

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang, perkembangan bisnis *start-up* di Indonesia cukup pesat. Salah satu sector industri yang mendominasi bisnis *start-up* adalah fesyen. Pada tahun 2016, fesyen menyumbang PDB Indonesia sebesar 18,15% atau sebesar Rp.166.000.000.000.000 (Suharyanto,2018). Pada tahun 2017 Fesyen berada pada peringkat kedua yang menyumbang PDB terbesar di Indonesia yaitu 3,76% (Kemenperin,2018), dan setiap tahunnya mengalami peningkatan. Produk fesyen juga mendominasi sebagai jenis barang paling diminati oleh konsumen sebesar 72% pada tahun 2019 (Nielsen,2019).

Tabel 1.1 Peningkatan industri kulit di Indonesia.

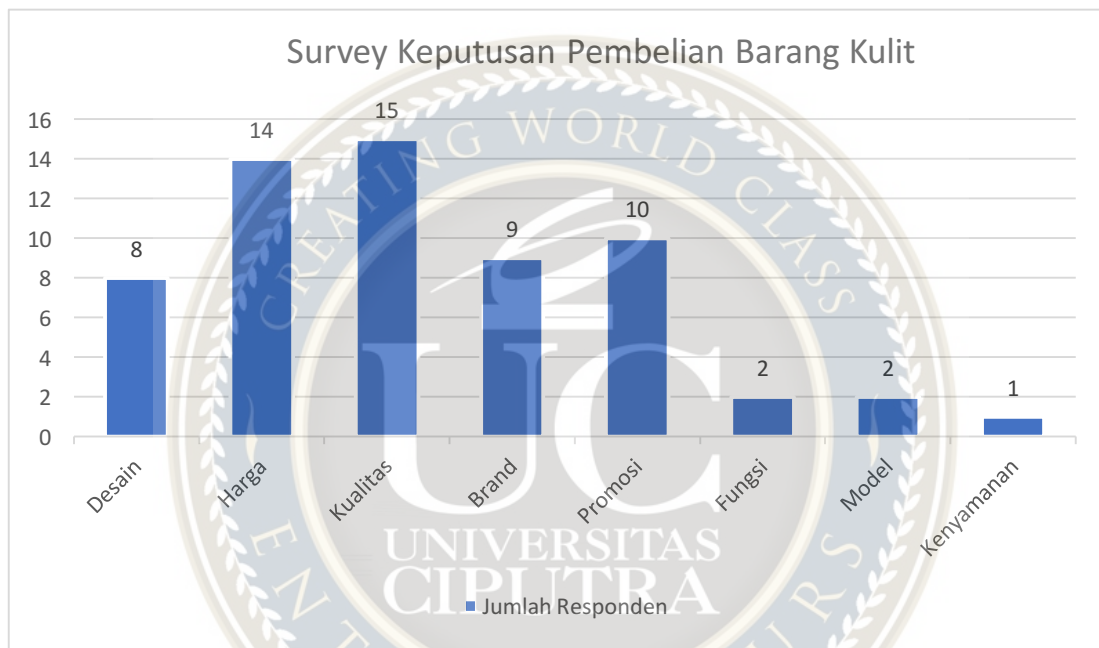
Kelompok Hasil Industri	2012	2013	2014	2015	2016	Peran Th. 2016 (%)
1. Industri Makanan	28.105.312,8	26.477.920,1	29.582.126,5	26.448.093,5	26.274.668,6	23,93%
2. Industri Bahan Kimia Dan Barang Dari Bahan Kimia	11.251.284,1	11.472.314,6	12.191.380,1	9.008.431,9	10.246.411,8	9,33%
3. Industri Logam Dasar	10.501.046,1	9.578.170,7	9.851.912,6	8.607.003,0	8.241.642,5	7,51%
4. Industri Pakaian Jadi	7.226.559,3	7.429.701,5	7.399.995,6	7.318.256,1	7.212.597,3	6,57%
5. Industri Karet, Barang Dari Karet Dan Plastik	11.820.210,7	10.737.709,5	8.474.758,9	7.156.423,8	6.855.377,2	6,24%
6. Industri Pengolahan Lainnya	2.078.473,0	2.238.750,8	4.208.170,7	5.307.747,9	6.131.400,1	5,58%
7. Industri Komputer, Barang Elektronik Dan Optik	8.928.805,8	7.821.107,7	7.460.603,1	6.404.332,9	5.861.701,7	5,34%
8. Industri Kendaraan Bermotor, Trailer Dan Semi Trailer	4.300.241,3	4.152.220,2	4.809.749,0	4.757.035,7	5.141.422,0	4,68%
9. Industri Kertas Dan Barang Dari Kertas	5.541.578,6	5.681.411,4	5.553.187,6	5.383.853,2	5.066.742,8	4,61%
10. Industri Kulit, Barang Dari Kulit Dan Alas Kaki	3.864.463,1	4.220.614,6	4.469.760,6	4.853.691,0	5.014.492,1	4,57%
11. Industri Tekstil	5.286.810,7	5.295.374,1	5.378.798,3	4.999.603,1	4.660.023,3	4,24%

Sumber : Kemenperin.go.id (2017)

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa peluang industri fashion kulit sangatlah besar. Hal ini juga didukung dengan semakin berkembangnya dunia *online* sehingga semakin memudahkan pelaku usaha dalam proses penjualan maupun dalam mencari pangsa

pasar. Munculnya *e-commerce* maupun media sosial seperti *Instagram* dan Tokopedia semakin memudahkan para pelaku usaha untuk menawarkan barang yang mereka jual. Menurut Astiti et al (2019), bisnis start up dipercaya akan berkontribusi positif guna menjamin pertumbuhan ekonomi secara berkesinambungan melalui inovasi-inovasi yang dikeluarkan. Hal ini tentu akan menjadi sangat bagus dalam perekonomian Indonesia.

Gambar 1.1: Survey Keputusan Pembelian Konsumen



Sumber : Data Exile (2021)

Dari hasil survey diatas menunjukkan bahwa masyarakat lebih mementingkan harga dan kualitas daripada aspek-aspek lain. Salah satu bisnis *start-up* dalam bidang fesyen adalah Exile. Exile merupakan bisnis *start-up* yang bergerak dibidang fesyen, khususnya produk aksesoris pria. Produk unggulan dari Exile adalah tas *clutch* pria yang tersedia berbagai macam warna. Exile didirikan pada tahun 2018 yang berawal dari nama Sinuarta dan kemudian berganti menjadi Exile itu sendiri. Produk dari Exile dijual melalui *online* dan pertemuan langsung dengan konsumen pada pameran.

Tabel 1.2 Harga Pesaing Exile.

Nama Barang	Harga Exile	Harga Pesaing	Bahan Exile	Bahan Pesaing
Clutch Brown	Rp. 110.000	Rp. 165.000	Kulit	Kulit
Clutch Black	Rp. 110.000	Rp. 170.000	Kulit	Kulit
Clutch Milk Brown	Rp. 110.000	Rp. 160.000	Kulit	Kulit
Clutch Orange	Rp. 110.000	Rp. 160.000	Kulit	Kulit

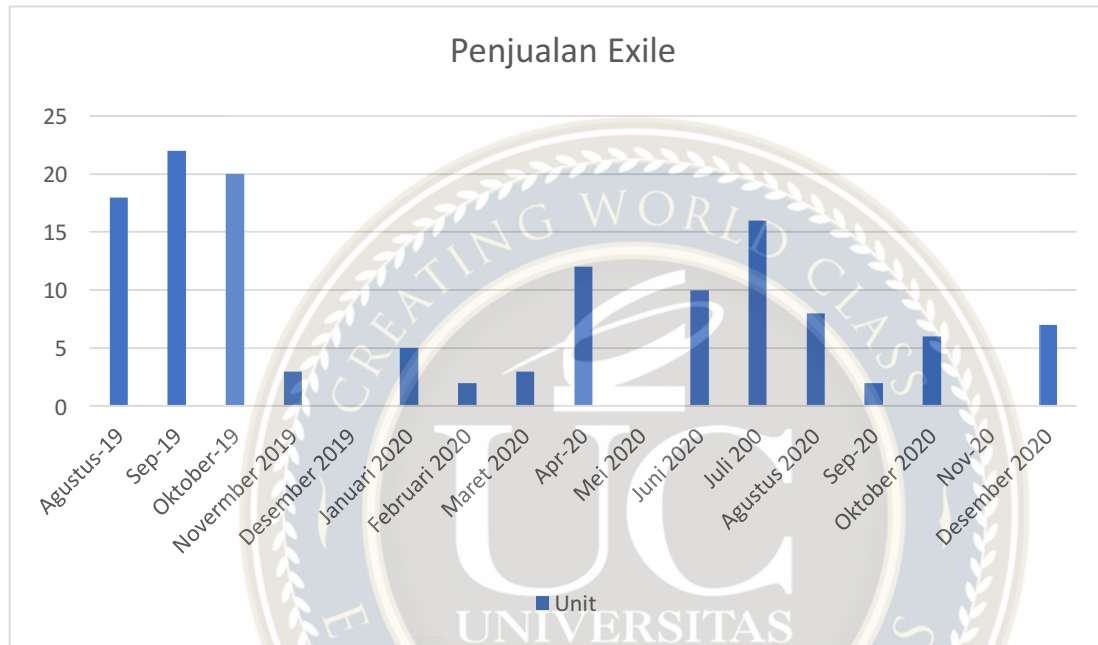
Sumber :
Data
Exile

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat persaingan harga Exile bisa dikatakan unggul dari pesaing. Dalam perbedaan warna, pesaing lebih mematok harga yang lebih mahal pada *clutch* yang berwarna hitam dan coklat tua karena merupakan warna favorit. Sehingga dari data diatas dapat disimpulkan bahwa dari segi harga, Exile memiliki harga yang lebih unggul daripada pesaing sejenis. Harga yang lebih unggul dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Penggunaan bahan, Exile juga menggunakan kulit sehingga terkesan mewah. Dalam penyediaan

bahan baku, Exile membandingkan pemasok-pemasok yang ada dan memilih bahan dengan kualitas terbaik..

Gambar 1.2 Penjualan Exile

Sumber : Data Exile 2020



Berdasarkan gambar 1.2 dapat dilihat bahwa industri fesyen khususnya aksesoris memiliki permintaan yang cukup tinggi. Exile adalah bisnis *start-up* yang tergolong muda karena sebelum Exile dibuat, banyak bisnis yang serupa sudah berjalan terlebih dahulu. Pada awal pembukaan Exile, memang sulit itu menyaingi bisnis-bisnis yang sudah ada karena mereka sudah memiliki nama yang cukup terkenal dimasyarakat. Berbagai inovasi sudah dilakukan agar bisa bersaing dengan bisnis yang sudah ada. Keunggulan yang ditawarkan Exile adalah dari segi harga dan kualitas. Exile berusaha menekan harga dan menawarkan kualitas yang semaksimal mungkin untuk produk pertamanya yaitu tas *clutch*. Setelah membahas mengenai keunggulan produk exile, competitor dari exile memiliki keunggulan dan kekurangan yang dapat menjadi sebuah tolak ukur

keberhasilan dalam bisnis tas kulit. Berikut beberapa competitor yang masuk dalam segmentasi konsumen Exile:

1. *Guten.inc*

2. *Porte Goods*

3. *Voyez store*

Kompetitor exile memiliki kekurangan yaitu harga yang jauh lebih mahal dan juga kualitas yang kurang sesuai, sedangkan Harga dan kualitas adalah aspek yang sangat penting dan harus diperhatikan dalam bisnis agar bisnis dapat berhasil dan mengalami kemajuan (Dita,2017). Menurut Arumsari (2012) harga adalah nominal uang yang digunakan untuk bertransaksi untuk mendapatkan produk dan layanannya. Dari defnisi ini dapat disimpulkan bahwa harga yang dibayar pembeli untuk membeli suatu produk sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual. Menurut Kotler dan Amstrong dalam Putranto (2019) kualitas adalah sebuah karakteristik pada produk yang dijual oleh penjual untuk melakukan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pembeli. Penelitian tentang keputusan pembelian tentu sudah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu, contohnya pada penelitian Fatimah, et al (2016) yang melakukan penelitian keputusan pembelian dengan variabel iklan dan gaya hidup. Kemudian penelitian oleh Parmar & Patel (2015) tentang akibat penggunaan selebriti dan tanpa penggunaan selebriti pada setiap pembelian. Kemudian dari Ramadhan & Saidani (2013) pengaruh iklan dan atribut produk terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini, peneliti akan memakai variabel-variabel tersebut secara bersama dalam satu penelitian terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan latar belakang diatas oleh karena itu peneliti memutuskan untuk meneliti “Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Exile”

1.2 Rumusan Masalah

Dapat disimpulkan rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah harga Exile berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan?
2. Apakah kualitas produk Exile berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat bagi pemilik bisnis Exile untuk memberikan produk yang terbaik bagi konsumen. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan Exile dapat mengatasi masalah yang ada untuk meningkatkan kualitas produk

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat membantu bisnis *start-up* yang bergerak dibidang *fashion* khususnya aksesoris untuk dapat menentukan harga dan memilih kualitas yang baik bagi bisnisnya.

1.5 Ruang Lingkup

Penelitian yang akan dilakukan ini merupakan penelitian lapangan yakni dilakukan dengan melakukan survei kepada customer Exile yang berada di Surabaya dan dilakukan pada periode April-Mei 2021. Penelitian ini hanya mencakup pengaruh harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *customer* exile.