

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Menghadapi globalisasi yang semakin pesat, persaingan dalam dunia usaha menjadi semakin ketat juga, oleh karena itu agar dapat bertahan hidup dan berkembang dengan baik maka pelaku usaha harus bekerja secara efektif dan efisien. Dalam persaingan yang begitu ketat, pelaku usaha harus mampu menghadapi persaingan yang ada. Demikian juga dalam dunia usaha khususnya dalam Usaha Kecil Menengah (UKM) Rajut merupakan peluang bisnis yang menjanjikan di Indonesia karena negara ini memiliki jumlah penduduk yang besar, permintaan yang besar, dan daya beli yang tinggi.

Persaingan bisnis pada bidang fashion sangat ketat terutama pada bidang pakaian, para pelaku usaha bersaing dalam menawarkan barang dagangannya yaitu produk yang akan dijual dengan berbagai cara yang digunakan agar konsumen tertarik dengan barang yang dijual oleh pelaku usaha tersebut. Banyak pelaku usaha yang berusaha untuk menawarkan model pakaian terkini yang menggunakan bahan berkualitas dan pembuatan desain secara khusus yang dibuat oleh pelaku usaha tersebut atau ciri khas dari toko tersebut, bahkan mereka memberikan penawaran harga yang pas dikantong (murah) sesuai harga pasar. Semua pilihan tergantung pada konsumen itu sendiri, mereka lebih memilih baju dengan harga yang tergolong mahal atau harga murah tapi kualitas bagus.

Fashion di Indonesia kini semakin berkembang mengikuti arus modernisasi. Perkembangan ini menjadikan masyarakat selektif dalam menentukan gaya hidupnya. Gaya hidup sangat erat hubungannya dengan fashion, karena adanya fashion akan menunjang penampilan seseorang agar lebih menarik dan menjadi trend center di masyarakat. Produk fashion termasuk kebutuhan sandang yang dapat dikonsumsi oleh siapapun karena sebagai kebutuhan dasar pokok dalam bersosial. Produk fashion meliputi pakaian, sepatu, tas, aksesoris, dan lain sebagainya. Fashion ini digunakan dalam kehidupan sehari-hari dan pemakaiannya pun bisa digunakan dalam waktu yang cukup lama dengan pemakaian normal satu tahun.

Pada masa sekarang ini, seorang pelaku usaha dituntut untuk cermat terhadap permintaan konsumen. Mulai dari memberikan harga yang murah untuk barang produksinya dan menciptakan produk yang mempunyai kualitas bagus. Namun, terdapat hal lain yang harus diperhatikan oleh seorang pelaku usaha yaitu desain produk. Desain produk yang dikeluarkan pelaku usaha harus semenarik mungkin supaya menarik konsumen untuk membeli produk tersebut.

Maka dari itu pelaku usaha diharapkan memiliki kreativitas yang tinggi di dalam menciptakan inovasi dalam desain produk, hal tersebut menjadi pertimbangan yang sangat penting dalam kegiatan bisnis karena dengan inovasi yang dibuat oleh pelaku usaha dapat membuat usaha bertahan dalam suatu persaingan. Para pelaku usaha juga harus menyediakan sarana untuk konsumen agar bisa menyampaikan apa yang konsumen inginkan dan mencari informasi secara detail.

Pada umumnya desain suatu produk ditentukan oleh permintaan dan peluang pasar. Oleh karena itu, desain produk bukanlah hanya sebuah desain saja tetapi proses mulai dari membayangkan/imajinasi sebuah desain, menciptakan, membuat, dan memperbaikinya agar dapat menyelesaikan masalah pada pasar dan konsumen/penggunannya.

Desain produk yaitu untuk mendapatkan nilai pelanggan salah satunya dapat melalui desain/rancangan produk yang unik atau yang berbeda. Desain produk menurut (Kotler, 2008) dalam (Deatami & Khasanah, 2019, p. 144), merupakan rancangan bentuk dari suatu produk yang dibuat berdasarkan oleh fungsi. Dimana desain mempunyai kontribusi tersebut terhadap manfaat dan sekaligus dapat menjadi daya tarik produk karena desain selalu mempertimbangkan faktor-faktor estetika, bahan, dan lain-lain. Sebuah produk dapat ditawarkan dengan berbagai macam bentuk dan variasi. Mulai dari variasi warna, kemasan, aroma, rasa dan sebagainya.

Keputusan pembelian yaitu penetapan pilihan terbaik yang dilakukan konsumen sebagai hasil dari proses yang telah dilalui sebelumnya. Menurut Sciffman & Kanuk (2004) dalam (YUNITA et al., 2019, p. 94), mendefinisikan bahwa keputusan pembelian adalah pemilihan dua atau lebih alternatif keputusan pembelian. Dengan kata lain, konsumen yang akan melakukan pilihan harus menentukan pilihan dari berbagai alternatif yang ada. Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tidak dapat dikatakan membuat keputusan.

Rajut Nigoo adalah salah satu bisnis dibidang fashion yang didirikan sejak 2021 akan tetapi sebenarnya perusahaan ini sudah berjalan dari tahun 1998. Nigoo adalah nama merk yang digunakan untuk label baju yang dijual. Nama Nigoo sendiri merupakan kepanjangan dari Knit Goods yang artinya barang-barang rajut. Merk Nigoo sudah terkenal di sosial media dan e-commerce karena produk yang dibuatnya berkualitas dan bahan yang digunakannya bagus. Mereka menjual produk fashion secara online sehingga bisa menjual dan melayani pengiriman barang ke berbagai daerah.

Rajut Nigoo merupakan UKM yang memiliki konsep home industri, Rajut Nigoo beralamat di Jl. Binong Jati, gang. Saad V No.129, Kota Bandung-Batununggal, Jawa Barat Id 40275. Rajut Nigoo ini memasarkan produk melalui sosial media seperti Instagram, live di tiktok, dan menjual produk melalui e-commerce seperti shopee dan tiktok shop. Rajut Nigoo ini berlokasi di kawasan industri rajut Binong Jati dimana kawasan tersebut dianggap strategis di kota Bandung dan juga dekat dengan kawasan elit TSM sehingga dapat dengan mudah untuk menguasai pasar dikota kembang.

Persaingan atau kompetitor baru yang muncul dapat menjadi motivasi untuk lebih meningkatkan desain produk UKM Rajut Nigoo dalam menciptakan sebuah produk agar penjualan meningkat, serta mencari peluang lain yang belum ada dari pesaing, sehingga menciptakan inovasi baru yang dapat membuat konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan UKM Rajut Nigoo dan mencapai tujuannya yaitu mendapatkan keuntungan.

Berdasarkan hasil survei awal pada UKM Rajut Nigoo Bandung, peneliti melakukan observasi awal kepada konsumen yang pernah membeli produk pada UKM Rajut Nigoo Bandung, peneliti menemukan permasalahan yang menyangkut keputusan pembelian pada UKM Rajut Nigoo Bandung, hal tersebut dapat dilihat dari indikator sebagai berikut :

Tabel 1.1. Tabel data observasi awal keputusan pembelian

No	Pernyataan	Ya	Tidak
	Kemantapan pada sebuah produk		
1	Desain yang dihasilkan UKM Rajut Nigoo Bandung sudah sesuai dengan yang di harapkan konsumen	20%	80%
	Kebiasaan dalam membeli produk		
2	Konsumen sudah melakukan pembelian berulang pada UKM Rajut Nigoo Bandung	60%	40%
	Memberikan rekomendasi kepada orang lain		
3	Merekomendasikan produk dari UKM Rajut Nigoo Bandung kepada orang lain	40%	60%

Dari tabel 1.1. diatas dapat dilihat bahwa dari 3 pernyataan yang diberikan kepada 10 responden yang pernah membeli produk pada UKM Rajut Nigoo menyatakan bahwa :

- 80% dari 10 responden tidak menyukai desain produk yang dihasilkan oleh UKM Rajut Nigoo.
- 60% dari 10 responden menyatakan tidak merekomendasikan produk yang dihasilkan UKM Rajut Nigoo kepada orang lain.

Dampak dari keputusan pembelian konsumen pada UKM Rajut Nigoo juga dapat dilihat dari target penjualan yang menurun sebagai berikut :

Tabel 1.2. Data Penjualan Periode Agustus 2022 - Januari 2023

Bulan	Target Penjualan	Jumlah Penjualan	Selisih	Presentase %
Agustus	7000	6.500	500	92%
September	7000	6000	1000	(85%)
Oktober	7000	5.300	1.700	(75%)
November	7000	4.600	2.400	(65%)
Desember	7000	6.700	1.300	95%
Januari	7000	5.200	1.800	(74%)

Berdasarkan penjajagan yang peneliti lakukan di UKM Rajut Nigoo terdapat masalah dilihat dari tanggapan-tanggapan konsumen sebagai berikut :

1. Kemantapan pada sebuah produk

Masalah ini dapat dilihat dari tabel 1.2. karena tidak tercapainya target yang disebabkan kurangnya inovasi pada produk yang ditawarkan oleh UKM Rajut Nigoo. Dalam melakukan pembelian, konsumen memilih desain produk yang unik dan menarik yang sesuai dengan perkembangan zaman, dengan menghasilkam desain produk yang baik dan menarik dapat memantapkan keinginan konsumen untuk membeli produk di UKM Rajut Nigoo.

2. Tidak memberikan rekomendasi kepada orang lain

Masalah ini disebabkan oleh banyaknya pilihan konsumen yang lebih memilih produk pesaing yang lebih unik, menarik, dan beragam sesuai dengan *trend* yang terkini. Dengan demikian, konsumen menilai bahwa desain produk yang ditawarkan oleh UKM Rajut Nigoo harus lebih memperhatikan keragaman pada variasi dan modelnya, seperti membuat rajut bernuansa batik atau rajut bernuansa etnik agar konsumen mengetahui ciri khas dari UKM Rajut Nigoo Bandung.

Berdasarkan permasalahan tersebut, disebabkan oleh desain produk pada UKM Rajut Nigoo yang kurang diminati seperti :

1. Variasi desain

Variasi desain yang dihasilkan UKM Rajut Nigoo memiliki variasi atau keragaman pilihan desain yang sedikit dan kurang unik atau menarik sehingga kurangnya ketertarikan pada minat beli konsumen yang menyebabkan tidak ada pembeda dengan produk pesaing.

2. Model terbaru

Model pada UKM Rajut Nigoo tidak mengikuti perkembangan zaman atau tidak mengikuti arus modernisasi *trend* terkini, yang menyebabkan konsumen bosan karena variasi pada model dan desain produknya bukan yang terbaru karena selama beberapa bulan tidak ada inovasi produk yang signifikan.

Berdasarkan pada permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk mengadakan penelitiann yang lebih mendalam dan hasil akan dituangkan dalam

karya ilmiah yang berbentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada UKM Rajut Nigoo Bandung.”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di paparkan, maka dapat disusun perumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana gambaran umum UKM Rajut Nigoo Bandung ?
2. Bagaimana pelaksanaan desain produk pada UKM Rajut Nigoo Bandung ?
3. Bagaimana kondisi keputusan pembelian pada UKM Rajut Nigoo Bandung ?
4. Bagaimana pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada UKM Rajut Nigoo Bandung ?
5. Bagaimana hambatan yang dihadapi dan usaha yang dilakukan UKM Rajut Nigoo Bandung ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Identifikasi masalah diatas, maka dapat dirumuskan tujuan masalah penelitian sebagai berikut: ”Apakah Desain produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di UKM Rajut Nigoo Bandung”. Berdasarkan tujuan masalah tersebut, maka dapat disusun tujuan penelitian yaitu :

1. Mengetahui bagaimana gambaran umum UKM Rajut Nigoo Bandung
2. Mengetahui bagaimana pelaksanaan desain produk pada UKM Rajut Nigoo Bandung
3. Mengetahui kondisi keputusan pembelian pada UKM Rajut Nigoo Bandung

4. Mengetahui bagaimana pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada UKM Rajut Nigoo Bandung
5. Mengetahui bagaimana hambatan dan usaha yang dilakukan UKM Rajut Nigo Bandung

1.4. Kegunaan Penelitian

A. Manfaat praktis

1. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberi dan menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang hal-hal apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian, kemudian sebagai media latihan untuk berfikir dan bertindak sesuai sistematis dalam menganalisa dan mencari pemecahan suatu permasalahan, dan dengan adanya penelitian ini diharapkan penulis dapat mengetahui masalah-masalah nyata yang ada dalam bidang pemasaran karena penulis terjun langsung kelapangan secara langsung.

2. Bagi pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) Rajut Nigoo

Diharapkan pemilik usaha dapat memberikan informasi dan gambaran dalam menentukan kebijakan yang diterapkan dan berkaitan dengan desain produk juga keputusan pembelian terhadap produk pada UKM Rajut Nigoo.

3. Bagi Pembaca/Pihak Lain

Diharapkan dapat memberikan manfaat pengetahuan dan menambah wawasan agar kelak dijadikan pedoman dimasa mendatang, juga bisa mengaplikasikan teori yang diterima dengan realita yang terjadi di lapangan, penelitian ini juga bisa dapat dijadikan referensi pada penelitian selanjutnya.

B. Manfaat Teoritis

Hasil-hasil dari informasi yang peneliti lakukan ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai pertimbangan ilmu pengetahuan tentang Ilmu Administrasi Bisnis pemasaran yang berkaitan dengan desain produk dan keputusan pembelian konsumen.

1.5. Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian pada UKM Rajut Nigoo ini berada di Jl. Binong Jati, Gang. Saad V, No.129, Kota Bandung - Batununggal, Jawa Barat, Id, 40275.

1.5.2. Lamanya Penelitian

Waktu dalam melakukan penelitian pada UKM Rajut Nigoo ini direncanakan selama 5 bulan terhitung mulai dari tanggal 12 Januari 2023 sampai dengan 12 Juni 2023.

Jadwal Penelitian

Tabel 1.3. Jadwal Penelitian

