

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era persaingan bisnis industri saat ini yang sangat ketat, Perusahaan harus mampu menghadapi perubahan global dalam dunia Pasar dan perlu memperhatikan baik secara internal maupun eksternal, hal tersebut perlu dilakukan demikian karena demi menjaga keberlangsungan usaha yang dijalani. Setiap rinci tahapan dan rencana yang akan dibuat perlu di analisa dengan matang agar menciptakan hasil yang akurat serta meraih profitabilitas bagi perusahaan itu sendiri. Sehingga para perusahaan berlomba-lomba untuk membuat berbagai macam inovasi dalam membuat produknya, dan setiap perusahaan dituntut untuk mampu melihat celah- celah dimana mereka bisa masuk dan mengerti akan keinginan seorang konsumen agar bisa bertahan dalam persaingan dan dapat mempertahankan konsumen lama dan mendatangkan konsumen baru.

Faktor lain yang harus diperhatikan dalam menjalankan bisnis agar mampu menjaga keberlangsungan perusahaannya yaitu dengan cara perusahaan mampu mengelola manajemennya dengan baik, salah satunya dengan memperhatikan biaya-biaya produksi dengan operasional agar tidak terjadi permasalahan kedepannya, penetapan suatu mutu dan harga produk pun perlu seimbang manfaatnya pada saat digunakan oleh setiap konsumen, maka dari itu harga pokok produksi (HPP) perlu diperhatikan dengan memacu kuantiti penjualan yang tujuannya mencapai harga terjangkau dan akan meningkatkan penjualan serta minat beli pada masyarakat yang lain.

Penetapan harga merupakan bentuk dari jumlah modal produksi dan melebihi jumlahnya agar mendapatkan profit yang diinginkan, namun secara teoritis penetapan harga harus memperhatikan dengan pesaing lain, hasil mutu produk yang telah jadi, serta manfaat dari produk yang diciptakan. Prinsip pelaku usaha juga akan di uji apakah ingin meraih profit besar dalam satu produk atau lebih memilih profit kecil namun dapat menciptakan kuantiti penjualan yang besar. Karena di saat ini konsumen selalu dihadapkan pada banyak pilihan produk untuk memenuhi kebutuhannya, saat memilih dan membeli suatu produk seorang konsumen juga banyak dipengaruhi oleh faktor lain yang mendorong konsumen untuk mengambil sebuah keputusan pembelian. Setiap konsumen mempunyai pertimbangan yang berbeda-beda terhadap suatu produk dan tidak jarang konsumen memutuskan membeli suatu produk karena terpengaruh oleh harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan. Sehingga bisa dikatakan bahwa faktor harga dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan membeli agar dapat menimbulkan minat beli konsumen.

Jika melihat culture gaya hidup masyarakat Indonesia mereka lebih menyukai harga yang murah namun memiliki manfaat penggunaan yang lama dan menarik saat dipakai, perusahaan sejatinya perlu mengikuti keinginan dan kebutuhan konsumen agar dapat menciptakan minat beli yang tinggi terhadap perusahaannya.

Kota Bandung merupakan pusat pembelanjaan kebutuhan pakaian, Kota ini terkenal akan kearifan *fashion* lokal yang unik dan memiliki karakter tersendiri pada saat digunakan hal tersebut menjadikan Bandung sebagai wisata pembelanjaan baik kuliner maupun pakaian, banyaknya pelaku usaha yang

semakin tumbuh dengan menjual pakaian seperti daerah Cihampelas maupun sekitaran Pasar Baru.

Terdapat salah satu perusahaan yang menjual pakaian rajut dan telah memperoleh *image* yang baik bagi masyarakat, perusahaan tersebut bernama CV.Kampoeng Radjoet tepatnya di Jl. Ibrahim Aji yang telah berdiri sejak tahun 2012 hingga saat ini. Kampoeng Radjoet berfokus pada bidang industri pakaian sebagai penyuplai bahan baku, pembuatan pakaian serta menjual produk yang telah jadi dengan memiliki anak perusahaan yang menjual pakaian yang telah jadi dengan mengatasnamakan Kampoeng Radjoet salah satunya @Wanina_Store.

Wanina Store merupakan induk dari CV Kampoeng Radjoet yang menjual pakaian dalam bentuk jadi, telah memiliki *home store* dan memasarkan produknya di setiap *e-commerce* yang tersedia namun perkembangan grafik mereka cenderung tidak stabil. Hal tersebut menjadi masalah sebagai berikut:

1. Minat Transaksional sebagaimana terlihat pada tabel 1.1

Table 1.1 Data Penjualan Pakaian Pada Wanina_Store. Tahun 2022 Per Unit Atau Per Rupiah

Bulan	Jumlah pembelian	Target
Januari	70	100
Feb	53	100
Maret	74	100
April	60	100
Mei	57	100

Sumber: Hasil Wawancara, 2022

Berdasarkan table 1.1 tersebut dapat diketahui bahwa penjualan pada bulan Januari memiliki jumlah pembelian sebanyak 70 produk, pada bulan februari menurun menjadi 53 produk dan kembali naik pada masa PSBB di bulan maret sebanyak 74 produk, kembali menurun pada periode april hingga memi

dengan jumlah sebanyak 60 dan 57 pada tahun 2022 mengalami fluktuatif/tidak stabil/penurunan

Permasalahan tersebut disebabkan oleh :

1. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.

Harga yang ditawarkan *Wanina Store* cenderung lebih tinggi dan memiliki kualitas yang standar dibandingkan dengan perusahaan yang lain, bila dibandingkan pada *Galleraj* yang memasang pada harga yang cenderung lebih murah tetapi memiliki kualitas yang tidak kalah saing dengan perusahaan yang lain, maka dari itu terdapat perbedaan pada minat beli yang disebabkan karena proyeksi harga terlalu tinggi, mengingat konsumen umumnya cenderung lebih memilih produk dengan harga yang relatif murah, Kriteria harga tersebut akan dibuatkan model tabel sebagai berikut:

Table 1.2 Data Perbandingan Harga Wanina Store Dan Galleraj

Jenis Produk Wanina Store	Harga	Jenis Produk Galleraj	Harga
Blause Baju Rajut	Rp 45.000	Baju Rajut Mika Knit	Rp 30.000
Basic Vest Knit Rajut	Rp 40.000	Turtleneck New Daisy	Rp 30.000
Long Cardigan Belle	Rp.50.000	Cardigan Spandex	Rp 34.500

Sumber: Hasil Wawancara, 2022..

2. Minat Transaksional

Salah satu Faktor yang penting untuk menentukan sebuah keputusan agar konsumen minat untuk membeli produk adalah Faktor harga. Bukan kualitas saja yang konsumen perhatikan, tetapi harga yang sesuai yang dicari. karena Konsumen pada umumnya lebih merasa tertarik dengan harga yang murah dan menganggap kualitas yang bagus faktor nomer 2 dalam memutuskan saat membeli sebuah produk. keputusan perusahaan dalam menetapkan harga harus mampu disesuaikan dengan kondisi dan perubahan yang sedang terjadi. Karena apabila

harga sebuah produk yang diinginkan dirasa murah maka hal itu dapat meningkatkan kepuasan pada pelanggan. Akan tetapi *Wanina Store* tidak memperhatikan hal tersebut, karena apabila dibandingkan dengan pesaing lainnya *Wanina Store* dirasa masih kalah saing dalam segi harga dan kualitasnya.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas maka peneliti mengambil judul “**Pengaruh Penetapan Harga Produk Terhadap Minat Beli Pada *Wanina Store* di CV. Kampoeng Radjoet Bandung**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, peneliti dapat merumuskan permasalahan yang telah diperoleh sebagai berikut:

1. Bagaimana Gambaran Umum *Wanina Store* Bandung?
2. Bagaimana Kondisi harga produk dan minat beli pada *Wanina Store*?
3. Bagaimana pengaruh penetapan harga produk terhadap minat beli pada *Wanina Store*?
4. Bagaimana hambatan terhadap penetapan harga produk dan upaya yang dilakukan *Wanina Store* dalam menanggapi hambatan tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana Gambaran Umum *Wanina Store* Bandung.
2. Mengetahui bagaimana Kondisi harga dan minat beli pada *Wanina Store*.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh penetapan harga terhadap minat beli pada *Wanina Store*.
4. Mengetahui bagaimana hambatan dan upaya *Wanina Store* dalam menanggapinya.

1.4 Kegunaan dan Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan dan manfaat dalam penelitian ini, hal tersebut diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait yang bersangkutan dengan laporan ini sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Untuk refleksi tentang produk tersebut, sehingga pihak *Wanina Store* dapat menerapkan harga yang tepat untuk meningkatkan minat beli.

2. Bagi Peneliti

Semoga hasil penelitian ini sangat bermanfaat bagi para pembaca sebagai sarana untuk menambah pengetahuan mengenai penelitian pengembangan produk baru.

3. Bagi Dunia Akademisi atau Dunia Pendidikan

Sebagai masukan untuk perkembangan penelitian lebih lanjut dan sumbangan pemikiran dalam bentuk skripsi untuk menambah referensi bagi penelitian yang sejenis.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Wanina Store adalah usaha yang bergerak dalam bidang pakaian rajut berbahan dasar benang yang beralamat di Jl.Binong Jati No 124 Kelurahan Binong Kecamatan Batununggal Bandung, Jawa Barat 40275.

Tabel 1.3 Jadwal Kegiatan Penelitian

No	KETERANGAN	Tahun 2022																								
		April				Mei				Juni				Agustus				September				Oktober				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Penjajakan																										
1	Studi Kepustakaan																									
2	Pengajuan Judul																									
3	Penyusunan Usulan Penelitian																									
4	Seminar Usulan Penelitian																									
Pengumpulan Data																										
1	a. Dokumentasi																									
	b. Wawancara																									
	c. Observasi																									
	d. Studi Kepustakaan																									
2	Pengolahan Data																									
3	Analisis Data																									
Tahap Penyusutan																										
1	Pembuatan Laporan																									
2	Perbaikan Laporan																									
3	Sidang Skripsi																									

Sumber : Diolah Peneliti, 2022