

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini industri kreatif merupakan fokus pemerintah untuk mengembangkan dan membenahi dari berbagai faktor dari hulu dan hilir mulai dari sumber daya manusia dan ekosistem. Menurut Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (2018) bahwa ekonomi kreatif adalah paradigma ekonomi baru yang mengandalkan gagasan, ide, atau kreatifitas dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya.

Persaingan di dunia industri konveksi ini membuat perusahaan harus lebih extra memutar otak dan mengeluarkan ide baru yang kreatif serta inovatif dalam memproduksi produknya. Perusahaan juga harus pintar dalam mengelola sumber daya manusia yang handal untuk kemajuan konveksinya tersebut. perusahaan mengadakan kegiatan produksi untuk memenuhi permintaan pasar tujuan dan untuk memenuhi permintaan ini perusahaan mengadakan kegiatan produksi tersebut dengan melengkapi fasilitas-fasilitas produksi, antara lain ada bahan baku, mesin, tenaga kerja, dan lain-lain. Semua fasilitas produk pastinya mempunyai kapasitas yang terbatas dan banyak membutuhkan biaya maka jika perusahaan tidak pandai dalam mengelola fasilitas produksi akan membuat perusahaan tidak dapat mencapai target produksi yang diinginkan serta terjadinya pemborosan biaya produksi. Dalam hal ini terjadilah masalah dalam pengalokasian sumber daya yang terbatas diantara kapasitas yang bersaing.

Penggunaan sumber daya manusia merupakan sasaran yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan pada suatu perusahaan. Sumber daya tersebut menjadi penggerak semua kegiatan yang ada di sebuah perusahaan apalagi pada industri konveksi ini. Karena sumber daya manusia nya harus memiliki kehandalan dan pengetahuan dalam perkembangan zaman demi meningkatkan produktivitas yang lebih baik. Sumber daya utama dalam ekonomi kreatif adalah kreativitas, yaitu kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik. Namun selain kreatifitas, unsur lain yang dianggap penting untuk menunjang ekonomi kreatif adalah nilai tambah. Nilai tambah ini dapat dilihat dari adanya peningkatan kualitas produk dari segi nilai dan ekonomi.

Pemerintah telah menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional (Rindekraf) Tahun 2018-2025. Peraturan tersebut diharapkan menjadi arah pedoman pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia yang kini tengah menjadi fokus.

Industri konveksi merupakan salah satu industri penghasil pakaian yang berupa kaos, kemeja, jaket, celana, pakaian kerja sampai ke pakaian olahraga. Umumnya, konveksi ini mempergunakan bahan baku berupa tekstil dari bermacam-macam jenis seperti katun drill, polyester, tc, cvc, spandex dan bahan sintesis lainnya. Pada perusahaan konveksi mempunyai alat-alat yang biasanya digunakan yaitu berupa meja dan mesin potongan, mesin jahit, alat dan meja sablon, serta komputer untuk mendesain.

Kemajuan teknologi komputer sebagai pendukung terciptanya suatu informasi yang akurat, relevan dan tepat waktu menjadi kebutuhan pokok bagi

perusahaan, baik perusahaan manufaktur, dagang maupun jasa. Peranan teknologi dalam berbagai aspek kegiatan perusahaan sangat diperlukan, karena dengan adanya teknologi komputer dapat membantu karyawan dalam menyelesaikan tugas-tugasnya. Salah satu teknologi yang dibutuhkan yaitu untuk mendukung kelancaran suatu perusahaan serta membantu pimpinan dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi konveksi

Industri konveksi ini adalah industri kecil skala rumah tangga yang mana Secara luas, industri konveksi ini masuk dalam kategori Industri Tekstil dan Produk Tekstil yang disingkat menjadi industri TPT Indonesia. Industri ini terdiri atas beberapa jenis industri yang membentuk sebuah struktur dari hulu ke hilir. Rangkaian mencakup industri serat dan benang (*fiber*), pemintalan, penenunan dan perajutan, persetakan atau pengecapan serta industri pakaian jadi (*garmen*). Industri pemintalan dan penenunan sudah ada semenjak zaman belanda di Indonesia.

Pencapaian trend positif dari industri konveksi khususnya produk pakaian jadi tersebut diperkirakan nantinya akan mengalami peningkatan dari tahun ke-tahun, hal ini menjadi daya tarik para pelaku bisnis untuk berlomba-lomba membuka usaha dibidang konveksi dikarenakan industri konveksi memiliki prospek yang bagus dilihat dari segi konsumen maupun profit. Untuk itu dalam menciptakan sebuah produk, produsen harus memperhatikan kualitas produk. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan industri.

Angka pertumbuhan konveksi di Indonesia Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada 3 bulan pertama tahun ini produksi industri pakaian jadi

tumbuh sebesar sebesar 29,19% secara tahunan. Sementara, secara q-t-q sektor ini tumbuh sebesar 8,79%, kedua tertinggi setelah industri furnitur. Ernovian G. Ismy, Sekretaris Jenderal Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API), mengkonfirmasi pertumbuhan produksi pada kuartal I/2019 tersebut. Menurutnya, saat ini permintaan produk pakaian jadi terus meningkat, ia juga menyatakan Ernovian G. Ismy, Sekretaris Jenderal Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API), mengkonfirmasi pertumbuhan produksi pada kuartal I/2019 tersebut. Menurutnya, saat ini permintaan produk pakaian jadi terus meningkat.

Industri kreatif di Kota Padang ini selalu kalah dari industri di bandung pasalnya industri kreatif ini berpotensi lebih berkembang pada kota-kota besar dan umumnya pada kota yang telah dikenal, hal ini terkait dengan ketersediaan sumber daya manusia yang handal dan juga tersedianya jaringan pemasaran yang lebih baik dibanding kota-kota kecil. Namun demikian, hal itu tidak menutup kemungkinan kota-kota kecil di Indonesia untuk mengembangkan ekonomi kreatif.

Rama Production merupakan salah satu konveksi besar yang ada di kota padang yang beridiri pada tahun 2019. Rama Production sendiri memproduksi pakaian seperti kaos,sablon,bordir dan juga kemeja. Berdasarkan pengamatan dilokasi diperoleh berbagai fakta bahwa usaha konveksi Rama Production memiliki beberpa kelebihan, antara lain pemilik konveksi ini berperan sebagai manajernya, yang mana pengelolaannya seperti pengelolaan sumber daya manusia, pengelolaan produksi, pengelolaan keuangan, pengelolaan pemasaran dan lain sebagainya ialah menjadi tanggung jawab pemilik tersebut. Seperti informasi yang di dapatkan bahwa pada saat terjadinya permasalahan penurunan pendapatan akibat covid-19 di

tahun 2020 Rama Production harus memikirkan cara bagaimana usaha yang baru di rintisnya dapat tetap berjalan walaupun terjadinya covid-19 yaitu dengan cara Rama Production memproduksi masker dari bahan kain yang secara tidak langsung banyak orang yang membeli, karena pada saat itu pula masker mulai langka dan sangat susah di dapatkan, banyak masyarakat juga beralih ke masker kain. Walaupun industri konveksi Rama Production menghadapi perkembangan yang terus meningkat, konveksi ini tidak luput dari masalah-masalah yang terjadi, masalah yang biasa bermunculan berupa sulit dalam mencari sumber daya manusia yang handal dalam bidang tersebut, mesin rusak ketika permintaan produksi berlangsung, masalah dalam pengiriman bahan baku,serta hambatan yang terjadi bisa berupa pada lemahnya permodalan dimana jika tidak terdapat modal makan otomatis produksi mengalami penurunan.

Setiap industri yang bergerak dalam dunia usaha mewajibkan untuk menghasilkan keuntungan yang tinggi dari biasanya, agar bisa tumbuh serta berkembang dan sanggup bersaing dan bertahan hidup. Dengan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor baik yang berasal dari dalam maupun luar perusahaan ataupun industri yang berkaitan. Hal ini sangat dipengaruhi oleh ketentuan peletakan tenaga kerja maupun modal yang dimanfaatkan oleh industri yang berkaitan mencapai keuntungan yang sangat tinggi. Industri dalam menjalankan operasinya dan kelancaran bisnisnya membutuhkan modal yang relatif besar terutama untuk membiayai aktiva, baik aktiva lancar maupun aktiva tetap. Maka cenderung industri dalam mengatasi permasalahan modal tersebut selain memanfaatkan modalnya sendiri dan mendapatkan dana dari luar perusahaan (**Bara & Bara, 2021**).

Salah satu kegiatan untuk mengembangkan konveksi ini ialah dengan menaikkan kualitas produk konveksi tersebut. Oleh karena itu sudah semestinya para pelaku bisnis di bidang ini lebih memperhatikan kualitas produksi supaya menjadi daya Tarik bagi konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Untuk menciptakan kualitas agar sesuai dengan standar yang telah ditetapkan yaitu melakukan sistem pengendalian kualitas yang mempunyai tujuan jelas dan tepat. Pengendalian kualitas sangat penting untuk dilaksanakan supaya perusahaan dapat mengetahui terjadinya penyimpangan dalam proses produksi yang akan menimbulkan kecacatan. Tujuannya untuk meminimalkan dan mencegah terjadinya kecacatan.

Menurut salah satu konsumen Rama Production yaitu Rizky beliau mengungkapkan bahwa kualitas produk yang ada pada Rama Production itu lebih bagus, bahan dingin, tebal dan tahan lama dibandingkan di tempat lain, sehingga konsumen tersebut melakukan keputusan pembelian terhadap produk yang ada pada Rama Production. Maka dari itu Rama production harus menjaga kepuasan pelanggannya supaya terus melakukan pembelian ulang.

Menurut **Supriyadi et al., (2017)** Keputusan pembelian ulang merupakan pengembangan dari teori keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian ulang tercipta setelah konsumen melakukan serangkaian proses pembelian konsumen, yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku paska pembelian. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan.

Menurut **Hikmah, (2020)** Kualitas produk yaitu sebagai Kemampuan suatu produk untuk menunjukkan fungsinya. Konsumen sendiri memiliki pandangan yang membentuk sebuah preferensi dan sikap yang akan berpengaruh pada keputusan membeli terhadap kualitas produk.

Kualitas pelayanan ini merupakan hal yang sangat penting demi keberlangsungan kehidupan usaha yang sedang di jalankan, dengan pelayanan yang baik maka konsumen bisa melihat sisi yang positif dari perusahaan tersebut sehingga dalam pembeliannya pun konsumen menjadi lebih senang. Kualitas pelayanan sendiri merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (**Firdiyansyah, 2017**).

Kepuasan pelanggan juga menjadi hal yang sangat baik bagi perusahaan, jika konsumen merasa puas ia akan terus melakukan pembelian di tempat tersebut dan juga menjadi nilai tambah agar usaha kita banyak diminati. Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) terhadap pembelian tergantung pada kinerja nyata sebuah produk, relatif terhadap harapan pembeli, sehingga kepuasan pelanggan menjadi acuan bagi keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian secara berulang dalam jangka waktu tertentu dan mempunyai sikap positif terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, dengan begitu kepuasan pelanggan hendaknya harus di perhatikan setiap perusahaan (**Dharmayana & Rahanatha, 2017**).

Untuk melihat banyaknya permintaan atau penjualan produk pada Rama production berikut ini dapat dilihat pada tabel 1.1 dalam jumlah buah :

Tabel 1. 1
Data permintaan / penjualan produk Rama Production
Tahun 2021

No	Bulan	Kaos	Sablon	Bordir	Kemeja
1	Januari	96	118	73	85
2	Februari	79	107	55	98
3	Maret	37	113	23	53
4	April	63	99	87	41
5	Mei	81	103	43	63
6	Juni	27	115	61	59
7	Juli	77	89	99	70
8	Agustus	68	107	71	85
9	September	89	90	66	91
10	Oktober	57	101	61	74
11	November	95	109	44	79
12	Desember	41	73	21	65
	Total	810	1.224	704	863

(Sumber : *Rama Production*)

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah permintaan (dalam buah) pada konveksi rama production mengalami naik turun dari bulan Januari sampai Desember 2021 tidak stabil. Pada bulan Januari sampai Desember jumlah permintaan baju kaos sebanyak 810 buah, kemudian pada bulan Januari sampai Desember permintaan sablon sebanyak 1.224 buah, kemudian pada bulan Januari sampai Desember permintaan border sebanyak 704 buah, sedangkan untuk permintaan kemeja pada bulan Januari sampai Desember sebanyak 863 buah. Hal

seperti ini mungkin terjadi akibat beberapa faktor yang menyebabkan sehingga terjadi fluktuasi terhadap jumlah permintaan pada konveksi Rama Production, beberapa faktor ini bisa dalam bentuk pelayanan, bisa dalam bentuk kualitas produk, persaingan maupun faktor promosi yang masih kurang dan kualitas sumber daya manusianya yang susah serta beberapa faktor seperti pada masalah mesin rusak dan lain sebagainya.

Untuk terus meningkatkan permintaan produksi pada konveksi Rama Production agar semakin berkembang hendaknya terus gencar meningkatkan pelayanan, meningkatkan strategi untuk lebih mampu bersaing serta melakukan promosi terus menerus terhadap produk yang dijual. Dari beberapa faktor yang bisa menjadi penyebab hal tersebut Rama Production harus melakukan evaluasi Kembali kepada pelanggan yang pernah membeli produknya agar masalah tersebut bisa cepat terselesaikan.

Dalam hal ini penulis ingin melihat bagaimana perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian ulang kembali pada suatu produk yang sebelumnya sudah ia beli, apakah konsumen melihat dari segi kualitas produknya, pelayanannya atau sebagainya.

Menurut **Kotler, (2020)** perilaku konsumen merupakan ilmu tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi untuk memilih, membeli, dan menggunakan serta mendapatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Produk Dan**

Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening “(Studi Kasus Pada Konsumen Konveksi Rama Production Kota Padang)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas yang telah dibahas maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Jika melihat pada tabel 1.1 terjadinya fluktuasi jumlah permintaan produk di konveksi Rama Production.
2. Terjadinya penurunan jumlah permintaan produk yang disebabkan oleh kualitas produk yang belum mampu menarik pelanggan.
3. Turunnya jumlah permintaan produk yang disebabkan oleh kualitas pelayanan yang belum maksimal.
4. Sumber daya manusia (SDM) susah dicari yang ahli dalam bidang tersebut.
5. Persaingan industri di Padang masih kalah dengan industri konveksi di Bandung.
6. Kurangnya promosi yang dilakukan Rama Production tentang industri konveksinya.
7. Kurangnya evaluasi terhadap pelanggan yang membeli produknya.
8. Terdapat dampak penurunan yang disebabkan oleh kendala mesin rusak saat produksi.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah perlu dilakukan untuk menghindari penyimpangan maupun pelebaran masalah pokok dengan demikian agar terfokusnya penelitian ini maka penulis akan membatasi masalah ini dengan kualitas produk (X1), dan kualitas pelayanan (X2) sebagai variabel bebas, keputusan pembelian ulang (Y) sebagai variabel terikat dan kepuasan pelanggan (Z) dengan objek konveksi Rama Production di Kota Padang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada konveksi Rama Production ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada konveksi Rama Production?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang pada konveksi Rama Production?
4. Bagaimana kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang pada konveksi Rama Production ?
5. Bagaimana kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan pada konveksi Rama Production?
6. Bagaimana kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan pada konveksi Rama production?

7. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian ulang pada konveksi Rama Production?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang, rumusan masalah tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada konveksi Rama Production.
2. Untuk menganalisis pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada konveksi Rama Production.
3. Untuk menganalisis pengaruh faktor kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang pada konveksi Rama Production.
4. Untuk menganalisis pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang pada konveksi Rama Production.
5. Untuk menganalisis pengaruh faktor kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan pada konveksi Rama Production.
6. Untuk menganalisis pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan pada konveksi Rama Production.
7. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian ulang pada konveksi Rama Production.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam penerapan ilmu manajemen pemasaran khususnya tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi Kasus Pada konsumen Konveksi Rama Production Kota Padang). Serta untuk berfikir secara ilmiah dan mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan di Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.

2. Bagi Perusahaan

Peneliti berharap dari hasil penelitian ini akan bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan masukan yang nantinya menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk memecahkan masalah serta pengembangan bagi perusahaan tersebut.

1.6.2 Manfaat Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi pihak lain dalam menghadapi permasalahan yang sama khususnya permasalahan pada kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta keputusan dalam pembelian ulang. Penelitian ini juga dapat menjadi media pembelajaran secara nyata dan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan.