BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri *fashion* merupakan salah satu industri yang berkembang dengan cepat serta menghasilkan sumber pendapatan yang cukup besar bagi negara. Hal ini dapat dilihat dari menjamurnya Factory Outlet yang ada di Indonesia khususnya di Bandung. Minat konsumen pun seperti tidak ada habisnya jika sudah berkaitan dengan *fashion*.

Bandung merupakan kota yang terkenal dengan industri pakaian jadi dengan model-model yang unik dan sangat mengikuti trend masa kini. Bandung dikenal dengan anak mudanya yang kreatif, khususnya di bidang *fashion.* Bandung kini menjadi salah satu kota tujuan wisata belanja di Indonesia Banyak pendatang dari luar kota Bandung yang sengaja datang untuk sekedar berbelanja pakaian.

Factory Outlet adalah toko yang dimiliki suatu perusahaan/pabrik yang menjual produk perusahaan atau pabrik tersebut, menghentikan perdagangan, membatalkan order dan kadang-kadang menjual barang kualitas nomor satu (Barry dan Joe, 1999:154).

Pada tahun 2005 Factory Outlet di Bandung sudah mencapai hingga 51 Factory Outlet dan jumlahnya pun tidak berkurang bahkan cenderung bertambah hingga pemerintah pun harus menutup pembangunan Factory Outlet dikawasan

Dago karena semakin menjamurnya Factory Outlet disana serta banyak diantaranya yang tidak memiliki izin (Dunia Dalam Berita : 2005).

Antusias masyarakat terhadap berdirinya Factory Outlet sangat besar. Tawaran yang diberikan Factory Outlet yaitu barang impor dengan harga murah dan kualitas yang baik sangat berpengaruh pada animo masyarakat untuk berkunjung dan membeli bahkan dengan jumlah yang banyak.

Bandung sebagai kota mode dengan julukan Paris Van Java menunjukan persaingan yang semakin kompetitif di bidang bisnis *fashion*. Hal itu terlihat dengan semakin banyaknya Factory Outlet di kota Bandung. Para pemilik Factory Outlet harus terus melakukan inovasi dengan kreativitas yang tinggi terhadap produk yang di tawarkan terutama dari segi desain. tentunya dengan harapan agar konsumen memilih untuk membeli pakaian pada Factory Outlet mereka. Para pemilik Factory Outlet juga berlomba-lomba dalam membangun tempat belanja yang nyaman, lengkap, dengan harga yang mampu bersaing, serta mengeluarkan model-model yang *up to date.* Dengan begitu persaingan pun semakin kompetitif karena para pemilik Factory Outlet harus memikirkan langkah-langkah yang tepat agar dapat meraih konsumen sebanyak mungkin.

Terjadinya pergeseran nilai dalam masyarakat yang cenderung menjadi konsumtif termasuk dalam hal *fashion* menjadikan bisnis *fashion* menjadi pasar potensial bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bisnis ini. Para pemilik Factory Outlet harus lebih jeli melihat perubahan perilaku masyarakat sehingga setiap produk yang di tawarkan sesuai dengan keinginan pasar.

Kebiasaan masyarakat kita yang lebih menyukai barang-barang dengan harga murah membuat para pemilik Factory Outlet harus bekerja keras dalam menarik konsumen. Factory Outlet sendiri dikenal dengan harga barangnya yang mahal. Masyarakat kebanyakan lebih memilih untuk membeli pakaian di toko-toko biasa atau Distro lokal yang harga barangnya lebih murah dibandingkan dengan Factory Outlet.

Selain itu sebagian masyarakat menilai bahwa pakaian yang dijual di Factory Outlet banyak yang tidak sesuai dengan norma-norma yang ada dalam masyarakat. Hal ini disebabkan karena berbedanya budaya di Indonesia dengan Negara asal pakaian impor yang banyak di jual di Factory Outlet. Masyarakat menilai bahwa pakaian yang dijual di Factory Outlet rata-rata terlalu seksi & memperlihatkan bagian tubuh yang seharusnya dilindungi, misalnya celana pendek untuk wanita. Hal ini bertentangan dengan budaya masyarakat kita yang merupakan Negara dengan penganut ajaran Islam terbanyak di dunia yang dalam ajarannya di atur batas-batas anggota tubuh yang boleh dan tidak boleh diperlihatkan.

Di Blossom Factory Outlet sendiri model pakaian yang dijual merupakan model yang sedang trend di pasaran, dan yang sangat diminati konsumen saat ini adalah pakaian-pakaian yang cenderung terbuka. Blossom Factory Outlet tidak menjual jenis pakaian muslim pada hari-hari biasa, hal ini dikarenakan kurangnya minat beli customer Blossom Factory Outlet terhadap pakaian muslim sehingga manajemen Blossom Factory Outlet memutuskan untuk tidak menyediakan jenis

pakaian muslim. Blossom Factory Outlet hanya menyediakan pakaian muslim pada saat menjelang bulan Ramadhan dan hari besar keagamaan seperti Idul Fitri.

Fenomena ini menjadi tugas berat bagi manajemen Blossom Factory Outlet untuk selalu melihat perubahan nilai budaya yang ada di masyarakat sehingga dapat menentukan jenis dan model pakaian yang sedang di minati saat ini, yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualan. Selain itu terjadinya persaingan yang sangat ketat pada bisnis ini yang memaksa para pemilik Factory Outlet untuk melakukan strategi khusus agar tetap mampu bersaing.

Untuk menarik banyak konsumen bukanlah sebuah pekerjaan yang mudah, salah satu pemilik Blossom Factory Outlet yaitu Bapak Matthew Lukman masih merasa pelanggannya belum maksimal dan ingin lebih meningkatkan jumlah *customer* yang datang ke Blossom Factory Outlet.

Blossom Factory Outlet merupakan salah satu factory outlet yang berdiri sejak tahun 2000 di Bandung dan sudah memiliki 9 cabang di lima kota besar. Blossom Factory Outlet sebagai salah satu Factory Outlet yang cukup dikenal sangatlah perlu merespons kondisi pasar yang semakin kompetitif dan dampak-dampaknya, Blossom Factory Outlet harus selalu mengubah strategi dalam pemasaran. Mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli di Perusahaan mereka semakin diperlukan di dalam persaingan dengan perusahaan lainnya. Namun perusahaan sering melupakan faktor lain yang mempengaruhi konsumen untuk berbelanja di Factory Outlet mereka. Faktor tersebut adalah faktor lingkungan eksternal yang terdiri dari budaya, kelas sosial, pribadi, keluarga dan

situasi. Manajemen Blossom Factory Outlet harus lebih jeli dalam memanfaatkan berbagai macam faktor yang dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke Blossom Factory Outlet, yang pada akhirnya melakukan pembelian di Blossom Factory Outlet.

Menurut Kotler dan Amstrong (2006:129) Perilaku pembelian konsumen adalah perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tangga, yang membeli barang-barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Menurut Kotler dan Amstrong (2006: 147), konsumen akan melewati lima tahap proses pengambilan keputusan yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Biasanya dalam melakukan keputusan pembelian konsumen sangat memperhatikan lingkungan sekitarnya. Kadang konsumen merasa tidak yakin dengan keputusannya dalam membeli produk tertentu dan meminta bantuan dari pihak lain untuk menentukan produk apa yang harus dibeli. Tetapi tetap saja keputusan pembelian terakhir ada dalam diri konsumen itu sendiri.

Keadaan lingkungan eksternal berpengaruh pada perilaku konsumen yang menyebabkan manajemen pemasaran dituntut untuk selalu mengetahui perilaku konsumen diwaktu yang akan datang. Perilaku konsumen mencerminkan mengapa seorang konsumen membeli dan bagaimana seorang konsumen tersebut memilih dan membeli suatu produk. Dengan mengkaji perilaku konsumen, perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian.

Hal ini sesuai dengan pendapat Kanuk (2004:443) yang menyatakan bahwa terdapat dua aspek eksternal yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen yaitu aspek pemasaran perusahaan dan aspek lingkungan sosial budaya. Banyak faktor eksternal yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Faktor eksternal tersebut terdiri dari budaya, lingkungan sosial, demografis, dan individu.

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Menurut Kotler dan Amstrong (2006:197), faktor-faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen itu terdiri dari budaya, sosial, pribadi, dan psikologi.

Menurut Anwar Prabu (2009:39) budaya dapat di definisikan sebagai hasil kreativitas dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Sedangkan menurut Ujang Sumarwan (2004:170) budaya adalah segala nilai, pemikiran, simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan dan kebiasaan seseorang dan masyarakat.

Menurut James F. Angel, Roger D. Blackwell. Dan Paul W. Miniard (1994:69) Budaya mengacu pada seperangkat nilai, gagasan, artefak,dan symbol bermakna lainnya yang membantu individu berkomunikasi, membuat tafsiran, dan melakukan evaluasi sebagai anggota masyarakat.

Budaya merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Budaya berpengaruh paling luas dan paling dalam terhadap pengambilan keputusan (Lamb, Hair. Mc. Daniel, 1999:161). Hal

yang sama dinyatakan oleh Kotler (2003 : 183) bahwa budaya adalah faktor penentu dasar bagi keinginan dan perilaku individu.

Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian mengenai **"Dampak Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Blossom Factory Outlet Cabang Dago Bandung"**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Mengingat luasnya permasalahan yang diteliti sehubungan dengan Dampak Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Blossom Factory Outlet Cabang Dago Bandung, maka penulis membatasi permasalahan yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini. Adapun identifikasi permasalahan ini antara lain:

1. Blossom Factory Outlet ramai di kunjungi konsumen hanya pada hari-hari tertentu, saat *weekend* atau pada saat libur hari besar
2. Kecilnya minat beli masyarakat terhadap pakaian muslim di Blossom Factory Outlet Cabang Dago Bandung.
3. Persaingan dengan Factory Outlet lainya.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis mengemukakan rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi budaya Konsumen Blossom Factory Outlet Cabang Dago Bandung
2. Bagaimana gambaran keputusan pembelian Konsumen pada Blossom Factory Outlet Cabang Dago Bandung
3. Seberapa besar dampak budaya terhadap keputusan pembelian Konsumen pada Blossom Factory Outlet Cabang Dago Bandung

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian yang dilakukan adalah mencari data dan informasi yang dibutuhkan untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang dampak budaya terhadap keputusan pembelian konsumen pada Blossom Factory Outlet Cabang Dago Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian yang dilakukan penulis adalah:

1. Untuk mengetahui kondisi budaya konsumen pada Blossom Factory Outlet Cabang Dago Bandung
2. Untuk mengetahui gambaran keputusan pembelian konsumen Blossom Factory Outlet Cabang Dago Bandung
3. Untuk mengetahui seberapa besar dampak budaya terhadap keputusan pembelian konsumen pada Blossom Factory Outlet Cabang Dago Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan.

   Dengan adanya penelitian ini dapat memeberikan masukan yang bermanfaat berupa sumbangan ide-ide bagi perusahaan untuk melakukan strategi pemasaran dengan memperhatikan budaya yang berdampak pada konsumen dalam melakukan pembelian di Blossom Factory Outlet.

b. Bagi Pihak Lain

   Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk mendapatkan pengetahuan dan sebagai bahan pertimbangan lainnya yang mungkin digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

c. Bagi Penulis

   Untuk menambah wawasan pengetahuan sebagai bekal agar dapat menerapkan kombinasi yang tepat antara keadaan teoritis dengan keadaan yang sebenarnya, khususnya mengenai dampak budaya dalam melakukan keputusan pembelian.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Adapun lokasi tempat dimana penulis melaksanakan penelitian adalah di Blossom Factory Outlet Cabang Dago Bandung

Tabel 1.1
Waktu pelaksanaan penelitian

KETERANGAN	BULAN															
	Maret				April				Mei				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penyusunan UP																
Pencarian tempat penelitian																
Pengumpulan data dan pengolahan data																
Penyusunan Laporan																