

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Lingkungan bisnis sekarang ini semakin dituntut untuk kreatif untuk menarik minat konsumen. Tak hanya dari segi kualitas produk, namun perlunya peningkatan dalam media promosi dan pemasaran yang bertujuan untuk memenuhi dan melayani kebutuhan serta keinginan konsumen. Persaingan bisnis menjadi salah satu alasan semakin gencarnya untuk meningkatkan strategi promosi untuk menarik perhatian konsumen. Hal inilah yang menarik para pengusaha bisnis untuk menggunakan jasa studio desain untuk membantu mempromosikan perusahaan maupun produk mereka melalui karya mereka. Tidak jarang pengusaha bisnis mulai merekrut langsung beberapa desainer untuk bekerja di kantor mereka. Hal ini membuktikan berkembangnya peminat desain grafis yang menjadi bukti bahwa profesi desainer grafis sedang banyak dicari, termasuk ke dalam jasa studio desain grafis itu sendiri.

Menurut Seri Buku Pintar : Menjadi Seorang Desainer Grafis (2007), penelitian yang dilakukan UK *Design Council* terhadap performa bisnis perusahaan-perusahaan publik yang terdaftar dalam bursa saham Inggris dalam rentang waktu 10 tahun, menyebutkan bahwa “Sebanyak 63 perusahaan yang serius memperhatikan peningkatan mutu desain grafisnya

dalam berbisnis memiliki performa bisnis yang maju, bahkan tetap unggul walau keadaan pasar saham dan ekonomi sedang lesu.” Penelitian ini membuktikan bahwa jasa desainer grafis sangat dibutuhkan di pasar bisnis. Misalnya juga di dalam dunia publishing penjualan buku di Indonesia sangat dipengaruhi oleh seberapa menarik cover buku yang dibuat. Di samping media cetak, perkembangan dunia maya atau internet juga telah membuka lebih luas peluang kerja bagi desainer grafis, maupun klien yang mencari desain grafis terutama jasa studio desain grafis.

Dalam hal ini, pengusaha bisnis mengharapkan studio desain bisa menjadi salah satu jalan keluar untuk menciptakan sebuah karya yang dapat memunculkan dorongan-dorongan yang menimbulkan keputusan konsumen untuk menggunakan produk mereka. Namun tidak jarang gaya hidup pengusaha bisnis yang berbeda-beda dapat mempengaruhi hasil dari sebuah karya desain maupun mempengaruhi pemilihan sebuah studio desain untuk membantu mempromosikan produk mereka dalam sebuah karya. Namun banyaknya studio desain saat ini juga telah menimbulkan beberapa faktor penentu selain gaya hidup yang mempengaruhi dalam memilih studio desain yang diinginkan.

Faktor yang penting dalam mempengaruhi keputusan penggunaan studio desain yaitu harga, produk, pelayanan, dan lokasi. Faktor kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memutuskan menggunakan jasa dari studio desain tergantung evaluasi terhadap empat faktor itu, karena penyedia jasa

tidak dapat menilai konsumen dari sudut pandang mereka sendiri melainkan juga harus melihat dari sudut pandang konsumen. (Tjiptono, 2000: 125)

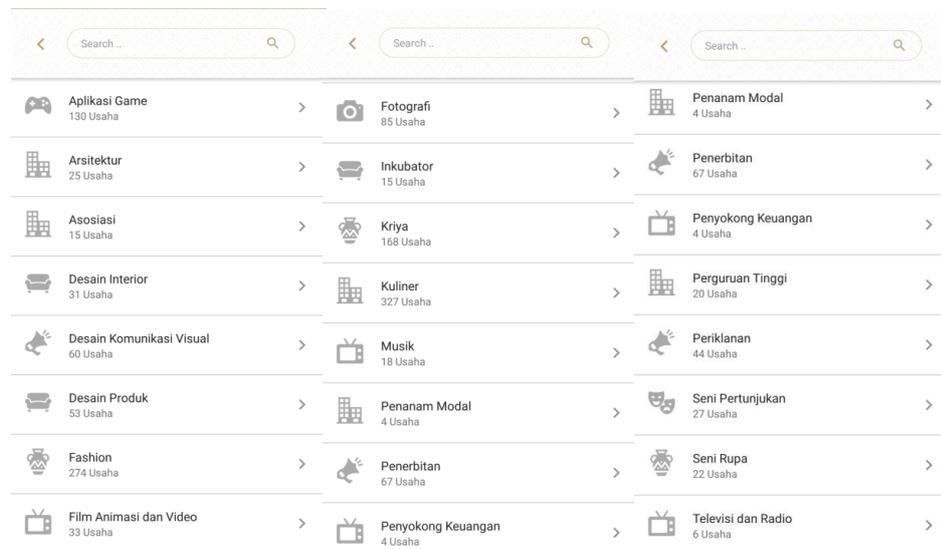
Faktor harga menjadi salah satu indikator penting konsumen dalam memilih jasa yang akan mereka gunakan, karena harga yang ditawarkan ke konsumen haruslah sesuai dan memadai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. (Swastha dan Irawan, 2005). Dalam iklim persaingan yang ketat seperti sekarang ini, perusahaan harus memperhatikan faktor harga, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam bersaing dan juga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Sayangnya hal ini menjadi salah satu mengapa munculnya studio desain yang memberikan harga murah dibawah standar. Hal tersebut membuat harga standar studio desain menjadi rusak. Walau dengan harga murah dan produk yang dikeluarkan kurang berkualitas, banyak pula konsumen yang tidak masalah dengan hal tersebut.

Selain harga, faktor lain yang mempengaruhi keputusan penggunaan studio desain yaitu produk. Kualitas produk yang dihasilkan memerlukan perhatian karena konsumen menginginkan pula hasil yang optima sesuai dengan yang mereka harapkan. Kualitas produk perlu menjadi salah satu perhatian utama mengingat kualitas produk berkaitan erat dengan masalah keputusan konsumen dalam membeli atau menggunakan produk tersebut (Wykop dan Lovelock, 1991: 165). Faktor produk inilah yang menjadi fokus utama di dalam pembahasan penelitian dalam hal desain.

Faktor pelayanan terhadap konsumen juga cukup mengambil peranan penting. Dikarenakan dengan pelayanan yang optimal, konsumen akan merasa puas dan mereka akan menggunakan jasa penyedia jasa lagi tanpa ragu. Pelayanan yang baik dapat dijadikan sebagai modal penarik minat konsumen terhadap penyedia jasa. (Tjiptono, 2000: 235)

Faktor berikutnya adalah lokasi. Faktor lokasi berpengaruh juga dalam keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk. Lokasi yang mudah dijangkau tentunya menjadi lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Lokasi juga menentukan tingkat kesuksesan penyedia jasa karena cukup erat kaitannya dengan pasar potensial (Tjiptono, 2000). Namun sekarang dengan adanya internet, banyak penyedia jasa menyediakan layanan berbasis internet sehingga mereka bisa bekerja secara remote dan pengguna jasa bisa dengan mudah memesan suatu desain tanpa harus beranjak menuju lokasi kantor penyedia jasa.

Menurut data dari aplikasi BISMA (*Bekraf Information System Mobile Application*) yang dikembangkan oleh Badan Ekonomi Kreatif dari Lembaga Pemerintah Non Kementrian yang bertanggungjawab di bidang ekonomi kreatif, terdapat beberapa 16 usaha kreatif yang terdaftar. Termasuk jasa studio desain komunikasi visual / grafis yang berjumlah 60 usaha.



Gambar 1.1 Usaha kreatif dalam aplikasi Bisma

Seiring perkembangan jaman, terjadi pula perkembangan dalam hal perekonomian. Hal ini tentu saja memicu tingginya gaya hidup dalam masyarakat. Gaya hidup masyarakat yang mengarah pada kehidupan modern khas perkotaan yaitu menuntut adanya kelengkapan, kemudahan serta kepraktisan dalam upaya pemenuhan kebutuhan hidupnya. Latar belakang struktur keluarga, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, budaya dan agama yang berbeda akan membentuk gaya hidup masyarakat yang beraneka ragam. Disadari maupun tidak disadari, gaya hidup tersebut akan mempengaruhi lingkungan yang ada di sekitar mereka, termasuk pada dunia desain itu tersendiri.

Hal yang menjadi suatu kemudahan dan kepraktisan adalah munculnya jasa studio desain secara *online*. Jasa studio desain yang mengharuskan konsumen untuk datang langsung ke lokasi tentu saja kurang praktis dan mudah. Hal inilah yang memulai munculnya jasa studio *online* yang mudah dicari di internet. Bahkan untuk pemesanan desain cukup mudah,

bisa melalui *email*, sosial media, dan website jasa studio desain tersebut. Jasa studio desain yang awalnya *offline* pun mulai membuat studio desainnya menjadi studio desain *online* melihat perubahan gaya hidup konsumen yang memilih kemudahan sistem *online*. Serta dapat dilihat adanya perubahan dalam kepercayaan seseorang pada sebuah jasa dengan kemunculannya jasa studio desain *online*.

Pemilihan desain, warna dan bentuk dari suatu produk ditentukan dengan budaya, dalam hal ini yaitu gaya hidup konsumen. Tentunya gaya hidup pada setiap orang akan berbeda tergantung pada keadaan dan kondisi pada saat itu. Contohnya gaya hidup seseorang yang lebih muda tentu akan berbeda dengan gaya hidup seseorang yang berusia lanjut. Tidak dibatasi dengan itu saja, banyak faktor-faktor lain yang menentukan gaya hidup seseorang. Faktor-faktor tersebut adalah faktor lingkungan, tingkat penghasilan, budaya, tingkat pendidikan dan hobi yang sama. Gaya hidup yang dimiliki oleh seseorang juga dapat menunjukkan tingkat prestise yang mereka miliki di mata masyarakat.

Value dari suatu produk dapat dijadikan alternatif bagi konsumen dalam melakukan keputusan menggunakan jasa studio desain, hal ini termasuk dalam gaya hidup seseorang. Gaya hidup menurut (Kotler dan Keller, 2009) adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapat.

Alasan yang menjadi pertimbangan dalam penelitian ini adalah dengan mengerti gaya hidup seseorang akan memudahkan studio desain

untuk memprediksi perilaku konsumen, karena gaya hidup merupakan hal penting di dalam keputusan pembelian konsumen. Hasil dari penelitian ini dapat mengetahui hal-hal penting yang dapat digunakan dalam mengembangkan bisnis studio desain, terutama bila melihat dari sudut gaya hidup dari masing-masing pengguna jasa. Serta gaya hidup dapat membantu konsumen untuk mengetahui bagaimana mereka harus berperilaku dan mengetahui nilai (*value*) mereka.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka ditarik suatu rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah benar pengambilan keputusan menggunakan jasa studio desain dipengaruhi gaya hidup sama seperti produk?
2. Apakah faktor yang mempunyai pengaruh paling besar bila dihubungkan dengan gaya hidup pengguna terhadap pengambilan keputusan menggunakan jasa studio desain *online*?
3. Jasa studio desain *online* yang lebih dipilih konsumen bila ditinjau dari desain grafis sebuah produk?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu pengusaha bisnis terutama studio desain memprediksi tindakan apa yang akan

dilakukan, sehingga hambatan yang mungkin timbul dapat dikurangi. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup konsumen terhadap keputusan menggunakan jasa studio desain *online*.
2. Untuk mengetahui apakah penggunaan jasa itu karena kesukaan (preferensi).
3. Untuk mengetahui apakah kesukaan dipengaruhi oleh gaya hidup.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian yang diperoleh ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, diantara lain sebagai :

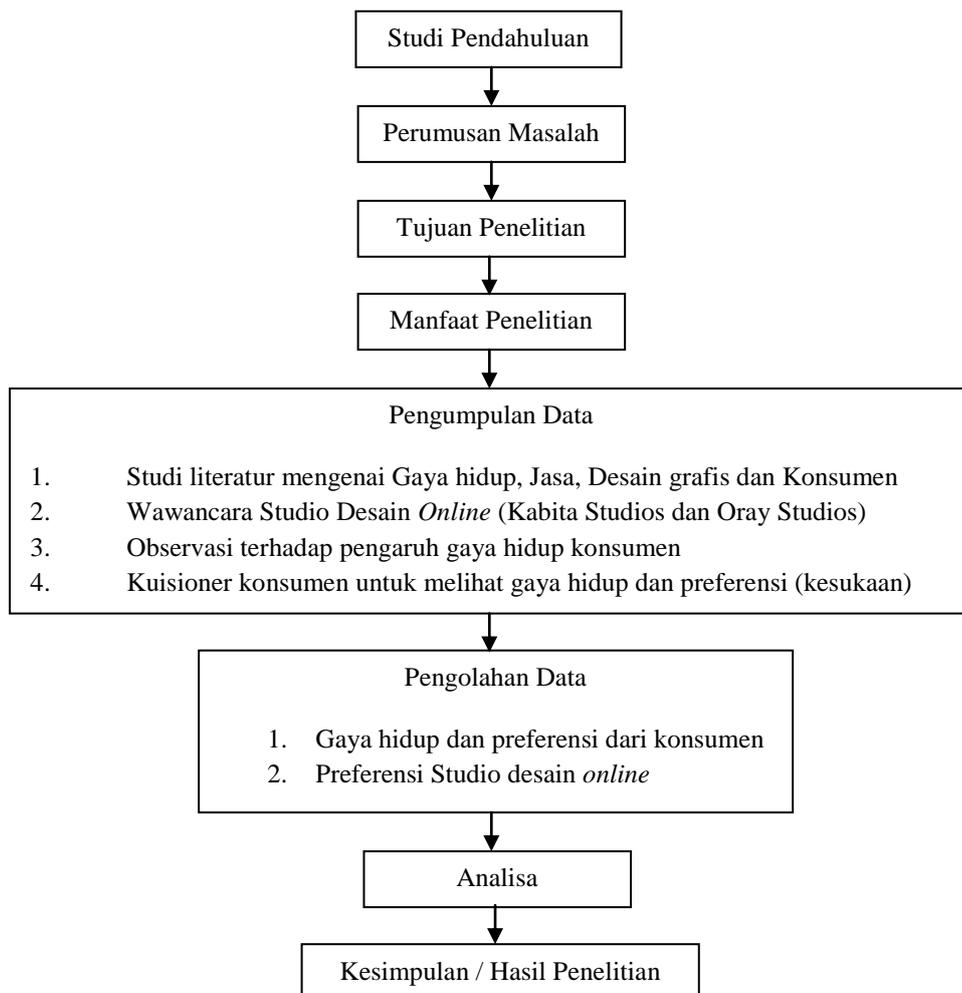
1.4.1 Manfaat Praktis

- a. Bagi studio desain, penelitian ini akan bermanfaat dalam memahami gaya hidup konsumen sebagai bahan evaluasi dalam pembuatan desain, sehingga diharapkan nantinya akan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa mereka. Dan juga sebagai acuan dalam menentukan strategi desain unggulan yang akan datang menurut dari preferensi konsumen.
- b. Bagi konsumen, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan cara berpikir bahwa terdapat berbagai gaya hidup pada konsumen yang ikut berpengaruh dalam memilih sebuah studio desain menurut preferensi mereka.

1.4.2 Manfaat Teoritis

- a. Bagi pembaca, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai pengaruh gaya hidup konsumen terhadap keputusan menggunakan jasa studio desain.
- b. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan untuk meneliti lebih lanjut dengan menggunakan variabel yang berbeda.
- c. bagi penulis, penelitian ini bermanfaat untuk sarana pengembangan ilmu pengetahuan.

1.5 Kerangka Penelitian



Skema 1.1 Flow Chart Kerangka Penelitian

Bab 1 Pendahuluan

Membahas latar belakang penelitian, perumusan masalah, hingga tujuan penelitian mengenai topik yang dipilih. Dalam kali ini berisi mengenai “Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Jasa Studio Desain”.

Bab 2 Kajian Pustaka

Berisi mengenai teori-teori yang berhubungan dengan gaya hidup, konsumen, dan apa yang membuat konsumen tertarik pada suatu produk, serta teori mengenai jasa dan studio desain.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Menjelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan untuk penelitian, beserta waktu dan tempat penelitian. Selain itu ada juga pembahasan mengenai cara pengumpulan data dan sampel.

Bab 4 Analisa Penelitian

Adanya penjelasan terlebih dahulu mengenai obyek penelitian, yang dilanjutkan dengan proses analisa penelitian hingga mencapai suatu hasil penelitian yang menjadi tujuan dan manfaat penelitian tersebut.

Bab 5 Kesimpulan

Bab ini terdapat kesimpulan dari hasil penelitian yang didapat.