

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Umum Perusahaan

Unionwell adalah produk yang didirikan di Indonesia sejak tahun 2012. Dalam “Sepeda Motor dan budaya *Vintage*” sebagai semangat dan “Musik dan Seni” sebagai jiwa, label Asia menawarkan serangkaian karya asli dengan tulisan tangan dan ilustrasi *Vintage* dalam ciri khas gaya Amerika Serikat (AS).

Unionwell berdiri dengan pemilik yang bernama Yudi Febriantoro dan David Bayu memiliki *passion* dan hobi yang sama yaitu dalam bidang *fashion* dan dunia motor mendirikan sebuah tempat dan *brand* yang bisa menggabungkan masyarakat atau komunitas dengan kegemaran yang sama. Tujuan awal didirikan tempat ini yaitu untuk menjadikan tempat *hangout* untuk para pecinta sepeda motor dari berbagai kalangan apapuntanpa melihat status apapun.



Gambar 1.1 Logo Unionwell
(sumber: Website Unionwell,2020)

Unionwell berlokasi di Jalan Progo No.1, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115. Unionwell Supply Co. dikembangkan menjadi tempat beraktivitas para pecinta motor kustom culture dengan dirancang artistic berkonsep vintage melalui ornament kayu, perabot motor klasik serta dekorasi hard lettering. Unionwell Supply Co. juga menjadi wadah yang bertujuan

mengkolektifkan kegiatan-kegiatan kreatif kostum *culture* Indonesia mulai dari *coffee shop*, *apparel riding gear*, *workshop space* bagi penggiat kreatif seperti *custom helmet*, *hand lettering*, *showroom* Royal Enfield serta *barber shop*.

1.1.2 Visi dan Misi Unionwell

a. Visi Unionwell

Selain mendirikan perusahaan di dalam bidang *fashion* dan dunia permotoran, Unionwell Sendiri memiliki tujuan dalam menjalan bisnis tersebut yang disampaikan dalam visi yaitu:

- 1) Unionwell sendiri ingin memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitarnya, yang tidak hanya berpotensi untuk menjadi besar, tapi juga punya *passion* yang sama terhadap sepeda motor.
- 2) Unionwell membuat karya yang terbaik untuk berbagi, dan bisa dinikmati semua orang

b. Misi Unionwell

Dalam upaya menerapkan visi yang telah dibuat oleh Unionwell sendiri, yaitu memberikan dampak positif bagi pecinta sepeda motor, dan pecinta *fashion* dalam bidang otomotif, maka langkah yang dapat dijalankan adalah sebagai berikut:

1) Misi Jangka Pendek

Misi jangka pendek yang akan dilaksanakan oleh Unionwell sendiri adalah membuka lebar dan menyambut antusias penggemar sepeda motor dan dunia *fashion* yang memiliki ketertarikan Bersama.

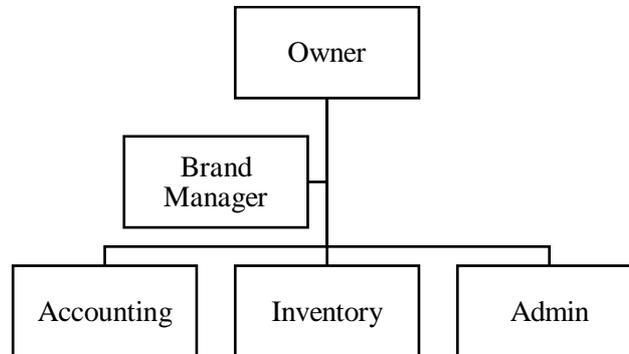
2) Misi Jangka Menengah

Misi jangka menengah menjadikan Unionwell sendiri memiliki nilai tersendiri bagi para pecinta sepeda motor dan *fashion* dengan konsep *vintage*.

3) Misi Jangka Panjang

Misi jangka panjang yaitu menciptakan suatu *brand* besar yang bisa dinikmati untuk segala kalangan baik pecinta sepeda motor atau bukan, dan bagi pencinta *fashion vintage* maupun kalangan umum. serta memberikan dampak positif bagi semua kalangan.

1.1.3 Struktur Organisasi pada Unionwell



Gambar 1.2 Struktur Organisasi Unionwell
(sumber: Unionwell, 2020)

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara setiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan. Dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan dan diinginkan. Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara satu dengan yang lainnya, serta bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dapat dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kepada siapa, jadi ada satu pertanggungjawaban apa yang akan dikerjakan.

Pada gambar 1.2 menjelaskan beberapa bagian struktur organisasi yang di terapkan dalam perusahaan Unionwell, dengan puncak tertinggi dipegang oleh *owner* yaitu pemilik perusahaan itu sendiri, bertugas untuk mengkoordinir seluruh anggota perusahaan agar bekerja sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh *owner* sehingga proses produksi dan penjualan berjalan dengan semestinya.

Selanjutnya yaitu *Brand Manager* bertugas sebagai bagian pemasaran produk yang diciptakan oleh Unionwell sendiri, selain itu bertugasmelakukan *Research and Development* (RnD)mengenai bagaimana menciptakan inovasi pada produk berdasarkan permintaan konsumen.

Accounting memiliki tugas yaitu mengatur keuangan perusahaan Unionwell, baik pengeluaran maupun pemasukan. Tugas lain yaitu mencatat seluruh daftar transaksi yang ada pada perusahaan, sehingga memiliki data tentang

penjualan pada perusahaan. *Accounting* sendiri memiliki peran yang sangat penting dalam perusahaan, karena dengan sumber dana yang ada perusahaan mampu mengambil keputusan berdasarkan data keuangan yang telah diolah dengan baik.

Sedangkan *Inventory* bertugas untuk mengatur persediaan barang di gudang perusahaan, agar tertata dengan rapi dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan, dan yang terakhir yaitu *Admin* yaitu yang memiliki tugas untuk selalu berhubungan dengan konsumen tiap saat, misalnya adalah *customer service* yang bertujuan menjadi jembatan perusahaan dengan konsumen agar selalu terhubung, *Admin* juga memiliki peran dimana membantu mempromosikan produk-produk terbaru yang sedang dijual di perusahaan.

1.1.4 Daftar Jenis Produk Unionwell

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa Unionwell sendiri memiliki beberapa katalog yang bisa diterima oleh konsumen, harga tersebut sudah disesuaikan dengan bahan materil yang memiliki standar tersendiri serta beberapa jasa lainnya seperti jasa *design*, jasa jahit, jasa biaya bahan mentah dan lain sebagainya.

Tabel 1.1 Daftar Produk Unionwell beserta harga

No	Jenis Produk	Kisaran Harga (dalam rupiah)
1.	T-Shirt	Rp 300.000 – 385.000
2.	Jacket	Rp 600.000 – 1.550.000
3.	Pants	Rp 1.950.000
4.	Sweaters	Rp 590.000
5.	Shirts	Rp 350.000 –450.000

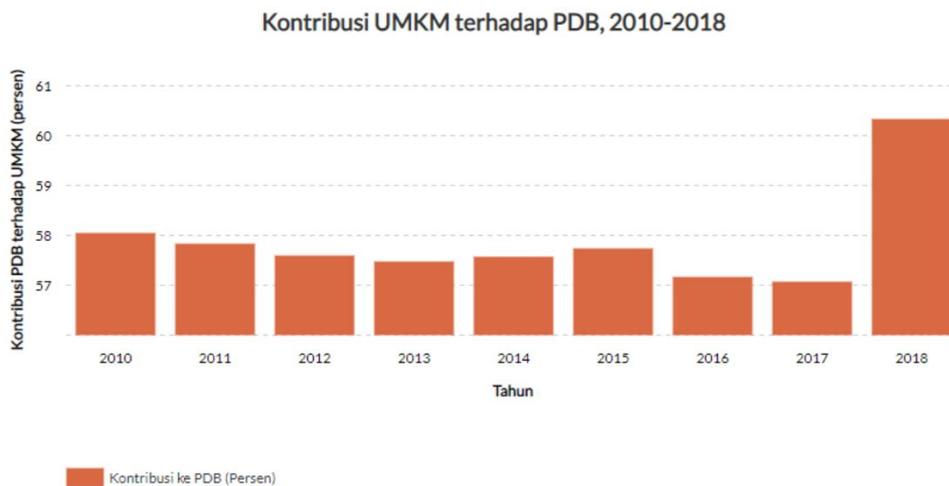
(sumber: Unionwell, 2020)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Penulis melakukan penelitian dengan objek tersebut, karena peneliti memiliki kecendrungan dengan *Brand* tersebut, dimana Unionwell sendiri menciptakan produk dengan beragam karakter dan *design* yang sesuai dengan para komunitas pecinta motor dan *fashion*. Penulis juga memiliki ketertarikan akan

brand tersebut karena penulis juga memiliki *passion* dan hobi dalam dunia permotoran.

Dengan berkembangnya bisnis *fashion* terutama UMKM menjadi salah satu hal yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia, pakaian adalah salah satu kebutuhan primer yang menjadi dasar kebutuhan manusia pada umumnya. Berdasarkan data survei dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan Badan Pusat Statistik (BPS). Ekonomi kreatif menyumbang 7,38 persen terhadap total perekonomian nasional pada tahun 2016, dan sektor Fashion berkontribusi sebanyak 18,15 persen yaitu berada pada posisi kedua setelah sektor kuliner.



Gambar 1.3 Kontribusi UMKM terhadap PDB 2010 – 2018
(sumber: kementerian koperasi dan usaha kecil menengah)

Dari gambar 1.3 dapat diketahui UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar dalam PDB (Pendapatan Domestik Bruto), hal ini terlihat pada pada tahun 2017 hanya sebesar 57 persen dan meningkat pada tahun 2018 menjadi 60,1 persen. UMKM ini memegang peranan penting dalam terbentuknya industri kreatif bagi masyarakat agar dapat bersaing dengan negara lain atau secara global.

Seperti yang telah diketahui bahwa Bandung merupakan salah satu kota dengan kreativitas yang sudah banyak dikenal masyarakat seluruh Indonesia, salah satunya banyak penggiat bisnis *fashion* yang menjadi daya tarik banyak orang untuk datang ke Kota Bandung. UMKM dapat membantu pemerintah menggenjot

pertumbuhan ekonomi nasional (Suryani Motik, 2018). Unionwell salah satu UMKM dalam bidang *fashion* yang memiliki konsep berpenampilan yang memilih kebutuhan para komunitas dunia motor dengan konsep *classic* dan *vintage*. Unionwell sendiri ingin menjadikan produknya tersebut dapat dikenal kalayak umum sebagai bisnis *fashion* yang memiliki konsep “anak motor”, artinya semua kalangan nantinya dapat menikmati hasil karya dari Unionwell.



Gambar 1.4 Grafik Kontribusi PDB Kreatif Menurut Subsektor 2017
(sumber: Badan Ekonomi Kreatif dan BPS 2017)

Pada gambar 1.4 mendefinisikan bahwa bisnis *fashion* mendapati peringkat kedua setelah bisnis kuliner yang berkembang di Indonesia, yaitu sebesar 17,68 persen peringkat pertama yaitu bisnis kuliner mendapati 41,47 persen hal ini adalah salah satu kemajuan dimana bisnis *fashion* memiliki nilai tersendiri oleh masyarakat luas.

Penulis mengutip salah satu berita yang berasal dari situs *online*, yaitu jenis produk apa saja yang menjadi *trend* selama tahun 2020 belakangan ini, diantaranya yang penulis dapat simpulkan adalah bisnis *fashion*, bisnis tersebut menjadi paling terlaris selama tahun 2020, dikarenakan perkembangannya yang sangat cepat dan memiliki daya tarik yang kuat. Dalam bisnis ini banyak mengalami perubahan tak

hanya pakaian yang biasa kita pakai untuk sehari-hari, namun berkembangnya model atau *design* yang beragam. Dan dalam bisnis *fashion* kunci utama dalam bertahannya bisnis tersebut adalah mengutamakan harga dan kualitas. (Andra Yogi, 2020)

Dengan berkembangnya UMKM dalam bidang *fashion*, membuat para pelaku bisnis *online* terutama dalam industri pakaian akan senantiasa menjadikan ini sebagai peluang yang baik untuk tetap berkarya dan memberikan inovasi dalam *industry fashion*. Dengan begitu, melalui hadirnya *brand* lokal atau UMKM yang bergerak dalam bisnis ini tentunya tidak luput dari perjuangan dalam mendirikan suatu *brand* ternama, serta bagaimana mempertahankan kualitas dari produk yang akan dikonsumsi oleh konsumen nantinya. Seluruh UMKM dalam bisnis tersebut senantiasa menciptakan produk yang bertemakan *Ready to Wear* dengan harga yang terjangkau untuk semua kalangan. (Nindya Indrisari, Kompas, 2012).

Salah satu *local brand* yang bergerak dalam bidang *fashion* ini adalah Unionwell sendiri, yang berkontribusi dalam bisnis ini untuk menciptakan kualitas pakaian dan *apparel* yang berkualitas. Unionwell sendiri lahir dari Kota Bandung yang didirikan oleh Artis atau Musisi yaitu David Bayu, beliau sendiri menciptakan produk tersebut untuk memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa *brand* lokal sendiri dapat dinikmati setiap kalangan masyarakat terutama yang memiliki jiwa anak motor yang *classic* dan *vintage* serta memiliki nilai lebih yang diciptakan oleh Unionwell sendiri adalah produk *limited edition* yaitu beberapa produk hanya tersedia dalam periode atau *season* tertentu saja. Hal ini membuat masyarakat yang membeli produk tersebut memiliki nilai lebih pada saat memakai produk tersebut.



RETRO BLACK

Rp 600.000,00 Rp 360.000,00 Sale

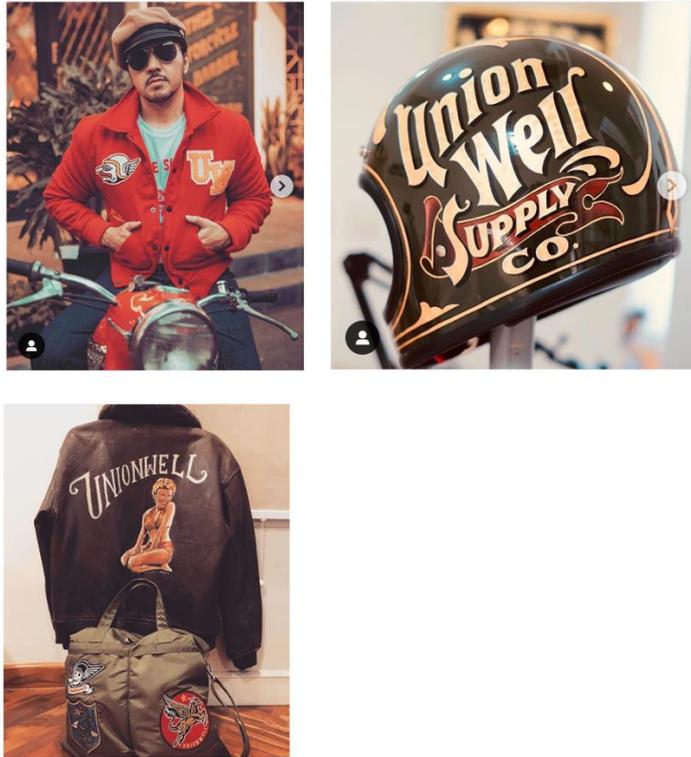


BRADLEY BROWN

Rp 759.000,00 Rp 531.500,00 Sale

Gambar 1.6 Contoh Produk Unionwell
(sumber: Website Unionwell)

Dari gambar 1.6 penulis membuat Pra-Survey untuk melihat alasan apakah yang mendorong konsumen, untuk membeli produk Unionwell itu sendiri, atau menggunakan produk Unionwell sebagai pilihan berpakaian untuk mengikuti *Trend* yang berkembang saat ini terutama dalam bisnis *Fashion*. Sementara itu ada beberapa contoh karya yang membuat penulis sangat antusias dalam meneliti *brand* Unionwell tersebut diantaranya adalah sebagai berikut



Gambar 1.7 Produk Limited Edition Unionwell

(Sumber: Instagram Unionwell)

Ini adalah beberapa produk yang di jual secara terbatas, dengan begitu produk tersebut memiliki nilai tersendiri apabila konsumen yang membelinya. Unionwell sering mengikuti beberapa *event* yang berkecimpung dalam dunia permotoran dan *fashion* yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan, serta memperluas pasar di daerah bandung dan sekitarnya.

Tabel 1.2 Hasil Observasi Analisis Faktor-Faktor yang mendorong Konsumen melakukan Keputusan Pembelian pada produk Unionwell

Pernyataan	Ya	Tidak
Pilihan Produk		
Produk Unionwell sesuai dengan keinginan konsumen	97,5%	2,5%
Produk dari Unionwell mudah untuk dikenali/ di ingat	87,5%	12,5%
Pilihan Brand		
Harga produk Unionwell sesuai dengan kualitas yang diberikan	87,5%	12,5%

Unionwell memiliki citra perusahaan yang baik	94,9%	5,1%
Kemudahan		
Produk Unionwell mudah untuk didapatkan/dijangkau	57,5%	42,5%
Keluarga/Kelompok Acuan		
Unionwell dikenal luas dikalangan keluarga/teman-teman saya	42,5%	57,5%
Culture/Budaya Produk		
Produk Unionwell memiliki ciri khas tersendiri	90%	10%
Motivasi		
Saya termotivasi untuk membeli produk dari Unionwell karena dorongan lingkungan dan sosial	75%	25%
Kepribadian		
Produk dari Unionwell sangat cocok dengan kepribadian saya	80%	20%
Efisiensi Informasi		
Unionwell menyediakan informasi yang lengkap mengenai produknya	85%	15%
Value Brand		
Produk Unionwell memiliki ciri khas desain yang unik yang berbeda dengan pesaing sejenis	90%	10%
Promosi dari Unionwell sangat menarik perhatian	67,5%	32,5%

(sumber: Data olahan penulis, 2020)

Berdasarkan tabel 1.2 hasil dari pernyataan atau jawaban, yang penulis sebar melalui pra kuesioner kepada 30 responden konsumen Unionwell, mendapatkan nilai tertinggi yaitu 97,5 persen yang mana produk sudah sesuai dengan kebutuhan konsumen, namun ada beberapa kendala atau masalah yang dirasa masih kurang yaitu *Brand* Unionwell sendiri belum banyak dikenal oleh kalangan luas, dengan data yang disajikan yaitu sebesar 42,5 persen, selain itu kekurangan lainnya adalah pada sektor pemasaran yang masih belum maksimal sehingga banyak kalangan awam yang belum mengetahui pasti produk Unionwell dengan perolehan data sebesar 67,5 persen, sementara pada riset yang telah dilakukan sebelumnya yaitu “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan

Pembelian Sepatu Vans Di Kota Bandung Pada Tahun 2017” terdapat faktor dominan yaitu produk sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena yang telah disajikan diatas, dapat dilihat bahwa konsumen sangat memiliki antusias atau keinginan untuk melakukan pembelian produk Unionwell sangat tinggi. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk Unionwell. Untuk itu penulis mengambil judul penelitian “**Analisis Faktor Pendorong Dalam Keputusan Pembelian Produk Unionwell di Bandung**”.

1.3 Identifikasi Masalah

- a. Apa saja faktor-faktor yang mendorong keputusan pembelian konsumen terhadap produk Unionwell?
- b. Faktor apakah yang paling dominan dalam mendorong keputusan pembelian konsumen terhadap produk Unionwell?

1.4 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendorong keputusan pembelian terhadap produk Unionwell .
- b. Untuk mengetahui faktor apa saja yang paling dominan dalam mendorong keputusan pembelian terhadap produk Unionwell .

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan sebagai informasi bagi Unionwell dalam meningkatkan faktor-faktor yang mendorong konsumen dalam keputusan pembeliannya terhadap Unionwell, sehingga tingkat keputusan pembelian konsumen terhadap Unionwell terus meningkat

1.5.2 Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memperkaya dan memberikan hasil yang dapat digunakan untuk menambah wawasan di bidang pemasaran khususnya pada bagian *purchase decision*. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian di bidang yang sejenis.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil objek Unionwell, dengan periode penelitian selama Penelitian ini berjalan.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian yang mencakup profil objek penelitian, latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, waktu dan sistematika penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai landasan teori dan literatur yang digunakan oleh penulis sebagai landasan penulisan yang berkaitan dengan topik dan variabel penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil pembahasan mengenai permasalahan yang diangkat dalam penelitian yaitu analisis mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Unionwell

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan yang berkaitan dengan apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Unionwell.