**Pengaruh Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk Distro Cosmic Di Kota Bandung**



**DISUSUN OLEH :**

**AJRIL AKBAR MAULANA 1111221125**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS SANGGABUANA YPKP BANDUNG

**PENDAHULUAN**

**1.Latar Belakang**

Fashion merupakan bagian paling penting bagi masyarakat modern.Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan dalam dunia industri hiburan, informasi, dan ternologi, gaya berbusana menjadi media untuk menunjukan eksistensi seseorang. Produk fashion saat ini berkembang sangat pesat cepat mengikuti perkembangan zaman yang ada dan terkait dengan trend yang sedang berlaku, kreativitas dan gaya hidup. Masyarakat saat ini sudah sangat menyadari akan kebutuhan fashion yang lebih dari sekedar berpakaian,tapi juga bergaya dan trendi. Karena pakaian adalah salah satu mesin komunikasi atau sarana Komunikasi dalam masyarakat, maka masyarakat sadar atau tidak sadar bisa menilai kepribadian seseorang dari apa yang di pakainya atau lebih spesipiknya pakaian merupakan ekspresi identitas pribadi.

Di kota Bandung sendiri memiliki beberapa distro yang mendominasi dalam bidang fashion salah satu nya adalah Distro Cosmic yang berada di Jl.Trunojoyo no. 23 kota Bandung, yang didirikan pada tanggal 1 September 2001 di bawah perusahaan Injoynesia Corp. Injoynesia Corp adalah sebuah perusahaan Multibrand, yang sedang berkembang dan bergerak di bidang Retail Fashion dan Cafe. Namun yang paling mendominasi adalah Distro Ouval Research dan UNKL 347, keduanya tersebut merupakan distro terbesar di kota Bandung bahkan hingga diluar kota Bandung.

Salah satu misi yang dimiliki adalah menjadi perusahaan pakaian anak muda terkemuka di Indonesia, untuk membawa pesan gaya hidup kita tentang kegembiraan, kemandirian, kreativitas, dan inovasi ke komunitas global ini; menjadi tempat kreativitas dalam musik, mode, seni, olahraga, pendidikan, sosial dan budaya . Cosmic Clothes menjual berbagai macam produk fashion seperti jacket, sweater, kemeja, celana, tas, topi, dompet, dan sandal.

Distro banyak dipilih karena banyak pemuda lebih menyukai produk yang dikeluarkan oleh distro, selain itu produk yang dikeluarkan memiliki desain yang lebih unik dan menarik di mata anak muda. Peluang dari daya tarik pangsa pasar yang besar terhadap produk distro mendorong adanya ancaman persaingan yang semakin ketat, melihat semakin banyaknya bermunculan distro baru di kota Bandung yang memproduksi produk sejenis.

**1.1 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang dikemukakan

diatas, maka rumusan masalah yang digunakan adalah :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga kaos distro cosmic

2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai desain produk kaos Distro Cosmic

3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian pada Distro Cosmic

4. Seberapa besar pengaruh harga dan desain produk terhadap keputusan

pembelian secara simultan dan parsial.

**1.2 Identifikasi masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka ditarik identifikasi

masalahnya yang menimbulkan permasalahan yang ada, adalah sebagai berikut :

* Tingkat persaingan yang ketat antara distro sejenis di Kota Bandung.
* Market share Distro Cosmic berada pada peringkat 13
* Jumlah pendapatan Distro Cosmic cenderung menurun.
* Keputusan pembelian konsumen di Distro Cosmic rendah.
* Harga produk masih dirasa lebih mahal dibandingkan dengan pesaingnya.
* Desain produk yang ditawarkan Distro Cosmic masih kurang menarik.

**2.Definisi masalah**

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia pasti sering dihadapkan oleh masalah. Berbagai macam masalah ini akan hadir tanpa diundang didalam kehidupan kita. Masalah sering kali dikaitkan dengan adanya kesialan dan ada juga bencana. Padahal, jika dikaji yang lebih mendalam lagi mengenai adanya hakekat dasar dari masalah, masalah yang sebenarnya tidak melulu menghasilkan suatu dampak negatif.akan juga Terkadang masalah akan hadir sebagai bentuk peluang untuk dapat memperbaiki berbagai kelemahan yang ada dalam diri sendiri sendiri.

Semua hasil analisis penelitian tersebut merupakan masukan bagi pihak perusahaan untuk merumuskan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan untuk merumuskan strategi pemasaran, kegiatan penjualan, kegiatan promosi, serta kegiatan lainnya yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan agar lebih kompetitif dalam memenangkan persaingan di masa mendatang.

**3.Pengumpulan data**

(Sugiyono, 2019:455) Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utaman dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Berikut adalah hasil dari pengumpulan data sekunder

Market Share Distro di Kota Bandung Tahun 2017

Distro Market Share (%)

1 Ouval Research 33,16%

2 UNKL347 25,75%

3 Evil Army 11,20%

4 Arena Experience 10,51%

5 Maternal 9,22%

6 Badger 2,22%

7 Gummo 2,17%

8 Bloods 1,60%

9 Wellborn 1,25,%

10 Screamous 1,06%

11 Blackjack 0,72%

12 Duck side 0,62%

**13 Cosmic 0,52%**

Sumber : SWA.co.id

Hasil survey bahwa Distro Cosmic memiliki pangsa pasar yang rendah yaitu hanya 0,52%. Cosmic masih kalah oleh beberapa distro pesaingnya. Oleh karena itu peneliti memilih Distro Cosmic sebagai alasan pemilihan perusahaan karena berada pada peringkat ke 13 pangsa pasar yang rendah. Rendahnya pangsa pasar Distro Cosmic disebabkan oleh turunnya jumlah pembelian yang dilakukan oleh konsumen

**4.Analisis data**

Setelah dilakukannya wawancara dan pengujian terhadap data primer dan sekunder maka, langkah selanjutnya adalah dengan melakukan analisa dan pembahasan dari hasil uji dan wawancara yang telah dilakukan.

Menurut Sugiyono (2020:131) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori,menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| BULAN | 2016 | 2017 |
| JANUARI | RP .118.637.000 | RP. 109.428.539 |
| FEBRUARI | RP. 105.332.500 | RP. 131.972.637 |
| MARET | RP. 163.820.000 | RP. 182.932.629 |
| APRIL | RP. 151.547.500 | RP. 98.768.581 |
| MEI | RP. 208.449.500 | RP. 288.367.961 |
| JUNI | RP.180.354.500 | RP. 122.381.800 |
| JULI | RP. 177.653.000 | RP. 215.284.30 |
| AGUSTUS | RP. 172.882.500 | RP.159.759.900 |
| SEPTEMBER | RP. 189.812.500 | RP. 202.524.552 |
| OKTOBER | RP. 155.339.500 | RP. 169.379.800 |
| NOVEMBER | RP. 168.117.500 | RP. 148.334.000 |
| DESEMBER | RP. 152.252.500 | RP. 182.822.000 |
| JUMLAH | RP. 2.044.198.500 | RP. 2.011.956.699 |
|  |  |  |

jumlah pendapatan yang di peroleh Distro Cosmic cenderung mengalami penurunan. Peningkatan penjualan paling tinggi terjadi pada bulan mei dengan pendapatan sebesar Rp. 288.367.961. Hal ini dikarenakan pada bulan mei bertepatan dengan bulan ramadhan sehingga transaksi pembelian meningkat pesat. Sedangkan penurunan penjualan terjadi pada bulan April dengan pendapatan sebesar Rp. 98.768.581. Hal tersebut dikarenakan semakin banyak distro di kota Bandung dengan bermacam-macam persaingan yaitu diwarnai dengan bermacam produk, desain produk yang menarik dan juga kualitas bahan dan sablon yang terbaik.Tabel data pendapatan penjualan ini adalah untuk mengetahui masalah keputusan pembelian karena jumlah pendapatannya yang cenderung menurun.Tidak mudah bagi Distro Cosmic bersaing ditengah banyaknya usaha sejenis yang sama. Terbukti dari dampak pesatnya pesaing dan pertumbuhan pesaing berpengaruh secara langsung terhadap penurunan hasil pendapatan pada Distro Cosmic.

**5.Penentuan alternatif alternatif**

**6.pemilihan alternatif**

Pada bagian pemilihan alternatif ini, terdapat 3 alternatif yang diperkirakan dapat menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi oleh perusahaan .Alternatif terpilih, telah melalui tahap diskusi dengan stakeholder mengenai persetujuan kedua alternatif solusi yang akan diajukan, maka didapatkan alternatif solusi

**Akar Masalah**

Tidak adanya strategi pemasaran yang baik dan benar

**Solusi**

* Melakukan peningkatan pangsa pasar.
* Melakukanpermintaan konsumen mengenai harga, kualitas produk, brand, tangible dan pelayanan.
* Melakukan evaluasi baik secara internal (kualitas produk, lokasi, harga, kenyamanan toko, merk, kurangnya karyawan dan kurangnya penjualan pada marketplace l) dan eksternal (perkembangan model, kalah dalam bidang promosi, pesaing semakin banyak, dan perkembangan penjualan online)

**Faktor Pertimbangan**

* Memiliki akun sosial media yang dijangkau banyak orang.
* Memiliki E-commerce.
* Menambah SDM untuk mengelolah akun media sosial dan e-commerce

.

* mengeluarkan biaya untuk melakukan perombakan tempat
* Membutuhkan waktu dalam melihat hasil.
* Barang yang dijualkan merupakan barang produksi dan ritel.
* Melakukan kerjasama dengan pengusaha Sebidang
* Melihat secara langsung masalah internal dan eksternal yang dihadapi oleh perusahaan.

**Memutuskan**

Untuk meningkatkan penjualan terhadap brand cosmic kita harus meningkatkan kualitas produk, memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk, memberikan harga diskon di waktu tertentu, ,berikan pelayanan terbaik kepada konsumen dan melakukan inovasi baru .

**Implementasi dan mentoring**

**Evaluasi**

**KEPUTUSAN**

**DAFTAR PUSTAKA**

<https://duniapendidikan.co.id/definisi-masalah/>

(Sugiyono, 2019:455)

https://repository.umj.ac.id/9338/12/12.%20BAB%20III.pdf