

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Dalam beberapa tahun terakhir ini, kota Bandung sudah menjadi kota tujuan wisata belanja orang-orang dari luar daerah. Banyak pengunjung didominasi oleh orang-orang dari Jakarta. Hal ini disebabkan karena jarak dari kota Jakarta menuju Bandung sekarang ini relatif menjadi lebih dekat melewati jalur tol Cipularang akibatnya tidak mengherankan kalau setiap akhir pekan, kondisi lalu lintas di kota Bandung sering macet. Meski situasi lalu lintas di Bandung sudah padat, akan tetapi hal itu tidak menjadi halangan seolah tidak bosan untuk datang ke Bandung.

Seandainya Bandung tidak memiliki daya tarik, tentu orang-orang dari luar daerah itu tidak ingin berkunjung ke Bandung. Salah satu daya pikat kota ini adalah banyaknya Factory Outlet (FO) sehingga memberikan banyak pilihan kepada konsumen. Kini di hampir semua jalan-jalan utama kota Bandung banyak berdiri Factory Outlet yang menjual beragam pakaian, pernak-pernik dan sebagainya dengan motif dan desain yang bervariasi.

Pada umumnya orang-orang dari luar daerah yang datang ke Bandung tidak hanya berbelanja pakaian, tetapi juga menikmati suasana yang berbeda.

Sebagian besar pemilik FO di kota Bandung mengetahui betul kondisi

psikologi konsumennya. Karena itu, mereka tak hanya menjual pakaian, tetapi juga menata tempat berjualannya sedemikian rupa untuk menarik konsumen untuk berkunjung ke FO-nya.

Saat ini hampir setiap FO di kota Bandung tidak hanya bersaing dalam menampilkan produk pakaian yang paling baru, tetapi juga bersaing dalam membuat desain dan interior yang unik untuk menarik para konsumen.

Kebanyakan FO di Bandung umumnya terletak di kawasan permukiman, seperti di jalan H. Juanda (Kawasan Dago), Setiabudi, Sukajadi, Dr. Otten dan Jalan Aceh. Bahkan FO yang terdapat di sebagian ruas jalan R.E. Martadinata.

Jika mengikuti perkembangan desain maupun bentuk bangunan FO yang ada di Bandung, senantiasa ada perubahan dari waktu ke waktu. Sekitar tahun 2001, sejumlah FO di Bandung hanya sekedar memanfaatkan rumah-rumah tua kemudian direnovasi sedikit maka jadilah FO yang modern. Namun, sekarang renovasi pada rumah tinggal atau bekas kantor militer dilakukan secara serius dan berkonsep.

Bentuk bangunan FO sangat beragam sesuai dengan barang dagangannya. Selain itu, ada juga bentuk desain bangunan FO yang bernuansa seperti di Timur Tengah. Namun, ada juga bentuk bangunan FO dengan tata letak dan desain gaya modern. Hal ini yang merupakan salah satu faktor penunjang daya tarik dalam persaingan usaha ritel saat ini.

Salah satu FO yang menggunakan konsep bangunan minimalis modern

adalah Factory Outlet Stamp yang berada di Jalan R.E Martadinata no. 26, Bandung. Di tempat ini, menjual bermacam-macam pakaian dan aksesoris kepada pengunjung.

Stamp sengaja di desain dengan nuansa minimalis modern yang disesuaikan dengan psikologis para pengunjung. Tujuannya untuk memberikan suasana yang dinamis dan bebas untuk berekspresi sesuai dengan selera dan kebutuhan para pengunjung yang modern. Dalam hal ini aspek promosi di perlukan untuk memperkenalkan usaha ritel ini kepada para pengunjung.

Jika dicermati, sebenarnya di kota Jakarta atau Surabaya sendiri juga terdapat Factory Outlet. Namun, kota Bandung sudah terlanjur dijuluki sebagai kota Factory Outlet. Pada awalnya, Bandung dikenal sebagai pusat jeans, terutama yang terdapat di kawasan Cihampelas dan Jalan Tamim. Di sepanjang jalan tersebut, rumah-rumah yang berada di pinggir jalan sengaja diubah menjadi pertokoan dengan desain yang beragam. Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan mode sekarang ini usaha Factory Outlet menjadi maju pesat dan merupakan usaha ritel yang menjanjikan, sehingga di Bandung ini terdapat banyak sekali Factory Outlet yang berdiri di setiap kawasan yang strategis.

Pada hari-hari biasa omzet penjualan Factory Outlet Stamp mencapai sekitar 50 juta rupiah, dan omzet penjualan meningkat menjadi sekitar 100 juta rupiah pada saat menjelang akhir minggu atau hari libur nasional sesuai hasil wawancara dengan pemilik FO Stamp, dimana banyak konsumen yang berdatangan dari berbagai daerah khususnya Jakarta, Surabaya, Semarang,

Medan, dan Kota lainnya yang datang ke Bandung untuk berwisata dan berbelanja. Kendala utama dari usaha Factory Outlet Stamp ini banyaknya pesaing-pesaing baru yang bermunculan. Pengaruh yang belum terasa juga diungkapkan oleh pemilik FO Stamp, pada saat menjelang akhir minggu atau hari libur nasional jumlah pengunjung FO Stamp rata-rata mencapai 1000 orang pengunjung, tetapi sejak pengumuman kenaikan BBM sudah terjadi lebih dari 10 persen penurunan pengunjung juga omset. "Jika rata-rata weekend 700 orang pengunjung, akhir pekan kemarin paling sekitar 600 pengunjung dan disebabkan juga hujan yang terus-menerus turun menjadikan daerah-daerah terkena banjir, sehingga sarana transportasi menjadi terhambat. Pihak pemilik harus meningkatkan biaya promosi dengan efektif dan efisien untuk meningkatkan volume penjualan. Akan tetapi, faktor lain yang berpengaruh terhadap perkembangan Factory Outlet seperti halnya mengetahui perkembangan trend pakaian saat ini, kualitas barang, kebutuhan dan selera yang sesuai dengan konsumen yang diinginkan, dan juga pelayanan terhadap konsumen.

Melihat dan mengingat betapa pentingnya peranan periklanan dalam usaha mempengaruhi penjualan dan menarik konsumen bagi Factory Outlet Stamp, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “ *Pengaruh Periklanan Terhadap minat beli (Pada Factory Outlet Stamp di Bandung)* “

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah dan sesuai dengan latar belakang penelitian diatas, maka penulis membatasi masalah pada:

1. Bagaimana karakteristik pengunjung Factory Outlet Stamp?
2. Bagaimana pelaksanaan periklanan Factory Outlet Stamp?
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas barang-barang Factory Outlet Stamp?
4. Bagaimana pengaruh pelaksanaan periklanan terhadap minat beli yang dilakukan Factory Outlet Stamp?

## **1.3. Maksud Dan Tujuan Penelitian**

Maksud penulis dalam penulisan ini adalah

Untuk mengumpulkan data dan informasi sebagai bahan analisis penulis tentang pengaruh periklanan yang efektif terhadap minat beli konsumen Factory Outlet Stamp.

Tujuan dari penelitian ini adalah

- Mengetahui karakteristik pengunjung Factory Outlet Stamp
- Mengetahui pelaksanaan periklanan Factory Outlet Stamp
- Mengetahui tanggapan konsumen mengenai kualitas barang-barang Factory Outlet Stamp
- Mengetahui seberapa besar pengaruh pelaksanaan periklanan terhadap minat beli yang dilaksanakan Factory Outlet Stamp

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Bagi akademik:

- Penelitian diharapkan dapat berguna bagi akademik untuk mengetahui lebih jauh mengenai Factory Outlet, sistem manajemen, dan cara menarik konsumen.
- Untuk memperdalam wawasan pembaca mengenai periklanan.

Bagi perusahaan:

- Penelitian ini diharapkan akan memberikan feedback terhadap perusahaan dan menjadi bahan masukan untuk mengambil tindakan-tindakan perbaikan melalui penelitian penulis, perusahaan dapat melakukan pertimbangan dan mengambil keputusan mengenai perbaikan-perbaikan yang perlu dilakukan dalam menarik pengunjung.