

ANALISIS STRATEGI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN DALAM PEMBELIAN BAJU PADA TOKO BANDUNG SUPERSALE DI BANJARMASIN

Rully Hidayat¹, H. Maskur², Prihatini Ade Mayvita³

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia. 19310035

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia. 0620111230

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia. 0019057201

Email: rullyhidayat37@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan strategi harga dan kualitas produk pada Toko Bandung Supersale di Banjarmasin dalam meningkatkan keputusan pelanggan dan juga untuk mengetahui bagaimana kendala dalam penetapan strategi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Bandung Supersale di Banjarmasin. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan wawancara, observasi, dan dokumen dimana penelitian ini menggunakan Pemilik Toko dan Pelanggan Toko Bandung Supersale yang sebanyak 2 orang untuk menjadi narasumber dan menurut Miles dan Huberman teknik analisis data yang ada dalam penelitian ini adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa toko Bandung Supersale menggunakan metode *Competition Based Pricing* yang artinya yaitu menentukan harga menyesuaikan dengan harga kompetitor lain sehingga terdapat dua macam reaksi pelanggan, pelanggan mengatakan bahwa harga yang ditetapkan oleh Bandung Supersale tidak mahal dan sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan adapula pelanggan mengatakan bahwa harga yang ditetapkan terlalu mahal namun sebanding dengan kualitas produk yang didapatkan. Pelanggan dari toko Bandung Supersale mengatakan bahwa mereka puas dengan kualitas produk dari toko Bandung Super Sale dan dari pernyataan konsumennya ada yang sampai 4-5 kali berkunjung kembali itu membuktikan bahwa kualitas dari baju disini sangatlah baik. Untuk kendala yang ada pada Toko Bandung Supersale yaitu karena adanya faktor persaingan dan banyaknya toko sejenis menjadikan itu masalah karena tidak bisa menyesuaikan harga sesuai dengan yang diinginkan karena jika membuat harga yang berbeda dari yang lain itu bisa menyebabkan masalah yang berkelanjutan. Tetapi sampai sekarang pun masalah faktor persaingan ini masih belum bisa diatasi oleh toko Bandung Supersale.

Kata Kunci : Strategi Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Bagi perusahaan sangat penting untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut karena hal ini biasanya yang menentukan pengambilan keputusan pembelian dari konsumen. Menurut Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang dan proses.

Dalam strategi pemasaran terdapat istilah yang disebut bauran pemasaran atau *marketing mix* Menurut Kotler & Amstrong (2016:51) bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan responden yang diinginkannya di pasar sasaran. Variabel-variabel yang terdapat dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Promotion* (Promosi), dan *Place* (Tempat).

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:324), harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat, kepemilikan atau penggunaan atas produk atau jasa.

Menurut Ernawati (2019) bahwa kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk.

Menurut Mangkunegara (2019:43) keputusan pembelian adalah kerangka kinerja atau sesuatu yang mewakili apa yang diyakini konsumen dalam mengambil keputusan membeli.

Manusia hidup yang di dunia ini memiliki berbagai kebutuhan yang berbeda yang harus dipenuhi, salah satunya kebutuhan pakaian. Pakaian merupakan kebutuhan pokok yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari – hari. Pakaian merupakan bagian penting untuk mengikuti *trend* arus jaman. Dilihat dari tahapan – tahapan perkembangan masyarakat dalam persepsi *fashion* masing – masing orang sebagai konstruksi identitas yaitu, masyarakat tradisional, modern dan *postmodern*.

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer yang terus menerus mengikuti arus jaman. Dengan mengikuti *trend* masa sekarang menjadikan pakaian terlihat tidak kaku, nyaman untuk dipakai dan bagus dipandang mata. Selain itu, untuk beberapa orang pakaian dapat juga merupakan sebagai barang yang menunjukkan keberadaan atau tingkat sosial dan ekonomi dari orang tersebut.

Strategi penetapan harga ditoko ini menggunakan *Competition Based Pricing* metode ini menentukan harga nya menyesuaikan dengan harga kompetitor karena itu metode ini relatif mudah dan tidak menimbulkan masalah untuk kualitas produk nya bisa dikatakan cukup bagus bahannya yang nyaman untuk dipakai dan desain yang bermacam – macam jadi konsumen bisa memilih barang yang mereka inginkan.

Penelitian terdahulu menjadi panduan penulis dalam melakukan penelitian, sehingga penulis menggunakan jurnal sebelumnya yang berkaitan dengan judul skripsi penulis. Penelitian “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Label Store Pekanbaru” (Ridho Saputra, 2020). Berdasarkan hasil penelitian dengan metode kualitatif deskriptif dapat diambil kesimpulan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian.

Permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah tentang peranan strategi penetapan harga baju dan peranan strategi kualitas baju terhadap keputusan pembelian pada Toko Bandung Supersale selama ini dan kendala dalam penetapan startegi harga dan kualitas produk baju dalam peranannya terhadap keputusan pembelian pada Toko Bandung Supersale. Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan strategi penetapan harga baju dan peranan strategi kualitas baju terhadap keputusan pembelian pada Toko Bandung Supersale selama ini dan untuk mengetahui kendala dalam penetapan startegi harga dan kualitas produk baju dalam peranannya terhadap keputusan pembelian pada Toko Bandung Supersale.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Strategi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Pembelian Baju Pada Toko Bandung Supersale di Banjarmasin”

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan metode analisis deskriptif kualitatif. Untuk menghimpun data penelitian menjadi sebuah data yang sistematis dan dijadikan sebuah karya ilmiah, ada beberapa teknik yang harus digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data yaitu :

1. Wawancara

Wawancara adalah proses interaksi atau komunikasi dengan orang lain untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian.

2. Observasi

Observasi merupakan kegiatan dengan cara menggunakan ketiga pancaindera, yaitu penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk menjawab masalah penelitian.

3. Dokumen

Informasi selalu bisa diperoleh melalui hal yang telah lama tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, jurnal kegiatan dan lain-lain. Data berbentuk dokumen seperti ini bisa digunakan untuk menggali informasi yang lebih dalam terjadi di masa lampau.

Tahapan analisis penelitian berdasarkan Miles dan Huberman sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data

Dalam proses pengambilan data dapat juga sekaligus dilakukan analisis data. Datanya adalah segala sesuatu yang dilihat, didengar dan diamati. Data yang diperoleh bukan merupakan data akhir yang akan dapat langsung dianalisis untuk menarik suatu kesimpulan akhir.

2. Reduksi Data

Tahap ini berlangsung terus menerus sejalan pelaksanaan penelitian berlangsung. Dimaksudkan untuk lebih menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak diperlukan dan mengorganisasikannya.

3. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan mencermati penyajian data, peneliti lebih mudah memahami apa yang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Bentuk data yang disajikan dapat berupa bagan, uraian singkat, grafik, chart atau tabel.

4. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Berdasarkan data yang telah direduksi dan disajikan, peneliti membuat kesimpulan yang didukung dengan bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data. Kesimpulan adalah jawaban dari rumusan masalah dan pertanyaan yang telah diungkapkan oleh peneliti sejak awal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peranan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baju Pada Toko Bandung Supersale

A. Penjelasan Indikator Harga

a) Keterjangkauan Harga

Untuk harga di toko Bandung Supersale ini harga sangat masih bisa dijangkau oleh konsumen karena disini menjual baju dengan harga yang bermacam-macam jadi konsumen bisa memilih baju yang bagaimana sesuai dengan yang mereka inginkan.

b) Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk

Harga dari toko Bandung Supersale ini sudah sangatlah sesuai dengan kualitas produk nya jadi di toko ini untuk kesesuaian harga dengan kualitas produk nya sudah sangat bisa dipercaya.

c) Kesesuaian Harga Dengan Manfaat

Sampai sekarang tidak ada keluhan dari konsumen dan ini bisa di artikan jika harga nya sudah sesuai dengan manfaat yang di dapat oleh konsumen.

d) Daya Saing Harga

Dari perkataan pemilik toko nya toko Bandung supersale ini sangatlah bisa bersaing dalam harga karena dari awal mereka sudah menggunakan metode yang bisa mengimbangi harga pasar.

Dari hasil penelitian diatas, strategi penetapan harga yang digunakan Toko Bandung Supersale ialah menggunakan *Competition Based Pricing* yang artinya yaitu menentukan harga

menyesuaikan dengan harga kompetitor karena metode *Competition Based Pricing* ini terbilang relatif mudah dan tidak menimbulkan masalah pada Toko Bandung Supersale. Karena tentunya pelanggan pasti memperhatikan harga apalagi dipasar yang kompetitif yang memiliki banyak pilihan untuk membelinya. Jadi Toko Bandung Supersale merasa metode ini sudah tepat karena dengan mengambil pesaing terdekat yang memiliki struktur harga yang relatif mirip maka mereka dapat memperkirakan harga yang tepat apakah diatas pesaing atau dibawah harga pesaing.

Dari hasil wawancara pelanggan terdapat dua reaksi ada yang mengatakan untuk harganya tidaklah terlalu mahal dengan kualitas produk yang didapatkan oleh konsumen tapi ada juga yang mengatakan mahal tapi konsumen tetap mengatakan walaupun mahal barang yang didapatkan sesuai dengan apa yang konsumen harapkan, ini dikarenakan juga adanya persaingan dengan toko yang lain jadi bisa membuat pelanggan berpikir dan memilih barang dari toko lain juga yang awalnya konsumen mencari barang di toko Bandung Supersale bisa membeli ditoko lain karena faktor harga tetapi hal ini bisa juga terjadi sebaliknya konsumen bisa mendapatkan harga yang lebih murah ditoko Bandung Super Sale hal ini dapat dilihat dari ulasan atau penilaian pelanggan terhadap toko Bandung Super Sale berikut.



Sumber : Google Maps (2023)

Hal ini sejalan dengan teori dari Fandy Tjiptono (2016:471) yang menyatakan bahwa Harga memainkan peranan penting bagi perekonomian secara makro, konsumen, dan perusahaan

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi harga pada toko Bandung Super Sale berperan dalam meningkatkan keputusan pembelian.

Peranan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Baju Pada Toko Bandung Supersale

A. Indikator Kualitas Produk

a) Hasil Kinerja

Untuk kualitas produk yang di dapatkan oleh konsumen toko Bandung Supersale sangatlah terjamin karena mereka sudah melakukan pengecekan dengan barang yang akan mereka jual.

b) Ciri-ciri atau Keistimewaan

Dari pandangan oleh pemilik toko ini memiliki keistimewaan tersendiri karena toko Bandung Supersale ini menjual lebih banyak desain dan kualitas produk nya lebih baik dari toko lain.

c) Kesesuaian Dengan Spesifikasi

Toko Bandung Supersale ini sudah menyuplai baju dari bandung yang bisa di bilang bahwa kualitas produk dari toko sangatlah terjamin dan sudah sesuai dengan spesifikasi dari konsumen.

d) Estetika

Tentu nya minat awal yang dimiliki oleh konsumen yaitu dari desain awal yang mereka lihat dari baju yang mereka beli jadi estetika di sini sangatlah penting karena sangat berpengaruh dalam minat beli konsumen.

e) Kualitas Yang Dirasakan

Kualitas yang di rasakan oleh konsumen sangatlah penting karena ini sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian dari konsumen semakin mereka merasa senang terhadap kualitas dari toko ini mereka akan semakin sering membeli dan untuk kualitas yang di dapatkan konsumen dari toko Bandung Supersale ini memuaskan karena ini juga yang membuat konsumen menjadi pelanggan loyal.

Kualitas produk itu sangat penting karena jika produk memiliki kualitas yang buruk atau tidak sesuai dengan standarnya maka produk itu akan menjadi masalah bagi pelanggan dan akan menjadi kesempatan untuk kompetitor menarik pelanggan kita ke toko mereka. jika kita meremehkan hal ini bisa berakibat buruk yang mengakibatkan pelanggan ke kompetitor lain dan menyebabkan toko ini kehilangan pelanggan tetap.

Dari hasil wawancara pelanggan mengungkapkan bahwa mereka puas dengan kualitas produk dari toko Bandung Super Sale ini dan dari pernyataan konsumennya ada yang sampai 4-5 kali berkunjung kembali itu membuktikan bahwa kualitas dari baju disini sangatlah baik

Sebagaimana menurut Kotler dan Keller (2016:164) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil kinerja yang sesuai bahkan melebihi apa yang diinginkan konsumen.

Oleh karena itu variable kualitas produk disini memiliki peranan dalam meningkatkan keputusan pembelian pada toko Bandung Super Sale di Banjarmasin

Kendala Dalam Penetapan Harga Dan Kualitas Produk Dalam Perannya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bandung Supersale

Dalam dunia bisnis sudah hal biasa jika harga dan kualitas produk menjadi masalah atau kendala dan itu sudah tidak perlu diragukan lagi jadi sebagai pembisnis kita harus menerima jika ada kendala harga dan kualitas produk dalam bisnisnya.

Dari hasil wawancara dari pemilik toko dijelaskan bahwa kendala dalam strategi penetapan harganya itu karena adanya faktor persaingan dan banyaknya toko sejenis menjadikan itu masalah karena tidak bisa menyesuaikan harga sesuai dengan yang diinginkan karena jika membuat harga yang berbeda dari yang lain itu bisa menyebabkan masalah yang berkelanjutan. Tetapi sampai sekarang pun masalah faktor persaingan ini masih belum bisa diatasi oleh toko Bandung Supersale.

Oleh karena itu yang seharusnya dilakukan oleh toko Bandung Supersale adalah mereka harus mengganti sektor pasar mereka yang awalnya menengah kebawah menjadi menengah keatas. Untuk merealisasikan hal tersebut kita harus mengutamakan kualitas produknya dan memperluas jangkauan pasar agar pelanggan dari sektor menengah ke atas menjadi tertarik dengan produk toko Bandung Supersale atau mereka bisa menggunakan cara dengan memakai harga bawahan yaitu dengan menjual produk dengan harga yang lebih murah dari toko lain tetapi hal ini membuat toko Bandung Supersale mengambil keuntungan yang lebih sedikit tetapi hal ini juga akan membuat konsumen lebih banyak berkunjung ke toko Bandung Supersale.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Prasetya (2021) yang menyatakan bahwa Persaingan pasar yang tinggi di sektor ritel memaksa peritel untuk terus berinovasi guna memenangkan pelanggan untuk memenangkan persaingan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Dari segi harga strategi penerapan harga ditoko Bandung Super Sale ini menggunakan metode *Competition Based Pricing*. Sehingga terdapat dua macam reaksi pelanggan, pelanggan mengatakan bahwa harga yang ditetapkan oleh Bandung Super Sale tidak mahal dan sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan adapula pelanggan mengatakan bahwa harga yang ditetapkan terlalu mahal namun sebanding dengan kualitas produk yang didapatkan. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa peranan strategi harga pada toko Bandung Super Sale berperan dalam meningkatkan keputusan pembelian.
2. Pelanggan mengungkapkan jika tidak ada masalah dari kualitas produk dan mereka puas dengan kualitas produk yang mereka dapatkan. Sehingga karena hal ini toko Bandung Super Sale bisa mendapatkan pelanggan yang sering berkunjung ke toko Bandung Super Sale karena itu tidak lah salah jika toko Bandung Super Sale ini memiliki pelanggan tetap atau loyal.
3. Kendala dalam strategi penetapan harganya itu karena adanya faktor persaingan dan banyaknya toko sejenis menjadikan itu masalah karena tidak bisa menyesuaikan harga sesuai dengan yang diinginkan karena jika membuat harga yang berbeda dari yang lain itu bisa menyebabkan masalah yang tidak diinginkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatnya, saya dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Penulisan karya tulis ilmiah ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari

Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, cukup sulit untuk saya dapat menyelesaikan karya tulis ini. Oleh sebab itu saya selaku mahasiswa mengucapkan banyak terima kasih kepada bapak Dr. H. Maskur, M.M selaku dosen pembimbing I dan ibu

Prihatini Ade Mayvita, S.E, M.M selaku dosen pembimbing II yang telah sabar, meluangkan waktu, merelakan tenaga dan pikiran serta turut memberi perhatian dalam memberikan pendampingan selama proses penulisan artikel ini.

Terimakasih kepada Toko Bandung Supersale atas diberikannya kesempatan untuk saya dapat melakukan penelitian di sana.

Semoga Allah SWT memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya serta membalas amal kebaikan Bapak/Ibu sekalian dengan pahala yang berlipat ganda dan berkah dunia akhirat aamiin ya Allah.

Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang terlibat dan semoga karya tulis ini bisa bermanfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari 2016. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta

Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap. Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. Jurnal Wawasan

Fandy, Tjiptono. 2016. Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta : Andi.

Kotler, Amstrong. 2016. Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson Education Limited.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2.Jakarta: PT. Indeks.

Mangkunegara, A.A.A. P. 2019. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Cetakan Kedua.

Bandung: PT. Remaja Rosda karya Offside.

Prasetia, Andreas. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan Dan Pertumbuhan

Pasar: Budaya, Sosial, Personal (Suatu Literature Review). Dinasti Review : JIMT

