

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri sepatu lokal di Indonesia sejak krisis moneter tahun 1998 hingga saat ini mengalami penurunan dalam perjalanannya dan mengakibatkan beberapa industri sepatu lokal di Indonesia tidak dapat bertahan. Hal ini ditunjukkan dengan fenomena industri sepatu lokal yang ada di Indonesia hanya membantu dalam pembuatan merek – merek luar negeri saja. Padahal sebelum krisis moneter tahun 1998 Indonesia mampu memproduksi dan menjual sepatu lokal ke pasar dalam negeri atau bahkan luar negeri.

Berikut ini beberapa faktor yang mengakibatkan terjadinya penurunan produksi industri sepatu lokal seperti dari sulitnya bahan baku yang mengakibatkan mengimpor bahan baku, desain yang tidak sesuai dengan kriteria yang ada di pasaran, perilaku masyarakat Indonesia yang lebih memilih produk sepatu *branded* (bermerek) yang kebanyakan buatan luar negeri, dan juga masalah kebutuhan bahan baku yang tidak dapat dipenuhi, bahkan untuk memenuhinya diperlukan impor bahan baku dari luar negeri.

Industri sepatu lokal yang mengalami penurunan produksi di Indonesia antara lain yaitu industri sepatu lokal Cibaduyut yang berada di Bandung. Penyebab industri sepatu lokal Cibaduyut mengalami penurunan dalam penjualannya dan kurang diminati oleh masyarakat Indonesia antara lain

berkurangnya keinginan untuk berinovasi dalam merancang atau menciptakan
Guen conery gultom, 2015
Pengaruh faktor eksternal terhadap keputusan pembelian
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

sepatu khususnya pada sepatu kasual pria, hal ini dikarenakan kurang adanya ilmu pengetahuan tentang sepatu ditambah kurang adanya informasi yang menyangkut dalam perkembangan industri sepatu lokal Cibaduyut yang mengakibatkan para pengrajin industri sepatu lokal Cibaduyut sulit untuk mendapatkan referensi yang akhirnya tidak ada perkembangan dalam pembuatan produknya.

Pada tahun 1989 pemerintah Republik Indonesia meresmikan Cibaduyut sebagai daerah tujuan wisata. Saat tahun 1990-an hasil industri sepatu lokal Cibaduyut memiliki potensi yang besar untuk berkembang di pasar Internasional, tetapi saat industri sepatu lokal Cibaduyut mengalami masalah atau krisis dalam industri sepatunya. Hal ini ditunjukkan dengan sepatu impor yang masuk ke Indonesia dijual dengan harga yang murah dan berakibat tidak baik pada produksi industri sepatu lokal Cibaduyut.

Menurut beberapa pemilik usaha sepatu kulit seperti Gunung Runiadi Heze dalam media Kompas.com, menjelaskan mental dan kualitas sumber daya manusia menjadi masalah di Cibaduyut sehingga industri sepatu lokal sulit bangkit kembali ke masa keemasannya tahun 1990-an, hal ini dikarenakan para pemilik usaha atau pengrajin sepatu lokal Cibaduyut tidak ada keinginan untuk berinovasi dan selalu menggantungkan diri pada pesanan-pesanan toko besar / asing.

Berikut ini adalah data pengrajin sepatu lokal Cibaduyut :

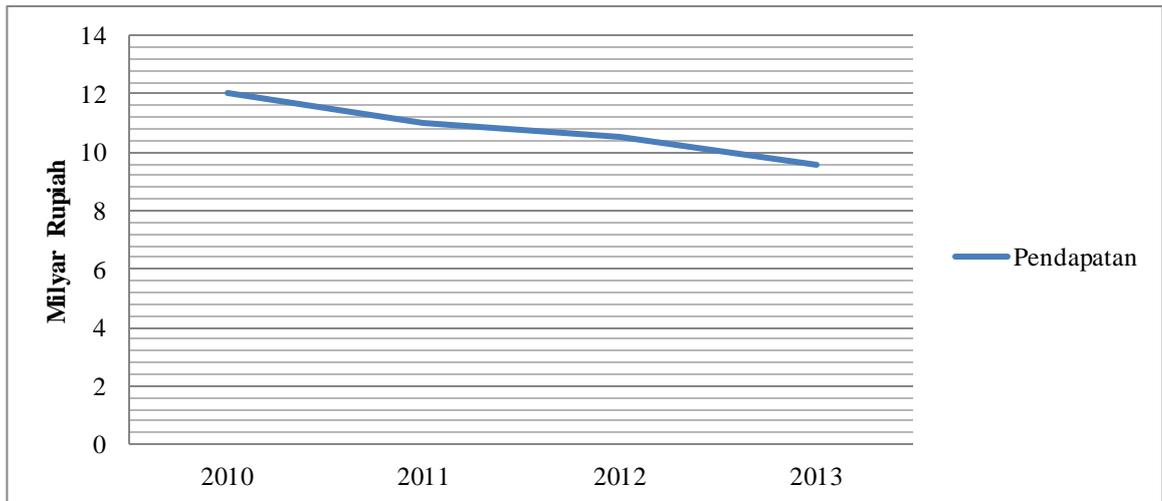
Tabel 1.1 Jumlah Pengrajin Sepatu Lokal Cibaduyut

Tahun	Jumlah Pengrajin		Total Pengrajin	Pertumbuhan
	Skala Sedang	Skala Kecil dan Rumah Tangga		
2010	42	462	504	-
2011	35	391	426	-15,47%
2012	23	332	355	-16,66%
2013	19	247	266	-25,07%

Sumber : Unit Pelaksana Teknis (UPT) Persepatuan Cibaduyut, diolah.

Berdasarkan tabel 1.1 terungkap bahwa di tahun – tahun terakhir jumlah pengrajin sepatu di Cibaduyut selalu mengalami penurunan pengrajin sepatu tiap tahunnya. Kondisi usaha sepatu lokal Cibaduyut pada umumnya diusahakan dalam skala kecil dan menengah, di tahun 2013 pertumbuhan pengrajin sepatu mengalami penurunan yang paling besar yaitu mencapai -25,07%.

Menurunnya jumlah pengrajin industri sepatu lokal Cibaduyut, maka pendapatan pengrajin sepatu lokal Cibaduyut juga ikut mengalami penurunan. Peneliti mendapatkan hasil data mengenai pendapatan pengrajin sepatu lokal Cibaduyut melalui UPT Persepatuan Cibaduyut yang datanya dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 1.1 Grafik Pendapatan Pengrajin Sepatu Lokal Cibaduyut.

Sumber : Unit Pelaksana Teknis (UPT) Persepatuan Cibaduyut.

Berdasarkan gambar 1.1 pendapatan pada tahun 2010 adalah 12 milyar, pada tahun 2011 adalah 11 milyar, tahun 2012 adalah 10,5 milyar, dan pada tahun 2013 adalah 9,6 milyar. Selama empat tahun terakhir terhitung dari tahun 2010 sampai tahun 2013 jumlah pendapatan pengrajin sepatu lokal Cibaduyut selalu menurun atau tidak pernah ada peningkatan dalam pendapatan.

Fenomena yang terjadi, untuk menunjang penelitian ini agar lebih komperhensif maka dilakukan pra penelitian yang dilakukan kepada 30 pengunjung pembeli sepatu di sekitar Cibaduyut diperoleh beberapa sample toko yang akan digunakan, dengan mempertimbangkan nama toko yang diperoleh dari referensi konsumen. Berikut hasil pra penelitian :

Tabel 1.2 Referensi Konsumen dalam Memilih Tempat Membeli Sepatu di
Sekitar Cibaduyut

Nama Toko	Persentase
Oval	30,03% (9 orang)
Diana	36,64% (11 orang)
Garsel	20% (6 orang)
<i>JK Collection</i>	13,33% (4 orang)

Sumber : Hasil wawancara dan observasi peneliti 2014

Berdasarkan tabel 1.2 terungkap bahwa peminat pengunjung yang mau melakukan pembelian sepatu ke Toko Diana adalah yang paling besar dengan persentase 36,64% atau sebanyak 11 orang dan kedua terbanyak adalah Toko Oval dengan persentase 30,03% atau 9 orang, Toko Garsel sebanyak 6 orang (20%) dan Toko JK Collection menjadi peminat terkecil dalam kunjungan pembeli dengan persentase 13,33% atau sebanyak 4 orang berdasarkan pra penelitian yang dilakukan kepada 30 pengunjung yang mau melakukan pembelian sepatu di sekitar Cibaduyut.

Tabel berikut ini adalah hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti dan menunjukkan rata – rata pengunjung ke setiap toko yang dikunjungi pengunjung untuk membeli sepatu di Cibaduyut :

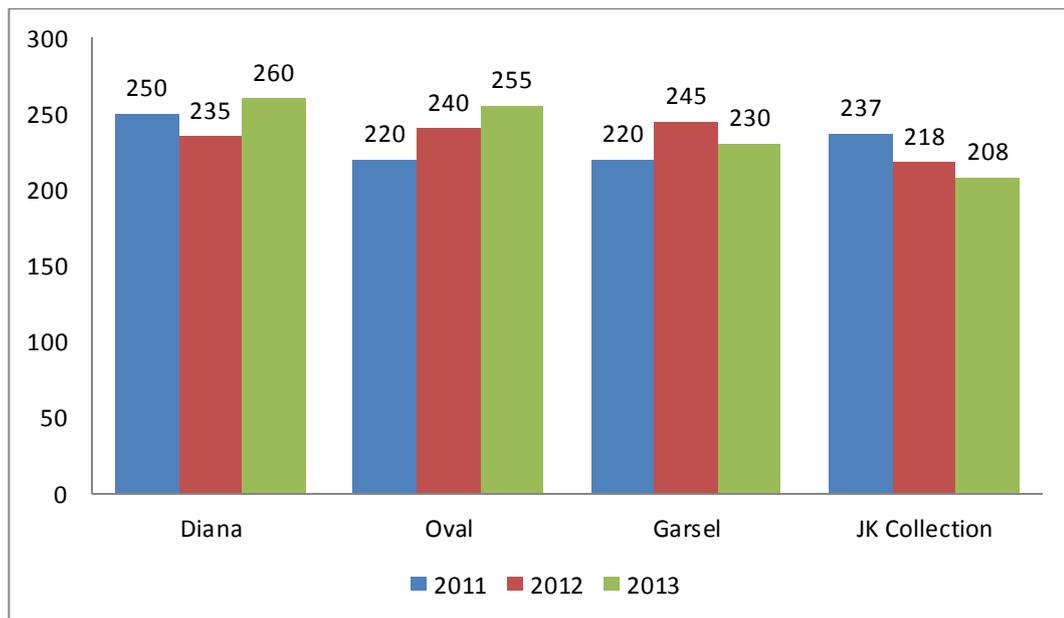
Tabel 1.3 Jumlah Rata-Rata Pengunjung Toko Sepatu di Cibaduyut

No	Nama Toko	Rata – Rata Kunjungan
1	Diana	250 orang / hari
2	Oval	200 orang / hari
3	Garsel	125 orang / hari
4	<i>JK Collection</i>	70 orang / hari

Sumber : Hasil wawancara dan observasi peneliti 2014.

Berdasarkan tabel 1.3, Toko Diana menjadi toko dengan pengunjung terbanyak dalam pembelian sepatu di Cibaduyut dengan rata – rata kunjungan sebanyak 250 orang / hari. Toko Oval ada di posisi ke dua dengan 200 orang / hari, kemudian diikuti oleh Toko Garsel 125 orang / hari dan di posisi terakhir Toko *JK Collection* dengan jumlah kunjungan rata – rata 70 orang / hari.

Jumlah kunjungan sangat berpengaruh terhadap penjualan sepatu di sekitar Ciabduyut. Persaingan penjualan sepatu si Cibaduyut dapat dilihat dari data penjualan yang telah dihimpun oleh peneliti sebagai berikut :



Gambar 1.2 Data Penjualan Sepatu di Cibaduyut (dalam jutaan rupiah)

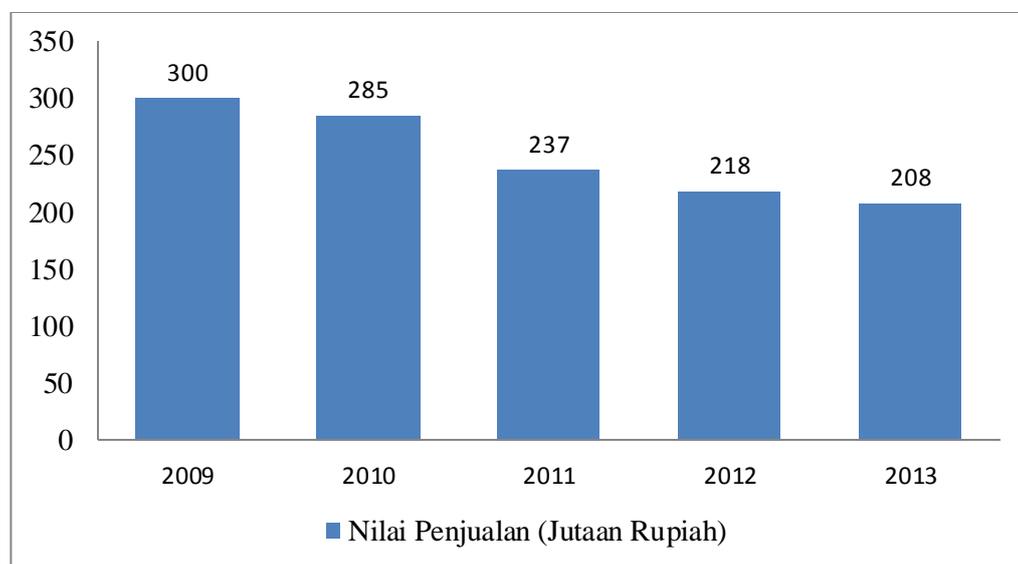
Sumber : Hasil wawancara dan observasi 2014

Berdasarkan gambar 1.2 terungkap bahwa Toko Diana Cibaduyut menjadi toko dengan tingkat penjualan sepatu terbanyak dengan omset 250 juta rupiah pada tahun 2011, 235 juta rupiah pada tahun 2012, dan 260 juta rupiah pada tahun 2013. Toko Oval menjadi terbanyak kedua dengan 220 juta rupiah pada tahun 2011, 240 juta rupiah pada tahun 2012, dan 255 juta rupiah pada tahun 2013. Toko Garsel dengan omset 220 juta rupiah pada tahun 2011, 245 juta rupiah pada tahun 2012, dan 230 juta rupiah pada tahun 2013. Toko JK *Collection* pada posisi ke empat dengan omset 237 juta rupiah pada tahun 2011, 218 juta rupiah pada tahun 2012, dan 208 juta rupiah pada tahun 2013.

Berdasarkan fenomena tersebut pada penelitian toko sepatu JK *Collection*, peneliti memilih Toko JK *Collection* sebagai toko yang dapat dipertimbangkan

untuk dijadikan sebagai subyek penelitian, hal ini dikarenakan Toko JK *Collection* merupakan industri sepatu lokal Cibaduyut yang paling rendah persentase kunjungan pengunjung yang akan melakukan pembelian sepatu di sekitar Cibaduyut.

Berikut adalah gambar penjualan sepatu JK *Collection* dari tahun 2009 sampai tahun 2013 :



Gambar 1.3 Nilai Penjualan Produk Sepatu JK Collection Tahun 2009 sampai 2013.

Sumber : JK *Collection* Cibaduyut Bandung.

Berdasarkan gambar 1.3, dapat dilihat bahwa data penjualan toko JK *Collection* mengalami penurunan dan ini mengindikasikan bahwa ada faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, artinya keinginan konsumen untuk melakukan tindakan pembelian masih kurang karena diduga adanya pengaruh dari luar.

Dalam melakukan tindakan pembelian, konsumen dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor secara internal dan eksternal. Konsumen biasanya menerima masukan dan saran dari pihak luar, hal ini dikarenakan sifat manusia yang mudah terpengaruh. Faktor eksternal akan memberikan pengaruh yang berbeda – beda kepada konsumennya yang mengakibatkan konsumen memiliki sikap, pendapat, selera, dan keinginan yang berbeda. Memahami faktor eksternal yang mendorong konsumen dalam membeli sepatu *JK Collection* dapat dilihat dari empat faktor eksternal yaitu kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga.

Pada penelitian Srikes (2009), menyatakan “Perbedaan budaya berdampak pada perilaku pembelian konsumen”. Hal ini membuktikan bahwa kebudayaan memiliki pengaruh dalam keputusan pembelian. Diharapkan sepatu *JK Collection* sesuai dengan budaya konsumen agar kelompok masyarakat yang beragam budaya terdorong untuk membeli dan menggunakan sepatu *JK Collection*.

Setiap golongan masyarakat akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian sepatu *JK Collection*. Khan (2012) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa faktor citra merek, harga, dan kualitas mempengaruhi perilaku konsumen dikelas sosial menengah kebawah. Disimpulkan bahwa kelas bawah memiliki kecenderungan lebih kearah harga dalam keputusan pembelian dibandingkan kelas menengah yang memiliki kecenderungan yang lebih besar pada kualitas dan citra merek.

Faktor berikutnya yaitu kelompok referensi yang merupakan kelompok yang memiliki pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap suatu

sikap. Seperti teman sebaya atau teman kerja yang dapat dijadikan tempat informasi mengenai sepatu mana yang lebih baik, hal ini dilihat berdasarkan pengalaman yang telah dialami dengan memberikan saran dan pendapat. Berdasarkan pendapat tersebut, konsumen akan cenderung membeli dan menggunakan sepatu yang sama dengan teman sebaya atau teman kerja. Pernyataan tersebut seperti yang dikemukakan dari penelitian Garant dan Stephen (2005), “teman sebaya dikalangan remaja sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian produk yang bermerek”.

Faktor lainnya yaitu faktor keluarga yang merupakan organisasi konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh dalam perilaku pembelian konsumen. Fikry dan Norina (2010) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa keterlibatan orang tua dan remaja etnis di Malaysia memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena dan dengan pertimbangan hal – hal tersebut, maka penulis mengambil judul penelitian “ **Pengaruh Faktor Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian (studi pada sepatu JK *Collection* Cibaduyut Bandung)**”.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Salah satu cara dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen adalah dengan menganalisis faktor eksternal. Faktor eksternal dipilih karena

dalam keputusan pembelian, konsumen diduga seringkali dipengaruhi kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga yang akhirnya tercipta suatu keputusan untuk mengadakan pembelian.

Bagi perusahaan, faktor eksternal memiliki arti panjang dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Perusahaan memperoleh informasi yang berharga dari faktor eksternal yang berhubungan dengan apa dan bagaimana sebenarnya yang diinginkan konsumen sehingga jika perusahaan mempunyai kemampuan dalam menganalisa faktor eksternal, yang pada akhirnya keuntunganlah yang diperoleh perusahaan. Namun keuntungan itu tidak terlepas dari adanya kerugian yang bisa dialami perusahaan, yaitu jika perusahaan hanya berpedoman pada faktor eksternal saja, maka lambat laun perusahaan tidak banyak mengalami kemajuan yang berarti.

Sukses dalam bisnis merupakan akibat dimilikinya kelebihan melalui persaingan. Kelebihan itu dicapai dengan melakukan sesuatu lebih baik, baik secara modifikasi ataupun dalam bentuk pelayanan kepada pelanggan. Sejalan dengan tersebarnya pengetahuan mode seluruh dunia dan mesin menggantikan manusia dalam proses produksinya. Konsumen pada akhirnya menentukan sepatu pilihannya setelah memperhatikan serangkaian faktor secara matang. Walau modifikasi sepatu didasarkan pada kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga.

Perilaku konsumen sendiri menurut Engel et al (dalam Tjiptono, 2008:19) merupakan tindakan – tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa, termasuk

proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan – tindakan tersebut. Dalam perilaku konsumen banyak ditemukan faktor yang mempengaruhi keputusan membeli konsumen, faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan membeli konsumen akan suatu produk dapat berasal dari internal konsumen maupun berasal dari eksternal konsumen.

1.2.2 Perumusan Masalah

Faktor yang menyebabkan pengambilan keputusan pembelian sepatu produk JK *Collection* Cibaduyut Bandung adalah faktor eksternal, maka identifikasi masalah yang diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi konsumen tentang pengaruh faktor eksternal (kebudayaan) terhadap keputusan pembelian sepatu JK *Collection* Cibaduyut Bandung ?
2. Bagaimana persepsi konsumen tentang pengaruh faktor eksternal (kelas sosial) terhadap keputusan pembelian sepatu JK *Collection* Cibaduyut Bandung ?
3. Bagaimana persepsi konsumen tentang pengaruh faktor eksternal (kelompok referensi) terhadap keputusan pembelian sepatu JK *Collection* Cibaduyut Bandung ?
4. Bagaimana persepsi konsumen tentang pengaruh faktor eksternal (keluarga) terhadap keputusan pembelian sepatu JK *Collection* Cibaduyut Bandung ?

5. Apakah terdapat pengaruh faktor eksternal (kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga) secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian sepatu JK *Collection* Cibaduyut Bandung ?
6. Apakah terdapat pengaruh faktor eksternal (kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga) secara parsial terhadap keputusan pembelian sepatu JK *Collection* Cibaduyut Bandung ?

1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh data, mengolah data, menganalisis dan menarik kesimpulan yang didasarkan hasil analisis data dan teori yang dikemukakan oleh para ahli / ilmuwan yang menguasai bidangnya.

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen tentang pengaruh faktor eksternal (kebudayaan) terhadap keputusan pembelian sepatu JK *Collection* Cibaduyut Bandung.
2. Untuk mengetahui persepsi konsumen tentang pengaruh faktor eksternal (kelas sosial) terhadap keputusan pembelian sepatu JK *Collection* Cibaduyut Bandung.
3. Untuk mengetahui persepsi konsumen tentang pengaruh faktor eksternal (kelompok referensi) terhadap keputusan pembelian sepatu JK *Collection* Cibaduyut Bandung.

4. Untuk mengetahui persepsi konsumen tentang pengaruh faktor eksternal (keluarga) terhadap keputusan pembelian sepatu JK *Collection* Cibaduyut Bandung.
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh faktor eksternal (kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga) secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian sepatu JK *Collection* Cibaduyut Bandung.
6. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh faktor eksternal (kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga) secara parsial terhadap keputusan pembelian sepatu JK *Collection* Cibaduyut Bandung.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan kajian ilmu manajemen pemasaran dan sebagai bahan rujukan bagi peneliti lain yang berkeinginan untuk melanjutkan atau melakukan penelitian faktor – faktor eksternal yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

Dengan penelitian yang berjudul faktor eksternal terhadap keputusan pembelian sepatu JK *Collection* Cibaduyut Bandung diharapkan dapat memberikan informasi peneliti lain khususnya Manajemen Upi bidang Pemasaran sebagai bahan pertimbangan penelitiannya dan bagi toko JK *Collection* dapat menentukan arah kebijakan toko JK *Collection* agar dapat diterapkan strategi yang relevan demi eksistensi perusahaan JK *Collection* sendiri.