

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

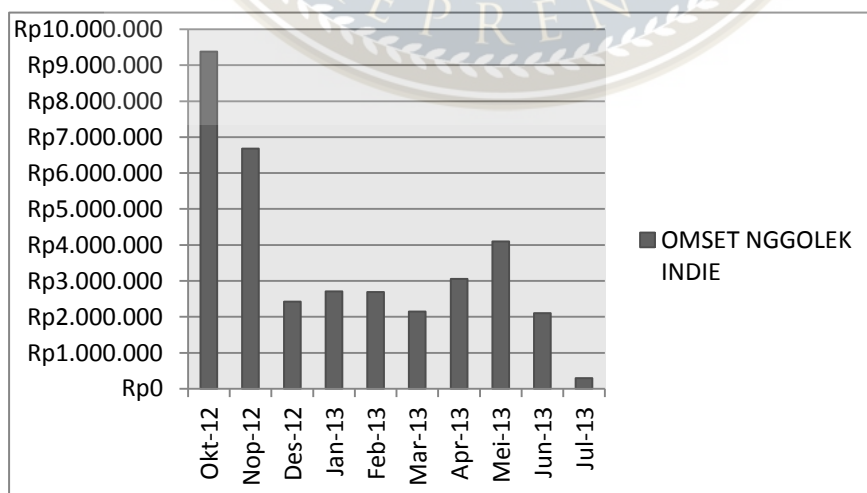
Seperti yang dikatakan oleh Mauled Moelyono (2010:261), industri kreatif perlu dikembangkan di Indonesia. Secara umum sektor industri kreatif memiliki kontribusi ekonomi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia. Industri fesyen di Indonesia merupakan salah satu sub sektor yang berada di dalam industri kreatif. Industri fesyen telah menyumbang 7% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dan sudah mengalami peningkatan tenaga kerja Indonesia sekitar 3,8 juta pada tahun 2012 ([www.jurnas.com](http://www.jurnas.com)).

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri fesyen adalah Nggolek Indie. Nggolek Indie sudah beroperasi sejak bulan Januari 2012. Perusahaan ini menjual berbagai macam produk fesyen, seperti tas *vintage* dan aksesoris khususnya cincin. Namun penjualan tas tersebut berhenti di bulan September 2012. Lantaran adanya masalah yang berkaitan dengan pengambilan produk dari *supplier*. Sehingga Nggolek Indie lebih memilih untuk fokus pada produk orisinilnya yaitu aksesoris berupa cincin. Ciri khas dari cincin ini terletak pada temanya yaitu "*culture of every country*". Hal yang menarik dari produk tersebut karena memakai bahan baku kayu jati untuk pembuatan cincin. Kualitas dari kayu jati sendiri sudah tak diragukan lagi oleh masyarakat umum.

Nggolek Indie mempunyai target pasar yaitu orang-orang yang menyukai produk fesyen berupa aksesoris etnik dan unik. Keunikan dari produk Nggolek

Indie ini adalah mempunyai nilai seni dan fungsi yang berbeda. Cincin Nggolek Indie ini memiliki keterbatasan dalam jumlah produksinya yang mengikuti kemampuan dari pengrajin.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara terhadap Ibu Janet Rine Teowarang, Dipl. Fashion Design. yang merupakan ahli dibidang industri fesyen dan juga salah satu dosen dari Fakultas *Fashion Designer Business* Universitas Ciputra Surabaya, ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen golongan atas dalam membeli produk fesyen dari *brand* yang sudah terkenal. Faktor yang menjadi pertimbangan pertama adalah *brand*, kedua kualitas produk, dan baru diikuti dengan harga. Sebaliknya, faktor utama pertimbangan konsumen menengah dalam membeli produk fesyen dari perusahaan yang masih baru yaitu kualitas produk, baru diikuti oleh harga dan *brand*. Nggolek Indie merupakan perusahaan yang masih baru sehingga faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk dari Nggolek Indie adalah kualitas produk dan harga.



Gambar 1.1.  
 Penjualan Nggolek Indie Periode Oktober 2012-Juli 2013  
 Sumber: Data Internal Perusahaan yang Telah Diolah

Gambar 1.1. merupakan data pendapatan dari penjualan produk aksesoris Nggolek Indie yang dimulai pada Oktober 2012. Penjualan Nggolek Indie menunjukkan pendapatan yang masih belum stabil sampai Juli 2013, lantaran adanya permasalahan yang menyebabkan omzet Nggolek Indie tidak memenuhi target setiap bulannya. Melihat kondisi pendapatan yang belum stabil, maka perlu dilakukan kajian tentang bisnis Nggolek Indie. Berdasarkan hasil masukan dari konsumen Nggolek Indie dapat diketahui ada beberapa keluhan konsumen yang kurang baik tentang kualitas produk Nggolek Indie. Keluhan konsumen tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Keluhan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Nggolek Indie

No	Keluhan	Frekuensi	Presentase
1	Warna cincin kurang menarik	3	15%
2	Tidak ada pilihan ukuran cincin	8	40%
3	Warna cincin tidak konsisten	5	25%
4	Bentuk desain cincin terlalu besar	4	20%
Jumlah		20	100%

Sumber: Data Internal, Diolah Peneliti Tahun 2013

Tabel 1.1. menggambarkan tentang keluhan-keluhan yang diutarakan konsumen tentang kualitas produk Nggolek Indie. Terdapat 20 keluhan konsumen yang dapat diidentifikasi oleh perusahaan yang terkait dengan kualitas produk Nggolek Inide meliputi, warna cincin kurang menarik 15%, tidak ada pilihan ukuran cincin 40%, warna cincin tidak konsisten 25%, bentuk desain cincin terlalu besar 20%.

Keluhan konsumen tersebut menjadikan pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian selanjutnya. Oleh karena itu perlu ditinjau kembali mengenai standar kualitas produk Nggolek Indie. Sementara itu standar kualitas

produk Nggolek Indie yang dijabarkan pada Tabel A.1 di Lampiran A menunjukkan adanya ketidaksamaan kualitas produk yang dibuat pengrajin dengan standar kualitas produk Nggolek Indie.

Ketidaksamaan kualitas produk tersebut juga mempengaruhi harga yang ditawarkan Nggolek indie kepada konsumen, sehingga seringkali konsumen membandingkan harga aksesoris cincin Nggolek Indie dengan kompetitor lainnya. Perbandingan harga produk Nggolek Indie dengan kompetitor aksesoris lainnya terdapat pada Tabel B.1 di Lampiran B. Kompetitor Nggolek Indie sendiri lebih memberikan produk dan harga yang beragam, sehingga konsumen punya banyak pilihan dalam melakukan pembelian sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Berbeda dengan Nggolek Indie yang hanya menawarkan satu jenis produk dengan harga yang sama. Bahkan pengaruh harga pada pasar sekarang ini juga membuat konsumen mempunyai banyak pilihan dan kesempatan untuk membandingkan harga antara suatu perusahaan dengan perusahaan lain (Rahman *et al.*, 2010:288).

Tabel C.1 di Lampiran C menunjukkan perbandingan struktur harga Nggolek Indie dengan kompetitor. Tabel struktur harga ini menjelaskan keuntungan laba pengecer/*retailer* dibandingkan laba pedagang/grosir. Pada data tersebut dapat dilihat bahwa laba grosir produk Nggolek Indie relatif kecil yaitu 30,77% sedangkan labar grosir paling besar adalah Spiffy Freak sebesar 47,5%. Laba pengecer Nggolek Indie relatif rendah dibandingkan merek lainnya yaitu sebesar 40% sedangkan laba pengecer tertinggi adalah Spiffy Freak yaitu sebesar 44,44%. Hal ini memperkecil peluang Nggolek Indie dalam memberikan harga

yang bersaing di pasaran sehingga harga jual produk Nggolek Indie tergolong mahal.

Berdasarkan data dan fakta di lapangan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari kualitas produk dan harga dalam keputusan pembelian pada perusahaan Nggolek Indie. Adapun judul yang digunakan adalah sebagai berikut: **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AKSESORIS NGGOLEK INDIE”**.

### **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka perumusan masalah adalah:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian aksesoris Nggolek Indie ?
2. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian aksesoris Nggolek Indie ?
3. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian aksesoris Nggolek Indie ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh secara simultan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian aksesoris Nggolek Indie.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian aksesoris Nggolek Indie.

3. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian aksesoris Nggolek Indie.

#### **1.4. Manfaat penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian, maka manfaat penelitian ini adalah:

1. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan dan sumbangan pemikiran yang dapat menambah pengetahuan di bidang ilmu manajemen bisnis, khususnya pengetahuan mengenai bisnis di bidang industri fesyen.

2. Praktis

- a. Standar kualitas produk

Memberikan informasi kepada perusahaan mengenai keberhasilan perusahaan yang memiliki standar kualitas produk yang baik dalam penggunaannya sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

- b. Harga

Memberikan informasi atas kemampuan perusahaan dalam membuat penetapan harga produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.