

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Fashion adalah salah satu daya tarik dari sebuah mall atau pusat perbelanjaan. Ketertarikan ini biasanya berdampak pada keinginan berbelanja seseorang tanpa memikirkan kegunaan barang atau fashion item tersebut dan dapat menimbulkan *impulsive buying*. Ketertarikan masyarakat terhadap fashion saat ini juga bisa menjadi peluang bagi para pengusaha atau pelaku bisnis dalam mengembangkan bisnisnya. Perkembangan fashion dan mode pakaian saat ini sedang pada tahap yang mengesankan. Bagi masyarakat saat ini kebutuhan fashion bukan hanya soal berpakaian, tapi juga penting untuk menunjang penampilan agar selalu terlihat modis dan menarik.

Trend fashion berkembang pesat dari waktu ke waktu. Keinginan dan kebutuhan juga semakin tinggi dalam membeli produk trend fashion. Trend yang saat ini berkembang dikalangan remaja yaitu membeli barang second atau biasa disebut *thrifting*, baik dari pakaian, sepatu dan lan-lan. *Thrifting* digemari oleh semua kalangan karena berbagai faktor. Dengan *thrifting* masyarakat bisa mendapat barang dengan harga lebih murah namun tetap dengan kualitas yang sama seperti barang baru dan mendapat barang tidak biasa di pasaran. Maka dari itu zaman sekarang banyak usaha *thrifting* bermunculan karena potensi usaha yang sangat bagus untuk saat ini karena dapat mendapatkan keuntungan yang berkali lipat.

Thrift adalah kegiatan berburu barang-barang *thrift* ke pasar atau bisa melalui e-commerce. Barang-barang tersebut dibandrol dengan harga yang murah. Hal yang menarik dari *thrift* adalah tidak jauh dari kata berburu. Kalian harus memilah dan memilah serta berebut dengan orang lain. *Thrift* adalah barang bekas atau *second* yang berasal dari barang impor. Biasanya barang ini biasanya kondisinya ada yang seperti baru atau tidak 100% mulus. Barang *thrift* biasanya banyak diburu karena biasanya barangnya terbatas.

Sedangkan '*thrift shop*' adalah toko yang menjual barang-barang *thrift*. *Thrift shop* kini menjadi peluang bisnis baru di kalangan anak muda karena modal yang dikeluarkan sedikit sedangkan peminatnya sangat banyak. Banyak sekali mahasiswa-mahasiswa yang menjalani bisnis ini dan mendapatkan untung yang besar. Istilah '*thrift shopping*' pada awalnya berasal dari bahasa Inggris yaitu '*thrift*', yang berarti kegiatan mengurangi pemborosan keuangan. Sedangkan '*shopping*' adalah kegiatan membeli barang yang bertujuan untuk menghemat uang dan menekan biaya serendah mungkin. Istilah ini muncul di Inggris pada tahun 1300-an yang mengacu pada fakta atau kondisi berkembang, kemakmuran, tabungan.

Di Indonesia sendiri usaha *thrift* sudah ada sejak lama. *Thrift* di Indonesia diperkirakan telah muncul sejak 1980-an dan awalnya berkembang di wilayah pesisir laut Indonesia. Namun baru menjadi tren yang sedang ramai dan diminati banyak orang terutama di kalangan para milenial karena banyaknya influencer di social media yang melakukan kegiatan ini. Kegiatan *thrift* ini mulai digandrungi guna menghemat pengeluaran, karena tak jarang orang

menemukan barang thrift dengan merek ternama dan masih layak pakai dengan harga miring. Oleh sebab itu, kegiatan thrifting menjadi pilihan lain bagi masyarakat yang ingin memenuhi hasrat untuk berbelanja dan tampil keren.

Salah satu kota yang dikenal dengan surganya thrifting di Indonesia adalah kota Bandung. Kota Bandung dikenal sebagai salah satu kota dengan daya tarik dan kreatifitas yang tinggi mengenai *fashion lifestyle*. Maka sudah bukan rahasia lagi kalau kota Bandung menjadi surganya fashion bagi semua kalangan. Perkembangan fashion di kota Bandung mengalami peningkatan setiap tahunnya fashion yang memiliki kuantitas paling besar diantara yang lain adalah pakaian. Hal ini dapat dimaklumi karena Bandung sendiri sudah dikenal menjadi kota belanja sehingga untuk jenis usaha fashion. Kota Bandung menjadi surga fashion bagi semua kalangan terutama anak-anak muda. Hal ini dipengaruhi oleh perilaku masyarakat yang menjadi gemar belanja daring serta adanya perubahan pola pikir yang menganggap aktivitas thrifting bukanlah sebuah hal yang tabu. Menghemat pengeluaran merupakan salah satu alasan masyarakat Bandung meminati thrifting, selain itu thrifting juga dapat menjaga lingkungan dengan cara mengurangi limbah tekstil.

Faktor psikologis tersebut menjadi sebab semakin menjamurnya tempat untuk melakukan *Thrifting* di Kota Bandung. Beberapa masyarakat di Kota Bandung lebih memilih untuk melakukan *Thrifting* demi menekan *budget* agar keperluan gaya hidup (*Lifestyle*) mereka terpenuhi. Hal tersebut dapat mempengaruhi *self image* (citra diri) yang merupakan bagian dari konsep diri seseorang. Dalam memperoleh jati diri, milenial berusaha membentuk citra atau image tentang dirinya dan upaya ini terlihat dalam suatu gambaran tentang

bagaimana setiap remaja mempersepsikan dirinya. Termasuk didalamnya bagaimana ia mencoba menampilkan diri secara fisik. Hal tersebut membuat mereka sensitif terhadap gambaran fisik sehingga mendorong mereka melakukan berbagai upaya agar tampilan fisiknya sesuai dengan tuntutan komunitas sosial mereka.

Hal tersebut membuat my sepatu mengambil peluang dengan menjual barang *thrifting*. Kebanyakan *thrifting* shop menjual barang baju bekas akan tetapi my sepatu membuka peluang usaha yang belum banyak pelaku usahanya, my sepatu menjual *thrifting* dengan cara menjual sepatu-sepatu bekas yang bermerek dan juga *rare*.

Perusahaan my sepatu bandung adalah usaha yang menjual barang *thrifting* yang menjual sepatu bekas branded berdiri pada tahun 2022 pada pertengahan tahun, dengan awal mula berdiri dari toko online sampai memiliki outlet pada tahun 2022 pada akhir tahun dengan toko buah batu menjadi outlet pertama dengan modal dari beberapa investor. Selaku *owner* Pak Opik sebagai komisaris berkeinginan ingin membuka usaha my sepatu ini dengan niatan membuka diseluruh kota di indonesia dan pak ali sebagai CEO mengatakan bahwa perusahaan my sepatu ini akan bisa menguasai pasar sepatu second di indonesia.

Berdasarkan observasi dengan CEO bahwa ada permasalahan yang berada di toko my sepatu buah batu bahwasannya Pak Ali menginginkan penelitian ini meneliti mengenai hal-hal apa saja yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap menentukan barang yang ingin di belinya, dengan melakukan pra survey dilapangan dengan mewawancarai konsumen. Di My

Sepatu Buah Batu juga terdapat 15 karyawan yang terdiri dari berbagai tugas kerja.

Dengan melakukan pra survey mewawancarai konsumen yang berbelanja di my sepatu buah batu, peneliti menemukan bahwa rata – rata pembeli merupakan pelanggan tetap. ada beberapa faktor yang membuat konsumen berlangganan di sini, diantaranya kualitas produk yang baik, dan harga yg terjangkau.

Berikut merupakan data penjualan MY SEPATU Buah Batu pada bulan September 2023 – Januari 2024.

Tabel 1.1 Data Penjualan 2023 - 2024

No.	Bulan	Penjualan
1	September	245
2	Oktober	251
3	November	260
4	Desmber	258
5	Januari	263

Sumber: wawancara bersama CEO My Sepatu

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa penjualan sepatu di My Sepatu buah batu bisa masih terbilang naik turun di setiap bulannya, karena disetiap bulannya perbedaannya dapat terhitung tidak signifikan hanya berbeda 1%-3% penjualan perpasang saja tiap bulannya, akan tetapi berdasarkan tabel di atas total penjualan sepatu tidak memenuhi target yang diberikan oleh owner, dengan target 300 pasang yang harus terjual.

Maka peneliti mengemukakan permasalahan yang terjadi pada minat beli dengan dasar teori indikator sebagai berikut :

1. Perhatian (*Attention*)

Perhatian konsumen terhadap barang bekas masih tidak merata, masih banyaknya konsumen yang lebih memilih barang baru di bandingkan barang *thrifting*. Serta masih banyak konsumen yang tidak paham dengan konsep *thrifting* dan tidak mengenali berbagai produk.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka di duga penyebabnya itu belum maksimalnya promosi penjualan yang baik dalam hal periklanan. Hal ini dapat dilihat pada indikator promosi penjualan sebagai berikut :

1. Periklanan (Advertising)

Kegiatan iklan yang dilakukan oleh My Sepatu masih terbilang kurang, yang dimana menyebabkan berbagai macam informasi mengenai toko dan produk tidak tersebar kepada calon konsumen. Hal tersebut menyebabkan minat beli pada My Sepatu masih kurang baik.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut tentang masalah tersebut. Yang dimana hasil penelitian ini akan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Pada My Sepatu Buah Batu Bandung”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran umum pada My Sepatu Bandung ?
2. Bagaimana kondisi promosi penjualan dan minat beli pada My Sepatu Bandung ?
3. Seberapa besar pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli konsumen pada My Sepatu Bandung?

4. Hambatan apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi penjualan dan apa saja usaha yang dilakukan oleh My Sepatu Bandung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui gambaran umum pada My Sepatu Bandung ?
2. Untuk mengetahui kondisi promosi penjualan dan minat beli pada My Sepatu Bandung ?
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli konsumen pada My Sepatu Bandung?
4. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat dan usaha untuk mengetahui hambatan dalam pelaksanaan promosi penjualan pada My Sepatu Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian terdiri dari kegunaan teoritis yang berdasarkan pertimbangan kontekstual dan kegunaan praktik untuk perbaikan bagi lembaga/instansi yang bersangkutan. Kegunaan penelitian dijelaskan sebagai berikut :

a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serta memperluas wawasan dalam menerapkan teori-teori yang peneliti peroleh selama perkuliahan di Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan, serta penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan kontribusi bagi pengembangan

ilmu pengetahuan di bidang komunikasi pemasaran khususnya tentang Promosi Penjualan dan Minat Beli.

b. Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini sangat berguna untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam bidang penelitian dan penyusunan karya ilmiah khususnya dalam bidang pemasaran yakni Promosi Penjualan dan Minat Beli.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak perusahaan dalam usaha meningkatkan promosi untuk mempengaruhi minat beli konsumen serta dampaknya pada minat beli oleh konsumen.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak lain yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang pemasaran lebih khususnya strategi bisnis tentang Promosi Penjualan dan Minat Beli.

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilaksanakan di di MY SEPATU BUAH BATU yang beralamat di Jl. Terusan Buah Batu No.274B, Kujangsari, Kec. Bandung Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat.

1.5.2 Lamanya Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2023 sampai Mei 2024, penelitian dilaksanakan pada tiga tahap yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan penyusunan laporan penelitian.

