

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tingginya perkembangan perekonomian masyarakat Indonesia dan pesatnya perkembangan teknologi, informasi maupun *fashion* yang berkembang pesat menjadikan masyarakat mudah untuk memenuhi kebutuhan. Kebutuhan ini tidak terbatas hanya pada kebutuhan.

Pelaksanaan pemasaran para pengusaha dituntut untuk bisa bertahan dalam persaingan yang ada. Perusahaan harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga nilai produk akan tersampaikan kepada konsumen. Salah satu cara untuk meningkatkan nilai dan membangun hubungan dengan konsumen yang kuat dan menguntungkan, dibutuhkan strategi pemasaran yang baik dan andal.

Penampilan merupakan suatu hal yang harus diperhatikan anak muda bahkan orang dewasa pada zaman sekarang. Baik dari *trend* berpakaian, gaya rambut, model hijab, sepatu hingga hal kecil sekalipun seperti aksesoris pun sangat diperhatikan. Salah satunya adalah kaos kaki, kini kaos kaki sering dipadu padankan dengan *outfit* yang digunakan agar penampilan menjadi unik dan menarik. Agar *fashion* yang dikenakan menarik, maka perlu desain suatu produk perlu diperhatikan.

Desain produk juga dapat meningkatkan kepuasan terhadap konsumen karena desain juga dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli kebutuhan berulang sebagaimana

dikemukakan Saidani, Rachman & Rizan (36:2013) juga menyebutkan bahwa desain produk berkaitan erat dengan peningkatan nilai produk melalui estetika yang ditunjukkan.

Selain itu, Azani (128:2014), juga menyatakan bahwa desain produk sangat mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan dalam melakukan pembelian. Desain merupakan salah satu unsur penting yang dapat mendorong konsumen untuk membeli produk.

Desain produk yang menarik dan unik dapat mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Desain produk sebagai suatu rancangan barang atau jasa yang hendak dibuat agar dapat diterima dan diharapkan dapat memuaskan konsumen atau pelanggan yang selanjutnya dapat meningkatkan keputusan pembelian serta tidak mudah ditiru oleh pesaing.

Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian atas suatu produk merupakan suatu tindakan yang lazim dilakukan oleh konsumen. Setelah melakukan pembelian dan menggunakan produk biasanya konsumen akan melakukan evaluasi, produk. Hal ini dapat membentuk preferensi di antara merek-merek pada serangkaian pilihan, dan juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai kembali.

PT Soka adalah perusahaan yang bergerak di bidang produksi, distribusi, dan perdagangan Kaos Kaki, Sarung Tangan, Inner Fashion, seperti Manset, Pakaian Dalam, dan Legging, pemasarannya dilakukan secara *offline* maupun *online* di pasar Nasional maupun Internasional seperti negara Dubai, dan Turki . PT. Soka Cipta Niaga melegalkan produknya menjadi produk yang berlabelisasi dan bersertifikasi halal dari MUI, dan ditemukan permasalahan pada PT. Soka :

1. Keputusan pembelian pada PT Soka Cipta Niaga menjadi fluktuatif harga atau turun naiknya pada penjualan produk di PT. Soka Cipta Niaga, hal tersebut ditandai

dengan seseorang yang melakukan pembelian tidak berulang dengan produk pada PT Soka Cipta Niaga yang dianggap memiliki harga yang cukup tinggi, sebagaimana tersaji pada tabel berikut :

Tabel 1. 1 Data Penjualan PT. SOKA CIPTA NIAGA

No	Tahun	Jumlah Penjualan (pcs)
1	2019	3.156.552
2	2020	2.932.656
3	2021	3.100.428

Sumber: PT SOKA CIPTA NIAGA

Pada tabel 1.1 dapat di ketahui bahwa hasil penjualan produk PT. Soka Cipta Niaga setiap tahunnya mengalami perkembangan yang fluktuatif dan tidak stabil. Penjualan tertinggi pada tahun 2019 sebanyak 3.156.552 pcs, sedangkan tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 0,07% dari penjualan sebelumnya, artinya terjadi penurunan sebanyak 223.896 pcs. Namun pada tahun selanjutnya 2021 penjualan kembali mengalami kenaikan sebesar 0, 05% dari penjualan tahun 2020. Tentunya tinggi rendahnya penjualan berpengaruh terhadap kondisi keuangan perusahaan.

Dengan terjadinya fluktuatif ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian di PT Soka Cipta Niaga terjadi karena:

1. Perilaku Pasca pembelian, konsumen PT Soka Cipta Niaga setelah melakukan pembelian pada produk Soka kurang memiliki rasa puas terhadap produk yang dibelinya, sehingga para konsumen tidak melakukan pembelian secara berulang pada PT Soka Cipta Niaga, dikarenakan para konsumen menganggap bahwa harga yang cukup tinggi ditetapkan oleh perusahaan kurang sebanding dengan desain

maupun kualitas yang diberikan, dan hal tersebut yang menjadikan para konsumen tidak ingin melakukan pembelian secara berulang, dan data penjualan fluktuasi atau naik turunnya penjualan pada PT Soka Cipta Niaga di pengaruhi oleh hal tersebut.

Dari hasil pengamatan yang dilakukan, mengenai data penjualan yang ada di PT Soka Cipta Niaga mengalami fluaktuatif atau turun naiknya penjualan, permasalahan tersebut yang peneliti temukan di lapangan diduga disebabkan oleh:

1. Model pada produk yang tidak mengikuti perkembangan zaman, dan tidak memiliki tampilan yang menarik. Sehingga menurunnya niat pembelian dari konsumen, produk yang dihasilkan harus mengutamakan nilai keindahan dan juga nilai pakai kepada kehidupan sehari-hari konsumen.
2. Ciri khas produk pada bagian warna produk yang monoton serta kurang menarik dan kurang memiliki ciri yang khas produk. Seperti yang dijelaskan oleh beberapa konsumen mengakui bahwasanya kualitas produk di PT SOKA CIPTA NIAGA sudah bagus tetapi tidak banyak pilihan warna , karena PT. Soka lebih memprioritaskan warna yang klasik seperti putih, hitam, coklat abu, hitam putih.

Desain produk yang tidak mengikuti perkembangan zaman dan banyaknya pesaing yang bermunculan. Maka dari itu diperlukannya sebuah desain pada produk yang lebih baik lagi dilakukan oleh PT SOKA CIPTA NIAGA dan redesain sebuah produk baru agar dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian tentang **“Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT.SOKA CIPTA NIAGA”**.

1.2 Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran umum PT. SOKA CIPTA NIAGA ?
2. Bagaimana kondisi desain produk dan keputusan pada PT. SOKA CIPTA NIAGA ?
3. Berapa besar pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian ?
4. Bagaimana hambatan dan upaya yang dilakukan untuk menangani permasalahan mengenai desain produk yang ada di PT Soka Cipta Niaga

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut

1. Mengetahui gambaran umum PT. SOKA CIPTA NIAGA.
2. Mengetahui kondisi desain produk dan keputusan pada PT. SOKA CIPTA NIAGA.
3. Mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian.
4. Mengetahui hambatan tentang desain produk dan bagaimana upaya yang dilakukan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan kegunaan dari penelitian ini dan peneliti terhadap hasil penelitian ini bermanfaat untuk beberapa pihak antara lain :

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian referensi yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu, khususnya Ilmu Administrasi Bisnis terutama dibidang Pemasaran

atau marketing dan pengembangan lebih lanjut mengenai desain produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

b. Kegunaan Praktis

Peneliti berharap kajian penelitian ini dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi peneliti

Dari penelitian ini peneliti bisa memperdalam pengetahuan dan pengalaman yang luas khususnya mengenai pengaruh desain produk terhadap keputusan konsumen. Dan juga bisa memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi terhadap perusahaan serta masukan tambahan sebagai bahan evaluasi perusahaan untuk menyusun strategi dalam menyikapi masalah keputusan pembelian konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman untuk melakukan perbaikan dimasa sekarang maupun masa yang akan datang. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan ilmu dan masukan mengenai pengaruh desain produk dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Bagi peneliti Lain

Bagi peneliti lain untuk menambah masukkan informasi dan referensi untuk memperluas ilmu pengetahuan tentang desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di perusahaan bidang fashion yaitu PT.Soka Cipta Niaga yang berlokasi di Komplek Puteraco Gading Regency Blok B1 No. 11-12, Cisaranten Endah, Kec. Arcamanik, Kota Bandung, Jawa Barat 40293 - (022) 7313123

1.5.2 Lamanya Penelitian

Dalam melakukan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini dimulai observasi, wawancara, mengumpulkan data hingga pelaporan terhitung dari bulan Oktober 2021 sampai dengan bulan juni 2023.

