

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri alas kaki atau sepatu di Indonesia cukup besar. Sepatu merupakan salah satu produk fesyen dengan jumlah permintaan yang cukup tinggi di dalam negeri. Tidak hanya itu, produk ini juga banyak diekspor ke negara lain. Sepatu merupakan salah satu produk yang menyumbang devisa terbesar bagi Indonesia. Berikut data peran ekspor kelompok hasil industri terhadap total ekspor hasil industri.

Tabel 1. 1
Peran Ekspor Kelompok Hasil Industri Terhadap Total Ekspor Industri

Kelompok Hasil Industri	2012	2013	2014	2015	2016	Trend
Industri Kulit, Barang Dari Kulit Dan Alas Kaki	3.864.463,1	4.220.614,6	4.469.760,6	4.853.691,0	5.014.492,1	6,83%

Sumber : kemenperin 2017

Ekspor produk sepatu Indonesia terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Pada tabel 1.2 Di tahun 2016 nilai ekspor produk sepatu mencapai US\$ 5 miliar atau tumbuh dibandingkan angka ekspor tahun 2015 dan 2014 masing US\$ 4,85 miliar dan US\$ 4,46 miliar.

Permintaan pasar terhadap sepatu cukup tinggi, diantaranya ialah untuk industri sepatu kulit memiliki pangsa pasar tersendiri yang cukup besar. Data mengenai besarnya permintaan sepatu kulit di Indonesai dari tiap tahun terus meningkat. Berikut data perkembangan industri sepatu di Indonesia dapat di lihat pada Tabel 1.2 berikut ini :

Tabel 1. 2
Perkembangan Industri Sepatu Di Indonesia

Sub Sektor	2012	2013	2014	2015	2016	Trend
Barang dari kulit dan kulit buatan untuk keperluan pribadi	209.368,7	225.200,2	232.242,7	237.336,6	277.546,0	6,36%

Sumber : kemenperin 2017

Berdasarkan data pada tabel 1.2 dapat dilihat industri yang berbahan kulit termasuk 5 besar sub kelompok industri alas kaki di Indonesia, yang setiap tahun terus meningkat, apalagi di tahun 2016 mengalami kenaikan yang cukup signifikan.

Sepatu kulit yang dijual di Indonesia dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu merek internasional (luar negeri) dan merek dalam negeri. Berikut ini beberapa merek sepatu kulit dari luar negeri yang banyak dijual di Indonesia, Kickers dari Amerika Serikat, Gino Mariani, Versace dan Dolce Gabbana dari Italia, Pierre Cardin dari Prancis, Rohde, Hush Puppies, Luir Vuitton, Playboy, Timberland, Dr. Martens, dan Claks.

Sepatu-sepatu kulit buatan dalam negeri memiliki model dan kualitas yang baik juga. Berikut ini beberapa merek sepatu kulit dari Indonesia yang sudah dikenal di Indonesia, diantaranya Brodo, Black Master, Country Boots, Dr Faris, Moofeat, D-Island Shoes, Humm3r, Dondichero, Likers hingga Garsel. Jumlahnya cukup sedikit bila dibandingkan dengan jumlah produsen sepatu di Indonesia.

Masih banyak kendala yang dihadapi industri sepatu kulit di dalam negeri, diantaranya adalah masalah merek. Hal ini diungkapkan Kepala Balai Pengembangan Industri Persepatuan Indonesia (BPIPI). Kementerian Perindustrian, Ratna Utarianingrum menyatakan Bila dibandingkan dengan negara lain, produsen sepatu di Indonesia belum banyak mengerti arti penting merek. Padahal dengan merek ditambah kualitas mutu sepatu yang baik, produk sepatu yang dijual tentunya memiliki kelebihan, seperti memiliki daya saing (*sumber: news.indotrading.com*).

Kota Bandung dikenal sebagai kota fesyen. Bukan hanya pakaian yang menjadi tujuan wisatawan yang hobi belanja tetapi juga produk sepatu terutama sepatu kulit. Banyaknya merek sepatu kulit yang berasal dari Bandung merupakan daya Tarik bagi wisatawan dari luar kota dan warga kota Bandung tersendiri.

Industri sepatu merupakan salah satu pendukung laju pertumbuhan industri fesyen di kota Bandung (*sumber: www.Wisatabdg.com*). Produk sepatu berbahan dasar kulit dari Bandung memiliki peminat yang cukup tinggi tidak hanya di dalam tetapi juga luar negeri. Hal ini terbukti dengan banyaknya negara yang mengimpor produk kulit terutama alas kaki yang berasal dari Bandung. Kepala Bidang Industri Formal pada Dinas Koperasi, UMK, Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung memberikan pernyataan mengenai produk alas kaki yang dibuat oleh para pengrajin dan para pengusaha yang berdomisili di Kota Bandung melakukan ekspor ke 27 negara yang tersebar di seluruh dunia. Terutama ke benua Amerika, Eropa, dan tentunya Asia sendiri. Nilai ekspor produk alas kaki dari Bandung sekitar US\$23,488,457 selama tahun 2013 dan ditargetkan mengalami kenaikan hingga 5% setiap tahunnya (*Sumber:www.sindonews.com*).

Nama Kota Bandung semakin dikenal dengan kiprah sukses para pengusaha mudanya dalam membawa sepatu berbahan dasar kulit yang berasal dari Kota Bandung. Para pebisnis kreatif bermunculan dengan membawa sebuah konsep model bisnis baru yang inovatif khususnya di industri sepatu (*Sumber: www.Marketing.co.id*).

Saat ini di kota Bandung terdapat sentra sepatu baru selain cibaduyut yakni di daerah Gedebage di pusat grosir gedebage (PGG) Jl Soekarno Hatta. Terdapat sekitar 100 kios yang menjual produk sepatu. Diantaranya menjual sepatu kulit dengan berbagai macam merek lokal. Walaupun toko berada di bandung dengan bantuan internet pemasaran dan penjualan ke seluruh indonesai.

Berdasarkan data dari penelitian penulis dari sekian banyak merek sepatu kulit di kota Bandung yang di jual di gedebage diperoleh data tiga merek yang penjualannya paling rendah selama tahun 2015 dan 2016 yakni, Black Master, Humm3r, dan Dhondicero. Meskipun mengalami peningkatan dari tahun 2015 ke

2016, namun untuk penjualan merek Dondhicero yang paling terendah diantara ketiga merek tersebut.

Berikut data penjualan merek sepatu kulit dikota Bandung tahun 2015-2016 dapat di lihat pada tabel 1.3 berikut ini:

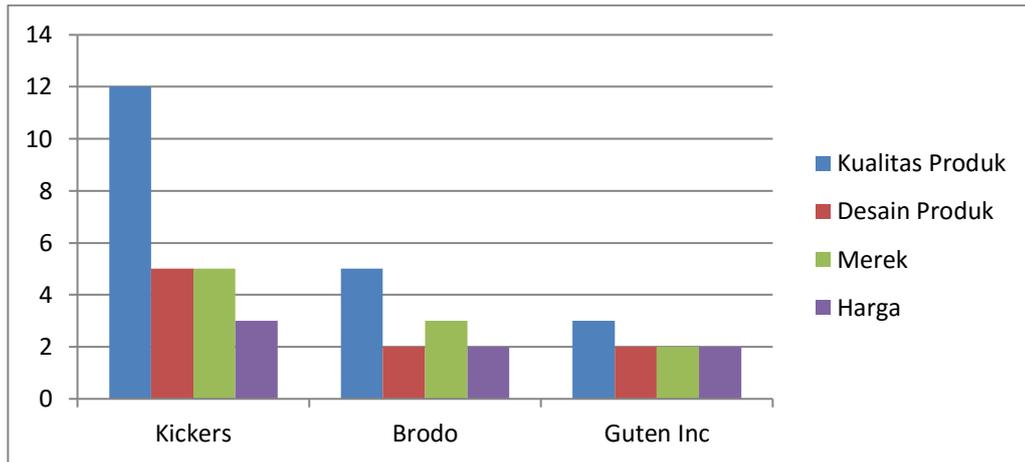
Tabel 1. 3
Penjualan Merek Sepatu Kulit Di Kota Bandung

NO	MEREK	Penjualan	
		2015	2016
1	Black Master	18.600 pcs	20.900 pcs
2	Dondichero	7.300 pcs	8.500 pcs
3	Humm3r	9.200 pcs	11.800 pcs

Sumber: Hasil wawancara. diolah. tahun 2017

Berdasarkan data dari penelitian penulis dari sekian banyak merek sepatu kulit dikota Bandung diperoleh data tiga merek yang penjualannya paling rendah selama tahun 2015 dan 2016 yakni, Black Master, Humm3r, dan Dhondicero. Meskipun mengalami peningkatan dari tahun 2015 ke 2016, namun untuk penjualan merek Dondhicero yang paling terendah diantara ketiga merek tersebut.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan.

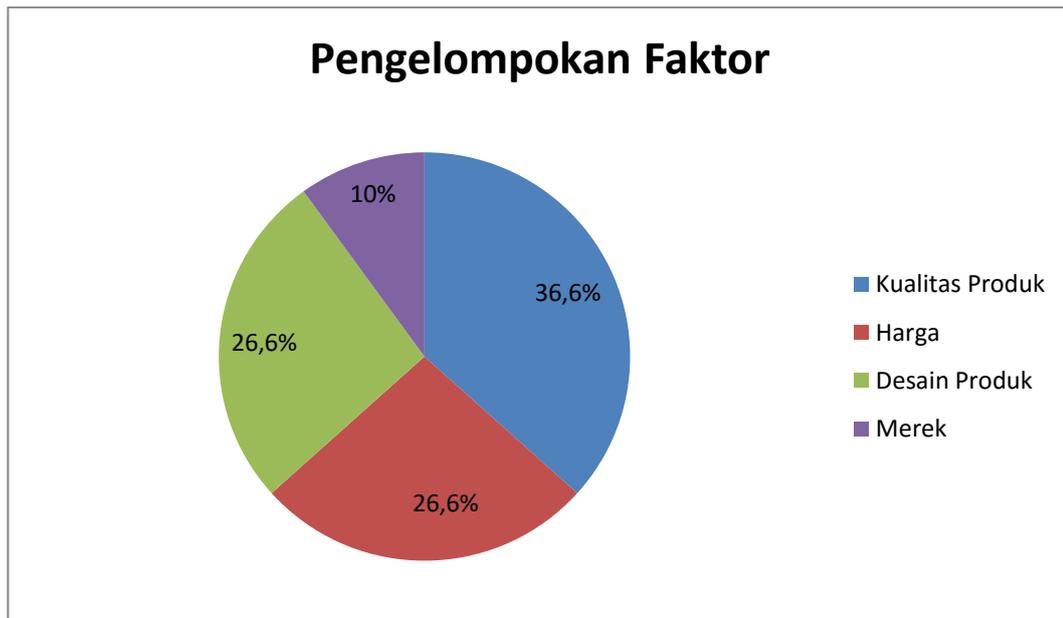


Sumber : Hasil wawancara. diolah. tahun 2017

Gambar 1. 1 **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Sepatu Kulit Dan Pilihan Merek Sepatu**

Dapat dilihat pada Gambar 1.1 berdasarkan data prasurvei kepada 30 orang responden mengenai merek sepatu yang di beli dan pertimbangannya kenapa membeli merek tersebut. Merek sepatu yang paling banyak digunakan responden ialah sepatu, Kicker, Brodo dan Guten Inc. Adapun merek lainnya seperti Bradley, sam's, H&M, Clark hanya digunakan oleh beberapa responden. Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian responden terhadap suatu merek sepatu kulit

Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan responden yang mempengaruhi keputusan pembelian sepatu kulit ialah kualitas produk, desain produk, harga, merek, jenis bahan, warna, dan tren fesyen. Berikut gambar 1.2 mengenai pilihan utama responden yang menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian sepatu kulit.



Sumber :Hasil wawancara. diolah. tahun 2017

Gambar 1. 2
Pengelompokan Faktor

Setelah melakukan penelitian kepada 30 orang responden mengenai faktor- faktor apa saja yang menjadi pertimbangan ketika membeli sepatu kulit. Dapat dilihat pada Gambar 1.2 dari empat faktor dapat dikelompokkan menjadi 3 faktor utama. Yakni, kualitas produk, harga, dan desain produk. Mengenai faktor harga tidak dipertimbangkan karena memiliki nilai yang sangat rendah apabila dibandingkan dengan faktor-faktor yang lain. Oleh karena itu penelitian ini menguji pengaruh faktor kualitas produk, harga dan desain produk terhadap proses keputusan pembelian sepatu Dhondhicero.

Merek sepatu Dhondhicero penjualan tahun 2015 dan 2016 cukup rendah. Perlu dicari solusi mengenai faktor apa sajakah yang dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian terhadap sepatu kulit, sehingga penjualan sepatu Dondhicero semakin meningkat.

Menurut Laiwechpittaya dan Udomkit (2013), “ *A Matter of Shoes: The Analysis of Desired Attributes of Shoes and Its Retail Shops from Bangkok Consumers’ Perspectives*” hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga merupakan faktor yang sangat penting dalam proses keputusan pembelian.

Menurut Pajaree Ackaradejruangsri (2012), “The effect of product quality attributes on Thai consumers buying decisions” hasil penelitian menunjukkan bahwa design berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian.

Menurut Brahm Nehru Facta Publica (2016), “ Pengaruh kualitas produk, desain produk, dan Merek terhadap proses keputusan pembelian sepatu Converse All Star. (studi kasus pada mahasiswa Universitas Telkom 2012-2015” Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan desain produk berpengaruh tinggi terhadap proses keputusan pembelian.

Potensi industri sepatu kulit di Indonesia cukup besar. Sangat penting untuk mengetahui faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap sepatu kulit. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Sepatu kulit”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Industri alas kaki atau sepatu memiliki peluang pasar yang cukup besar di Indonesia. Sepatu merupakan salah satu produk fesyen dengan jumlah permintaan yang cukup tinggi di dalam negeri. Industri sepatu kulit termasuk 5 besar sub kelompok industri alas kaki di Indonesia, yang tiap tahun terus meningkat.

Masih banyak kendala yang dihadapi industri sepatu kulit di dalam negeri, salah satunya adalah masalah merek. Walaupun begitu saat ini mulai muncul beberapa merek sepatu Indonesia yang sudah dikenal di Indonesia. Diantaranya Brodo, Blackmaster, Country Boots, Dr Faris, Moofeat, D-Island Shoes, Humm3r, Dondichero, Likers hingga Garsel.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam produk sepatu diantaranya kualitas produk, harga, dan desain produk. menjadi faktor alasan dalam melakukan keputusan membeli sepatu kulit.

Oleh karena itu, faktor-faktor yang berpengaruh dalam proses keputusan pembelian sepatu kulit perlu diteliti. Seterusnya untuk dievaluasi lebih lanjut sehingga diharapkan pada kemudian hari dapat menjadi suatu solusi bagi permasalahan yang dihadapi perusahaan, penjual dan pembeli sehingga dapat dimanfaatkan seoptimal mungkin dan dapat meningkatkan keoptimalan penjualan dimasa yang akan datang.

1.3 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran faktor kualitas produk, harga, dan desain produk yang mempengaruhi proses keputusan pembelian sepatu Dondhicero.
2. Bagaimana gambaran proses keputusan pembelian sepatu Dondhicero
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian sepatu Dondhicero.
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap proses keputusan pembelian sepatu Dondhicero.
5. Bagaimana pengaruh desain produk terhadap proses keputusan pembelian sepatu Dondhicero.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini untuk mengetahui :

1. Gambaran faktor kualitas produk, harga, dan desain produk yang mempengaruhi terhadap proses keputusan pembeli sepatu Dondhicero.
2. Gambaran proses keputusan pembelian sepatu Dondhicero
3. Pengaruh kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian sepatu Dondhicero.
4. Pengaruh harga terhadap proses keputusan pembelian sepatu Dondhicero.
5. Pengaruh desain produk terhadap proses keputusan pembelian sepatu Dondhicero.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari peneliti ini adalah

a. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori, konsep ilmiah dan referensi dalam ilmu manajemen, khususnya Manajemen Pemasaran dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan pembelian sepatu Dondhicero.

b. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat berguna bagi industri sepatu kulit untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih sepatu kulit.

1.6 Struktur Organisasi Skripsi

Penulisan ini terdiri atas 5 (lima) bab. Uraian yang disajikan pada setiap bab adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metodologi Penelitian, Definisi Operasional, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Pada bab ini berisikan mengenai teori teori relevan yang dijadikan sebagai landasan dalam penelitian ini dan kerangka pemikiran dari penyusun terhadap penelitian yang dilakukan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode-metode yang akan digunakan dalam penelitian, meliputi penelitian, instrumen penelitian, populasi dan sampel penelitian dan analisis pengolahan data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang pembahasan atas penelitian berdasarkan atas penelitian berdasarkan teori dan data yang didapat melalui survey atau observasi lapangan, wawancara, studi literatur, dan studi dokumentasi.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan kesimpulan dari penyusun berdasarkan hasil dari penelitian berupa Preferensi Konsumen dalam Memilih sepatu.

