

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri konveksi di Indonesia telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh meningkatnya permintaan terhadap produk fashion yang berkualitas dan bervariasi. Pijar Konveksi Konveksi adalah salah satu UMKM yang telah mengalami perkembangan yang signifikan dan berhasil mempertahankan keberadaannya di tengah persaingan ketat dalam industri konveksi. Meskipun termasuk dalam kategori UMKM, perusahaan ini menunjukkan kinerja yang baik dalam hal produksi dan pemasaran. Namun, dengan meningkatnya jumlah pelanggan dan tuntutan pasar yang semakin tinggi, sangat penting bagi perusahaan untuk terus menilai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, terutama terkait dengan kualitas produk dan harga.

Kualitas produk yang tinggi menjadi salah satu keunggulan utama Pijar Konveksi, tetapi penting untuk mengetahui sejauh mana pelanggan menilai kualitas tersebut memuaskan. Begitu juga dengan aspek harga, perlu dievaluasi apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan dan persepsi pelanggan terhadap produk yang mereka terima. Mengingat bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci untuk mempertahankan loyalitas dan keberlangsungan usaha, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengukur seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut data Kementerian Perindustrian, kontribusi industri tekstil dan produk tekstil terhadap PDB nasional mencapai 1,2% pada tahun 2022, dengan pertumbuhan sebesar 3,7% dari tahun sebelumnya. Tren ini menunjukkan bahwa sektor konveksi memiliki potensi yang masih sangat besar untuk dikembangkan. Pijar Konveksi, sebagai salah satu pemain di industri ini, berupaya memenuhi kebutuhan pasar dengan menawarkan beragam produk pakaian. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, penting bagi Pijar Konveksi untuk

memahami faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dua aspek utama yang sering menjadi perhatian adalah kualitas produk dan harga kualitas produk menjadi faktor krusial dalam industri konveksi.

Produk dengan standar kualitas tinggi tidak hanya dapat memenuhi ekspektasi pelanggan, tetapi juga berkontribusi terhadap loyalitas mereka. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) dalam Apriliana & Sukaris,(2022), kualitas produk adalah karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Dalam konteks industri konveksi, kualitas produk dapat dilihat dari berbagai aspek seperti bahan baku, jahitan, desain, kenyamanan, dan ketahanan. Delapan dimensi kualitas produk: kinerja, fitur, keandalan, kesesuaian, daya tahan, *serviceability*, estetika, dan persepsi kualitas. Di Pijar Konveksi, upaya peningkatan kualitas produk telah dilakukan melalui pemilihan bahan baku premium dan pelatihan intensif bagi para penjahit. Pelanggan yang puas cenderung merekomendasikan produk kepada orang lain, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan. Studi yang dilakukan oleh Reichheld dan Schefter (2000) menunjukkan bahwa peningkatan 5% dalam retensi pelanggan dapat meningkatkan keuntungan bisnis hingga 25-95%. Oleh karena itu, Pijar Konveksi perlu memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan standar kualitas yang diharapkan oleh konsumen.

Selain kualitas, harga juga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian pelanggan. Menurut Zeithaml (1988) dalam Yuniarti & Sukma, (2024), harga adalah apa yang dikorbankan atau diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa. Dalam perspektif konsumen, harga sering dijadikan indikator kualitas, terutama ketika informasi lain tentang produk tidak tersedia. Studi oleh Marlapa,(2020)menunjukkan bahwa konsumen cenderung menggunakan harga sebagai indikator kualitas ketika mereka tidak memiliki informasi yang cukup tentang produk tersebut.

Dalam persaingan pasar yang ketat, harga yang ditawarkan harus sepadan dengan kualitas produk. Di era digital saat ini, konsumen dapat dengan mudah membandingkan harga dari berbagai produsen konveksi. Jika harga yang dipatok

terlalu tinggi dibandingkan dengan kualitas yang diberikan, pelanggan berpotensi beralih ke kompetitor yang menawarkan produk serupa dengan harga lebih kompetitif. Sebaliknya, harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan persepsi negatif terhadap kualitas produk. Penelitian yang dilakukan oleh Monroe (2003) menunjukkan bahwa konsumen cenderung mengasosiasikan harga tinggi dengan kualitas tinggi, namun mereka juga mempertimbangkan nilai yang diterima dari produk tersebut. Oleh karena itu, strategi penetapan harga yang tepat menjadi tantangan tersendiri bagi Pijar Konveksi.

Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari interaksi antara kualitas produk dan harga. Menurut Oliver (1997), kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca-pembelian di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memenuhi atau melebihi harapan. Pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang dan menjadi pelanggan setia. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat menyebabkan mereka beralih ke merek lain. Studi oleh Anderson dan Sullivan (1993) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat berkorelasi dengan niat pembelian kembali. Dalam industri konveksi yang kompetitif, kemampuan untuk mempertahankan pelanggan yang ada dapat menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan, mengingat biaya untuk mendapatkan pelanggan baru jauh lebih tinggi dibandingkan dengan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Dalam konteks ini, diperlukan penelitian mendalam untuk memahami sejauh mana kualitas produk dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan di Pijar Konveksi.

Meskipun Pijar Konveksi telah beroperasi selama beberapa tahun, terdapat indikasi bahwa tingkat kepuasan pelanggan masih belum optimal. Data internal menunjukkan bahwa tingkat retensi pelanggan Pijar Konveksi pada tahun 2023 hanya mencapai 65%, dibandingkan dengan rata-rata industri yang mencapai 75%. Beberapa pelanggan menyampaikan keluhan terkait ketidakkonsistenan kualitas produk serta harga yang dianggap kurang sesuai dengan nilai yang diterima. Survei kepuasan pelanggan yang dilakukan pada awal tahun 2024 menunjukkan bahwa hanya 70% pelanggan yang menyatakan puas dengan produk Pijar Konveksi, sementara 15% menyatakan tidak puas dan 15% lainnya

bersikap netral. Dari pelanggan yang tidak puas, 60% menyebutkan kualitas produk sebagai alasan utama ketidakpuasan, sementara 40% menyoroti masalah harga. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk menganalisis hubungan antara kedua faktor tersebut.

Di era digital saat ini, pelanggan memiliki akses luas untuk membandingkan produk dan harga dari berbagai merek. Menurut laporan dari We Are Social dan Hootsuite (2023), penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 77,02% dengan jumlah pengguna internet aktif mencapai 212,9 juta orang. Perkembangan teknologi informasi ini memberikan dampak signifikan pada pola konsumsi masyarakat, termasuk dalam industri fashion dan konveksi. Media sosial serta platform e-commerce memberikan ruang bagi pelanggan untuk berbagi pengalaman, baik yang positif maupun negatif. Studi yang dilakukan oleh PwC (2023) menunjukkan bahwa 87% konsumen Indonesia melihat ulasan online sebelum melakukan pembelian, dan 62% dipengaruhi oleh ulasan tersebut dalam keputusan pembelian mereka. Ulasan dan testimoni pelanggan dapat mempengaruhi keputusan calon pembeli. Fenomena ini membuat transparansi informasi mengenai kualitas produk dan harga menjadi sangat penting. Dengan demikian, Pijar Konveksi perlu memahami bagaimana kualitas produk dan harga membentuk persepsi pelanggan di era informasi ini.

Perkembangan industri konveksi juga dipengaruhi oleh tren fashion yang terus berubah dengan cepat. Fast fashion, yang mengacu pada model bisnis dengan siklus produksi dan distribusi yang cepat untuk mengikuti tren terkini, telah menjadi fenomena global. Merek-merek internasional seperti H&M, Zara, dan Uniqlo telah memasuki pasar Indonesia dan menawarkan produk dengan desain trendy dengan harga yang relatif terjangkau. Di sisi lain, kesadaran konsumen terhadap keberlanjutan (*sustainability*) juga semakin meningkat. Menurut Shevia et al., (2023) 67% konsumen generasi milenial dan Z di Asia Tenggara mempertimbangkan aspek keberlanjutan dalam keputusan pembelian mereka. Pijar Konveksi perlu mempertimbangkan tren-tren ini dalam strategi pengembangan produk dan penetapan harga. Produk yang tidak hanya

berkualitas dan terjangkau tetapi juga ramah lingkungan berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan di segmen tertentu.

Persaingan dalam industri konveksi juga semakin ketat dengan masuknya produk impor, terutama dari China dan negara-negara ASEAN lainnya. Data dari Badan Pusat Statistik (2023) menunjukkan bahwa impor tekstil dan produk tekstil Indonesia mencapai US\$ 8,9 miliar pada tahun 2022, meningkat 12% dari tahun sebelumnya. Produk-produk impor ini sering kali menawarkan harga yang lebih kompetitif, meskipun dengan kualitas yang bervariasi. Kondisi ini menciptakan tekanan harga pada produsen lokal seperti Pijar Konveksi. Di sisi lain, kebijakan pemerintah untuk mendorong penggunaan produk dalam negeri melalui kampanye "Bangga Buatan Indonesia" memberikan peluang bagi produsen lokal untuk meningkatkan pangsa pasar. Dalam konteks ini, Pijar Konveksi perlu merumuskan strategi yang tepat untuk menyeimbangkan kualitas produk dan harga agar tetap kompetitif di pasar.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih mendalam mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Studi serupa telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, seperti Hendry dan Budiarmo (2021) yang menemukan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada industri fashion. Namun, penelitian tersebut dilakukan pada konteks yang berbeda dan belum tentu dapat digeneralisasi untuk Pijar Konveksi. Dengan pemahaman yang lebih baik terhadap hubungan ini, Pijar Konveksi dapat merancang strategi yang lebih efektif guna meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak positif terhadap penjualan serta pertumbuhan bisnis.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Pijar Konveksi**. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan usaha serta meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif dan dinamis.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Konveksi Pijar adalah UMKM yang mengalami pertumbuhan yang pesat, namun penting untuk mengevaluasi apakah kualitas produk yang ditawarkan sudah memenuhi ekspektasi pelanggan.
2. Meskipun harga produk di Konveksi Pijar dianggap kompetitif, masih perlu diteliti apakah harga tersebut sebanding dengan nilai yang dirasakan oleh pelanggan.
3. Hingga saat ini, belum ada penelitian yang dilakukan di Konveksi Pijar untuk secara jelas mengukur dampak kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
4. Konveksi Pijar perlu mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing di pasar.

## **1.3 Batasan Masalah**

Penelitian ini akan dibatasi pada:

1. Fokus pada produk kaos yang diproduksi oleh Pijar Konveksi.
2. Responden penelitian adalah pelanggan yang telah membeli produk dari Pijar Konveksi dalam kurun waktu satu tahun terakhir.
3. Analisis akan dilakukan terhadap pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan, tanpa mempertimbangkan faktor lain seperti pelayanan dan promosi.

## **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Batasan masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Pijar Konveksi?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Pijar Konveksi?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Pijar Konveksi?

## **1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.5.1 Maksud Penelitian**

Penelitian ini bermaksud untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Pijar Konveksi. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, diharapkan penelitian ini dapat menjadi dasar bagi Pijar Konveksi dalam menyusun strategi peningkatan kualitas produk dan penetapan harga yang lebih kompetitif. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menambah wawasan akademis dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam konteks industri konveksi.

### **1.5.2 Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Pijar Konveksi.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Pijar Konveksi.
3. Menganalisis pengaruh simultan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Pijar Konveksi.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi pada skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

### BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian

### DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.