

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi dan perkembangan dunia bisnis saat ini semakin pesat, terutama di bidang fashion yang menjadi kebutuhan pokok masyarakat modern. Fashion pun tidak hanya tentang industri pakaian sebagai kebutuhan sandang saja. Lebih dari itu, seiring dengan perkembangan dunia hiburan, industri, teknologi dan informasi menjadikan masyarakat selalu mengikuti tren fashion dalam berbusana dan hal tersebut menjadi suatu keharusan agar terlihat lebih modis dan untuk menambah rasa percaya diri seseorang (Ananda Muhamad Tri Utama, 2022).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), tahun 2019 industri pakaian jadi tumbuh sebesar 18,51% kedua tertinggi setelah industri percetakan dan reproduksi media rekaman. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya kesadaran konsumen untuk tampil menarik dan modis.

Seiring meningkatnya kesadaran konsumen untuk tampil menarik dan mengikuti tren, maka konsep pemasaran yang berfokus pada konsumen menjadi hal yang penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menciptakan produk-produk inovatif yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Transformasi perilaku gaya hidup masyarakat ini memiliki pengaruh besar terhadap industri fashion di Indonesia, hal ini terlihat dengan semakin beragamnya merek-merek lokal maupun internasional, ditandai oleh banyaknya kemunculan toko fashion dan distro yang menawarkan berbagai kategori fashion (Sugiyarti & Sazili, 2022).

Tren model saat ini telah menjadi salah satu kebutuhan manusia dalam mengekspresikan diri, terutama dalam hal penampilan sehari-hari dalam berpakaian. Penampilan merupakan cerminan identitas seseorang yang menggambarkan status dan selera dalam mengevaluasi dirinya dihadapan orang lain. Oleh karena itu, tren model tidak hanya sekedar kebutuhan, melainkan juga representasi diri dan gaya hidup seseorang dalam memahami penampilannya (Wijaya *et al.*, 2023).

Dalam mengkonsumsi barang maupun jasa, konsumen dihadapkan pada berbagai opsi yang membuatnya harus membuat keputusan. Keputusan adalah pemilihan dari dua alternatif atau lebih. Alternatif pilihan harus tersedia bagi seseorang saat membuat keputusan. Pengambilan keputusan oleh konsumen didasarkan pada pemenuhan kebutuhan dari berbagai pilihan yang ada, sehingga konsumen harus bersikap rasional dalam membuat keputusan dalam hal konsumsi.

Keputusan Pembelian Merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang dapat dipengaruhi oleh perilaku konsumen atau pelanggan (Nabil & Dwiridotjahjono, 2024). Keputusan pembeli yang dapat diambil dari proses pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi, seleksi dari alternatif produk, seleksi saluran distribusi dan pelaksanaan keputusan terhadap produk yang akan dibeli oleh konsumen.

Keputusan Pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan penjual (Kastori, 2023).

Keputusan untuk membeli dapat dipengaruhi oleh pola hidup konsumen. Pola hidup yang kini semakin berkembang mengikuti perkembangan zaman yang

mengarah pada kemodrenan, membuat pola hidup seseorang umumnya tidak tetap. Oleh karena itu, kemungkinan besar konsumen akan dengan cepat beralih ke model pakaian baru yang lebih sesuai dengan perubahan gaya hidup mereka yang terus berkembang.

Merek digunakan oleh perusahaan sebagai senjata untuk berkompetisi dengan pesaing, karena merek dapat memberikan makna, jati diri, dan alasan terhadap hubungan suatu perusahaan dengan konsumen (Rahmayanti *et al.*, 2020). Citra positif dan tingkat pengenalan merek yang tinggi diyakini dapat meningkatkan peluang produk dipilih oleh konsumen. Citra merek juga sering dijadikan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen saat membeli produk.

Tren fashion saat ini telah menjadi salah satu kebutuhan manusia untuk mengekspresikan diri, terutama dalam berpakaian sehari-hari. Penampilan merupakan cerminan identitas seseorang yang menunjukkan status dan selera dalam menilai dirinya kepada orang lain. Oleh karena itu, tren fashion bukan hanya kesadar kebutuhan, melainkan lebih sebagai bentuk ekspresi diri dan gaya hidup dalam memahami penampilannya (Utami, 2021).

Dalam menggunakan barang atau layanan, konsumen dihadapkan pada berbagai opsi yang memaksanya membuat suatu keputusan. Keputusan yang diambil konsumen didasarkan pada pemenuhan kebutuhan dari berbagai pilihan yang tersedia, sehingga konsumen diharapkan bertindak rasional dalam mengambil keputusan terkait konsumsi. Seiring perkembangan ekonomi, teknologi dan budaya sosial akibat perubahan global yang mendorong transformasi dalam seluruh aspek perilaku konsumen dan pemenuhan kebutuhannya yang terus berubah, saat ini telah

muncul berbagai jenis toko pakaian (Josephine *et al.*, 2023).

Perkembangan industri fashion Tidak hanya terjadi di kota besar, toko-toko pakaian dengan harga terjangkau kini menjamur hingga ke daerah-daerah, salah satunya adalah Toko Serba 35. Dengan konsep harga yang ekonomis dan produk yang bervariasi menjadi daya tarik utama dalam menarik minat konsumen dari berbagai kalangan.

salah satu kota yang mengalami perkembangan pusat dalam hal tersebut adalah Lhokseumawe merupakan sebuah kota di propinsi Aceh, Indonesia. Kota ini terletak tepat di jalur timur sumatra, berada diantara Banda Aceh dan Medan, sehingga menjadikannya sebagai rute penting untuk distribusi dan perdagangan di Aceh.

Pada awal tahun 2021 semakin marak munculnya toko pakaian serba 35.000 di Krueng Geukueh. Ada beberapa toko serba 35 yang berada di Lhokseumawe tepatnya di Krueng geukueh diantaranya ada toko Cut Kinan, toko Aneka Serba Murah (ASM), dan toko Setia.

Tabel 1. 1
Data Penjualan Toko Serba 35 di krueng geukueh / Tahun

<u>Nama Toko</u>	<u>Jumlah Pembeli</u>	<u>Omset</u>
Cut Kinan	12.000	Rp. 480.000.000
Aneka Serba Murah	9.600	Rp. 240.000.000
<u>Setia</u>	<u>7.200</u>	<u>Rp. 72.000.000</u>

Sumber : Wawancara langsung 2024

Berdasarkan data hasil wawancara tahun 2024, Toko Cut Kinan Serba 35 memiliki jumlah pembeli sebanyak 12.000 orang dan omzet Rp 480.000.000/tahun, lebih tinggi dari toko sejenis di sekitarnya. Produk yang ditawarkan beragam, dengan konsep harga terjangkau, serta didukung promosi online melalui

Tiktok dan Shopee Live.

Toko ini bernama toko Cut Kinan serba 35 yang berlokasi di jalan medan Banda Aceh kampung Krueng Geukueh kota Lhokseumawe. Produk fashion yang dijual disini cukup bervariasi ada produk untuk laki-laki dan perempuan seperti baju kaos, baju kemeja, celana, daster, baju atasan, beraneka jenis sendal mulai dari sendal anak-anak sampai dewasa, tas dan berbagai printilan seperti ikat rambut, anting serta masih banyak lagi produk yang lain. toko cut kinan serba 35 ini biasanya menyetok barang diawal bulan dan toko ini selalu ramai jarang sepi pengunjung apalagi waktu di akhir bulan dan momen sebelum lebaran mulai dari anak-anak sampai orang tua berbelanja ditoko ini.

Persaingan harga sangat menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam mengambil keputusan ketika membeli barang karena tentunya harga dari satu toko dengan toko lainnya berbeda tergantung bagaimana kualitas dari produk tersebut. Seperti yang kita ketahui bahwa di kota Lhokseumawe ini terutama di krueng geukuh cukup banyak toko yang menjual pakaian serba 35 dengan kualitas yang berbeda-beda antara satu toko dengan toko yang lainnya karena kualitas suatu produk menjadi salah satu faktor penting bagi konsumen dalam membeli tetapi keputusan pembelian semua tergantung kebutuhan dari pembeli tersebut. Area Tempat parkir di toko Cut Kinan serba 35 sedikit sempit dan apabila membeli atau masuk ke toko Cut Kinan ini harus bayar parkir sebesar 2 ribu rupiah /motor.

Setiap produk yang dijual dipastikan memiliki kualitas yang baik, memberikan kenyamanan dan ketahanan bagi penggunanya. Ditambah lagi, berbagai promosi baik secara langsung maupun melalui platform tiktok dan Shopee

live yang menarik seperti diskon atau penawaran *bundling* membuat konsumen semakin puas, karena mereka dapat memperoleh pakaian dengan harga yang sangat bersaing tanpa mengorbankan kualitas. Dengan berbagai pilihan yang tersedia, konsumen dapat dengan mudah menemukan pakaian yang sesuai dengan gaya dan kebutuhan mereka.

Namun, di balik keputusan konsumen saat membeli pakaian di toko seperti Toko Serba 35, tersimpan proses pengambilan keputusan yang tidak selalu sederhana. Keputusan tersebut bisa dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti harga, kualitas, lokasi, tren fashion, rekomendasi teman, hingga pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko. Setiap konsumen tentu memiliki pertimbangan dan alasan tersendiri yang membentuk keputusannya sebelum melakukan pembelian, sehingga menarik untuk diteliti lebih dalam.

Berdasarkan hasil observasi dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan sebuah fenomena menarik bahwa Toko Cut Kinan Serba 35 di Krueng geukueh mampu menarik jumlah pembeli yang lebih banyak dan mencatatkan omzet penjualan tahunan yang lebih tinggi dibandingkan dengan toko serba 35 lainnya yang berada di sekitaran Krueng geukueh, meskipun produk yang ditawarkan relatif serupa. Hal ini dapat diketahui dari tabel data penjualan sejumlah toko serba 35 yang ada di Krueng geukueh, di mana Toko Cut Kinan Serba 35 menunjukkan kinerja penjualan yang lebih unggul. Toko ini juga menerapkan konsep penjualan yang unik, yaitu memberlakukan harga seragam sebesar Rp35.000 per item, namun tetap mampu menyediakan variasi produk pakaian yang menarik dan beragam.

Fenomena ini menarik untuk diteliti lebih lanjut, karena menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor tertentu yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen secara signifikan.

Dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengangkat topik ini ke dalam sebuah penelitian dengan judul “Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Pakaian Pada Toko Cut Kinan Serba 35 Di Krueng geukueh.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dideskripsikan di atas, maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian pakaian di toko Cut Kinan serba 35?
2. Faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian pakaian oleh konsumen di toko Cut Kinan serba 35?

1.3 Fokus Penelitian

Untuk mempelajari ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini ditetapkan fokus penelitian dapat diperoleh sesuatu kejelasan data yang tepat dan akurat terhadap aspek-aspek yang harus diungkapkan:

1. Menganalisis Proses dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen dalam pembelian pakaian di Toko Cut Kinan Serba 35.
2. Menganalisis Faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian pakaian oleh toko Cut Kinan serba 35.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang di lakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut ini:

1. Untuk mengetahui proses dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian pakaian pada toko Cut Kinan serba 35 di Krueng Geukueh.
2. Untuk mengetahui Faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian pakaian pada toko Cut Kinan serba 35 di krueng geukueh.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini meliputi :

1. Manfaat Teoris

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat berguna untuk menambah wawasan pengetahuan dalam bidang analisis pengambilan keputusan konsumen, menjadi landasan dalam pembangunan media pembelajaran atau penerapan secara lebih lanjut. Selain itu juga menjadi sebuah nilai tambah khasanah pengetahuan ilmiah dalam bidang pendidikan di indonesia terutama jurusan Administrasi Bisnis.

2. Manfaat praktis

Peneliti mampu menerapkan media yang sesuai dengan materi pembelajaran tentang pengambilan keputusan dalam pembelian pakaian. Serta peneliti mempunyai pengetahuan dan wawasan mengenai materi dan media pembelajaran yang sesuai.