

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

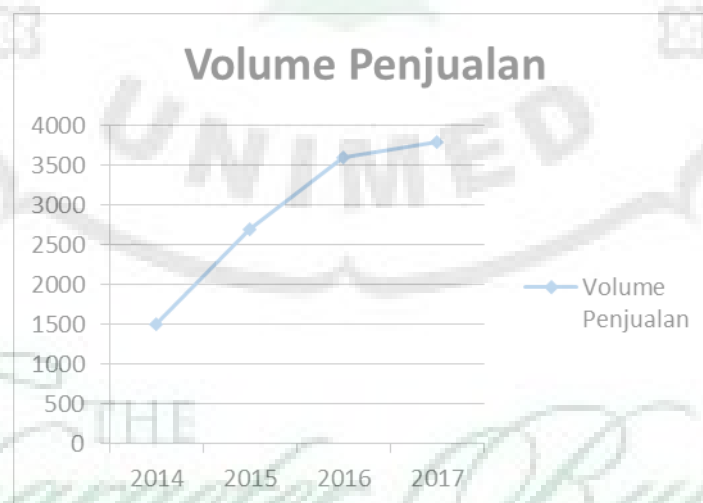
Kaos merupakan produk yang sudah lama dikenal masyarakat dan dikenakan oleh berbagai kalangan masyarakat mulai dari anak-anak maupun orang dewasa. Tidak sedikit masyarakat yang memperhatikan desain kaos yang ingin di beli, sehingga ketika seseorang ingin menawarkan produk kaos harus bisa memberikan inovasi yang bagus untuk produk tersebut.

Beberapa toko kaos biasanya sudah menentukan desain kaos yang ingin mereka pasarkan sebagai target pasar mereka, Cok Ko Tengok Medan (CKT) memberikan sebuah inovasi pada desain kaos yang terfokus pada desain budaya batak seperti ornamen batak serta tulisan-tulisan bahasa batak yang tujuan utamanya adalah menawarkan kaos kepada kalangan masyarakat batak, seperti kaos cak cuk dari surabaya dan kaos joger dari bali, selain menjadi kebutuhan untuk dipakai sehari-hari kaos batak ini memberikan desain yang mencerminkan identitas pengguna.

Desain kaos bertemakan budaya batak di kota Medan tidak hanya dipasarkan oleh CKT saja melainkan ada beberapa pesaing yang juga menawarkan desain budaya batak antara lain BK (Batak Kaos) dan Karo kaos. Untuk membuat konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan sebuah usaha harus memperkenalkan sebuah keunggulan yang terdapat pada produk yang mereka miliki, CKT dengan kaos yang bertemakan budaya batak berpandangan

bahwa apa yang menjadi nilai-nilai ataupun motif yang terdapat dalam kaos dapat memikat masyarakat untuk membeli kaos tersebut, jadi Literasi etnis batak yang terkandung pada desain kaos CKT dapat memicu masyarakat yang mengerti ataupun paham mengenai makna serta gambar dan tulisan yang terkandung dalam desain kaos untuk membeli kaos tersebut.

CKT juga mengalami perkembangan dimana pada awal berdirinya yakni berada di Pematang Siantar kemudian di beberapa kota seperti Medan, Bandung dan Batam. Hal ini menunjukkan masyarakat batak yang tersebar di berbagai daerah melihat bahwa CKR merupakan kaos yang cukup memikat perhatian, selain itu dari total volume penjualan CKT Medan juga mengalami kenaikan setiap tahunnya.



Gambar 1.1

Volume penjualan kaos batak Cok Ko Tengok Medan

Sumber : Pemilik Toko

CKT bukan satu-satunya kaos yang menawarkan desain budaya batak maka dari itu ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yakni harga, kualitas dan promosi. CKT harus mampu bersaing dengan pesaingnya. Harga mempunyai peranan penting untuk sebuah usaha, karena harga mempunyai pengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya, harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan pandangan konsumen atas nilai dan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut oleh karena itu penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian yang besar dari perusahaan. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk tertentu akan dijatuhkan pada produk tersebut.

Kualitas produk merupakan pertimbangan konsumen dalam mengambil sebuah keputusan apakah konsumen merasa tertarik dengan produk yang ditawarkan, Kaos merupakan Produk yang sangat di perhatikan kualitasnya oleh konsumen maka CKT harus mampu memberikan kualitas kaos bernuansa adat batak yang lebih baik dari pesaingnya seperti bahan baku kaos lebih nyaman di pakai ataupun tidak mudah luntur agar konsumen meletkkan pilihan kepada kaos CKT sebagai kaos yang memiliki kualitas yang baik dari pesaingnya, kualitas Produk adalah strategi penting bagi sebuah usaha dalam memenangkan persaingan. Setiap usaha berusaha untuk meningkatkan kualitas produk yang terbaik. Setelah itu perusahaan perlu memikirkan bagaimana strategi promosi yang baik untuk produk yang mereka punya, karena tidak semua metode promosi

sesuai untuk setiap produk jadi perlu dipertimbangkan apa yang menjadi nilai tawar pada produk untuk di promosikan.

Promosi merupakan upaya memberitahukan atau menawarkan produk dengan tujuan menarik konsumen, sebuah usaha harus jeli menetapkan metode pemasaran yang dapat menarik pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan, dalam melaksanakan promosi perusahaan berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan meningkatkan pasar atas perusahaan dan produknya agar membeli produknya. Untuk itulah promosi menjadi hal penting yang harus dilakukan oleh sebuah usaha dalam mengkomunikasikan produk yang dihasilkan melalui beberapa media promosi yang ada. Di masa sekarang media sudah menjadi alat promosi yang banyak digunakan oleh banyak perusahaan untuk memberitahukan produk yang mereka punya, dalam menentukan strategi promosi yang baik perusahaan harus melihat apa yang menjadi kebutuhan konsumen, CKT melakukan beberapa metode promosi baik berupa media sosial ataupun media cetak seperti spanduk yang di isi oleh gambar-gambar artis yang mengenakan kaos CKT.

Literasi merupakan pemahaman seseorang mengenai informasi yang dia dapatkan dengan membaca dan menulis, literasi juga mencakup melek visual yang artinya kemampuan untuk mengenali dan memahami ide-ide yang disampaikan secara visual (adegan, video, gambar). CKT Medan menawarkan kaos yang bertemakan adat dan budaya batak kepada masyarakat, tentunya hal ini diharapkan dapat memikat masyarakat untuk membeli produk mereka dengan harapan masyarakat tertarik ataupun paham mengenai desain yang mereka tawarkan.

Literasi etnis batak yang dimaksudkan adalah bagaimana seseorang itu memahami nilai-nilai, moto serta motif budaya batak yang terkandung pada kaos CKT. Gambar dibawah merupakan desain dari kaos CKT dan makna dibalik desain kaos tersebut.



Gambar 1.2

Desain Kaos Batak CKT dengan konsep Gorga ulu paung

Sumber: wahid julaihi dalam arsitektur dan sosial budaya sumatera utara halaman 90

Gorga ulu paung merupakan lambang keperkasaan untuk melindungi manusia seisi rumah. Ulu paung berbentuk muka raksasa setengah manusia dan setengah hewan. CKT menawarkan nuansa budaya yang terkandung dalam desain kaos yang mereka miliki, pemilik toko sendiri ingin memberikan kesan budaya yang begitu melekat pada kaos tersebut, pemilik berupaya nilai-nilai budaya yang terkandung dalam desain kaos batak tersebut dapat memberikan kesan etnis kepada konsumen, pemilik beranggapan kemampuan konsumen akan literasi etnis batak yang terkandung pada kaos CKT baik dari segi motif kaos, warna kaos maupun pesan yang disampaikan pada desain kaos tersebut dapat memberikan dampak yang positif untuk pembelian kaos CKT.

Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul “ **Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Literasi Etnis Batak terhadap Keputusan pembelian Kaos Batak di Toko Cok Ko Tengok Medan** “

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka identifikasih masalah dalam penelitian ini meliputi :

1. Bagaimana Harga kaos batak CKT berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Bagaimana Kualitas Produk Kaos batak CKT berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Bagaimana Promosi Kaos batak CKT berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
4. Bagaimana Literasi Etnis Batak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.
5. Bagaimana pengaruh Harga, Kualitas produk, Promosi dan Literasi Etnis Batak mempengaruhi Keputusan Pembelian Kaos Batak di Toko Cok Ko Tengok Medan.
6. Bagaimana Kaos batak CKT dikenal oleh masyarakat di kota Medan.

1.3 Pembatasan Masalah

Oleh karena adanya keterbatasan waktu dan tenaga peneliti dan untuk menghindari terjadinya pengembangan masalah, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti, sehingga mencapai tujuan yang diinginkan.

Adapun batasan masalah yang dimaksud berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Literasi Etnis Batak terhadap Keputusan Pembelian Kaos Batak di Toko Cok Ko Tengok Medan”.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang diuraikan diatas, maka dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut “Apakah terdapat pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Literasi Etnis Batak terhadap Keputusan pembelian Kaos batak di Toko Cok Ko Tengok Medan.

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Permasalahan diatas dapat dirumuskan tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Literasi Etnis Batak terhadap Keputusan pembelian Kaos batak di Toko Cok Ko Tengok Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat :

1. Bagi Peneliti, dapat menambah Pengetahuan dan wawasan penulis khususnya mengenai Pengaruh Harga, Kualitas produk, Promosi dan

Literasi Etnis Batak terhadap Keputusan Pembelian Kaos batak di Toko Cok Ko Tengok Medan

2. Bagi Perusahaan, Sebagai bahan masukan dan informasi tambahan bagi usaha Kaos Batak Cok Ko Tengok Medan tentang bagaimana pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Literasi Etnis Batak terhadap Keputusan pembelian.
3. Bagi Universitas Negeri Medan, untuk menambah literatur kepustakaan di bidang penelitian mengenai pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Literasi Etnis Batak terhadap pembelian.
4. Bagi Peneliti lanjutan, sebagai bahan refrensi untuk melakukan penelitian dibidang yang sama pada masa yang akan datang