

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan fashion saat ini mengalami perkembangan yang pesat dan beragam. Gaya berpakaian, mulai dari pakaian hingga sepatu, telah menjadi bagian dari kehidupan sosial masyarakat modern berdasarkan diferensiasi sosial. Sebenarnya fungsi sepatu adalah untuk melindungi kaki, namun selain merek, harga dan kualitasnya juga menjadi faktor penting dalam membeli sepatu. Dengan berbagai banyaknya sepatu yang diproduksi oleh berbagai brand ternama, orang menggunakan merek sepatu tertentu sebagai identitas mereka sendiri sehingga membuatnya terlihat lebih besar dibandingkan sepatu lainnya. Hal inilah yang membuat banyak orang saat ini berlomba-lomba mencari sepatu *branded* di berbagai pusat perbelanjaan baik itu di mall atau pasar tradisional. Untuk memakai sepatu dengan merk ternama, bahkan ada yang tidak peduli apakah sepatu tersebut baru atau sepatu bekas, yang penting masyarakat bisa menggunakan sepatu yang simbolis dan ikonik (Muhammad Manarul, 2022).

Akhir-akhir ini telah banyak bermunculan *thrift shop* yang menjual barang bekas salah satunya adalah sepatu, hal ini membuat sebagian orang lebih tertarik dengan sepatu bekas original dibandingkan dengan sepatu baru original. Sepatu *thrift* atau sepatu bekas merupakan salah satu produk fashion yang semakin populer di kalangan konsumen di Indonesia. Bagi beberapa orang sepatu bekas

merupakan alternatif untuk memenuhi kebutuhan fashion yang bermerek dengan harga yang terjangkau. Sepatu *thrift* menjadi pilihan menarik bagi konsumen yang mencari produk fashion yang unik, terjangkau dan berkelas (Farah dan Muhammad, 2022). Saat ini telah banyak bermunculan toko sepatu *thrift* di Medan, salah satunya adalah toko Hukum *Sneakers*, di Jl. Ayahanda, No.11, Medan Petisah. Toko ini menjual berbagai merek sepatu yang bermerek dan original, seperti Nike, Adidas, New Balance dan Unitsuka Tiger dengan berbagai tipe yang berkualitas dan harga yang beraneka ragam.

Salah satu tujuan dari suatu usaha adalah mencapai volume penjualan. Karena dengan tercapainya volume penjual dapat menentukan perkembangan suatu usaha (Kamaludin, 2017). Menurut Stapleton (2016) mengatakan bahwa volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan dalam bentuk kuantitatif dari segi fisik atau volume. Untuk mencapai volume penjualan toko Hukum *Sneakers* harus memperhatikan kualitas produk dan harga sebagai salah satu strategi pemasaran toko, di tengah banyaknya persaingan yang sejenis di Medan.

Tabel 1.1 Volume Penjualan Sepatu Thrift Toko Hukum Sneakers Bulan Januari – Desember 2023

No.	Bulan	Target Penjualan	Penjualan	Persentasi Capaian Penjualan
1.	Januari	100 pcs	48 pcs	48%
2.	Februari	100 pcs	47 pcs	47%
3.	Maret	100 pcs	39 pcs	39%
4.	April	100 pcs	95 pcs	95%
5.	Mei	150 pcs	76 pcs	50%

No.	Bulan	Target Penjualan	Penjualan	Persentasi Capaian Penjualan
6.	Juni	150 psc	104 psc	69%
7.	Juli	150 psc	96 pcs	64%
8.	Agustus	150 psc	61 pcs	40%
9.	September	250 pcs	83 pcs	33%
10.	Oktober	250 pcs	127 psc	50%
11.	November	250 pcs	154 pcs	61%
12.	Desember	250 pcs	228 pcs	91%

Sumber: Instagram Toko Hukum *Sneakers*, 2023.

Dari tabel 1.1 diatas, dapat diketahui bahwa penjualan di toko Hukum *Sneakers* telah menetapkan target penjualan di bulan Januari-April sebanyak 100 pcs, tetapi pencapaian penjualan tertinggi hanya 95 pcs di bulan April. Bulan Mei-Agustus target penjualan sebanyak 150 pcs, tetapi pencapaian penjualan tertinggi hanya 104 pcs di bulan Juni. Bulan September-Desember target penjualan sebanyak 250 pcs tetapi target penjualan tertinggi hanya 228 di bulan Desember. Dapat di simpulkan bahwa penjualan di toko selama setahun tidak mencapai target penjualan. Untuk meningkatkan volume penjualan produknya, maka pemilik usaha harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan itu sendiri yang diantaranya adalah kualitas produk dan harga (Ghazali,2022).

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Farah (2021) Volume penjualan sangat penting untuk membangun profitabilitas pengelolaan usaha, salah satu daya tarik konsumen adalah barang yang ditawarkan berkualitas tinggi, pedagang harus menggunakan produk yang berkualitas tinggi, karena barang tersebut diperdagangkan dan pedagang harus menggunakan produk yang berkualitas tinggi serta dipromosikan kepada calon pembeli. Persaingan

dizaman sekarang ini usaha dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing (Defrizal, 2022).

Menurut Kotler dkk (2016), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, kemampuan ini mencakup daya tahan, keandalan dan keakuratan yang dicapai oleh keseluruhan produk. Berdasarkan definisi di atas, kualitas merupakan suatu hal yang penting dalam kegiatan penjualan, sehingga harus diperhatikan agar dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen, sehingga konsumen mempercayai produk yang dihasilkan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Farah (2021) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan suatu faktor yang membuat produk tersebut memiliki nilai dan layak untuk diproduksi. Berdasarkan hasil observasi kualitas produk yang ditawarkan oleh toko Hukum *sneakers* layak pakai, tetapi beberapa produk tersebut kurang bersih, ada beberapa tali sepatu yang telah diganti ke tali yang tidak original, tapak sepatu yang sudah mulai menipis dan ada beberapa insol sepatu yang tidak original. Dengan demikian peneliti menduga bahwa volume penjualan di toko Hukum *Sneakers* tidak mencapai target karena kualitas produk dari toko Hukum *Sneaker* kurang bagus, oleh karena itu perlu diteliti pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan di toko sepatu Hukum *Sneakers*.

Dapat diduga juga volume penjualan di toko Hukum *Sneakers* tidak stabil karena harga yang ditawarkan terlalu tinggi di bandingkan dengan toko lainnya yang sejenis. Menurut Kotler dkk (2019) harga merupakan “Jumlah yang harus

dibayar pelanggan untuk membeli produk. Harga menjadi suatu isyarat konsumen dalam kegiatan persepsi, dimana harga akan memberikan pengaruh penilaian pada suatu produk yang ditawarkan. Jika barang yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi tentu saja konsumen akan bersedia membayar dengan harga yang tinggi, sebaliknya jika produk yang ditawarkan tidak memiliki kualitas yang tinggi maka konsumen akan membayar dengan harga yang tidak terlalu mahal (Toto, 2021).

Tabel 1.2 Perbandingan Harga Sepatu Thrift Di Toko Hukum Sneakers dengan Toko Som Sneakers

Merek	Range harga di toko Hukum Sneakers	Range harga di toko Som Sneakers
Nike	Rp300.000-Rp700.000	Rp200.000-Rp650.000
New Balance	Rp600.000-Rp1.000.000	Rp450.000-Rp600.000
Onitsuka Tiger	Rp350.000-Rp700.000	Rp300.000-Rp600.000
Adidas	Rp300.000-Rp750.000	Rp200.00-Rp700.000

Sumber: Toko Hukum Sneakers dan Som Sneakers, 2023.

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa harga yang ditawarkan oleh toko Hukum Sneakers tersebut masih termasuk mahal, karena toko Som Sneakers memberikan harga yang lebih murah dan lebih terjangkau. Dengan demikian peneliti menduga bahwa volume penjualan di toko Hukum Sneakers tidak mencapai target dikarenakan harga yang ditawarkan terlalu mahal. Oleh karena itu penelitian tentang pengaruh harga terhadap volume penjualan penting untuk dilakukan.

Oleh sebab itu berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPATU *THRIFT* DI TOKO HUKUM SNEAKERS MEDAN**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut :

1. Volume penjualan di toko Hukum *Sneakers* tidak stabil dan tidak mencapai target penjualan
2. Harga produk yang ditawarkan di toko Hukum *Sneakers* lebih mahal menurut konsumen karena itu hanya barang *thrift*
3. Kualitas produk yang ditawarkan di toko Hukum *Sneakers* bagus dan layak pakai, oleh karena itu toko memberikan harga yang cukup tinggi

1.3 Batasan Masalah

Volume penjualan berkaitan dengan strategi pemasaran usaha. Oleh karena itu, penulis membatasi penelitian ini pada:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan sepatu *thrift* di toko Hukum *Sneakers* Medan
2. Pengaruh harga produk terhadap volume penjualan sepatu *thrift* di toko Hukum *Sneakers* Medan

3. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan sepatu *thrift* di toko Hukum *Sneakers* Medan

1.4 Rumusan Masalah

Dari beberapa uraian yang penulis kemukakan pada bagian latar belakang tersebut, penulis dapat merumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan sepatu *thrift* di toko Hukum *Sneakers* Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh harga produk terhadap volume penjualan sepatu *thrift* di toko Hukum *Sneakers* Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap volume penjualan sepatu *thrift* di toko Hukum *Sneakers* Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat diketahui tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan sepatu *thrift* toko Hukum *Sneakers*
2. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap volume penjualan sepatu *thrift* toko Hukum *Sneakers*
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap volume penjualan sepatu *thrift* toko Hukum *Sneakers*

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan mempunyai beberapa manfaat bagi penulis maupun pihak-pihak yang terkait. Adapun manfaat yang dapat diambil adalah:

1. Secara Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap ilmu pengetahuan dan wawasan tentang elemen harga dan kualitas produk.

2. Secara Praktis

1. Dari sudut pandang pedagang, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan atau evaluasi untuk mengambil keputusan dan kebijakan pedagang khususnya mengenai harga jual dan kualitas produk.

2. Bagi Penulis diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serta dapat menerapkan teori-teori perkuliahan ke dalam praktek dunia nyata.