

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Anak muda memang tidak bisa dijauhkan dari kata *fashion*. Bagi mereka *fashion* adalah hal yang wajib diperhatikan dalam setiap penampilan mereka. Pilihan dalam mengembangkan *fashion* anak muda saat ini adalah dengan mulai menjamurnya distro-distro di Indonesia. Hal ini karena distro merupakan pilihan *fashion* yang mampu memanjakan anak muda masa kini, mulai dari sepatu, celana *jeans*, kaos, jaket, hingga topi dan aksesoris lainnya.

Distro sudah menjadi sebuah fenomena baru yang hadir khususnya di kota-kota besar di Indonesia. Keberadaan distro menjadi sebuah *trend setter* untuk menghadirkan gaya tatanan busana ala remaja dengan segala macam keunikan yang hadir mengiringinya. Distro sendiri umumnya berisi kaos-kaos yang berasal dari perusahaan *clothing*.

Clothing adalah istilah untuk menyebut perusahaan pembuat kaos. Istilah lengkapnya adalah perusahaan *clothing* yang membuat pakaian berupa kaos di bawah produksi dengan merek sendiri. Kaos yang menjadi produksi utama perusahaan *clothing* pun kemudian berkembang ke segala kebutuhan sekunder manusia yakni *style* mereka.

Perusahaan *clothing* mulai memproduksi jaket, dompet, kemeja, celana, topi, tas, aksesoris seperti pin gelang juga ikut diproduksi. Jika perusahaan *clothing* adalah perusahaan pembuat kaos, maka distro adalah tempat untuk menjual kaos-kaos yang dihasilkan dari perusahaan *clothing*. Distro merupakan kepanjangan atau singkatan dari *distribution outlet*.

Sejarah lahirnya Distro pada mulanya, distro lahir karena keinginan anak muda untuk membangun identitas dan kebebasan dalam mengekspresikan dirinya, tetapi dalam kondisi yang serba terbatas. Perkembangan tersebut didorong pula oleh krisis keuangan yang melanda Indonesia sehingga anak muda tidak mampu lagi membeli barang impor sebagai penanda identitas. Kemudian mereka menciptakan sendiri perlengkapan komunitasnya dengan modal yang relatif terbatas.

Pada mulanya produk-produk tersebut diciptakan bukan untuk tujuan bisnis, tetapi untuk identitas diri. Distro mengutamakan nilai keunikan yang ada pada produk-produk yang dijualnya, sehingga produk yang dijual diproduksi dalam jumlah yang sangat terbatas (non masal). Di Indonesia distro bermula dari Bandung, kemudian berkembang lebih jauh menjadi distributor bagi produk *clothing* lokal dan menjadi sebuah industri kreatif yang bukan lagi sebuah usaha kecil-kecilan.

Produk-produk yang dijual distro sangat beragam, baik yang diciptakan sendiri maupun produk impor. Perkembangan distro juga didukung oleh ketersediaan bahan baku yang banyak dan mudah didapat, teknologi produksi dan media komunikasi yang semakin canggih, teknologi rekaman yang memungkinkan band-band baru merekam musik mereka dengan menggunakan komputer, sehingga tidak lagi harus bersandar pada produser tertentu. Distro menjual produk dengan karakteristik sebagai berikut:

- 1) *Personalized service*, yaitu memberikan pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan komunitasnya, khususnya anak muda.
- 2) *Freedom expression*, produk dibuat dengan desain yang terus berganti sepanjang waktu dan terbebas dari status dan embel-embel lainnya.
- 3) *Limited edition*, produk dibuat dalam jumlah terbatas, unik, dan tidak melayani repeat order. Dari penelitian yang dilakukan, repeat order dapat dilakukan satu

sampai dua kali saja selama bahan baku masih tersedia (biasanya untuk pasokan ke kota lain), tetapi tetap dalam jumlah yang terbatas karena ingin mempertahankan image bahwa produk tersebut bukan produk massal.

Sejalan dengan perkembangan dunia bisnis saat ini, maka semakin berkembangnya tingkat persaingan dalam pemenuhan kebutuhan manusia. Peran pemasaran semakin penting dalam suatu perusahaan, baik itu perusahaan yang menghasilkan barang maupun jasa. Pendekatan pemasaran tidak lepas dari sisi konsumen, sebab konsumen mempunyai peranan penting, dimana konsumen sebagai alat ukur dalam menentukan keberhasilan suatu barang atau jasa. Oleh sebab itu peran pemasaran bertujuan memuaskan kebutuhan manusia, dimana kebutuhan manusia akan bergerak dinamis sesuai dengan perkembangan sehingga para pemasar harus peka membaca setiap perubahan selera konsumennya.

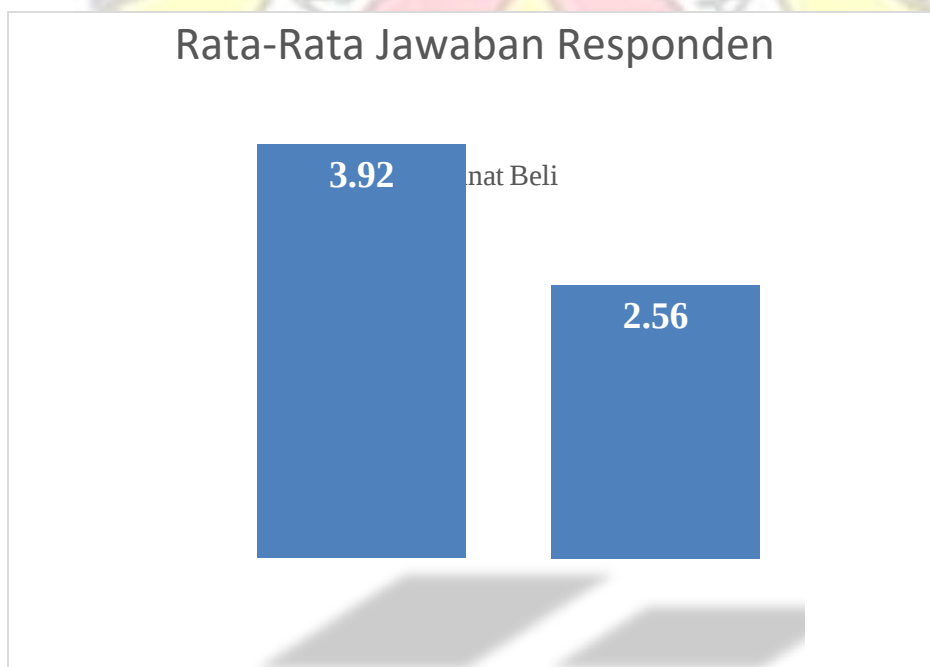
Persaingan yang semakin ketat, menyebabkan suatu perusahaan menempatkan orientasi pada pemenuhan dan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Dengan semakin banyaknya perusahaan yang menawarkan produk dan jasa pada konsumen, maka semakin banyak pula alternatif yang dimiliki konsumen, sehingga perusahaan selalu berusaha memenuhi kepuasan pelanggan mereka. Upaya pemasar untuk memenuhi kepuasan pelanggan salah satunya adalah dengan menimbulkan hasrat konsumen untuk memiliki atau membeli suatu produk.

Distro Paddle Plane merupakan salah satu perusahaan yang menawarkan produk barang, yaitu pakaian sehari-hari. Dimana distro ini secara kebutuhan konsumen sudah memenuhi, namun secara keinginan dan harapan konsumen masih belum diteliti lebih lanjut oleh pihak perusahaan. Paddle Plane adalah sebuah distro pakaian yang berada di tengah perkotaan yang ingin mengembangkan perusahaan dari segmen pasar yang cukup terbatas.

Penulis yang juga sebagai pemilik dari distro Paddle Plane merasa perlu untuk melakukan penelitian tentang minat beli konsumen. Upaya sebagai meningkatkan banyaknya jumlah pengunjung Distro Paddle Plane yang belum cukup baik secara grafik.

Dalam persaingan bisnis *fashion*, desain produk adalah hal paling pokok yang mampu menjadi penarik perhatian konsumen dan pembeda antara satu distro dengan distro yang lainnya. Oleh karena itu, penulis ingin meneliti lebih jauh tentang pengaruhnya desain produk terhadap minat beli konsumen, yang penulis merasa sangat penting untuk diamati dan diteliti.

Upaya penulis untuk melihat seberapa berpengaruhnya desain produk terhadap minat beli konsumen maka penulis melakukan wawancara tidak terstruktur kepada beberapa konsumen yang datang mengenai desain produk di Distro Paddle Plane menyatakan bahwa desain produk pada distro di nilai cukup memuaskan, hal ini dapat di lihat dari data di bawah ini :

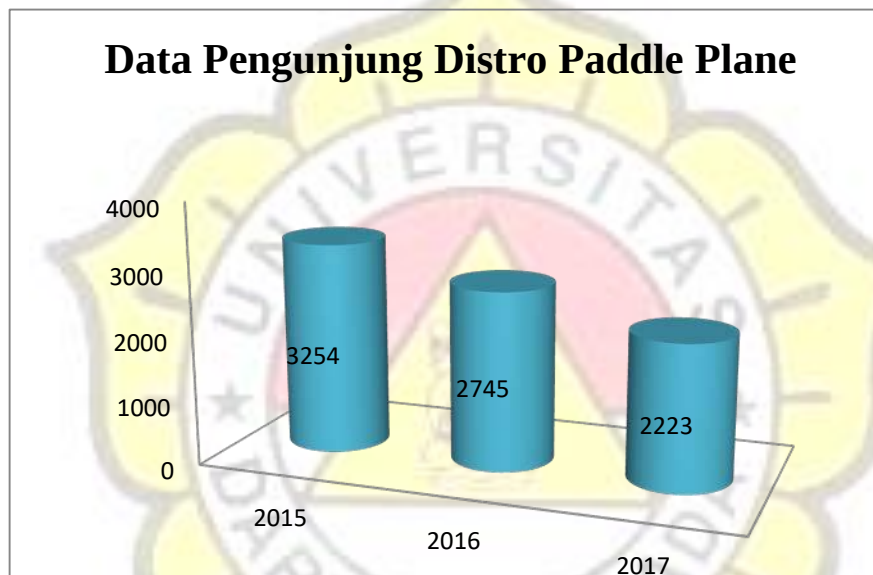


Gambar 1.1 Data Pra Kuesioner

Pada Gambar 1.1 dapat dilihat data pra survey yang penulis olah menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap desain produk di Distro Paddle Plane lebih tinggi di bandingkan nilai minat beli. Dimana, angka rata-rata penilaian konsumen terhadap desain produk sebesar 3,92 dari total kuesioner yang di sebarakan kepada responden,

berbanding terbalik dengan minat beli yang di berikan konsumen dengan nilai rata-rata sebesar 2,56 dari total kuesioner yang di sebarakan kepada responden. Hal tersebut menjadi perhatian penulis untuk selanjutnya dilakukan penelitian yang merujuk pada desain produk distro Paddle Plane terhadap minat beli konsumen.

Dalam melihat besar atau kecilnya konsumen untuk memiliki atau ingin melakukan pembelian, peneliti melakukan riset data pengunjung distro selama tiga tahun ke belakang. Berikut adalah data pengunjung distro Paddle Plane pada tahun 2015-2017 secara berturut-turut :



Tabel 1.1Data Pengunjung Distro Paddle Plane
Sumber: Survey Lapangan, diolah Excel

Terlihat pada tabel 1.1 data pengunjung distro Paddle Plane dari tahun 2015-2017 secara berturut-turut terjadi penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2016 dan 2017. Data pengunjung pada tahun 2015 menunjukkan banyaknya pengunjung distro Paddle Plane dalam setahun sebanyak 3.254 orang, namun pada tahun berikutnya yaitu 2016 terjadi penurunan jumlah pengunjung sebesar 16%, begitupun pada tahun 2017 penurunan jumlah pengunjung menjadi lebih besar yaitu sebesar 32%.

Semakin banyaknya persaingan usaha sejenis dan menurunnya jumlah pengunjung pada distro Paddle Plane, membuat manajemen distro mempertimbangkan pentingnya melakukan penelitian, guna untuk menjadikan desain produk sebagai acuan untuk menimbulkan minat beli pada konsumen. Sesuai dengan uraian diatas, bahwa minat pembelian konsumen memiliki banyak faktor yang memengaruhinya. Dalam penelitian ini, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh desain produk terhadap minat pembelian konsumen Distro Paddle Plane.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor yang memengaruhi minat pembelian konsumen khususnya pada desain produk. Maka sesuai uraian diatas, penulis mengambil judul **“Pengaruh Desain Produk terhadap Minat Pembelian Produk Distro Paddle Plane”**.

1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dengan adanya desain yang menarik dari Distro Paddle Plane, diharapkan usaha Distro Paddle Plane mampu untuk menarik dan meningkatkan minat pembelian pada konsumen. Karena minat pembelian konsumen merupakan hal yang penting yang harus diperhatikan dalam bisnis. Berdasarkan latar belakang pada penelitian ini identifikasi masalah sebagai berikut:

Adanya ketidaksesuaian harapan dalam minat pembelian konsumen yang berkaitan dengan desain yang diciptakan Distro Paddle Plane.

1.2.1 Pembatasan Masalah

Sesuai dengan kemampuan, maka dalam penulisan skripsi ini, memberikan batasan dan ruang lingkup pembahasan, sebagai berikut: Dalam menganalisis mengenai desain peneliti menggunakan ukuran bentuk, fitur, mutu kesesuaian,

model, daya tahan, kehandalan dan kemudahan perbaikan dalam mengukur minat pembelian konsumen.

Objek penelitian yang digunakan data warga Perumahan Pondok Ungu Permai Kelurahan Kaliabang Tengah, Bekasi Utara yang mengetahui Distro Paddle Plane.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah Bagaimana pengaruh desain produk terhadap minat pembelian konsumen distro Paddle Plane?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian maka tujuan dari penelitian yang ingin diketahui adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh desain produk terhadap minat pembelian konsumen di Distro Paddle Plane.

1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Sebagai gambaran bagi perusahaan-perusahaan untuk memberikan pertimbangan dan masukan mengenai konsep pemasaran, khususnya pada desain produk dalam menarik minat pembelian.
- 2) Untuk mengembangkan wawasan dan pengetahuan serta memperkaya khazanah ilmu pemasaran pada khususnya dan manajemen pada umumnya.

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi bagi penelitian berikutnya.