

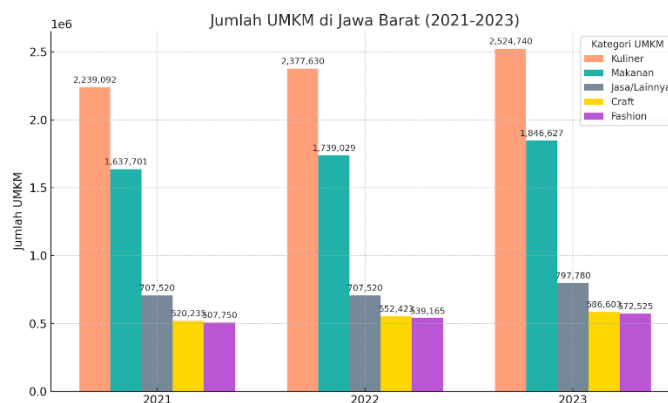
# **BAB I**

## **LATAR BELAKANG**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Di era globalisasi saat ini persaingan antar perusahaan semakin ketat. Industri Konfeksi sudah berkembang di berbagai daerah di Indonesia, sektor fashion mengalami pertumbuhan sejalan dengan kenaikan pendapatan dan pergeseran cara hidup. Masyarakat lebih sering memanjakan diri dan sangat memperhatikan penampilan mereka. Dalam perkembangan industri ini, terjadi persaingan antara produsen pakaian untuk menawarkan produk dengan harga yang bersaing, lebih dari itu mereka juga harus berlomba untuk merebut pangsa pasar dengan cara meningkatkan kualitas produk yang mereka tawarkan. (Haryono et al., 2016)

Berdasarkan data dari Thomson Reuters yang dikutip dalam (Nabilah, 2022) pangsa pasar ekonomi syariah diprediksi akan terus berkembang, mencapai nilai USD 3.007 pada tahun 2023. Mengingat jumlah umat Islam diseluruh dunia mencapai 1,8 miliar, yang setara dengan 24% dari total populasi global pertumbuhan yang pesat pada populasi Muslim di kalangan generasi millennial turut memberikan dampak besar terhadap peluang dan tren mode Muslim di masa mendatang. Indonesia dikenal memiliki jumlah populasi Muslim terbesar di dunia, di mana sekitar 87% dari 254 juta penduduknya memeluk agama Islam.



**Gambar 1. 1 Jumlah UMKM di Jawa Barat (2021 -2023)**

*Sumber: Open Data Jabar.2021-2023*

Data dari (Fitriani, 2025) mengindikasikan bahwa sektor kuliner mendapatkan kemajuan signifikan selama tiga tahun berturut-turut. Di tahun 2021 terdapat 2.239.092 usaha yang naik menjadi 2.524.740 di tahun 2023. Sementara itu, disektor lain termasuk konfeksi menunjukkan pertumbuhan yang berarti di Jawa Barat pada tahun 2023. Menurut informasi dari Open Data Jabar, jumlah UMKM di sektor konfeksi diperkirakan mencapai 349.615 unit.

Industri konfeksi merupakan usaha pembuatan pakaian jadi yang dilakukan secara massal umumnya dikelola dalam skala kecil atau berbasis rumahan dan produk yang dihasilkan sangat beragam. Usaha konfeksi merupakan sektor industri yang secara khusus menekankan pada pembuatan pakaian dalam jumlah besar atau barang tekstil lainnya. Konfeksi umumnya dilengkapi dengan fasilitas produksi yang memiliki alat – alat khusus seperti mesin jahit, mesin untuk memotong kain, dan peralatan lainnya yang mendukung proses produksi secara massal. (Nurhijrah et al., 2023)

Kabupaten Bandung dikenal sebagai daerah dengan jumlah industri konfeksi yang cukup banyak dan menjadi sebuah daerah di Provinsi Jawa Barat yang menjadi pusat aktivitas, terutama pada sektor tekstil dan pakaian. (Salsabila, 2024). Usaha konfeksi di wilayah ini sangat signifikan terutama di beberapa kecamatan tertentu seperti:

- a) Cicalengka merupakan kecamatan dengan jumlah konfeksi kerudung terbesar dibandingkan kecamatan lain disekitarnya.
- b) Rancaekek merupakan daerah dengan banyak sebaran industri konfeksi
- c) Soreang dikenal dengan memiliki banyak usaha konfeksi dengan Desa Kramat Mulya disebut sebagai salah satu desa dengan jumlah pengusaha konfeksi yang sangat banyak.

Pertumbuhan berbagai usaha bisnis juga sudah berkembang dimana-mana, salah satunya bisnis kerudung. Bisnis kerudung sudah mengalami perkembangan yang sangat cepat. Persaingan yang semakin ketat menuntut untuk mengambil tindakan dengan lebih cepat agar dapat dan mempertahankan pelanggan yang ada. Konfeksi kerudung umumnya berkembang di wilayah kabupaten, karena upah tenaga yang lebih terjangkau dibandingkan di kota besar. Selain itu, banyak konfeksi menerapkan sistem kerja rumahan, yaitu para penjahit atau pekerja mengerjakan pesanan dirumah masing-masing setelah menerima potongan bahan kain dari pemilik usaha. Sistem ini memungkinkan pengusaha mengurangi kebutuhan akan workshop besar dan biaya operasional lainnya. Produk yang dihasilkan kemudian dipasarkan melalui para pemasok supplier hijab di berbagai daerah. Salah satu konfeksi yang menerapkan sistem kerja rumahan yaitu Fakhri Collection di Kabupaten Bandung.

Pemasaran merupakan sebuah proses manajerial yang membantu orang atau kelompok dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka melalui penciptaan, penyediaan, dan pertukaran barang yang memiliki manfaat dua arah. Definisi ini berlandaskan pada konsep utama, yaitu: kebutuhan keinginan dan permintaan konsumen, pemasaran dan pemasar. (Ariyanto et al., 2023)

Semakin maraknya bisnis kerudung dari tahun ke tahun, menuntut pelaku usaha untuk melakukan strategi, agar usaha kerudung dapat memiliki daya saing. Salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah kualitas produk dan juga harga yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena sebagian besar pelanggan sebelum membeli melihat dulu kualitas dan juga harga dari produk tersebut.

Kualitas produk dari barang adalah kelebihan bersaing bagi sebuah perusahaan, yang timbul dari kesesuaian dengan keinginan konsumen atau pemenuhan kebutuhan serta harapan mereka. Dengan demikian, tercapainya atau tidaknya ekspektasi konsumen tergantung pada kemampuan perusahaan untuk menyediakan kualitas produk yang dianggap layak oleh pelanggan dalam (Razak, 2019)

Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang secara langsung berpengaruh pada persepsi pelanggan terhadap kualitas dari suatu produk. Dalam konteks industri *fashion* muslim, khususnya konfeksi hijab seperti Fakhri Collection, harga tidak hanya dipandang sebagai sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen, tetapi juga sebagai indikator nilai dan kualitas produk yang diterima. Konsumen cenderung menggunakan harga sebagai acuan dalam menilai

suatu produk, terutama ketika informasi mengenai kualitas tidak sepenuhnya diketahui.

Untuk menarik pelanggan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan kualitas produk yang baik dengan harga yang terjangkau untuk berbagai kalangan. Jika dilihat dari pelanggan Fakhri Collection yang sudah mengetahui dan melihat kualitas produknya karena harga yang terjangkau maka pembeli memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk melakukan transaksi berulang apabila mereka merasa puas demikian halnya dengan kualitas produk yang tinggi secara alami berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

Dalam menghadapi kompetisi yang semakin sengit, perusahaan harus mengenali elemen-elemen yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen supaya bisa melakukan perbaikan dan meningkatkan kualitas barang. Kepuasan dimaksudkan agar pelanggan yang lebih setia akan terus melakukan pembelian dan merekomendasikan produk itu kepada orang lain untuk terus membeli produk Fakhri Collection dan menjadi pelanggan tetap.

Keberhasilan sebuah bisnis sangat tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi keinginan pelanggan. Kebutuhan pelanggan bervariasi, akan sulit untuk membuat semua pelanggan merasa puas. Oleh sebab itu, perusahaan perlu mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan pelanggan untuk menjamin kepuasan mereka. Kepuasan pelanggan merupakan aspek terpenting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Ketika pelanggan puas, mereka akan loyal dan terus melakukan pembelian serta menyarankan kepada pelanggan lainnya untuk membeli produk di Fakhri Collection.

Fakhri Collection merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang konfeksi yang berfokus pada pembuatan kerudung instan. Fakhri Collection merupakan perusahaan perseorangan yang berdiri sejak tahun 2013 di Kabupaten Bandung tepatnya berlokasi di Rancaekek. Selama hampir satu dekade, Fakhri Collection telah mempunyai banyak pelanggan dari berbagai daerah baik pelanggan individual maupun kelompok. Pelanggan individu meliputi perempuan muslim dari berbagai rentang usia seperti pelajar, pekerja, hingga ibu rumah tangga yang menggunakan kerudung instan untuk aktivitas harian. Selain itu, Fakhri Collection juga melayani pelanggan kelompok seperti komunitas pengajian, komunitas olahraga serta para reseller yang membeli produk dalam jumlah lebih besar untuk dijual kembali. Keragaman jenis pelanggan ini menunjukkan bahwa produk Fakhri Collection memiliki daya tarik dan mampu memenuhi segmen pasar sehingga kualitas produk menjadi aspek utama yang selalu dijaga untuk memenuhi kebutuhan seluruh pelanggannya. Fakhri Collection memiliki tujuan untuk membuat pelanggan merasa puas dan melakukan pembelian berulang kali. Oleh karena itu, selain dengan menjaga dan meningkatkan kualitas produknya Fakhri Collection selalu memproduksi model produknya sesuai dengan keinginan pasar dan mengikuti tren yang ada.

Kualitas produk dan harga sangat berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat tercipta ketika kualitas produk terjamin dan harga barang yang diterimanya sesuai dengan harapan dan kebutuhannya. Berdasarkan peninjauan yang telah dilakukan kepada pemilik Fakhri Collection peneliti menemukan adanya permasalahan yang berkaitan dengan ketidakpuasan pelanggan yaitu:

- 1) Kesesuaian harapan, adanya ketidaksesuaian antara harapan pelanggan terhadap kualitas produk dari Konfeksi Fakhri Collection ketika pelanggan sudah melakukan pembelian. Pelanggan memiliki ekspektasi tertentu terhadap kualitas produk baik dari segi bahan, kerapihan jahitan maupun daya tahan produk saat digunakan.
- 2) Kesiediaan merekomendasikan, banyak pelanggan yang sudah pernah melakukan pembelian tetapi banyak juga yang tidak bersedia merekomendasikan produk hijab kepada keluarga, teman, atau relasi lainnya di karenakan masih merasa kurang puas terhadap kualitas produknya . Kurangnya rekomendasi dari pelanggan dapat menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan belum optimal.

**Tabel 1. 1**

**Hasil Pra Survey Variabel Kepuasan Pelanggan**

No	Variabel	Indikator	Pertanyaan	Tanggapan	
				Ya	Tidak
1.	Kepuasan Pelanggan	Kesesuaian Harapan	Apakah kualitas bahan hijab, model, dan jahitan dari produk Fakhri Collection sudah sesuai dengan harapan anda?	66,7 %	33,3%
2.		Kesiediaan Merekomendasikan	Apakah anda bersedia merekomendasikan produk Fakhri Collection kepada teman/keluarga/ orang lain?	73,3%	26,7%

*Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025*

Pengaruh dari ketidakpuasan pelanggan dan kesediaan merekomendasikan tersebut disebabkan karena kualitas produk dan harga. Kualitas produk merupakan tolak ukur dalam kepuasan pelanggan terhadap kualitas yang dirasakan dan produk yang diterima sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Penyebab permasalahan pada kualitas produk tersebut diantaranya seperti:

- 1) Daya tahan (*durability*): Daya tahan produk adalah hal yang penting dalam suatu produk. Di Fakhri Collection kerudung yang dihasilkan untuk beberapa produk kurang memiliki ketahanan yang baik. Diantaranya ada produk yang kondisinya kurang memuaskan seperti kualitas jahitan yang kurang rapi dan kuat karena kurang detailnya dalam tahap *quality control* sehingga mudah terlepas setelah beberapa kali pemakaian.
- 2) *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi): Kesesuaian produk dengan spesifikasi yang telah ditetapkan merupakan aspek penting dalam menjaga kualitas produk. Namun, berdasarkan kondisi di lapangan, masih ditemukan permasalahan mengenai ukuran yang kurang sesuai dengan standarnya, jahitan yang kurang rapi, atau *finishing* yang kurang sempurna karena lolos uji produk.

Adapun penyebab lain yang terjadi yaitu terkait permasalahan pada harga terkait kesesuaian harga dengan kualitas produk. Konfeksi hijab dituntut untuk tidak hanya mampu menghasilkan produk yang menarik secara desain, tetapi juga mampu menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Dalam kondisi pasar yang kompetitif, pelanggan cenderung melakukan perbandingan antara harga dan kualitas sebelum memutuskan pembelian.

Permasalahan yang terjadi terkait harga masih selaras dengan kualitas produk hal ini disebabkan karena:

1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi dan kepuasan pelanggan. Pada Konfeksi Fakhri Collection masih terdapat adanya persepsi pelanggan yang berbeda-beda terkait dengan kesesuaian harga dengan kualitas produk. Beberapa konsumen masih ada yang menilai bahwa harga sudah mencerminkan kualitas bahan dan finishing yang baik, namun sebagian diantara konsumen masih ada yang merasa bahwa kualitas produk belum sepenuhnya sebanding dengan harga yang telah ditawarkan karena masih ditemukan *complain* terkait ukuran, bahan ataupun ketahanan jahitan setelah dipakai.

Kesesuaian harga dengan kualitas produk menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi dan keputusan konsumen. Konsumen akan merasa puas ketika harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas yang diterima, seperti kualitas bahan yang digunakan, kerapihan jahitan, ketahanan warna, serta kenyamanan saat digunakan. Akan tetapi beberapa konsumen yang kurang puas terkait kesesuaian harga dengan kualitas produk tersebut, disebabkan karena adanya produk yang kurang memenuhi standar dan lolos uji. Dengan karakteristik produksi yang bersifat rumahan dan sistem kerja yang tersebar, standar kualitas produk menjadi tantangan utama dalam mempertahankan kepuasan pelanggan.

Kondisi ini dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Fakhri Collection menjadikan kualitas produk sebagai salah satu hal yang harus diperbaiki agar mempunyai keunggulan bersaing dalam menguasai pangsa pasar.

Salah satu strateginya dengan menggunakan bahan yang nyaman untuk dipakai dan melakukan *quality control* terhadap semua produk yang sudah jadi sebelum di *packing*.

Dengan mempertimbangkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan, peneliti merasa tertarik untuk meneliti bagaimana kualitas produk dan harga dapat tetap menjadi faktor utama dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Peneliti akan fokus pada pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan produk Fakhri Collection di Kabupaten Bandung tepatnya yang berada di Rancaekek, dan topik ini akan dibahas dalam penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konfeksi Fakhri Collection di Kabupaten Bandung”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana gambaran umum pada Konfeksi Fakhri Collection di Kabupaten Bandung?
2. Bagaimana kondisi kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Konfeksi Fakhri Collection Di Kabupaten Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan?
4. Seberapa besar pengaruh harga dapat terhadap kepuasan pelanggan?
5. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan?
6. Apa saja hambatan pada kualitas produk dan harga dan upaya yang dilakukan Konfeksi Fakhri Collection?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran umum Konfeksi Fakhri Collection di Kabupaten Bandung
2. Mengetahui kualitas produk dan harga pada Konfeksi Fakhri Collection di Kabupaten Bandung
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Konfeksi Fakhri Collection
4. Mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Konfeksi Fakhri Collection
5. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Konfeksi Fakhri Collection
6. Mengetahui hambatan pada kualitas produk dan harga dan upaya yang dilakukan Konfeksi Fakhri Collection

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dalam teori pemasaran terutama mengenai kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan serta hasil penelitian dapat dikembangkan oleh pihak – pihak tertentu khususnya jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.

### **1.4.2 Secara Praktis**

Berdasarkan data yang dihasilkan dalam penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terlibat antara lain:

#### **1) Bagi Peneliti**

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman dan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran terkait pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan, serta dapat membandingkan antara teori dengan kenyataan dilapangan

#### **2) Bagi Akademis**

Penelitian ini dapat berperan sebagai kelengkapan kepustakaan dan sebagai sumber referensi untuk mendapatkan data serta informasi tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

#### **3) Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan evaluasi yang bermanfaat bagi pihak perusahaan untuk lebih mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Konfeksi Fakhri Collection.

## **1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada Konfeksi Fakhri Collection berlokasi di Jalan Letnan Adun RT 001/RW 004, Rancaekek Kulon, Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40135

### 1.5.2 Lamanya Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Oktober 2025 hingga bulan Maret 2026. Dimulai dari pembuatan usulan penelitian, seminar usulan penelitian (UP), penelitian di lapangan, prasidang dan sidang akhir. Adapun rincian jadwal kegiatan penelitian dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 1. 2 Jadwal Penelitian**

No	Keterangan	Tahun 2025-2026																																				
		Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret				April												
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4									
<b>Tahap Persiapan</b>																																						
1	Penjajakan	■	■																																			
2	Studi Kepustakaan	■	■	■	■	■	■																															
3	Pengajuan Judul			■	■	■	■	■	■																													
4	Penyusunan (Usulan Penelitian)			■	■	■	■	■	■	■	■																											
5	Bimbingan									■	■	■	■																									
6	Seminar (Usulan Penelitian)																																					
7	Revisi hasil SUP																																					
<b>Tahap Penelitian</b>																																						
1	Pengumpulan Data																																					
	a. Observasi	■																																				
	b. Wawancara																																					
	c. Angket																																					
	d. Pengolahan dan analisis data																																					
<b>Tahap Penyusunan</b>																																						
1	Penyusunan Laporan																																					
2	Sidang																																					
3	Perbaikan laporan sidang skripsi																																					

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025