

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia dari masa ke masa terasa semakin kompetitif, meskipun kondisi perekonomian di Indonesia secara umum belum menunjukkan adanya perbaikan dan peningkatan yang signifikan, namun bukan berarti terjadi kondisi ekonomi yang stagnasi dalam dunia bisnis, kota Bandung sebagai salah satu kota di Jawa Barat dan merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia. Sejak dahulu Kota Bandung dikenal sebagai kota yang memiliki beragam kekhasan yang memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat Indonesia. Kota Bandung dikenal sebagai kota *Paris Van Java*, Kota Kembang, *City of Heritage* dan dikenal juga sebagai kota berbelanja *fashion*. Pada tahun 2007, *British Council* menjadikan Bandung sebagai “*pilot project*” kota terkreatif se-Asia Timur. Banyak sekali yang menjadi daya tarik di kota Bandung ini sehingga membuat para pelaku bisnis bersaing untuk memajukan bisnisnya.

Salah satu bidang usaha yang memiliki peluang besar di kota Bandung adalah Home Industri. Home Industri adalah industri rumah tangga yang dikelola sendiri oleh suatu keluarga. Banyaknya Home Industri di kota Bandung membuat persaingan antara pelaku bisnis semakin ketat sehingga para pelaku bisnis harus bisa bersaing dan menentukan strategi pemasaran yang sesuai agar tercapainya tujuan perusahaan. Berikut ini adalah jumlah laju pertumbuhan pelaku bisnis Home Industri yang ada di kota Bandung.

Tabel 1.1
Jumlah pertumbuhan pelaku bisnis *home industry* yang ada di Bandung

Tahun	Jumlah
2012	15.127
2013	15.430
2014	15.835
2015	16.190
2016	16.573

(Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung)

Dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa dari tahun ke tahun jumlah pelaku bisnis *home industry* yang ada di kota Bandung menunjukkan peningkatan. Hal ini menunjukkan persaingan semakin meningkat.

Salah satu *home industry* yang ada di kota Bandung yaitu Octopus Project yang berdiri pada tahun 2012 yang bergerak di sektor produksi tas totebag (*fashion*). Produk pertama yang di produksi oleh Octopus Project yaitu tas kanvas. Octopus Project dalam memproduksi tas menggunakan *printing* dengan mesin yang berteknologi tinggi. Octopus Project menonjolkan produk tas yang sangat unik yang memiliki motif yang khas dan *original* (desain sendiri) yang sangat kreatif, sehingga setiap tas yang diproduksi memiliki ciri khas tersendiri untuk dipakai oleh konsumennya.

Fashion menjadi hal yang sangat menarik karena sifatnya yang terus berubah-ubah dan tidak ada skala pengukuran mengenai keistimewaan suatu produk. Octopus Project bukan satu-satunya produsen sekaligus toko tas, ada pengusaha lain yang menjalankan bisnis yang sama. Keadaan tersebut membuat konsumen menghadapi berbagai macam pilihan dan semakin banyak pertimbangan dalam memilih produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Persaingan tersebut membuat Octopus Project harus menjaring dan menarik minat beli konsumen agar konsumen tersebut melakukan pembelian, oleh karena itu penting bagi Octopus Project untuk mengenal konsumennya. Strategi yang ditetapkan harus tepat sasaran agar dapat hidup di tengah persaingan yang ketat dan mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan berbagai macam strategi yang dilakukan diharapkan konsumen mengunjungi dan melakukan keputusan pembelian.

Tabel 1.2
Daftar Perusahaan Tas Beserta Peringkatnya
di Kota Bandung Tahun 2016

No	Merek	Peringkat <i>rating</i> berdasarkan kualitas, pelayanan, nilai
1	Adorable Projects	11
2	Geniminacs	24
3	Lollipops	36
4	DSHP	50
5	Octopus Project	77

Sumber : www.tripadvisorindonesia.com

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, peringkat pertama ditempati oleh Adorable Projects dan di posisi terakhir ditempati oleh Octopus Project. Peringkat tersebut dinilai berdasarkan kualitas produk yang ditawarkan, pelayanan yang diberikan, dan nilai dari pelanggan. Octopus Project berada pada peringkat paling kecil dibandingkan dengan toko tas lainnya yaitu berada di peringkat 77 dari 103 kafe yang ada di Kota Bandung tahun 2016 menurut survey trip advisor Indonesia. Data tersebut menunjukkan bahwa peringkat Octopus Project masih berada di bawah toko yang sejenis.

Strategi yang diterapkan oleh Octopus Project belum optimal dikarenakan tingkat penjualan di Octopus Project masih mengalami fluktuasi yang cenderung menurun serta tidak tercapainya target penjualan. Hal ini dapat terlihat pada tabel 1.3 sebagai berikut :

Tabel 1.3
Penjualan Octopus Project Tahun 2016

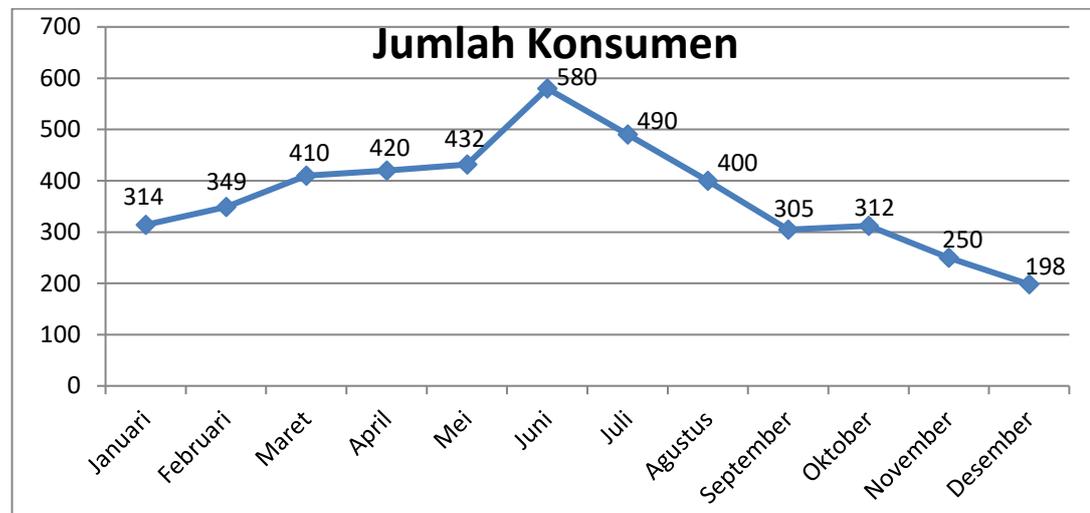
Bulan	Penjualan	Target Penjualan
1	52.550.000	50.000.000
2	54.380.000	50.000.000
3	55.770.000	50.000.000
4	57.800.000	50.000.000
5	58.500.000	50.000.000
6	62.540.000	50.000.000
7	50.670.000	50.000.000
8	49.900.000	50.000.000
9	49.000.000	50.000.000
10	47.980.000	50.000.000
11	47.600.000	50.000.000
12	44.460.000	50.000.000

Sumber data : Octopus Project

Berdasarkan Tabel 1.3 diatas dapat dilihat bahwa jumlah penjualan pada bulan Juni 2016 lebih besar jumlahnya dibandingkan dengan bulan sebelumnya, sedangkan dari bulan Juli hingga Desember mengalami fluktuasi yang cenderung menurun.

Terlihat juga bahwa penjualan paling tinggi terdapat pada bulan Juni yang angka penjualannya mencapai Rp 62.540.000, sedangkan angka penjualan terendah terdapat pada bulan Desember yang hanya mencapai Rp 44.460.000.

Berikut juga dapat dilihat pada gambar 1.1 di halaman selanjutnya, jumlah konsumen yang melakukan pembelian pada Octopus Project berfluktuasi pada tahun 2016.



Sumber data: Octopus Project 2016

Gambar 1.1
Jumlah Konsumen pada Tahun 2016

Gambar diatas dapat dilihat bahwa terjadi penurunan jumlah konsumen yang melakukan pembelian di Octopus Project pada tahun 2016, berarti hal ini juga menggambarkan bahwa keputusan konsumen untuk membeli di Octopus Project menurun, untuk mengetahui mengapa terjadi penurunan keputusan pembelian konsumen di Octopus Project penulis melakukan penelitian pendahuluan dengan cara menyebarkan kuisisioner yang ditujukan terhadap 30 responden pengunjung Octopus Project. Berikut hasil jawaban pengunjung Octopus Project.

Tabel 1.4
Penelitian Pendahuluan Terkait dengan Faktor-Faktor yang Diduga Mempengaruhi Rendahnya Keputusan Pembelian

Dimensi	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Total
Produk	1.Saya mengenal Octopus Project		5	20	5		30
	2.Kualitas Produk yang ditawarkan Octopus Project sangat baik		5	7	18		30

Bauran Pemasaran Jasa		3.Produk yang ditawarkan Octopus Project sangat beragam		8	5	15	2	30
	Harga	4.Harga yang ditawarkan Octopus Project cukup terjangkau		8	10	12		30
		5.Kesesuaian Harga dengan Kualitas		4	5	19	2	30
	Lokasi	6.Lokasi toko Octopus Project mudah dijangkau dan strategis	3	12	7	3	5	30
		7.Kenyamanan toko Octopus Project sudah baik	10	11	9			30
	Promosi	8.Informasi yang dilakukan Octopus Project cukup jelas	3	14	4	7	2	30
		9.Alat promosi yang dipromosikan menarik perhatian Saya	2	15	5	6	2	30
		10.Memilih berbelanja di Octopus Project tertarik dengan promosi yang dilakukan.	5	10	8	2	5	30
	Proses	11.Kemudahan dalam proses memesan di Octopus Project	12	11	5	1	1	30
	Orang	12.Karyawan memiliki kompetensi yang baik	11	15	1	2	1	30
		13.Pelayanan yang cepat dari karyawan	2	8	10	6	4	30
	Bukti Fisik	14.Fasilitas toko Octopus Project sangat baik	8	12	8	1	1	30

Sumber: Olah Data

Dilihat dari tabel 1.4 yang penulis sajikan, hasil pra penelitian mengindikasikan bahwa yang diberi tanda biru adalah yang paling bermasalah, bisa dilihat dari banyaknya respon TS (Tidak Setuju) terhadap harga dan produk.

Pengusaha dituntut cermat melihat keinginan konsumen sehingga dapat memperbaiki volume penjualan dan keputusan pembelian dalam hal ini, untuk memperbaiki volume penjualan tersebut yakni dengan kualitas produk yang baik dan harga.

Kualitas produk dan harga yang dirasakan konsumen masih belum sesuai dengan harapan sehingga mempengaruhi keputusan pembelian, dugaan tersebut menjadi bahan pertimbangan bagi penulis untuk mengetahui pengaruhnya pada keputusan pembelian baik parsial ataupun simultan.

Hasil penelitian pendahuluan yang terdapat pada tabel 1.4 menggambarkan bahwa konsumen Octopus Project menilai kualitas produk dan harga yang ditawarkan Octopus Project belum sesuai dengan harapan konsumen. Hal tersebut mengakibatkan keputusan pembelian konsumen untuk melakukan pembelian produk di Octopus Project menurun yang menyebabkan penurunan volume penjualan di Octopus Project. Responden mengeluhkan kualitas tas yang diproduksi oleh pihak Octopus Project kurang baik, hal tersebut berpengaruh pada keputusan pembelian. Responden juga berpendapat bahwa harga yang ditawarkan oleh Octopus Project dirasa kurang terjangkau dan harga tersebut masih lebih mahal dibandingkan produk-produk yang ditawarkan oleh toko tas lain.

Variabel lain yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian yaitu keragaman produk. Dapat dilihat pada tabel 1.4 bahwa pada kolom keragaman produk terdapat 15 responden yang menyebutkan tidak setuju. Hal ini dikarenakan Octopus Project tidak menyediakan produk yang beragam sehingga konsumen merasa bosan dengan modelnya. Pada kolom lokasi terdapat 3 responden yang menyebutkan bahwa lokasi toko Octopus Project tidak strategis. Hal ini dikarenakan responden tersebut kurang mengenal daerah lokasi yang ditempati oleh toko Octopus Project. Pada kolom promosi terdapat 7 responden yang menyatakan tidak setuju bahwa sistem informasi yang diberikan octopus project sangat jelas. Octopus Project cukup sering memberikan informasi melakukan

promosi melalui media sosial sehingga kemungkinan besar 7 responden tersebut tidak menggunakan media sosial yang digunakan octopus project untuk memberikan informasi. Pada kolom proses, orang, dan bukti fisik, responden cenderung mengatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut.

Sebelum melakukan keputusan pembelian, konsumen akan melewati proses keputusan pembelian terlebih dahulu, seperti pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif lalu setelah itu baru konsumen akan bisa menetapkan untuk membeli produk atau tidak. Dalam proses keputusan pembelian ini konsumen akan bisa mengetahui seberapa penting atau seberapa berharganya produk yang diinginkan, semakin penting dan berharganya produk tersebut maka konsumen akan semakin yakin dalam melakukan keputusan pembelian.

Kualitas produk yang baik dan harga yang pantas dapat berpengaruh pada keputusan pembelian atau secara terpisah, yakni harga produknya yang berpengaruh atau kualitas produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui bagaimana pengaruh tersebut maka diperlukan penelitian, sehingga peneliti memberi judul pada penelitian ini **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Octopus Project”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian

Pada bab ini penulis akan membuat identifikasi masalah dan rumusan masalah, rumusan masalah mengenai Kualitas Produk dan Harga sebagai variabel independen, dan Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen dimana terdapat fenomena-fenomena masalah dalam variabel tersebut.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang di atas, permasalahan yang teridentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Penurunan penjualan produk Octopus Project.
2. Ketatnya persaingan antara produsen tas sejenis.
3. Kualitas tas yang tidak sesuai dengan harga tas yang ditawarkan.
4. Harga jual tas kanvas yang terlalu tinggi dibandingkan dengan yang ada di pasaran.
5. Kualitas produk model tas Octopus Project yang kurang menarik.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi yang telah diajukan, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk Octopus Project.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga Octopus Project.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian di Octopus Project.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Octopus Project baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji hal-hal sebagai berikut:

1. Tanggapan konsumen mengenai kualitas produk di Octopus Project.
2. Tanggapan konsumen mengenai harga Octopus Project.
3. Tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian konsumen di Octopus Project.
4. Besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Octopus Project baik secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan penelitian diatas.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap literatur manajemen pemasaran mengenai pengembangan teori yang berkaitan dengan Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian.
2. Bagi para peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi dalam penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis
 - a. Mengetahui bagaimana tata cara kerja di Octopus Project.
 - b. Gambaran tentang penerapan kualitas produk yang dilakukan.
 - c. Gambaran tentang penerapan harga yang ditetapkan Octopus Project.
 - d. Mengetahui tingkat keputusan pembelian konsumen pada Octopus Project.

2. Bagi Perusahaan

- a. Sebagai suatu masukan dan bahan pertimbangan dalam kualitas produk, harga, terhadap keputusan pembelian.
- b. Untuk meningkatkan strategi penjualan menjadi lebih baik.
- c. Menyesuaikan kualitas produk dengan harga yang ditawarkan agar dapat menarik lebih banyak minat konsumen untuk membeli.

3. Bagi Pihak Lain

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi perbandingan bagi penelitian-penelitian selanjutnya dalam bidang kajian yang sama.
- b. Memberikan tambahan informasi mengenai kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian.