawarkan.

Dunia fashion di Indonesia bisa dikatakan berkembang sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir. Hal ini didukung dari berbagai sisi baik desainer lokal yang semakin potensial, tingkat perekonomian yang membaik, sampai sektor ritel yang berkembang pesat. Perkembangan dunia fashion menjadi hal penting bagi berbagai kalangan baik muda atau tua. Akhir-akhir ini usaha di Indonesia bisnis yang menjanjikan adalah dunia fashion.

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang menjadi kota trend fashion dari kota-kota yang ada di Indonesia dimana banyak sekali trend fashion yang ditawarkan di kota ini. 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 berkembang sebagai kota yang memiliki potensi besar dalam wisata belanjanya, dengan diwujudkan penetapan kawasan-kawasan yang khusus dikembangkan untuk kegiatan wisata belanja. Tidak heran jika kota ini merupakan salah satu tempat wisata fashion yang menjadi incaran para masyarakat. Jenis fashion yang ditawarkan di kota ini seperti celana jeans, kemeja, jaket, kaos, sepatu, sandal dan beragam fashion lainnya. Memilih kota Bandung sebagai contoh trend fashion sebab industri fashion di kota Bandung memiliki persentase paling besar dibandingkan dengan sektor industri lain dalam beberapa tahun terakhir ini dalam

industri kreatif di kota Bandung. Persentase tersebut bisa dilihat pada tabel 1.1 berikut ini :

**Tabel 1.1**  
**Kontribusi Industri Kreatif Kota Bandung Tahun 2016**

| No | Industri Kreatif                   | Subsektor PDB  | Persentase |
|----|------------------------------------|----------------|------------|
| 1  | Periklanan                         | 8.305.034.367  | 7,93%      |
| 2  | Arsitektur                         | 4.134.446.695  | 3,95%      |
| 3  | Pasar Barang Seni                  | 685.870.805    | 0,65%      |
| 4  | Kerajinan                          | 10.170.688.435 | 10,82%     |
| 5  | Kuliner                            | 16.08.768.980  | 15,62%     |
| 6  | Desain                             | 6.159.598.596  | 5,88%      |
| 7  | Fashion                            | 45.803.769.843 | 43,71%     |
| 8  | Video, Film, Fotografi             | 250.431.983    | 0,24%      |
| 9  | Permainan Interaktif               | 337.392.321    | 0,32%      |
| 10 | Musik                              | 3.824.179.411  | 3,65%      |
| 11 | Seni Pertunjukan                   | 124.467.644    | 0,12%      |
| 12 | Penerbitan dan Percetakan          | 4.283.989.793  | 4,09%      |
| 13 | Layanan Komputer dan Piranti Lunak | 1.040.637.861  | 0,99%      |
| 14 | Televisi dan Radio                 | 2.136.827.023  | 2,03%      |

Sumber: kompas.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 dan skala kecil sampai dengan skala yang cukup besar. Fashion saat ini adalah salah satu sektor industri kreatif dan berbisnis dunia, termasuk indonesia salah satunya yaitu kota Bandung, ini terbukti dengan banyaknya didirikan bisnis fashion seperti Factory Outlet, Clothing dan Distro di kota Bandung. Memilih distro sebagai perusahaan yang diteliti karena di kota Bandung memiliki sekitar 574 distro yang merupakan bisnis fashion paling banyak didirikan dibandingkan dengan Clothing dan Factory Outlet. Sebab kota

Bandung merupakan awal mula munculnya usaha distro. Berikut data dapat dilihat pada tabel 1.2 :

**Tabel 1.2**  
**Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung**

| <b>Jenis Usaha</b> | <b>2011-2012</b> | <b>2013-2014</b> | <b>2015-2016</b> |
|--------------------|------------------|------------------|------------------|
| Distro             | 480 Gerai        | 512 Gerai        | 574 Gerai        |
| Clothing           | 50 Gerai         | 75 Gerai         | 90 Gerai         |
| Factory Outlet     | 80 Gerai         | 115 Gerai        | 150 Gerai        |

Sumber : [Http://bandungcreativecityblog.wordpress.com](http://bandungcreativecityblog.wordpress.com)

Distro yaitu singkatan dari distribution store atau distribution outlet adalah jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian dan aksesoris yang dititipkan oleh pembuat pakaian, atau menjual produknya sendiri. Sedangkan clothing adalah perusahaan yang memproduksi pakaian untuk dijual melewati jasa distro ataupun jasa lainnya, sebab clothing tidak memiliki toko sendiri untuk menjual pakaian yang diproduksinya. Dan factory outlet merupakan toko yang menjual pakaian dari merk-merk ternama dan juga pakaian sisa ekspor.

Distro umumnya merupakan industri kecil dan menengah (IKM) yang sandang dengan merk independen 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. Kini bisnis distro pun semakin menjamur, hampir di semua sudut kota Bandung terdapat distro dengan beragam macam merek dan tema.

Sceramous adalah salah satu perusahaan pakaian lokal di Bandung yang berdiri sejak 29 Mei 2004. Distro screamous menawarkan produk kepada konsumen laki-laki maupun perempuan seperti t-shirt, shirt, denim, sweater, jacket, topi, hat,

belt, sandal, shoes dan lainnya. Distro screamous telah eksis dalam kurun lebih dari sepuluh tahun dan dapat mensejajarkan posisinya dengan pesaing-pesaing yang ada di kota Bandung.

Kota Bandung sendiri memiliki beberapa distro yang merajai atau mendominasi dalam bidang fashion. Namun yang paling merajai adalah distro Ouval dan UNKL 34, kedua distro tersebut merupakan distro terbesar di kota Bandung bahkan hingga diluar kota Bandung. Dan persaingan distro-distro di kota Bandung dapat dilihat dari market share pada tabel 1.3 berikut ini :

**Tabel 1.3**  
**Market Share Distro Tahun 2016**

| No | Distro           | Market Share (%) |
|----|------------------|------------------|
| 1  | Ouval Reaseacrh  | 33,16%           |
| 2  | UNKL347          | 25,75%           |
| 3  | Evil Army        | 12,53%           |
| 4  | Arena Experience | 10,11%           |
| 5  | Cosmic           | 9,14%            |
| 6  | Badger           | 2,39%            |
| 7  | Gummo            | 2,17%            |
| 8  | Bloods           | 1,60%            |
| 9  | Wadezig          | 1,25%            |
| 10 | Screamous        | 1,06%            |
| 11 | Blackjack        | 0,69%            |
| 12 | Duckside         | 0,57%            |

Sumber : SWA.co.id

Terlihat dari tabel 1.3 di atas bahwa distro screamous memiliki pangsa pasar yang rendah yaitu hanya 1,06%. Screamous masih kalah oleh beberapa distro pesaingnya. Rendahnya pangsa pasar distro screamous ditenggarai oleh turunnya

jumlah pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Dan berikut ini peneliti sajikan data penjualan di distro screamous pada tabel 1.4 untuk tahun 2014, 2015 dan 2016

**Tabel 1.4**  
**Volume Penjualan Distro Screamous**

| Tahun | Volume Penjualan (pcs) |
|-------|------------------------|
| 2014  | 6129                   |
| 2015  | 6055                   |
| 2016  | 5923                   |

Sumber : Distro Screamous

Berdasarkan tabel 1.4 diatas dapat dijelaskan bahwa volume penjualan di distro screamous terus menurun. Hal ini mungkin dikarenakan daya tarik produk yang di tawarkan tidak terlalu menarik sehingga mengakibatkan tingkat keputusan pembelian produk semakin menurun. Distro screamous dipilih sebagai distro yang diteliti oleh penulis bukan saja karena pangsa pasarnya yang masih rendah dan volume penjualannya yang cenderung menurun, tetapi juga karena distro screamous sudah banyak dikenal oleh para masyarakat terutama masyarakat bandung namun distro screamous masih mengalami penurunan volume penjualan serta masih memiliki pangsa pasar yang rendah.

Penurunan volume penjualan yang dialami oleh distro screamous dalam tiga tahun terakhir tersebut menggambarkan keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk distro screamous menurun. Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap suatu produk yang ditawarkan. Keputusan pembelian terbentuk berdasarkan kebutuhan dan keinginannya. Dengan keputusan pembelian, perusahaan dapat mengetahui seberapa besar ketertarikan konsumen pada produk yang ditawarkan dan apakah target yang ditentukan oleh perusahaan tercapai atau tidak. Dan untuk mengetahui

lebih lanjut mengapa terjadi penurunan keputusan pembelian yang menyebabkan volume penjualan di distro screamous menurun setiap tahunnya, peneliti melakukan penelitian pendahuluan dengan cara menyebarkan kuisioner yang ditujukan terhadap 30 responden pengunjung distro screamous. Berikut hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti terhadap pengunjung distro screamous yang bisa dilihat pada tabel 1.5 berikut ini :

**Tabel 1.5**  
**Hasil Penelitian Pendahuluan Penyebab Menurunnya Keputusan**  
**Pembelian**

| Dimensi | Pernyataan                                    | SS | S  | KS | TS | STS | Total |
|---------|---|----|----|----|----|-----|-------|
| Produk  | Kualitas produk baik                          | 7  | 18 | 5  | -  | -   | 30    |
|         | Desain produk baik                            | 2  | 9  | 5  | 4  | 10  | 30    |
| Harga   | Harga terjangkau                              | 7  | 7  | 4  | 4  | 8   | 30    |
|         | Harga lebih murah dibanding pesaing           | 4  | 5  | 8  | 2  | 11  | 30    |
|         | Harga sesuai dengan kualitas                  | 10 | 10 | 8  | 1  | 1   | 30    |
|         | Harga sesuai dengan manfaat                   | 17 | 11 | 1  | 1  | -   | 30    |
| Promosi | Mendapat rekomendasi dari orang lain          | 10 | 10 | 6  | 2  | 2   | 30    |
|         | Mendapat potongan harga                       | 6  | 15 | 7  | 2  | -   | 30    |
| Lokasi  | Mudah dijangkau                               | 22 | 8  | -  | -  | -   | 30    |
| Proses  | Proses pembelian dan pembayaran mudah         | 27 | 3  | -  | -  | -   | 30    |
| People  | Karyawan selalu sigap dalam melayani konsumen | 21 | 8  | 1  | -  | -   | 30    |
| Fisik   | Ruang ganti luas, terang, dan nyaman          | 11 | 15 | 3  | 1  | -   | 30    |

Sumber : Penelitian Pendahuluan

Hasil penelitian pendahuluan yang terdapat pada tabel 1.5 menggambarkan bahwa konsumen distro screamous menilai harga dan desain produk yang ditawarkan distro screamous belum sesuai dengan harapan konsumen. Hal tersebut mengakibatkan keputusan pembelian konsumen untuk melakukan pembelian produk di distro screamous menurun yang menyebabkan penurunan volume penjualan di distro screamous. Responden megeluhkan bahwa harga yang ditawarkan oleh distro screamous dirasa kurang terjangkau dan harga tersebut masih lebih mahal dibandingkan produk-produk yang ditawarkan oleh distro lain. Responden juga berpendapat desain yang dibuat oleh pihak screamous terlalu simpel sehingga kurang menarik dimata konsumen, hal tersebut berpengaruh pada keputusan pembelian.

Harga adalah jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar produk atau jasa yang harus dikeluarkan oleh konsumen dan harga merupakan faktor yang sangat berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen sebab harga selalu dikaitkan dengan kualitas dan nilai atau manfaat yang akan diterima oleh konsumen. Hal tersebut didukung oleh ungkapan Daryanto (2013:62) yang menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibagikan untuk suatu produk yang dipertukarkan konsumen untuk bisa mendapat manfaat dari memiliki atau menggunakan produk.

Selain harga yang mempengaruhi keputusan pembelian, desain produk yang menarik juga akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pemilihan desain adalah hal yang penting dilakukan bagi perusahaan terutama sebuah distro. Pemilihan desain yang baik harus dapat menghasilkan keputusan pembelian



konsumen serta harus menjadi trend sasaran pasar yang dituju. Desain yang tepat dapat dapat mendorong penjualan dimana dapat membuat perusahaan menjadi lebih unggul dari para pesaing lainnya dan merupakan suatu prioritas utama yang di jadikan acuan dasar dalam penentuan keputusan pembelian konsumen. Hubungan desain produk dengan keputusan pembelian diterangkan oleh jurnal Bayu Januar Rachman (2014) yang menunjukkan hasil bahwa desain produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap konsumen distro screamous dengan judul : **“Pengaruh Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Screamous Bandung.”**

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

Identifikasi masalah merupakan proses pegkajian dari permasalahan-permasalahan yang akan diteliti, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang tercakup dalam penelitian terhadap variael desain produk, harga dan proses keputusan pembelian.

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Mengacu pada latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, adapun masalah yang teridentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Persaingan industri kreatif fashion paling kuat
2. Jumlah usaha distro semakin banyak setiap tahunnya
3. Market share distro screamous masih terlalu rendah

4. Volume penjualan distro screamous selalu menurun setiap tahunnya
5. Keputusan pembelian konsumen menurun
6. Hasil penelitian pendahuluan desain produk yang ditawarkan screamous masih kurang baik di mata responden
7. Hasil penelitian pendahuluan harga produk masih kurang terjangkau di mata responden
8. Hasil penelitian pendahuluan harga produk masih di rasa lebih mahal dibandingkan dengan pesaingnya di mata responden.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan maka permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga pada distro screamous
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai desain produk pada distro screamous
3. Bagaimana keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen mengenai produk pada distro screamous
4. Seberapa besar pengaruh harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian pada produk distro screamous secara simultan dan parsial.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari dibuatnya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan konsumen mengenai harga di distro screamous

2. Tanggapan konsumen mengenai desain produk di distro screamous
3. Tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen di distro screamous
4. Besarnya pengaruh harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk distro screamous secara simultan dan parsial

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai kegunaan, adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

1. Diharapkan dapat memberi wawasan dan pengetahuan dari segi ilmu pemasaran yang penulis pelajari, khususnya mengenai variabel desain produk, harga dan proses keputusan pembelian konsumen.
2. Sebagai tambahan pengetahuan dan dapat menambah wawasan para pembaca maupun peneliti lain dan sebagai bahan perbandingan maupun bahan acuan dalam pembuatan penelitian

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Bagi Penulis
  - a. Menjadi lebih memahami proses keputusan pembelian konsumen berdasarkan desain produk dan harga yang ditetapkan oleh distro Screamous.
  - b. Memahami dan menganalisis desain produk yang disediakan kepada konsumen agar konsumen melakukan pembelian.

- c. Memahami keseimbangan antara harga yang ditetapkan dan desain produk yang disediakan guna menciptakan keputusan pembelian.
  - d. Dapat memahami dan menganalisis harapan yang timbul dari konsumen untuk meningkatkan penjualan yang sesuai dengan harapan.
2. Bagi perusahaan
- a. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memenuhi harapan Konsumen.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam menangani masalah yang dihadapi berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen.
  - c. Membantu perusahaan dalam peningkatan desain produk dan penetapan harga.
  - d. Penelitian ini diharapkan menjadi masukan yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan pencapaian tujuan perusahaan.
3. Bagi pihak lain
- a. Sebagai referensi bagi penelitian-penelitian lain yang sejenis
  - b. Sebagai masukan bagi penulis lain yang sedang melakukan penelitian dengan bidang kajian yang sama.
  - c. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan perbandingan untuk penelitian sejenis.