

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era perkembangan zaman dan teknologi sekarang ini gaya hidup sangat menentukan seseorang dalam berperilaku bahkan berpenampilan. Gaya hidup adalah seni yang dibudayakan oleh setiap orang. Gaya hidup juga menempatkan dirinya pada struktur sosial masyarakat khususnya terhadap budaya konsumsi dan citra diri. Gaya busana menjadi cara untuk mengekspresikan diri seseorang, tak terkecuali anak-anak.(Konsumtif, n.d.)

Gaya busana yang di kenakan anak sangat diperhatikan oleh orang tua. Banyaknya ragam pilihan model busana anak saat ini membuat orang tua melakukan pembelian produk busana anak (“Tips-Memilih-Pakaian-Anak,” 2015), hal ini dilakukan agar anak mengikuti tren fashion terbaru. Ibu sebagai manajemen keuangan keluarga tidak membebaskan anak dalam menentukan busana yang akan dipilih, oleh sebab itu ibu menjadi pengambil keputusan yang dominan (Yuswohady, 2008). Menurut Susan Engel, pakar tumbuh kembang anak, membebaskan anak menentukan pilihan busana merupakan strategi yang dapat di gunakan untuk mengasah kreativitas dan kemandirian anak. Sedangkan menurut Robin Goldstein, memilih busana membantu anak dalam memosisikan diri di lingkungan sosial (Herlinda, 2017). Artinya dalam pemilihan busana, pendapat anak seharusnya menjadi pertimbangan agar anak belajar bertanggung jawab mengespresikan diri dalam lingkungan. Peran orang tua hanya untuk

memastikan agar busana yang dipilih anak tetap nyaman untuk lingkungan dan sesuai usia mereka.

Kajian empiris yang melandasi dalam menentukan pilihan busana anak yakni penelitian yang dilakukan oleh Sara Linawati dan Eristia Lidia Paramita (2015) menyatakan bahwa persepsi orang tua tentang keinginan anak, berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan beli orang tua dikarenakan pendidikan orang tua yang menengah belum sepenuhnya baik dalam mencari informasi suatu produk sehingga lebih cepat dalam mengambil keputusan pembelian. Anak sebagai pengaruh terhadap keputusan beli orang tua, berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap keputusan beli orang tua, orang tua setuju bahwa anak akan berusaha memilih produk yang diinginkan namun belum tentu dapat mempengaruhi keputusan beli orang tua karena faktor ekonomi dan *belief* (pemikiran yang di pegang oleh seseorang mengenai suatu hal) yang menjadi pertimbangan. Persepsi orang tua tentang keinginan anak dan anak sebagai pengaruh berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli orang tua.

Dalam pengambilan keputusan pembelian terdapat beberapa tahapan. Buku perilaku konsumen menerangkan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari lima tahapan, yaitu : (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan pembelian dan (5) evaluasi paska-pembelian (setiadi 2015). Tahapan pengambilan keputusan tersebut dipengaruhi oleh dua faktor: yaitu faktor yang berasal dari lingkungan (eksternal) seperti budaya, kelas sosial, demografi, pengaruh kelompok dan keluarga, serta faktor yang berasal dari individual (internal) seperti motivasi, ekonomi dan sikap (Engel, Blacwell, dan Miniard, 1995).

Faktor ekonomi menjadi pertimbangan dalam mencari harga sebuah produk, apalagi adanya potongan harga (diskon). Salah satu acara bazar di Senayan city, Jakarta. Beberapa brand busana anak menawarkan discount hingga 70%, acara ini membuat banyak ibu mengantri untuk mendapatkan discount tersebut (Bazar Diskon Mothercare Hingga Coach di Senayan City, 2017). Antrian dalam acara bazar yang memberikan diskon tersebut membuktikan bahwa diskon adalah media promosi yang menarik perhatian. Namun discount juga dapat menyebabkan terjadinya perilaku impulsif pada pembelian produk busana anak.

Perilaku impulsif pada pembelian produk busana anak ini diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Beatrix Maharani D.N (2019) yang menyatakan bahwa ibu berkerja cenderung berperilaku impulsif terhadap pembelian produk busana anak di bandingkan dengan ibu rumah tangga. Faktor yang berpengaruh pada pembelian impulsif ini karena ibu berkerja mempunyai pendapatan sendiri. Namun penelitian ini bertentangan dengan teori perkembangan kognitif yang menyatakan bahwa ketika sudah berkerja seharusnya ibu dapat membuat perencanaan apa yang akan di beli (Papalia, Olds & Feldman 2009) karena wanita dalam keluarga memiliki tugas management dalam keluarga (Trianingsih & Widyasari, 2018).

Pembelian impulsif pada produk busana anak menyebabkan banyak ibu yang masih kurang tepat dalam memilih busana anak. Ketua Dewan Juri Kids Fashion Competition: Islamic Fashion, Nana Lystiani dalam ajang fashion untuk anak-anak kategori usia 4-10 tahun, pada umumnya anak-anak tampil dengan busana tidak sesuai usia mereka, seperti gaun-gaun model orang dewasa (Saputra,

2013). Busana model dewasa di lihat dari desain dan busana yang pas badan. Menurut Fashion stylist Dewi Utari, kelemahan dari baju anak yang pas di badan bisa membuat anak merasa tidak nyaman (Widiyarti, 2018).

Dalam teori busana anak, memilih model busana anak harus memperhatikan beberapa faktor, diantaranya: model busana anak yang di gunakan harus nyaman sesuai kesempatan dan lingkungan, dapat menyerap keringat, ukuran yang longgar agar anak dapat bergerak bebas sesuai dengan dunia anak yang ceria dan dinamis , mudah mengenakan dan membukanya (Uswatun Hasanah, 2011).

Berdasarkan permasalahan di atas maka peneliti ingin menganalisis bagaimana proses pengambilan keputusan pembelian produk busana anak yang dilakukan oleh orang tua yang mempunyai anak usia 4-10 tahun.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat di identifikasikan masalah-masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tahapan dalam pengambilan keputusan pembelian produk busana anak?
2. Tahapan apa yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian produk busana anak?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka masalah dapat dibatasi sebagai berikut :

- a. Produk busana yang dimaksud dalam penelitian ini adalah busana pokok, yaitu berupa blus/kemeja dan celana/rok.
- b. Responden adalah orang tua yang mempunyai anak usia 4-10 tahun

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

Bagaimana pengambilan keputusan pembelian produk busana anak?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis data tentang kecenderungan dalam melakukan pengambilan keputusan produk busana anak.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi penulis, penelitian ini di harapkan tidak hanya sebagai tugas akhir untuk syarat kelulusan namun juga dapat memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan penulis.
- b. Bagi jurusan, penelitian ini di harapkan menambah informasi pada mata kuliah yang berkaitan serta menjadi referensi bagi mahasiswa peneliti selanjutnya.
- c. Bagi produsen, penelitian ini di harapkan dapat menjadi acuan untuk mengetahui tingkah laku konsumen agar dapat mengembangkan strategi dalam penjualan produk busana anak.

- d. Bagi masyarakat sekaligus konsumen, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi sekaligus instropeksi diri agar lebih bijaksana dalam menentukan keputusan pembelian produk busana anak.