

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pendidikan kejuruan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memiliki peranan yang sangat penting dalam mempersiapkan lulusan yang siap untuk bekerja dan memiliki daya saing yang tinggi di sektor industri. Teaching Factory merupakan salah satu metode pembelajaran yang menghubungkan siswa dengan dunia industri, di mana model ini juga merupakan pembelajaran berbasis produksi dan jasa yang menggabungkan proses belajar dengan praktik langsung di dunia usaha dan industri. Namun, saat ini kualitas lulusan SMK masih belum memenuhi harapan dan kebutuhan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DuDi), yang terlihat dari angka Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) lulusan SMK yang masih tertinggi di antara lulusan sekolah lainnya, yaitu 10,38% (SMA 8,35%) menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) per Februari 2022 (Sahdu, 2024).

Pemerintah melalui Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan telah berusaha maksimal untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) melalui beragam program pendidikan, serta menanamkan jiwa wirausaha di setiap tingkat pendidikan. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan (Direktorat PSMK) turut berkontribusi dengan meningkatkan kompetensi kerja dan jiwa wirausaha para lulusan SMK. Dalam Rencana Strategis 2015-2019, Direktorat Pembinaan SMK memiliki visi untuk membentuk insan dan ekosistem pendidikan SMK yang berkarakter dengan landasan gotong royong. Salah satu program prioritas untuk mewujudkan visi tersebut adalah pengembangan pembelajaran teaching factory (Kemendikbud, 2015). Dalam RPJMN 2015-2019, ditargetkan 200 SMK akan mengikuti program pembelajaran kewirausahaan dan teaching factory.

Pembelajaran teaching factory adalah model pembelajaran di SMK yang berbasis produksi/jasa, yang merujuk pada standar dan prosedur yang berlaku di industri serta dilaksanakan dalam suasana yang menyerupai kondisi di industri. Tujuannya adalah untuk mendekatkan dunia pendidikan dengan dunia kerja. Program ini tidak hanya meningkatkan kompetensi kerja siswa, tetapi juga

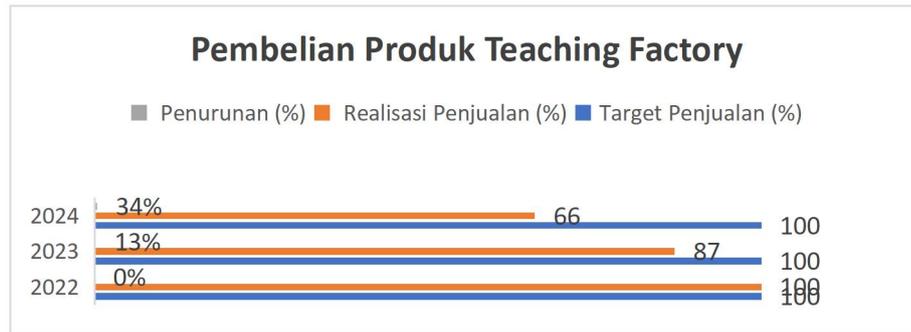
menanamkan jiwa wirausaha melalui keterlibatan langsung dalam proses produksi yang nyata. Teaching Factory yang dijalankan secara optimal akan menghasilkan produk berkualitas yang diminati pasar. Dengan demikian, hal ini dapat meningkatkan nilai komersial dan daya saing produk sekolah (Kemendikbud, 2015).

SMK Pelita Ciampea 2 merupakan salah satu SMK yang terpilih dalam kegiatan program *teaching factory*, salah satu kompetensi yang mengikuti program ini adalah kompetensi keahlian Tata Busana sejak tahun 2020 dan di tahun 2024 terpilih untuk mendapatkan *teaching factory* Pengimbasan, dimana pelaksanaan Tefa terutama pengimbasan perlu melibatkan kolaborasi dari berbagai unsur yang ada di sekolah. Untuk program ini minimal ada 3 SMK yang diimbaskan dan diutamakan salah satu syarat mengikuti program ini adalah sudah berhasil dalam melaksanakan program *teaching factory*.

Salah satu ciri keberhasilan TeFa adalah kemampuan menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas sesuai standar industri dan mampu memenuhi tuntutan konsumen. Ini mencerminkan bahwa mutu barang menjadi aspek utama yang langsung dirasakan oleh pengguna. Standar produk maupun harga merupakan faktor penting yang berpotensi mempengaruhi pilihan belanja konsumen terhadap produk TeFa (Kemendikbud, 2015).

Produk *teaching factory* Tata Busana di SMK Pelita Ciampea 2 mengalami perkembangan dari awal pembentukan di tahun 2020 memproduksi seperti dasi, kerudung, celemek, dan topi, seiring waktu dan perkembangannya TeFa kini memproduksi seragam sekolah untuk jenjang TK hingga SMK yang menjadi produk utama yang produksi. Namun, dalam perjalanannya, pembelian produk TeFa menunjukkan penurunan, khususnya sejak tahun 2023.

Dari data penjualan, menunjukkan bahwa realisasi penjualan produk TeFa yaitu produk seragam sekolah di tahun 2022 hingga tahun 2024 mengalami penurunan penjualan dengan detail penurunan sebagai berikut :



Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2025

Gambar 1.1 Penjualan Produk *Teaching Factory* Tata Busana SMK Pelita Ciampea

Dari grafik ini terlihat adanya penurunan realisasi penjualan produk *teaching factory* dari tahun 2022-2024. Tahun 2022 mencapai target secara penuh, karena peningkatan daya beli masyarakat setelah pembatasan sosial berskala besar (PSBB) karena wabah. Tetapi terjadi penurunan signifikan pada tahun 2023 dan semakin menurun tajam di tahun 2024 yaitu sebanyak 34 %.

Tabel 1.1 Penjualan TeFa Tata Busana 2024 SMK Pelita Ciampea 2

No	Bulan	Target	Presentase (%)	Realisasi
1	Januari	6.000.000	68	4.080.000
2	Februari	6.000.000	77	4.620.000
3	Maret	6.000.000	72	4.320.000
4	April	6.000.000	66	3.960.000
5	Mei	6.000.000	75	4.500.000
6	Juni	6.000.000	68	4.080.000
7	Juli	6.000.000	65	3.900.000
8	Agustus	6.000.000	70	4.200.000
9	September	6.000.000	62	3.720.000
10	Oktober	6.000.000	68	4.080.000

11	November	6.000.000	70	4.200.000
12	Desember	6.000.000	70	4.200.000
	TOTAL	72.000.000	—	47.520.000

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 202

Dari data penjualan pada Tabel 1.1 menunjukkan hasil rekapitulasi data penjualan selama periode satu tahun, dan terjadi penurunan pembelian sebesar 34% dari total target yang telah ditetapkan.

Penurunan pembelian adalah kondisi di mana terjadi penurunan volume atau nilai transaksi pembelian produk atau jasa dalam kurun waktu tertentu. Menurut Tjiptono (2008) penurunan pembelian dapat terjadi karena berbagai faktor internal maupun eksternal, seperti menurunnya kualitas produk, ketidaksesuaian harga, perubahan preferensi konsumen, hingga kurangnya inovasi atau promosi yang efektif. Kotler dan Keller (2016) menyebutkan bahwa menurunnya pembelian dapat menjadi indikator awal dari penurunan kepuasan konsumen, melemahnya daya saing produk, atau kesalahan strategi pemasaran. Jika tidak segera diatasi, hal ini dapat berdampak pada penurunan loyalitas konsumen dan bahkan keberlangsungan usaha.

Penurunan penjualan suatu produk dapat dijelaskan sebagai akibat dari penurunan keputusan pembelian konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), keputusan pembelian merupakan titik akhir dari proses pengambilan keputusan konsumen, dan tanpa adanya keputusan tersebut, transaksi tidak akan terjadi. Hal ini diperkuat oleh pendapat yang menyatakan bahwa keputusan untuk tidak membeli, akibat ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan produk, akan menyebabkan turunnya kinerja penjualan (Assael, 1995). Maka dari itu, dalam *teaching factory*, penting untuk menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan konsumen tidak melanjutkan ke tahap keputusan pembelian, karena kondisi ini menjadi penyebab langsung turunnya angka penjualan produk TeFa.

Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa kualitas dan harga merupakan faktor krusial yang

memengaruhi keputusan pembelian. Kualitas produk mencerminkan sejauh mana produk mampu memenuhi kebutuhan konsumen, sementara harga menggambarkan nilai yang harus dibayar. Ketika kualitas yang diterima tidak sebanding dengan harga, maka akan timbul ketidakpuasan konsumen yang berdampak pada menurunnya keputusan pembelian. Tjiptono (2008) juga menegaskan bahwa penurunan pembelian dapat terjadi karena persepsi negatif konsumen terhadap mutu dan harga produk. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian yang secara khusus mengukur sejauh mana kualitas dan harga produk TeFa memengaruhi keputusan pembelian sebagai dasar untuk perbaikan strategi produksi dan pemasaran. Pernyataan ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Marris Grace Haque (2020), yang meneliti tentang “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Berlian Multitama di Jakarta.*” Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan ini menguatkan bahwa penurunan penjualan dapat terjadi apabila persepsi konsumen terhadap kualitas dan harga tidak sesuai dengan harapan, sehingga mereka tidak melanjutkan ke tahap keputusan pembelian.

Karena suatu faktor keputusan pembelian itu mengacu pada kualitas dan harga produk, dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah produk seragam sekolah sebagai salah satu produk yang di produksi oleh TeFa SMK Pelita Ciampea 2 memenuhi kualitas produk dan harganya sesuai dengan target pasar yang dapat menyebabkan peningkatan keputusan pembelian.

Maka penelitian ini diberi judul “**Pengaruh Kualitas dan Harga Produk Teaching Factory SMK Tata Busana Terhadap Keputusan Pembelian**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut. Maka terdapat 2 (dua) variabel yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian, dijelaskan sebagai berikut :

1. Penurunan penjualan terhadap produk *teaching factory* SMK Pelita Ciampea

2. Kualitas produk dan harga jual menjadi faktor yang memengaruhi keputusan pembelian

1.3 Pembatasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen produk *teaching factory* (TeFa) Tata Busana di SMK Pelita Ciampea 2 yaitu seragam sekolah.
2. Kualitas produk mengacu pada teori Kotler (2016), teori harga didasarkan pada pendapat Kotler P.& Keller (2012), Sementara itu, keputusan pembelian mengacu pada teori Kotler dan Armstrong (2012).
3. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli minimal satu produk TeFa.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan Batasan Masalah, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti yaitu :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *teaching factory* SMK Pelita Ciampea 2?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *teaching factory* SMK Pelita Ciampea 2?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga produk pada *teaching factory* terhadap keputusan pembelian konsumen di SMK Pelita Ciampea 2.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua pihak, khususnya :

1. Bagi Akademisi

- a. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan teori mengenai kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian, serta memberikan kontribusi pada kajian manajemen pemasaran di lingkungan pendidikan kejuruan..
- b. Dapat menarik minat membaca mahasiswa, peneliti ini diharapkan dapat dijadikan referensi tambahan dalam bidang ilmu Manajemen, Khususnya dalam pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian.
- c. Untuk memberikan landasan empiris bagi pengelola *teaching factory* SMK dalam meningkatkan kualitas dan strategi harga produk agar sesuai dengan preferensi konsumen dan pengembangan serta pelaksanaan *teaching factory* di Universitas Negeri Jakarta.

2. Bagi Praktisi

- a. Sebagai input berupa data mengenai keterkaitan dan dampak kualitas produk serta harga terhadap keputusan pembelian yang dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian di masa mendatang.
- b. Penelitian ini dapat berfungsi sebagai sumber informasi atau referensi bagi karyawan atau pihak-pihak yang berkepentingan serta mereka yang tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut di bidang yang sama, khususnya mengenai keterkaitan dan dampak kualitas produk serta harga terhadap keputusan pembelian.
- c. Memahami dan mendapatkan wawasan mengenai hubungan antara teori dan realitas di dalam perusahaan yang berkaitan dengan keterkaitan dan dampak kualitas produk serta harga terhadap keputusan pembelian.