

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bisnis ritel telah mengalami perkembangan yang cukup pesat, khususnya di Indonesia. Hal tersebut telah dibuktikan dengan banyaknya bermunculan bisnis ritel yang telah mengalami perubahan sesuai dengan kondisi saat ini dan banyaknya bisnis ritel modern yang baru didirikan (Utami dalam Aziza P, dkk 2023). Dalam menjalankan usaha ritel, keputusan dan kebijakan menjadi kunci untuk menawarkan produk yang tepat, harga yang sesuai, waktu yang tepat dan lokasi yang strategis. Hal ini dapat dilaksanakan dengan melakukan segmentasi pasar dengan mempelajari karakteristik konsumen pada masing-masing segmen, mempelajari pola penjualan produk dan mempelajari informasi yang didapatkan dari konsumen mengenai produk yang digunakan. Sehingga usaha ritel merupakan bagian dari saluran distribusi yang berperan dalam rangkaian pemasaran baik itu perantara maupun penghubung antara kebutuhan produsen dan konsumen.

Menurut Muhammad Rifqi (2021) secara bahasa *thrift* sendiri diambil dari kata *thrive* yang berarti berkembang atau maju. Sedangkan kata *thrifty* diartikan sebagai cara menggunakan uang dan barang lainnya secara baik dan efisien. *Thrift* merupakan salah satu model bisnis yang semakin digemari dari tahun ketahun terkhusus kaum milenial. Alasan *fashion Thrift* banyak digemari oleh masyarakat karena dianggap pakaian *branded* bisa didapatkan dengan kualitas yang bagus namun dengan harga yang lebih murah dibanding dengan barang baru yang banyak dijual di *mall*.

Adanya kegiatan *thrifting* memunculkan hal positif dan negatif. Hal positifnya adalah masyarakat mendapatkan harga yang rendah dibandingkan dengan harga asli merek tersebut, menghemat uang, mengurangi limbah dan membantu mengurangi dampak negatif lingkungan dan mengurangi emisi karbon. Hal negatifnya adalah kualitas barang buruk atau bisa dimungkinkan barang rusak sehingga mempengaruhi kenyamanan konsumen saat memakainya. Tidak mendukung ekonomi pasar lokal karena mempunyai dampak yang besar terhadap barang-barang lokal yang akan kalah reputasinya, hal ini berakibat barang lokal dijadikan pilihan kedua oleh konsumen, memperburuk masalah kemiskinan karena barang bekas biasanya dijual dengan harga yang murah.

Salah satu Toko di Bandar Lampung yang menjual pakaian *thrift* adalah Thrift By Els Sultan Agung. Pada hari Rabu, 6 Maret 2024 pukul 10.00 - 21.00 WIB peneliti melakukan pra penelitian di toko tersebut untuk melihat jumlah konsumen yang datang dihari tersebut. Dari pra penelitian didapatkan bahwa pada jam operasional toko, jumlah konsumen yang datang sebanyak 53 (lima puluh tiga) konsumen. Selain itu peneliti juga melakukan wawancara terhadap pemilik toko, informasi yang telah didapatkan seperti alasan pemberian nama toko diberi nama Thrift By Els Sultan Agung. Dalam kata “els” merupakan nama pemilik toko dan kata “Sultan Agung” merupakan alamat toko tersebut. Sehingga dinamakan Toko Thrift By Els Sultan Agung. Adapun merek pakaian ternama yang dijual dalam *thrifting* antara lain, Zara, Uniqlo, H&M dan GAP. Namun dalam sistem penjualannya Toko Thrift By Els menambah label harga sendiri, hal ini terjadi karena untuk memudahkan dalam memberikan harga dan salah satu strategi agar Toko Thrift By Els dikenal oleh masyarakat sebagai toko yang menjual pakaian bekas dari luar dengan kualitas premium. Alasan Toko Thrift By Els melakukan penjualan pakaian *thrift* karena keuntungan didapatkan lebih besar dibandingkan dengan produk pakaian umumnya.

Pemilik toko membeli barang secara karungan (bal) dengan jumlah pakaian berkisar 100 sampai 300 potong, sesuai dengan jumlah pesanan yang dilakukan pemilik toko. Harga perkarung berkisar Rp 5.000.000, setelah pakaian di cuci atau di *laundry* akan diberikan label dan harga. Pemberian label harga ini berdasarkan kondisi pakaian thrift.

**Tabel 1.1**  
**Daftar Harga Pakaian Toko *Thrift By Els Sultan Agung***

No	Jenis Pakaian	Harga (Rp)
1	Kemeja	35.000 - 65.000
2	Kaos	35.000 - 50.000
3	<i>Blouse</i>	35.000 - 60.000
4	<i>Blazer</i>	75.000 - 90.000
5	<i>Sweater</i>	60.000 - 75.000
6	<i>Cardigan</i>	50.000 - 70.000
7	<i>Celana Jeans</i>	75.000 - 110.000
8	Celana Kulot	50.000 - 65.000
9	<i>Dress</i>	75.000
10	Rok Midi	50.000
11	Rok Plisket	50.000
12	Rok Span	50.000

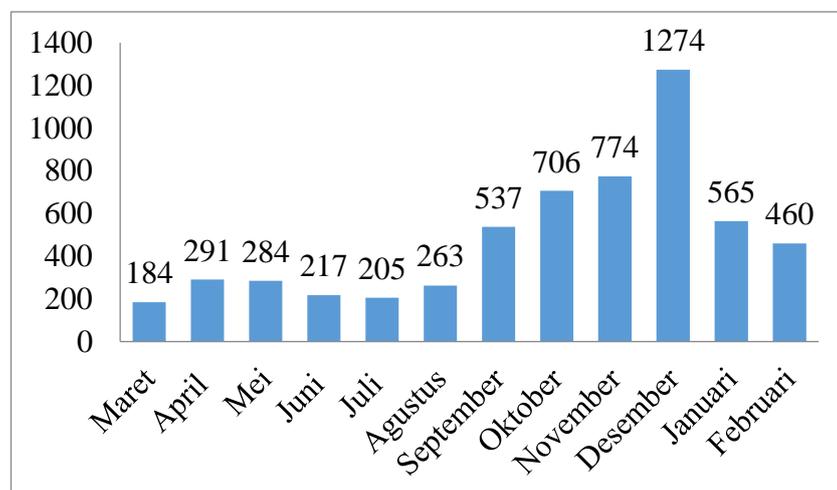
Sumber : Toko Thrift By Els Sultan Agung (2024)

Berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan diketahui bahwa Toko *Thrift By Els Sultan Agung* menyediakan beraneka ragam pakaian wanita seperti kemeja, *sweater*, *blouse*, kaos, *dress*, celana *jeans*, celana dasar, celana kulot, rok lilit, rok span dan rok plisket yang dijual dengan harga bervariasi sesuai dengan kondisi dan kualitas dari pakaian tersebut. Namun dalam ketersediaan produk yang ditawarkan kepada konsumen ada beberapa barang yang cacat seperti, kancing terlepas, warnanya luntur, terdapat noda, ada beberapa bagian yang sobek atau koyak dan jahitan benang kurang rapi.

Jumlah konsumen yang datang di Toko Thrift By Els Sultan Agung setiap harinya beraneka ragam hal ini karena kebutuhan akan pakaian setiap konsumen berbeda-beda dan kualitas produk menjadi salah satu alasan konsumen datang kembali untuk membeli pakaian di Toko Thrift By Els Sultan Agung. Kualitas produk merupakan strategi proses pemasaran guna menciptakan kepuasan pelanggan karena dengan kualitas yang baik agar harapan sesuai dengan realita. Kualitas tersebut yang membuat konsumen datang kembali dan merasa loyal, sehingga penting untuk membangun strategi bisnis yang menciptakan kepuasan pelanggan.

Berikut ini data terkait produk *thrift* yang terjual di Toko Thrift By Els Sultan Agung.

**Gambar 1.1**  
**Data Penjualan Maret 2023 – Februari 2024**



Sumber : Data dari Toko Thrift By Els Sultan Agung (2024)

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari Toko Thrift By Els Sultan Agung, pada bulan Desember tahun 2023 merupakan jumlah konsumen terbanyak yang membeli produk *thrift* yaitu sebesar 1.274 orang.

Hal ini terjadi karena pada bulan tersebut merupakan akhir tahun, produk yang ditawarkan baru dan adanya diskon. Sedangkan pada bulan Maret merupakan jumlah pengunjung paling sedikit yaitu sebesar 184 orang. Hal ini terjadi karena toko Thrift By Els hanya menghabiskan barang lama.

Menurut Sugeng (2017) salah satu cara untuk mengukur kualitas produk adalah dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Kedua metode ini menggunakan metode kepuasan pelanggan dengan membandingkan ekspektasi dan realita. *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan model deskriptif yang digunakan untuk mengukur tingkat kualitas dan kepuasan konsumen terhadap karakteristik produk yang ditawarkan.

Mengukur tingkat kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam mengevaluasi kinerja di Toko Thrift By Els Sultan Agung secara keseluruhan. Urgensi dari penelitian ini dapat digunakan dalam mengoptimalkan kualitas produk yang lebih baik lagi untuk memenuhi harapan dan realita konsumen guna menghadirkan kepuasan konsumen. Maka berdasarkan fenomena diatas, diperlukan suatu penelitian untuk mengevaluasi kepuasan konsumen di toko *thrift* dengan judul **“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK PADA TOKO THRIFT BY ELS SULTAN AGUNG DENGAN METODE IPA DAN CSI”**.

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan kondisi dan situasi yang ada pada toko Thrift By Els Sultan Agung, pertanyaan pokok penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk pada Toko Thrift By Els Sultan Agung dengan metode IPA dan CSI?

**C. Batasan Masalah**

Penulis membatasi pertanyaan yang menjadi perhatian dalam penelitian ini adalah tentang kepuasan konsumen terhadap kualitas produk pada Toko Thrift By Els Sultan Agung dengan metode IPA dan CSI.

**D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk pada Toko Thrift By Els Sultan Agung dengan metode IPA dan CSI.

**E. Manfaat Penelitian****1. Bagi Toko Thrift By Els Sultan Agung**

Diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi Toko Thrift By Els Sultan Agung untuk menentukan strategi yang berorientasi pada kepuasan konsumen.

**2. Bagi Akademik**

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan pengetahuan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

