BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Tujuan utama sebuah usaha adalah keuntungan. Namun pada tataran praktis, tidak mudah bagi setiap pengusaha untuk mencapai tujuan tersebut. Sebuah perusahaan *profit oriented* memerlukan beberapa hal untuk mewujudkan hasil akhir yang maksimal. Dalam usaha dagang misalnya, untuk mendapatkan keuntungan, salah satu solusinya adalah tercapainya target penjualan pada waktu yang telah di tentukan.

Target penjualan akan mudah tercapai jika produk sebuah perusahaan dapat diterima oleh konsumen. Artinya, semakin laku produk di pasaran, semakin banyak penjualan, sehingga target yang ditentukan akan cepat tercapai. Untuk itu, sebuah perusahaan harus selalu memperhatikan dan meningkatkan cara (strategi) untuk "membujuk" konsumen agar melakukan keputusan pembelian terhadap produknya.

Keputusan pembelian adalah pilihan seorang konsumen untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan konsumen karena adanya dorongan atau motif yang dirasakan, sehingga menimbulkan minat atau dorongan untuk memenuhi kebutuhannya.

Dalam setiap keputusan, seorang konsumen akan melalui proses atau tahapan untuk mengambil keputusan. Secara sederhana, proses pengambilan keputusan dimulai dari adanya kebutuhan konsumen untuk membeli suatu produk. Diteruskan dengan pecarian informasi, artinya seorang konsumen akan mencari informasi tentang barang

yang akan di beli, misal kegunaan dan harga. Setelah itu, keputusan membeli akan dilakukan oleh konsumen.

Proses pengambilan keputusan diatas dapat diterapkan pada konsumen produk apapun, tidak terkecuali produk busana *(fashion).* Produk busana sangat beragam, baik variasi maupun kegunaanya. Pada awalnya busana berfungsi sebagai penutup tubuh bagi manusia agar tidak kedinginan atau dalam suatu ideologi tertentu (baca: agama) berfungsi sebagai penutup aurat. Namun, seiring perjalanan waktu, fungsi sebuah busana mengalami perubahan (perkembangan), busana tidak hanya mempunyai funngsi dasar saja, akan tetapi, busana juga berfungsi sebagai penentu identitas seseorang. Seorang perawat akan memakai pakaian yang berbeda dengan pakaian yang digunakan seorang montir, begitupun dengan busana seorang penari tradisional akan berbeda dengan pemain sepak bola.

Dengan perkembangan tersebut, busana telah menjadi salah satu produk industri saat ini. Kebutuhan masyarakat terhadap produk busana menjadikan peluang bagi perusahaan besar maupun UMKM sebagai peluang usaha. Salah satu bentuk UKM bergerak dibidang busana adalah usaha bordir yang berada di Desa Karangmalang Kabupaten Kudus. Di salah satu desa yang berada di Kecamatan Gebog ini tersebar pengusaha (pengrajin) bordir yang selanjutnya membentuk suatu Koperasi yang dinamakan Koperasi “Terate Jaya Abadi”.

Salah satu ciri busana bordir adalah terdapat pola atau bentuk gambar yang disulam dengan benang dalam proses pengerjaannya. Bordir termasuk potensi daerah di Kabupaten Kudus, karena bordir kudus mempunyai kekhasan tersendiri

dibandingkan produk bordir dari daerah lainnya. Potensi daerah pada akhirnya dapat memberikan pendapatan bagi daerah jika dikembangkan dengan baik. Industri bordir merupakan bagian dari industri *fashion*, yang termasuk dalam ekonomi kreatif. Selain di Desa Karangmalang, terdapat banyak pengrajin bordir yang masih *survive* hingga sekarang. Sebaran pengrajin bordir di Kudus antara lain di Desa Janggalan Kecamatan Kota, Desa Karangmalang dan desa Padurenan di Kecamatan Gebog.

Produk dari Koperasi Terate Jaya Abadi antara lain kain bordir untuk kebaya, kerudung (jilbab), mukena (peralatan untuk sholat), tas, dompet, dan kemeja. Sebagai produsen, maka Koperasi Terate Jaya Abadi juga mempunyai tujuan akhir yaitu keuntungan *(profit oriented)*. Maka, dalam mencapai tujuan tersebut, para anggota di dalamnya melakukan berbagai kegiatan untuk mewujudkan tujuannya. Agar produknya diterima (dibeli) oleh masyarakat, kelompok ini juga melakukan kegiatan untuk mencapai tujuannya. Beberapa cara yang dilakukan seperti mengeluarkan desain yang bagus, menentukan harga yang rasional, serta menjaga dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan, sehingga masyarakat mempunyai keputusan untuk membeli produknya.

Dalam usaha dibidang fashion, desain merupakan hal yang harus selalu diperhatikan, karena usaha ini bersentuhan dengan unsur seni, kecenderungan mode dalam waktu tertentu, dan pergeseran makna sebuah busana dalam masyarakat. Seorang pengusaha dituntut untuk selalu memuaskan pelanggannya, sehingga mereka harus bisa dan memahami produk atau pelayanan seperti apa yang konsumen inginkan, sehingga produknya selalu dibeli oleh konsumen.

Selain desain, kualiatas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian oleh produsen, karena kualitas produk berkaitan proses keputusan pembelian. Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan (Kotler, 2015).

Penetapan harga merupakan tugas kritis yang menunjang keberhasilan operasi orgasisasi profit. Harga adalah satu-satunya bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Namun dalam menetapkan harga tidaklah mudah, dengan harga yang mahal hanya dapat meningkatkan pendapatan dalam jangka pendek, namun disisi lain jika terlau tinggi tidak akan terjangkau oleh konsumen. Selain itu dengan harga yang mahal akan memancing pesaing untuk masuk ke pasar perusahaaan tersebut, dengan permainan harga yang relatif lebih murah. Sedangkan bila harga terlampau murah, pangsa pasar dapat melonjak, akan tetapi laba bersih yang didapat akan semakin kecil, bahkan akan mengurangi kekuatan perusahaan untuk mencari pasar yang lebih luas. Jadi, harga merupakan salah satu bauran pemasaran yang mrmbutuhkan pertimbangan yang cermat, dan merupakan strategi puncak untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan.

Kebutuhan dan keinginan konsumen yang bervarisi menjadi pedoman bagi setiap perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang tepat agar dapat memenuhi harapan setiap konsumen. Di masa sekarang, konsumen semakin bijak dan cerdas dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi (beli). Proses pengambilan keputusan tidak terlepas dari motivasi konsumen untuk membeli suatu produk.

Motivasi pembelian adalah pertimbangan-pertimbangan dan pengaruh yang mendorong orang untuk melakukan pembelian. Dalam konteks busana, motivasi berkaitan dengan apa yang ditunjukkan dari sebuah produk busana yaitu tawaran akan desain, kualitas, dan harga, sehingga dari motivasi, membawa konsumen untuk mencapai sebuah pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian.

Dari uraian diatas, maka penulis memilih judul pada penelitian ini adalah **PENGARUH DESAIN, KUALITAS, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK BORDIR PADA KOPERASI "TERATE JAYA ABADI" KUDUS.**

1.2. Ruang Lingkup

Dalam penelitian ini, penulis akan membatasi ruang lingkup yang akan diteliti. Adapun ruang lingkup penulisan ini adalah sebagai berikut:

1.2.1. Variabel yang diteliti adalah desain, kualitas produk dan harga serta keputusan pembelian produk pada Koperasi "Terate Jaya Abadi" Kudus.

1.2.2. Penelitian dilakukan pada konsumen Koperasi "Terate Jaya Abadi" Kudus.

1.3. Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

a. Desain bordir pada Koperasi "Terate Jaya Abadi" masih terbatas.

b. Kualitas produk masih kurang baik karena sering terdapat bepadatan bordiran berubah-ubah dan bordiran berkerut, serta monoton.

c. Koperasi "Terate Jaya Abadi" Kudus belum memberikan potongan harga/ diskon.

Adapun pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.3.1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara desain terhadap keputusan pembelian produk pada Koperasi "Terate Jaya Abadi" Kudus?

1.3.2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada Koperasi "Terate Jaya Abadi" Kudus?

1.3.3. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian produk pada Koperasi "Terate Jaya Abadi" Kudus?

1.3.4. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara desain, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada Koperasi "Terate Jaya Abadi" Kudus secara berganda?

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk medapatkan suatu pengetahuan berdasarkan fakta-fakta yang ada. Berdasarkan hal tersebut di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1.4.1. Untuk menguji pengaruh desain terhadap keputusan pembelian produk pada Koperasi "Terate Jaya Abadi" Kudus.

1.4.2. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada Koperasi "Terate Jaya Abadi" Kudus.

1.4.3. Untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk pada Koperasi "Terate Jaya Abadi" Kudus.

1.4.4. Untuk menguji pengaruh desain, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada Koperasi "Terate Jaya Abadi" Kudus secara berganda.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat Teoritis

Mengembangkan ilmu pengetahuan ekonomi, khususnya pemasaran mengenai keputusan pembelian konsumen terkait dengan desain, kualitas produk dan harga.

1.5.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai gambaran mengenai keputusan pembelian konsumen oleh Koperasi "Terate Jaya Abadi" Kudus terkait dengan desain, kualitas produk dan harga.