

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Mazaya Leather Craft merupakan sebuah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang industri kulit dan telah terdaftar secara resmi yang memiliki surat keterangan dari badan pemerintah setempat dengan surat: 001/10/11/2022. Usaha ini beralamat di Sukaregang, Garut. Awal mula usaha ini berjalan adalah menjadi usaha *reseller* yang hanya melakukan promosi dengan membagikan foto-foto produk kerajinan kulit lokal melalui media sosial salah satunya Whatsapp. Seiring berjalannya waktu, penjualan produk kulit yang berkualitas menjadi sebuah landasan untuk memberikan kenyamanan pada konsumen. Keinginan untuk memiliki sebuah toko fisik (*offline store*) akhirnya terwujud pada tanggal 25 Juli 2019 yang beralamat di Jl. Gagak Lumayung, No. 17, Wetan, Kota Wetan, Kec. Garut Kota, Kab. Garut, Jawa Barat 44111.

1.1.2 Logo dan Makna Logo



GAMBAR 1.1

Logo Mazaya Leather Craft

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2023

Logo Mazaya Leather Craft memiliki desain berbentuk huruf “M” yang diambil dari huruf awal kata “Mazaya” yang memiliki makna unggul dan berkualitas. Adanya logo tersebut diharapkan usaha Mazaya ini akan menghasilkan produk-produk dengan kualitas terbaik dari bahan hingga jahitan yang sesuai untuk

memenuhi harapan dan keinginan konsumen. Mazaya Leather Craft memiliki warna logo kuning keemasan yang memiliki arti kesuksesan dan kemewahan dengan harapan bahwa Mazaya Leather Craft akan terus selalu sukses berkilau seperti emas.

1.1.3 Visi dan Misi

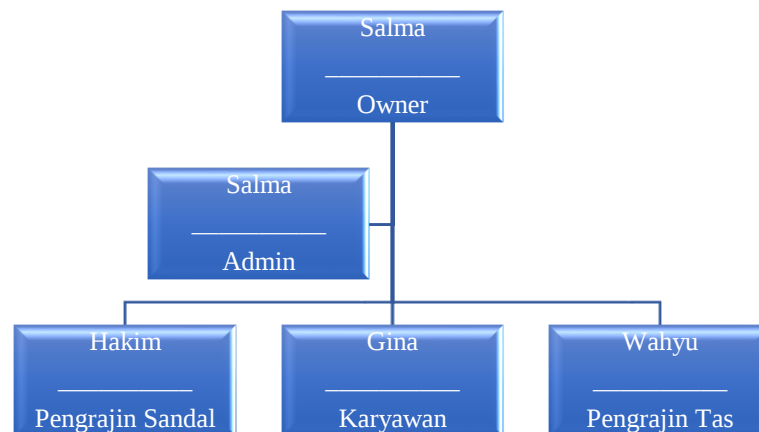
a. Visi

“Menjadi toko kerajinan kulit berkualitas dalam produk dan layanannya.”

b. Misi

- 1) Membuat produk-produk yang berkualitas.
- 2) Meningkatkan pangsa pasar yang lebih luas agar terjangkau oleh semua kalangan.

1.1.4 Struktur Organisasi



GAMBAR 1.2

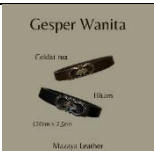
Struktur Organisasi Mazaya Leather Craft

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2023

1.1.5 Jenis-jenis Produk Perusahaan

TABEL 1.1

Jenis-jenis Produk Mazaya Leather Craft

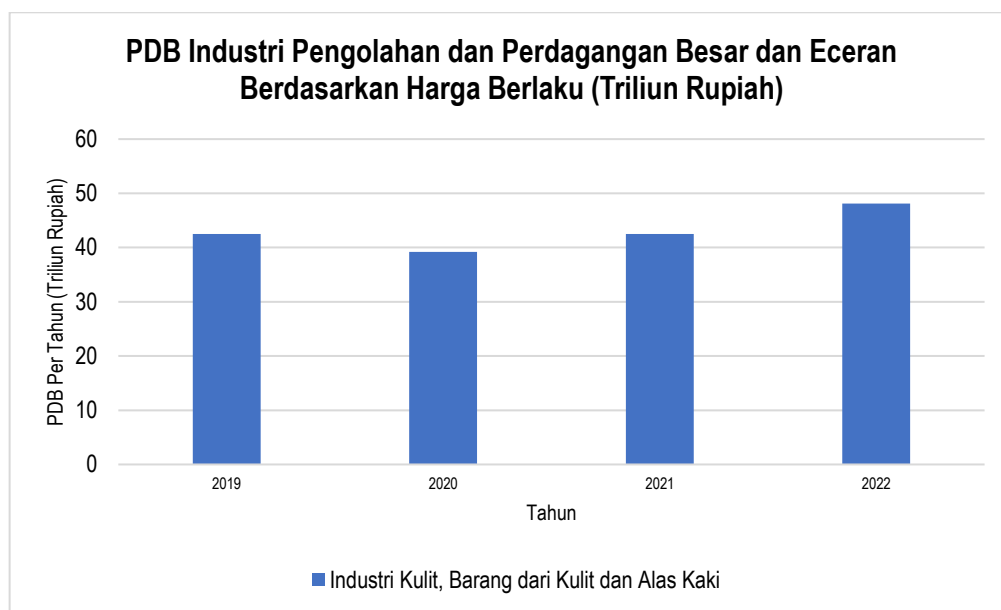
Gambar Produk	Jenis Produk	Gambar Produk	Jenis Produk
	Sandal Wanita		Sepatu Wanita
	Sepatu Pria		Sepatu Wanita (Jeggel)
	Sandal Pria		Dompot Pria
	Ikat Pinggang Wanita		Ikat Pinggang Pria
	Sandal Kokop		Sandal Anak
	Tas Ransel		Tas Jinjing
	Dompot Wanita		Gantungan Kunci

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2023

1.2 Latar Belakang Masalah

Perkembangan era modern saat ini banyak menghasilkan hal-hal baru yang dapat ditemui salah satunya dalam industri fesyen, subsektor fesyen saat ini dipenuhi oleh para generasi muda kreatif dan inovatif yang membantu perkembangan tren fesyen di tahun 2023. Untuk meningkatkan subsektor ekonomi

kreatif, para desainer muda selalu memberikan ide-ide terbaru dan unik untuk tren fesyen di Indonesia (dikutip dari kemenparekraf.go.id, 2023). Industri fesyen yang saat ini sedang berkembang pesat di Indonesia adalah Industri *fashion* berbahan kulit, beberapa produk *fashion* seperti tas, sepatu, dan aksesoris berbahan kulit mulai menjadi bagian penting dalam gaya hidup masyarakat modern (Smith dan Jones, 2021). Permintaan produk *fashion* berbahan kulit selalu meningkat mengikuti perubahan tren dengan mengikuti masanya.



GAMBAR 1.3

PDB Industri Pengolahan dan Perdagangan Besar dan Eceran Berdasarkan Harga Berlaku

Sumber: PDSI Kementerian Perdagangan, 2023

Berdasarkan gambar 1.3 menunjukkan bahwa jumlah PDB Industri Kulit, Barang dari Kulit, dan Alas Kaki selalu mengalami fluktuatif setiap tahunnya. Pada tahun 2020 PDB Industri Kulit mengalami penurunan dari 42,5 triliun rupiah menjadi 39,2 triliun rupiah dan naik kembali pada tahun berikutnya sebesar 42,51 triliun rupiah, dengan kenaikan tersebut cukup memberikan harapan bahwa industri kulit ini akan terus meningkat seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan tren mode di Indonesia (dikutip dari satudata.kemendag.go.id, 2023).

Perkembangan industri *fashion* terutama dalam industri *fashion* berbahan kulit, tentu tidak akan luput dari para pengrajin lokal. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam menopang perekonomian di Indonesia (Suryawardani, et.al., 2023) dalam industri kulit, saat ini selalu menghadirkan produk-produk kulit yang unik dan *up-to-date* mengikuti perkembangan dan kebutuhan konsumen. Kulit merupakan salah satu material bahan dengan daya tarik yang unik, penggunaan material bahan kulit dalam pembuatan produk *fashion* dipilih karena memiliki sifat yang tahan lama dengan kualitas yang baik sehingga hal itu dapat menjadi daya tarik konsumen (Anderson dan Thompson, 2020).

Bahan material kulit pada suatu produk dapat memberikan kesan mewah serta klasik bagi penggunanya. Mazaya Leather Craft merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang industri *fashion* berbahan kulit dengan menyediakan produk kulit berupa tas, sandal, sepatu, dan produk lainnya. Menurut Salma, selaku pemilik dari UMKM Mazaya Leather Craft menjelaskan bahwa dalam pembuatan produknya material bahan kulit yang digunakan diantara lain berasal dari kulit sapi, domba, dan kambing (S. Amalia, komunikasi pribadi, 29 Oktober 2023). Selama menjalankan bisnis ini, mengalami kenaikan dan penurunan dalam pendapatan penjualan merupakan sesuatu hal yang biasa terjadi, penjualan produk Mazaya Leather Craft biasanya meningkat pada saat musim liburan tiba.



GAMBAR 1.4

Pendapatan Tahunan Mazaya Leather Craft

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2023

Berdasarkan pada gambar 1.4 data menunjukkan bahwa pendapatan Mazaya Leather Craft mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2020 pendapatan Mazaya mencapai 37 juta rupiah, apabila dilihat pada gambar diatas pada tahun 2020 merupakan pendapatan yang sedikit dari tahun-tahun berikutnya, hal itu dikarenakan pada tahun 2020 masih terjadi pandemi COVID-19 yang menyebabkan berkurangnya wisatawan yang datang untuk berkunjung dan membeli produk. Pandemi COVID-19 tersebut membuat berhentinya kegiatan ekonomi sehingga banyak perusahaan yang merugi bahkan menutup bisnisnya (Noor dan Suryawardani, 2023). Namun, pada tahun 2021 pendapatan Mazaya Leather Craft mulai sedikit meningkat menjadi 43 juta rupiah karena masa pandemi sudah mulai membaik, dan pada tahun 2022 pendapatan Mazaya kembali mengalami kenaikan yang sangat signifikan dari tahun sebelumnya menjadi 65 juta rupiah dikarenakan adanya *platform* media sosial TikTok Shop yang membantu penjualan produk secara *online* dan penyebaran informasi produk (konten) yang lebih luas, TikTok Shop adalah salah satu inovasi baru dalam dunia perbelanjaan di Indonesia yang memungkinkan pelanggan melakukan transaksi secara langsung melalui aplikasi

TikTok (Bhanuwati dan Suryawardani, 2023) lalu pada tahun 2023 penjualan *offline* mengalami kenaikan penjualan yang diperoleh dari tahun sebelumnya menjadi 70 juta rupiah, pada tahun ini Mazaya Leather Craft mulai mendistribusikan produknya ke beberapa toko sekitar yang ada di Sukaregang, Garut.

Perkembangan *fashion* yang pesat membuat masyarakat dapat menentukan gaya yang sesuai berdasarkan preferensi mereka, preferensi konsumen menurut Kotler dan Keller (2021:154) adalah penilaian keseluruhan dari konsumen terhadap manfaat suatu produk berdasarkan persepsi mereka atas sesuatu yang diterima dan yang diberikan. Pemahaman perusahaan terhadap preferensi konsumen dapat membantu merancang strategi pemasaran dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, strategi yang dirancang dapat menjadikan pembeda perusahaan dengan pesaing (Tawandee dan Phayonlerd, 2022). Strategi pemasaran merupakan upaya yang digunakan untuk memasarkan produk dengan rencana yang disusun secara terstruktur untuk mencapai jumlah target penjualan yang besar. Selain itu, strategi pemasaran memiliki peranan penting pada suatu bisnis dalam menentukan nilai ekonomi perusahaan (Wijayaningrum dan Mustikasari, 2023).

Berdasarkan pada gambar 1.4, peningkatan pendapatan Mazaya Leather Craft memiliki hubungan yang sangat erat dengan adanya kemampuan perusahaan dalam memahami preferensi konsumen, hal itu memiliki dampak yang sangat penting dalam keberhasilan perusahaan. Namun, menurut penuturan Salma selaku pemilik dari Mazaya Leather Craft, beliau mengatakan bahwa masih belum bisa memahami preferensi konsumen dengan baik dan sesuai meskipun pendapatan perusahaan selalu meningkat setiap tahunnya (S. Amalia, komunikasi pribadi, 01 November, 2023). Hal itu dikarenakan produk yang selama ini dipasarkan oleh Mazaya Leather Craft hanya didasarkan pada preferensi owner bukan berdasarkan pada preferensi konsumen. Perusahaan belum memikirkan kepentingan preferensi dari konsumen, sehingga terkadang produk tidak terjual sepenuhnya kepada target.

Hal itu membuktikan bahwa kemampuan perusahaan dalam memahami preferensi konsumen sangat penting daripada mengikuti pertimbangan pribadi perusahaan, analisis terhadap preferensi konsumen juga harus selalu dilakukan

secara konsisten mengikuti perkembangan zaman karena hal itu akan selalu terus berubah-ubah (Shidrawi, 2019). Saat ini, persaingan bisnis menjadi semakin canggih dan maju sehingga perusahaan dituntut untuk mampu memberikan produk yang dapat bersaing (Muharam, et.al., 2021), persaingan yang ketat dapat membuat perusahaan melakukan berbagai macam cara untuk bertahan dan menarik perhatian konsumen (Maharani, et.al., 2020). Perusahaan diharuskan selalu memiliki ide kreatif terutama untuk menghadapi persaingan dalam mempertahankan konsumen (Kaulika, et.al., 2023). Oleh karena itu, sangat penting bagi Mazaya Leather Craft untuk terus mendalami pemahaman tentang preferensi konsumen terutama dalam memilih produk *fashion* berbahan kulit agar perusahaan dapat menarik lebih banyak konsumen yang beragam dan sesuai target.

Kotler dan Armstrong (2018:58) juga menjelaskan bahwa pemasaran merupakan strategi yang dapat dirancang dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan calon konsumen, perusahaan perlu menentukan segmentasi serta memposisikan produk sesuai dengan ekspektasi konsumen yang dapat membuat ciri khas perusahaan dengan menjadikan strategi tersebut sebagai pembeda dari pesaing sehingga konsumen dapat menganggap hal itu sebagai sesuatu yang sangat memuaskan (Debarshi, et.al., 2020). Perilaku konsumen dapat digambarkan sebagai nilai hasil terhadap suatu merek dengan beberapa atribut yang memiliki peran penting, sikap merupakan salah satu peranan penting terbentuknya perilaku konsumen termasuk preferensi (Ben-Akiva, et.al., 2019). Pada saat melakukan pembelian, konsumen dengan cermat akan mempertimbangkan produk kulit yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya sehingga mampu memberikan kepuasan bagi konsumen (Nasution, et.al., 2019). Oleh karena itu, Mazaya perlu mengetahui secara detail preferensi konsumen dalam memilih produk *fashion* berbahan kulit agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan mereka dengan baik.

Preferensi konsumen dalam memilih produk, salah satunya produk *fashion* berbahan kulit dapat dipengaruhi beberapa faktor diantaranya harga, bahan dasar (Setiawan, et.al. 2020), desain, dan masa pemakaian (Shidrawi, 2019). Harga yang terjangkau dan kompetitif dapat menjadi daya tarik konsumen, sementara desain

yang menarik dan berkualitas dapat mencerminkan gaya dan estetika yang diminati oleh konsumen. Bahan dasar yang berkualitas serta masa pemakaian produk yang lama dapat menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam memilih produk *fashion* berbahan kulit, dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi konsumennya perusahaan dengan mudah dapat melihat indikator apa saja yang menjadi keputusan pembelian konsumen mereka (Murniati dan Mustikasari, 2021).

Pemahaman yang baik terhadap faktor-faktor tersebut dapat menjadi salah satu alasan Mazaya Leather Craft dalam memahami preferensi konsumen saat memilih produk dari UMKM Mazaya Leather Craft. Berdasarkan hasil dari uraian latar belakang, peneliti memutuskan untuk meneliti permasalahan tersebut dengan judul **“Analisis Preferensi Konsumen dalam Memilih Produk Fashion Berbahan Kulit (Studi Kasus Mazaya Leather Craft Tahun 2024)”**.

1.3 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana preferensi konsumen terhadap produk *fashion* berbahan kulit pada Mazaya Leather Craft berdasarkan harga?
2. Bagaimana preferensi konsumen terhadap produk *fashion* berbahan kulit pada Mazaya Leather Craft berdasarkan desain?
3. Bagaimana preferensi konsumen terhadap produk *fashion* berbahan kulit pada Mazaya Leather Craft berdasarkan bahan dasar?
4. Bagaimana preferensi konsumen terhadap produk *fashion* berbahan kulit pada Mazaya Leather Craft berdasarkan masa pemakaian?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk *fashion* berbahan kulit pada Mazaya Leather Craft berdasarkan harga.

2. Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk *fashion* berbahan kulit pada Mazaya Leather Craft berdasarkan desain.
3. Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk *fashion* berbahan kulit pada Mazaya Leather Craft berdasarkan bahan dasar.
4. Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk *fashion* berbahan kulit pada Mazaya Leather Craft berdasarkan masa pemakaian.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian terkait analisis preferensi konsumen, khususnya pada faktor harga, desain, bahan dasar, dan masa pemakaian.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi tambahan bagi Mazaya Leather Craft terkait dengan faktor-faktor yang perlu diperhatikan mengenai preferensi konsumen yang sesuai dengan memperhatikan faktor harga, desain, bahan dasar, dan masa pemakaian sehingga dapat membantu Mazaya Leather Craft mencapai target dan mengembangkan usahanya.

1.6 Batasan Penelitian

Untuk menghindari pelebaran pokok masalah dalam proses penelitian, maka peneliti membuat Batasan penelitian sebagai berikut:

- a. Jangka waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober pada tahun 2023 hingga bulan Agustus tahun 2024.
- b. Variabel fokus pada penelitian ini adalah analisis preferensi konsumen dengan menggunakan empat faktor yaitu harga, desain, bahan dasar, dan masa pemakaian.
- c. Objek penelitian ini adalah Mazaya Leather Craft.
- d. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif analisis konjoin.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas Laporan Proyek Akhir.

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan laporan proyek akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusun kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasannya harus diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sistematika pembahasan ini akan lebih tampak jelas luas cakupan, batas, dan benang merahnya apabila disajikan dalam sub-judul tersendiri.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.