

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Toko Baju AA atau nama lengkapnya adalah Toko Baju Anan & Alya adalah toko baju yang berdiri sejak tahun 2012 dan terletak di Pasar Pemda Cikampek sektor Pakaian Lantai 2 Blok EE6 No. 8-9 dan Blok EE 12B No. 1-2. Toko Baju AA adalah toko baju yang dimiliki oleh Tn. Oman MD dan Ny. Susilawati sebagai sebuah usaha milik keluarga. Produk yang ditawarkan oleh Toko Baju AA adalah beragam pakaian wanita yang di dominasi oleh jenis busana gamis.



Gambar 1.1 Foto Toko Baju AA dan Produk Busana Gamis

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2021)

Pasar Pemda Cikampek adalah pasar semi tradisional yang di dalamnya menjual berbagai macam produk. Beberapa produk yang ditawarkan mulai dari sembako, pakaian, peralatan rumah tangga, dan bahan makanan yang semuanya dipisahkan pada tiap-tiap blok. Pasar Pemda Cikampek beralamat di Jl. Kb. Kembang, Cikampek Timur, Kecamatan Cikampek, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Pasar

Pemda Cikampek sudah berdiri sejak tahun 1990 dan mengalami perluasan pembangunan pada tahun 2011. Pasar Pemda Cikampek mejadi salah satu pusat perdagangan terbesar di Kabupaten Karawang selain Pasar Kosambi, dan Pasar Baru Karawang.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pada masa kini pakaian bukan hanya sebagai kebutuhan primer saja, tetapi sudah menjadi salah satu kebutuhan artistik sehingga berdampak pada cepatnya pertumbuhan industri ini lebih pesat. Pakaian sendiri adalah barang yang menjadi salah satu pemenuhan kebutuhan dasar bagi hidup manusia. Dengan pakaian menjadi barang yang termasuk ke dalam elemen kebutuhan pokok bagi manusia dan banyaknya jenis dari pakaian yang digunakan oleh setiap manusia, pakaian memiliki perkembangan model dan bentuk yang terus berubah-ubah dari waktu ke waktu seiring dengan perkembangan zaman. Perkembangan perubahan dari model pakaian dalam setiap tahunnya membuat pakaian memiliki banyak variasi model yang tersebar di masyarakat. Hal ini yang dijadikan kesempatan bagi para pelaku bisnis untuk membuka usaha penjualan pakaian.

Tabel 1.1

Pertumbuhan Produksi Industri Manufaktur Besar dan Sedang Menurut Jenis Industri

Jenis Industri	Pertumbuhan Produksi Year on Year (%)
Industri Makanan	5,02
Industri Bahan Kimia dan Barang dari Bahan Kimia	7,58
Industri Kendaraan Bermotor, Trailer dan Semi Trailer	-8,58

(Bersambung)

Industri Pengolahan Tembakau	-1,04
Industri Kertas dan Barang dari Kertas	11,24
Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik	-15,30
Industri Tekstil	7,35
Industri Pakaian Jadi	25,79
Industri Barang Logam, Bukan Mesin dan Peralatannya	-21,46
Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan	-5,57

(Sumber: Badan Pusat Statistik, 2019)

Pertumbuhan produksi industri pakaian jadi berhasil memperoleh hasil kinerja yang baik pada tahun 2019. Persentase yang diraih oleh industri pakaian jadi jauh melampaui jenis industri manufaktur besar dan sedang lainnya. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan industri pakaian jadi mencatatkan pertumbuhan kenaikan produksi per tahunnya sebesar 25,79%, ini menandakan bahwa pasar atau order pakaian jadi terus meningkat dan masyarakat semakin konsumtif, *fashionable*, juga meminati hasil dari industri pakaian jadi.

Perkembangan model pakaian yang bermacam-macam pada setiap tahunnya menghasilkan model pakaian yang lain, yaitu seperti busana gamis wanita hasil dari sebuah inovasi yang tercipta seiring dengan tuntutan gaya hidup yang memerlukan pakaian untuk dipakai dalam suatu acara tertentu. Gamis menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan sejenis baju kurung yang dominan digunakan di Timur Tengah dan Negara-negara Islam lainnya, istilah gamis sendiri berasal dari kata “*Khomis*” dalam bahasa Arab dan telah diserap ke dalam bahasa Indonesia menjadi

“gamis” disertai pergeseran makna. Busana gamis sendiri adalah pakaian muslim wanita (muslimah) dengan model baju yang menyatu bagian atasan dengan bawahannya yang berbentuk lurus, panjang, dan longgar untuk menutupi seluruh badan mulai dari leher hingga ke mata kaki.

Pasar menurut Stanton (2015:35) berpendapat bahwa pengertian pasar adalah sekumpulan orang yang ingin memenuhi kepuasannya dengan menggunakan uang yang dimilikinya untuk berbelanja, serta memiliki kemauan untuk membelanjakan uang tersebut. Pasar adalah sebuah tempat terjadinya proses berinteraksi antara pembeli dan penjual terhadap suatu barang atau jasa tertentu. Penjual dapat secara bebas untuk memilih barang atau jasa yang akan di jual atau di distribusikan, sedangkan pembeli memiliki kebebasan untuk melakukan pembelian barang atau jasa sesuai dengan kemampuan ekonomi yang dimiliki.

Kondisi pasar di Indonesia sendiri khususnya di Kota Cikampek saat ini sangat signifikan, mengingat letak geografis dari Kota Cikampek sendiri yang strategis karena berada diantara Kota Karawang dan Purwakarta juga terhubung dengan jalan Toll Trans Jawa dan Toll Jakarta-Cikampek sehingga produk dapat mudah masuk untuk memenuhi permintaan dari konsumen, dan banyak objek usaha yang dapat diteliti.



Gambar 1.2 Peta Kota Cikampek

Sumber: Google (2021)

Untuk perkembangan UMKM yang bergelut di bidang *fashion* di Kota Cikampek dan sekitarnya sendiri dapat dilihat pada Tabel 1.2 yang merupakan hasil survei mandiri dengan persebaran jumlah toko/kiosnya cenderung terpusat di Kota Cikampek karena terdapat beberapa pasar yang menjadi tempat berkumpulnya pedagang di bidang *fashion*, sedangkan untuk Kota/Kecamatan lainnya memiliki fokus masing-masing seperti Dawuan yang menjadi pusat kawasan industri, Kotabaru yang banyak dipenuhi oleh pengrajin boneka, sedangkan Tirtamulya yang daerahnya menjadi pusat pertanian, dan juga Kota Cikampek adalah Kecamatan terbesar diantara Kecamatan lainnya.

Tabel 1.2

Jumlah Toko/Kios Bidang Fashion Di Cikampek dan Sekitarnya

Nama Desa/Kecamatan	Jumlah Toko/Kios Bidang Fashion Khusus Pakaian
Cikampek	235
Dawuan	4
Kotabaru	10
Tirtamulya	8

(Sumber: Survei Mandiri, 2021)

Pasar Pemda Cikampek menjadi salah satu pusat kegiatan perekonomian yang terbesar di Kabupaten Karawang khususnya di Kota Cikampek selain dari pasar lainnya seperti Pasar Kosambi dan Pasar Baru Karawang. Pasar Pemda Cikampek pada bagian penjualan pakaian memiliki sebanyak 640 kios yang menjual berbagai macam jenis pakaian yang di dominasi oleh penjualan jenis pakaian busana gamis wanita sebanyak 157 kios. Menurut Heizer dan Render dalam Listiani (2019:98) persediaan dapat memiliki berbagai fungsi yang menambah fleksibilitas operasional penjual salah satunya adalah untuk memberikan pilihan barang agar dapat memenuhi permintaan pelanggan yang diantisipasi dan memisahkan perusahaan dari fluktuasi permintaan. Alasan mengapa penjual mengadakan persediaan barang adalah untuk memuaskan permintaan pelanggan. Dengan banyaknya penjual di Pasar Pemda Cikampek yang memilih untuk melakukan penjualan busana gamis wanita dapat dikatakan bahwa konsumen lebih meminati busana gamis wanita dibandingkan jenis pakaian lainnya.

Tabel 1.3

Daftar Penjual Jenis Pakaian di Pasar Pemda Cikampek

Jenis Barang	Banyak Kios (Unit)
Toko Jam	1
Perlengkapan Olahraga	2
Seragam Sekolah	3
Jasa Pengiriman Paket	3
Busana Kebaya	4
Aksesoris Wanita	4
Pakaian Dalam	4
Hordeng Jendela	4
Toko Emas	6
Busana Koko	7
Spei Kasur dan Bedcover	8
Kerudung dan Mukena	10
Kosmetik Wanita	12
Busana Batik	15
Baju Anak	15
Pakaian Bawahan	16
Sepatu dan Tas	40

(Bersambung)

Pakaian Atasan	47
Pujasera/Food Court	70
Busana Gamis Wanita	157
Toko Kosong (Belum Berpenghuni)	212
Jumlah	640

(Sumber: Survei Mandiri, 2021)

Pasar Pemda Cikampek dipilih untuk menjadi lokasi penelitian karena memiliki kaitan yang erat dengan topik yang akan dibahas yaitu terkait dengan pembelian pakaian khususnya busana gamis. Pasar Pemda Cikampek menjadi pusat penjualan pakaian terbesar di Kota Cikampek dan masyarakat telah mengetahui dan terbiasa bahwa untuk membeli pakaian dapat dilakukan di Pasar Pemda Cikampek.

Toko Baju AA adalah toko baju yang berdiri sejak tahun 2012 dan terletak di Pasar Pemda Cikampek sektor Pakaian Lantai 2 Blok EE6 No. 8-9 dan Blok EE 12B No. 1-2. Toko Baju AA adalah toko baju yang menawarkan beragam produk pakaian wanita yang di dominasi oleh jenis busana gamis. Pemilihan tempat studi kasus dalam pembelian busana gamis pada Toko Baju AA karena sebagai toko baju yang menjual busana gamis, toko tersebut pula merupakan usaha toko milik keluarga penulis, dengan tujuan dapat mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian busana gamis, sehingga hasil penelitian dapat menjadi masukan dan rekomendasi bagi Toko Baju AA untuk mampu bersaing dan unggul dari toko baju lainnya.

Grafik di bawah ini adalah data penjualan busana gamis pada Toko Baju AA di Pasar Pemda Cikampek yang penulis teliti. Di dalamnya terdapat jumlah penjualan

busana gamis selama satu tahun terakhir dari bulan Januari 2020 sampai dengan Desember 2020. Berikut adalah grafik total penjualannya.



Gambar 1.3 Jumlah Penjualan Busana Gamis Pada Toko AA

Sumber: Pembukuan Toko Baju AA (2020)

Jumlah penjualan busana gamis pada Toko AA di Pasar Pemda Cikampek cenderung fluktuatif, namun selalu mencatatkan penjualan pada angka di atas 100 buah busana gamis, terkecuali pada bulan Juni dan Juli 2020 busana gamis mencatatkan penjualan di bawah 100 buah yaitu pada angka 46 dan 98 buah busana gamis.

Selain melakukan survei terhadap jenis-jenis produk apa saja yang dijual di Pasar Pemda Cikampek, untuk lebih memperjelas penulis juga melakukan pembagian kuesioner pra-penelitian kepada 44 pengunjung Toko Baju AA di Pasar Pemda Cikampek terkait dengan pembelian busana gamis. Kuesioner sendiri terdiri dari dua bagian, yang pertama adalah berisikan pertanyaan terbuka yang diambil dari fenomena, dan yang kedua adalah pernyataan yang dibuat berdasarkan dari teori pengambilan keputusan dalam membeli sebuah produk. Berikut adalah hasil dari kuesioner pra-penelitian pada 44 pegunjung Toko Baju AA.

Tabel 1.4

Hasil Kuesioner Pra-Penelitian Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Membeli Busana Gamis (Pertanyaan Terbuka Dari Fenomena)

No	Pertanyaan	Jawaban Responden	
		Jumlah	%
1	Apa alasan anda dalam membeli busana gamis?		
	a. Karena sesuai dengan budaya timur yang menutup aurat	26	59,10%
	b. Karena rekomendasi dari teman	0	0%
	c. Karena sesuai dengan karakter pribadi saya	10	22,70%
	d. Karena saya ingin memuaskan keinginan saya	3	6,80%
	Lainnya:		
	Menarik untuk saya	2	4,50%
	Karena alasan syar'i	1	2,30%
	Untuk menutup aurat	1	2,30%
	Sesuai dengan syariat	1	2,30%
	Perintah agama	1	2,30%
2	Apa yang pertama kali dilihat oleh anda dalam membeli busana gamis? (dapat memilih lebih dari satu)		
	a. Model	33	75%
	b. Bahan	27	61,40%
	c. Harga	15	34,10%
	Lainnya:		
	Karena ingin membeli	2	4,50%
3	Apakah busana gamis nyaman ketika dipakai?		
	a. Ya	43	97,70%
	b. Tidak	1	2,30%
	Lainnya:		
	Sesuai kebutuhan pemakainya	1	2,30%
4	Apakah busana gamis menurut anda memiliki harga yang terjangkau?		
	a. Ya	40	90,90%
	b. Tidak	2	4,50%
	Lainnya:		
	Tergantung merek	2	4,50%
	Kadang-kadang	1	2,30%
5	Apakah anda membeli busana gamis untuk dapat dijual kembali?		

(Bersambung)

	a. Ya	15	34,10%
	b. Tidak	29	65,90%
	Lainnya:		
	Kadang iya seringnya tidak	1	2,30%
	Lebih baik diberikan pada saudara	1	2,30%

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2020)

Adapun uraian terkait dengan hasil tanggapan dari setiap pertanyaan faktor-faktor pengambilan keputusan dalam membeli busana gamis wanita berdasarkan Tabel 1.3 diatas, adalah sebagai berikut:

1. Apakah alasan anda dalam membeli busana gamis.

Tanggapan responden terkait pertanyaan no.1 mendapatkan persentasi terbesar sebanyak 59,10% untuk jawaban “karena sesuai dengan budaya timur yang menutup aurat”, dapat dikatakan bahwa banyak konsumen busana gamis wanita yang mengikuti kebiasaan dari budaya timur.

2. Apa yang pertama kali dilihat oleh anda dalam membeli busana gamis.

Tanggapan responden terkait pertanyaan no. 2 mendapatkan persentasi terbesar sebanyak 75% untuk jawaban “bahan”, konsumen mementingkan kualitas bahan terlebih dahulu dalam membeli busana gamis wanita untuk selanjutnya melihat bahan dan harga.

3. Apakah busana gamis nyaman ketika dipakai.

Tanggapan responden terkait pertanyaan no. 3 mendapatkan persentasi terbesar sebanyak 97,70% untuk jawaban “ya”, rata-rata semua konsumen berpendapat bahwa busana gamis wanita nyaman ketika dipakai.

4. Apakah busana gamis menurut anda memiliki harga yang terjangkau.

Tanggapan responden terkait pertanyaan no. 4 mendapatkan persentasi terbesar sebanyak 90,90% untuk jawaban “ya”, menurut sebagian besar konsumen berpendapat bahwa harga dari busana gamis termasuk terjangkau.

5. Apakah anda membeli busana gamis untuk dapat dijual kembali.

Tanggapan responden terkait pertanyaan no. 5 mendapatkan persentasi terbesar sebanyak 65,90% untuk jawaban “tidak”, konsumen membeli busana gamis untuk digunakan secara pribadi, walaupun ada sebagian kecil yang menjualnya kembali atau memberikannya pada orang lain.

Berdasarkan Tabel 1.1 yang merupakan hasil dari pembagian kuesioner pra-penelitian kepada 44 responden pengunjung Toko Baju AA di Pasar Pemda Cikampek mengenai faktor-faktor pengambilan keputusan membeli busana gamis. Berdasarkan tabel dan uraian yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam terhadap konsumen pada Pasar Pemda Cikampek. Dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Busana Gamis Wanita Pada Toko Baju AA Di Pada Pasar Pemda Cikampek”.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian bahwa Pasar Pemda Cikampek pada bagian penjualan pakaian di dominasi oleh banyaknya kios-kios yang menjual pakaian jenis busana gamis wanita. Hal ini menandakan adanya kecenderungan pada konsumen melakukan pembelian busana gamis wanita dari pada jenis pakaian lainnya. Penulis mencoba mencari faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan bagi para konsumen sebelum melakukan pembelian terhadap busana gamis wanita, hingga jenis pakaian yang di jual pada Pasar Pemda Cikampek di dominasi oleh penjualan busana gamis wanita. Mengacu pada penjelasan yang telah dijelaskan di atas, berikut pertanyaan penelitian yang penulis ajukan, sebagai bahasan dan untuk dapat dijawab pada penelitian ini:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk busana gamis wanita pada Toko Baju AA di Pasar Pemda Cikampek?
2. Faktor baru apakah yang terbentuk dan yang paling dominan dalam menentukan pengambilan keputusan konsumen ketika membeli produk busana gamis wanita pada Toko Baju AA di Pasar Pemda Cikampek?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk busana gamis wanita pada Toko Baju AA di Pasar Pemda Cikampek.
2. Untuk mengetahui faktor baru apa saja yang terbentuk dan paling dominan terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk busana gamis wanita pada Toko Baju AA di Pasar Pemda Cikampek.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan, baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Kegunaan secara teoritis
Hasil dari penelitian diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan pembandingan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan faktor-faktor pengaruh pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk khususnya produk pakaian.
2. Kegunaan praktis
 - a. Bagi pihak peneliti
 - 1) Penelitian ini merupakan salah satu upaya untuk dapat lebih memahami apa saja faktor-faktor pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk khususnya produk pakaian.
 - 2) Sebagai salah satu syarat untuk lulus dan mendapatkan gelar sarjana Administrasi Bisnis.
 - b. Bagi pihak universitas

Manfaat penelitian ini bagi pihak universitas yaitu dapat menambah koleksi pustaka yang bermanfaat bagi seluruh sivitas akademika Universitas Telkom.

c. Bagi penelitian berikutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan referensi rujukan yang bermanfaat dalam beberapa hal atau yang lainnya yang dapat sejalan dengan faktor-faktor pengaruh pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk khususnya produk pakaian.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu dan periode penelitian yang akan dilaksanakan pada penelitian ini yaitu pada semester ganjil dan genap tahun akademik 2020/2021 tepatnya pada bulan September tahun 2020 – Maret tahun 2021.