

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk terus melanjutkan keberlangsungan hidupnya. Pemasaran juga merupakan kegiatan yang dibangun untuk meningkatkan hubungan sebagai penjual dan pembeli yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, serta menciptakan nilai-nilai yang bermanfaat pada konsumen dalam sebuah kebutuhan ataupun keinginan.

Manajemen adalah sebuah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana cara mengatur, mengelola dan merencanakan sesuatu dalam mencapai tujuan bersama. Adapun pengertian lain dari manajemen adalah suatu proses pengarahan sebuah kelompok organisasi untuk mencapai sebuah tujuan dalam organisasi.

Mengingat mayoritas masyarakat Indonesia menganut agama Islam, hal ini dapat dipastikan akan berdampak pada peningkatan jumlah masyarakat yang mengenakan pakaian muslim, khususnya hijab. Dengan demikian, peluang ekonomi yang dihadirkan oleh busana muslim akan dapat diakses oleh para pengusaha yang aktif di industri ini. Model busana muslim yang dulunya hanya dikenal dengan busana sederhana kini beralih ke busana yang memiliki tampilan lebih modis, mewah, dan trendi. Perubahan tersebut berkaitan langsung dengan perkembangan gaya hidup yang banyak terjadi pada masyarakat saat ini.

Seiring dengan semakin berkembangnya pola pikir manusia, khususnya di kalangan muslimah, praktik menutup aurat dengan hijab sudah bukan lagi dianggap sebagai sesuatu yang aneh. Bagi banyak wanita Muslim di Indonesia, mengenakan jilbab telah menjadi bagian integral dari kehidupan mereka sehari-hari. Jilbab

dengan cepat menjadi lebih luas di kalangan masyarakat luas karena fakta bahwa sudah ada sejumlah besar toko komunitas yang mengenakan jilbab. Fenomena berhijab nampaknya semakin menjadi bagian integral dari gaya hidup. Pola ini semakin populer, khususnya di kalangan generasi muda yang tinggal di perkotaan; hal ini mengakibatkan terbentuknya identitas baru dan bahkan menjadi komponen budaya.

Situasi di mana tujuan berhijab bukan lagi untuk menyembunyikan area pribadi tubuh, melainkan menjadi *trend fashion* baru di kalangan masyarakat umum. Akibat sifat konsumerisme yang telah berkembang menjadi perilaku konsumsi, menjadi sangat rumit di tengah tuntutan hidup yang semakin meningkat, dan yang terpikir hanyalah bagaimana memenuhi kebutuhan toko tersebut. Menurut sejumlah ahli, tuntutan terhadap fashion akhirnya mendorong banyak perempuan di Indonesia melakukan revolusi hijab dengan mengembangkan berbagai model hijab yang lebih tepat. Model-model tersebut antara lain gaya yang simpel, gaya yang cocok untuk festival, dan berbagai variasi lainnya.

Zadir Hijab Collection Jambi merupakan sebuah toko yang bergerak dibidang pakaian muslim, terdapat banyak jenis pakaian disana yaitu seperti gamis, pakaian syar'i dan juga aksesoris hijab terutama dan terutama hijab dengan berbagai macam kualitas dari yang berkualitas standar, premium hingga kualitas tinggi. Adapun jenis-jenis hijab diantaranya adalah sebagai berikut, pashmina, umama polos, umama motif, azarah polos, azarah motif, sorong dan lainnya dengan kualitas bahan yang beragam.

Ditoko hijab ini menyediakan berbagai model hijab untuk anak sekolah seperti hijab polos dan terdapat juga jenis hijab lainnya untuk kuliah, ke kantor, pesta dengan motif yang beragam ataupun hijab lainnya yang bisa dibentuk sesuai keinginan. Hal inilah yang menjadi daya tarik konsumen pada Toko Zadir Hijab Collection Jambi, karena menyediakan banyak pilihan hijab dengan kualitas produk yang berbeda. Toko ini selalu ramai konsumen yang berbelanja hijab disana dibandingkan dengan toko lainnya.

Salah satu komponen bauran pemasaran yang bertanggung jawab menghasilkan pendapatan bagi organisasi adalah harga. Agar manajer dapat memperoleh keuntungan, mereka perlu menetapkan harga yang sesuai dengan produk yang dipromosikan dan sesuai dengan nilai yang dirasakan pelanggan.

Gambaran persepsi harga yang berbeda pada setiap toko dapat berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian, maka dari itu setiap toko harus mantap dalam menetapkan harga pada sebuah produk agar toko dapat berhasil dipasar barang. Persepsi harga juga merupakan metode dalam memberikan penjelasan dari dampak harga suatu produk terhadap keterlibatan keputusan pembelian.

Namun, selain pertimbangan harga, aspek lain seperti lokasi juga berperan dalam proses pengambilan keputusan. Lokasi merupakan sebuah tempat yang memiliki akses untuk mengoptimalkan profit yang akan diperoleh dari sisi industry. Supaya toko dapat memenuhi tujuan dan dapat menetapkan skema titik lokasi yang tepat dan sesuai.

Selain itu, lokasi merupakan komponen yang paling signifikan. Hal ini disebabkan semakin strategis lokasi pemasaran maka semakin tinggi pula

penjualannya, begitu pula sebaliknya. Jika lokasi toko tidak strategis maka akan berdampak pada penjualan yang pada akhirnya akan berdampak pada pendapatan.

Oleh karena itu, lokasi yang strategis berpotensi membujuk seseorang untuk membeli suatu produk. Mengingat potensi pasar perusahaan yang semakin besar, maka sebaiknya Anda berupaya untuk memilih lokasi pemasaran yang memiliki kepadatan penduduk yang relatif besar. Pentingnya memperhatikan kebersihan area saat memilih lokasi. Jika lokasi berada di lingkungan yang kotor maka pelanggan akan enggan untuk berkunjung dan membeli di lokasi tersebut. Saat memilih lokasi, disarankan agar Anda memilih lokasi yang memiliki persaingan rendah dan mudah diakses pelanggan.

Keputusan pembelian adalah pendekatan pemecahan masalah terhadap aktivitas manusia yang melibatkan perolehan produk atau layanan untuk memenuhi tujuan dan kebutuhan individu. Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya terkait harga dan lokasi. Untuk memastikan pemasaran produk berhasil dan toko mampu mencapai target yang diinginkan, maka setiap toko perlu menentukan harga yang sesuai untuk suatu produk dan memilih lokasi yang strategis.

Berikut informasi mengenai penjualan Zadir Hijab Collection di Kota Jambi:

Tabel 1.1
Data Penjualan Toko Zadir Hijab Collection Kota Jambi

| Tahun | Hasil Penjualan (Rupiah) |
|--------------|---------------------------------|
| 2019 | 115.915.000 |
| 2020 | 130.250.000 |
| 2021 | 75.650.000 |
| 2022 | 81.460.000 |
| 2023 | 92.945.000 |

Sumber: Zadir Hijab Collection Kota Jambi

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa pada data penjualan terjadi naik dan turunnya pendapat pada setiap tahunnya dikarenakan berbagai faktor yang mempengaruhinya diantaranya adalah seperti persaingan dalam dunia bisnis fashion.

Tabel 1.2
Merek, Bahan, dan Harga Hijab Yang Digunakan Zadir Hijab Collection Di Kota Jambi

| No | Merek | Bahan | Harga |
|----|--------------|-------------------|--------|
| 1 | Umama Polos | Paris Ori | 25.000 |
| 2 | Umama Motif | Paris Olive Motif | 35.000 |
| 3 | Azarah Polos | Diamond | 20.000 |
| 4 | Azarah Motif | Oskara | 15.000 |
| 5 | Dafanya | Polycotton | 30.000 |
| 6 | Elzata | Seruti | 20.000 |

Sumber: Olah Data Zadir Hijab Collection Kota Jambi 2024

Bisa melihat adanya disparitas harga yang cukup besar antara masing-masing merek hijab dan jenis bahan yang digunakan dengan melihat tabel di atas. Karena setiap bahan memiliki karakteristik sendiri yang membuat konsumen bisa memilih bahan yang nyaman pada saat digunakan. Karena itu, bahan sangat mempengaruhi minat beli konsumen sehingga konsumen bisa merasakan kepuasan tersendiri dengan membeli merek dan jenis hijab yang mereka inginkan.

Tabel 1.3
Jumlah Konsumen Produk Hijab Zadir Hijab Collection Di Kota Jambi

| Tahun | Jumlah (Orang) | Perkembangan |
|-------|----------------|--------------|
| 2019 | 10.560 | - |
| 2020 | 11.040 | 4,54 |
| 2021 | 6.720 | -39.13 |
| 2022 | 8.160 | 21.42 |
| 2023 | 9.264 | 22.35 |

Sumber: Olah Data Zadir Hijab Collection Kota Jambi 2024

Pada periode tahun 2019 dan 2023, terlihat pada tabel 1.2 terjadi peningkatan dan penurunan. Pada tahun 2019 terdapat 10.560 jumlah konsumen. Terjadinya peningkatan dapat dilihat pada tahun 2020 hanya terdapat 11.040 atau sekitar (4,54%) konsumen karena di akhir tahun terjadinya kabut asap di Kota Jambi. Dan pada tahun 2021 terjadi penurunan yang sangat drastis hanya terdapat 6.720 (-39,13%) konsumen karena terjadinya Covid-19. Pada tahun 2022 terjadi peningkatan jumlah konsumen yaitu 8.160 (21,42%) konsumen. Dan pada tahun 2023 terjadi peningkatan konsumen kembali menjadi 9.264(22,35%) konsumen.

Tabel 1.4
Perbandingan Harga Hijab Toko Zadir Hijab Collection, Toko Amadeus, dan Toko Vivi Jilbab di Kota Jambi

| No | Merek & Bahan | Harga | | |
|----|--|------------|--------------|-----------|
| | | Toko Zadir | Toko Amadeus | Toko Vivi |
| 1. | Umama Polos (Bahan Paris Ori) | 25.000 | 25.000 | 20.000 |
| 2. | Umama Motif (Bahan Voal Premium Digital) | 100.000 | 110.000 | 100.000 |
| 3. | Elzata (Bahan Seruti) | 20.000 | 20.000 | 20.000 |
| 4. | Azarah (Bahan Osaka) | 25.000 | 25.000 | 20.000 |
| 5. | Dafanya (Bahan Polycotton) | 30.000 | 30.000 | 30.000 |

Sumber: Olah Data Zadir Hijab Collection, Amadeus dan Vivi Jilbab Kota Jambi 2024

Terlihat jelas dari tabel di atas bahwa bahan sederhana Umama asli Paris ditawarkan dijual dengan harga Rp 25.000. Bahan serupa dijual di toko Zadir dan Amadeus, namun di toko Vivi dibandrol dengan harga 20.000 Rupiah. Dan terjadi perbedaan harga pada hijab merek Umama dengan bahan voal Premium digital karena di Zadir dengan harga Rp. 100.000 motif hanya hijab dan free box sama dengan toko Vivi, sedangkan di Amadeus dengan harga Rp. 110.000 free box dan terdapat thank you card, tag dan plat gold premium. Pada hijab Elzata bahan seruti

dijual dengan harga yang sama yaitu Rp. 20.000 dan bahan yang sama. Selain itu untuk merk Azarah, bahan Osaka dijual dengan harga yang sama di toko Zadir dan Amadeus yaitu Rp. 25.000. Sebaliknya, toko Vivi menjualnya dengan harga Rp. 20.000. Karena kualitas bahan yang digunakan di setiap toko sama, maka merek Dafa dijual dengan harga yang sama dengan yang ditawarkan.

Tabel 1.5
Karakteristik Bahan

| Bahan | Karakteristik |
|-------------------|---|
| Paris Ori | Serat kain cukup kuat dan memiliki daya serap yang tinggi. |
| Paris Olive Motif | Halus, lebut, bahan jatuh, tidak berbulu dan mudah dibentuk. |
| Diamond | Mudah menyerap keringat, lebut dan tidak tembus pandang. |
| Oskara | Lembut dan kuat. |
| Seruti | Permukaan kain yang menyerupai kulit jeruk, serat kain yang menyerupai awan, memiliki efek flowy, ringan, elastis dan lembut. |
| Voal Premium | 100% serat katun sehingga memiliki tekstur yang ringan dan lembut. |
| Polycotton | Bahannya memiliki tekstur yang kuat dan lentur, namun tetap sejuk karena mampu menyerap keringat dengan cepat. |
| Osaka | Ringan dan tipis namun tidak menerawang. |

Sumber: Olah Data Zadir Hijab Collection Kota Jambi 2024

Evolusi pemasaran mengharuskan setiap toko memiliki rencana untuk meningkatkan pendapatan mereka. Sebuah toko, dalam pengertiannya yang paling mendasar, mempunyai tujuan, yaitu memaksimalkan keuntungan. Tujuan ini menjadi tolak ukur untuk menentukan berhasil atau tidaknya suatu bisnis mencapai tujuannya. Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan harus tepat, sesuai dengan ketentuan masing-masing pelaku usaha, dan sesuai dengan terobosan teknologi

terkini, sehingga akan berdampak pada keputusan konsumen dalam melakukan pembelian eceran.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian tersebut berdasarkan informasi yang telah disampaikan di atas. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian yang lebih terfokus dan terarah, sehingga judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Zadir Hijab Collection Kota Jambi”**.

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut, yaitu:

1. Konsumen pada toko Zadir Hijab Collection Kota Jambi mengalami fluktuasi setiap tahunnya yaitu mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahun.
2. Daya saing harga pada Toko Zadir Hijab Collection Kota Jambi
3. Harga dan Lokasi Pada Zadir Hijab Collection Kota Jambi mempengaruhi keputusan pembelian

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana harga, lokasi dan keputusan pembelian pada toko Zadir Hijab Collection Kota Jambi

2. Bagaimana pengaruh harga dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada toko Zadir Hijab Collection Kota Jambi?
3. Bagaimana pengaruh harga dan lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko Zadir Hijab Collection Kota Jambi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumuan masalah diatas, dapat dilihat bahwa tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada toko Zadir Hijab Collection Kota Jambi.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada toko Zadir Hijab Collection Kota Jambi.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko Zadir Hijab Collection Kota Jambi.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a) Penelitian ini diharapkan mampu memberikan bahan masukan (input) dalam rangka sumbangann pemikiran mengenai pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian.
 - b) Bagi akademis penelitian ini bisa menambah wawasan keilmuan dan pengetahuan bagi mahasiswa terkait dengann pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

- a) Pada perusahaan dapat sebagai bahan pertimbangan dalam peningkatan pemasaran perusahaan, salah satu cara untuk mengukur pemasaran melalui harga dan lokasi.
- b) Memperluas cakrawala pandangan mahasiswa terhadap berbagai pokok permasalahan yang terdapat pada perusahaan khususnya dipemasaran.
- c) Memperoleh umpan balik dari dunia kerja untuk pemantapan dan pengembangan program pendidikan.

