

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1. 1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan suatu negara tidak dipungkiri dipengaruhi oleh sumber daya manusia yang penuh inovasi dan kreativitas tinggi. Ekonomi kreatif sebagai wujud optimisme suatu negara untuk berkembang dan maju. Ekonomi kreatif merupakan salahsatu hal yang dapat mengurangi pengangguran. Industri kreatif dan ekonomi kreatif adalah hal yang tidak terpisahkan. Indonesia menyadari ekonomi kreatif yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian , bakat dan kreativitas serta kekayaan intelektual adalah harapan untuk mengembangkan bangsa Indonesia.

Perubahan dari era pertanian kemudian ke era industrialisasi kemudian ke era informasi . Dimana di era informasi muncul teknologi-teknologi baru yang memudahkan manusia mendapatkan informasi dan memudahkan manusia saling berinteraksi. Perubahan ini tentu akan memunculkan daya saing yang semakin besar.

Dalam pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 ,Ekonomi kreatif diyakini dapat menjawab tantangan dasar masalah jangka pendek dan menengah yakni : (1)relative rendahnya pertumbuhan ekonomi pasca krisis (rata-rata hanya 4,5% per tahun); (2) masih tingginya pengangguran (9-10%); (3) tingginya tingkat kemiskinan (16-17%) dan (4) rendahnya daya saing di Indonesia (Gunaryo et al 2008).

Negara-negara maju mulai menyadari bahwa saat ini tidak hanya bisa mengandalkan industri saja sebagai sumber ekonomi untuk memajukan negaranya tetapi harus lebih mengandalkan sumber daya manusia yang penuh kreativitas untuk menghadapi daya saing atau kompetensi pasar yang meningkat dengan kreativitas yang tinggi dalam menciptakan inovasi baru. Sehingga pada tahun 1990-an di mulai era ekonomi baru yang mengutamakan kreativitas dan informasi

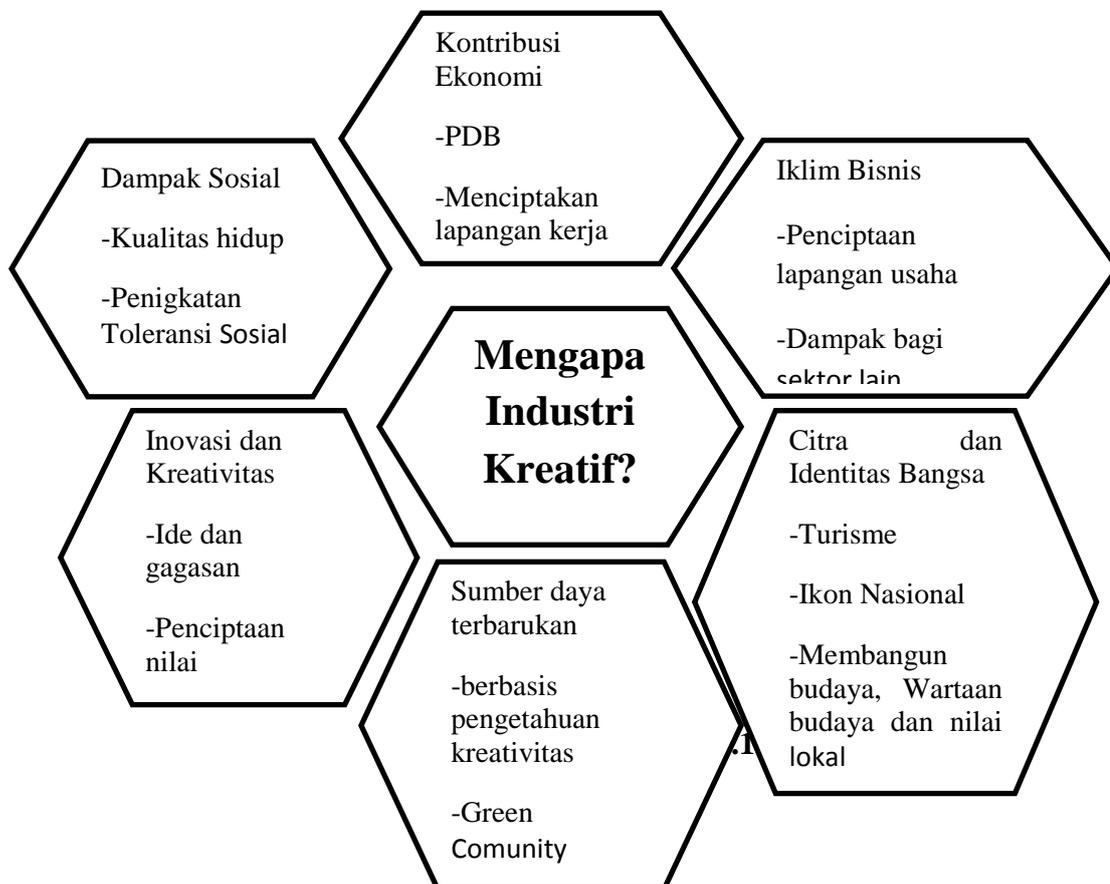
dan populer dengan sebutan ekonomi kreatif yang digerakan oleh sektor industri yang disebut industri kreatif. Ekonomi kreatif merupakan pemanfaatan cadangan sumber daya yang tak terbatas yang merupakan ide, gagasan, bakat, talenta dan kerativitas. (Gunaryo et al,2008)

Menurut departemen perdagangan, (2007) ada beberapa arah dari pengembangan yang lebih menitik beratkan pada indutri berbasis; (1) lapangan usaha kreatif dan budaya (*creative cultural industry*);(2)lapangan usaha kreatif (*creative industry*); atau (3) Hak kekayaan intelektual seperti hak cipta (*copyright industry*).

Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif telah mengklasifikasi ulang sub-sektor industri kreatif dari 15 sub-sektor menjadi 16 sub-sektor, yaitu arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film, animasi, dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; fashion; aplikasi dan game developer; penerbitan; periklanan; televisi dan radio; seni pertunjukan; dan seni rupa.

Industri kreatif memiliki kontribusi ekonomi yang signifikan terhadap peningkatan Perekonomian Indonesia. Kesignifikanan terjadi karena industri kreatif mampu menciptakan iklim bisnis yang positif, dapat memperkuat citra dan identitas bangsa, mendukung pemanfaatan sumber daya yang terbarukan, merupakan pusat penciptaan inovasi dan pembentukan kreativitas serta memiliki dampak sosial yang positif ( Gunaryo et al, 2008:23).

Adapun skema yang menggambarkan mengapa industri kreatif perlu di kembangkan dapat di lihat pada gambar 1.1



**Gambar 1.1**

### **Mengapa Industri Kreatif perlu dikembangkan**

*Sumber: Gunaryo et al, 2008 : 24*

Berdasarkan gambar 1.1 diketahui bahwa ekonomi kreatif dapat memberikan kontribusi pada perkembangan perekonomian Indonesia. Bukan hanya memberikan kontribusi pada bidang ekonomi namun memberikan kontribusi juga di beberapa aspek pengembangan kehidupan berbangsa dan bernegara.

Tabel 1.1 merupakan data kontribusi ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) :

**Tabel 1.1**  
**Kontribusi Ekonomi kreatif Terhadap PDB (Dalam persen)**

<b>Tahun</b>	<b>Kontribusi</b>
<b>2010</b>	<b>7,34%</b>
<b>2011</b>	<b>7,10%</b>
<b>2012</b>	<b>7,02%</b>
<b>2013</b>	<b>7,05%</b>
<b>2014</b>	<b>7,10%</b>
<b>2015</b>	<b>7%</b>

*Sumber: berbagai sumber (data diolah)*

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui berapa besar ekonomi kreatif mampu berkontribusi, tahun 2010 Ekonomi kreatif mampu berkontribusi sebesar 7,34% terus mengalami penurunan hingga 2012 dan mengalami kenaikan pada tahun 2014 menjadi 7,10% , namun kontribusi tahun 2015 menurun menjadi 7%. Hal tersebut akan menjadi tantangan untuk mengembangkan Ekonomi kreatif. Karena Ekonomi kreatif merupakan salahsatu cara untuk mengembangkan perekonomian Indonesia.

Tabel 1.2 merupakan data kontribusi Ekonomi kreatif terhadap penyerapan tenaga kerja

**Tabel 1.2**  
**Kontribusi Ekonomi kreatif terhadap penyerapan tenaga kerja**  
**(dalam persen)**

<b>Tahun</b>	<b>Kontribusi</b>
<b>2010</b>	<b>10,62%</b>
<b>2011</b>	<b>10,63%</b>
<b>2012</b>	<b>10,65%</b>
<b>2013</b>	<b>10,72%</b>
<b>2014</b>	<b>10,73%</b>
<b>2015</b>	<b>10,70%</b>

*Sumber: berbagai sumber (data diolah)*

Dapat dilihat dari tabel 1.2 bahwa kontribusi Ekonomi kreatif mengalami kenaikan pada tahun 2014 yang semula tahun 2010 menyumbang sebesar 10,62% terus mengalami kenaikan sampai 2014 menjadi 10,73%. Pada tahun 2015 mengalami penurunan menjadi 10,70%. Ekonomi kreatif mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar yang artinya ekonomi kreatif ini merupakan cara untuk mengurangi pengangguran, maka ekonomi kreatif harus dikembangkan untuk mengembangkan potensi-potensi Sumber daya manusia yang kaya akan kreativitas sebagai cara mengembangkan dan memajukan kehidupan berbangsa dan bernegara.

Pada surat kabar Bareksa diberitakan bahwa Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2013 industri ekonomi kreatif berhasil memberikan kontribusi sebesar Rp642 triliun dari total PDB Rp9.109 triliun. Kontribusi ini menempatkan sektor ekonomi kreatif di peringkat tujuh dari 10 sektor ekonomi teratas dengan persentase mencapai 7,05 persen. Sektor ekonomi kreatif sendiri mengalami peningkatan 10,9 persen yang pada tahun 2012 silam, memberikan kontribusi sebesar Rp478 triliun.

Pada surat kabar MetroTv diberitakan bahwa Pada Periode 2010 - 2013 industri kreatif rata-rata dapat menyerap tenaga kerja sekitar 10,6 persen dari total angkatan kerja nasional. Itu didorong oleh pertumbuhan jumlah usaha di sektor industri kreatif pada periode tersebut sebesar 1 persen.

Pada surat kabar AntaraneWS Menperin menyampaikan Perkembangan ekonomi kreatif (tahun 2015) menunjukkan gambaran yang positif, di mana sektor ini tumbuh 5,76 persen atau di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,74 persen, dengan nilai tambah sebesar Rp 641,8 triliun atau 7 persen dari PDB nasional. Dari sisi tenaga kerja sektor ini mampu menyerap 11,8 juta tenaga kerja atau 10,7 persen dari angkatan kerja nasional, diikuti dengan jumlah unit usaha mencapai angka 5,4 juta unit atau 9,7 persen dari total unit usaha. Dari 15 subsektor ekonomi kreatif yang dikembangkan, terdapat tiga subsektor yang memberikan kontribusi dominan terhadap PDB, yaitu kuliner sebesar Rp209 triliun atau 32,5 persen, *fashion* sebesar Rp182 triliun atau 28,3 persen dan kerajinan sebesar Rp93 triliun atau 14,4 persen.

Dari surat kabar Antaranews dapat diketahui bahwa ekonomi kreatif yang mendominasi adalah kuliner diikuti oleh *fashion* pada posisi ke-2 dan kerajinan diposisi ke-3. Posisi *fashion* pada tahun 2013 merupakan yang paling mendominasi yang artinya *fashion* harus terus dikembangkan sedemikian rupa karena memiliki potensi yang besar juga.

Pada surat kabar Antara news juga disebutkan Kontribusi 15 sub-sektor industri kreatif terhadap proporsi PDB tahun 2014, yang menunjukkan bahwa industri kuliner merupakan sub sektor dengan kontribusi PDB terbesar yaitu sebesar 32%. Sedangkan hasil analisa kuadran dengan menggunakan variabel tingkat pertumbuhan PDB dan proporsi terhadap PDB menunjukan bahwa industri *fashion* merupakan industri yang paling tinggi tingkat pertumbuhan dan proporsinya terhadap PDB. Sedangkan industri layanan komputer dan perangkat lunak; periklanan; arsitektur; riset dan pengembangan; fotografi, film, dan video; radio dan televisi; serta permainan interaktif, meskipun proporsinya terhadap PDB masih rendah, namun mencatat tingkat pertumbuhan tinggi sehingga potensial untuk dikembangkan.

Perkembangan Industri kreatif di berbagai kota-kota besar terus berkembang. Terutama kota Bandung yang diberi predikat kota paling kreatif di Indonesia. Departemen perdagangan Republik Indonesia (2009 : 47) menyebutkan bahwa ada empat kota yang sudah di akui sebagai kawasan kreatif :

Saat ini, kawasan-kawasan yang sudah di akui sebagai kawasan kreatif, dengan infrastruktur pondasi dan pilar industri kreatif yang kuat antara lain; Bandung, Bali, DKI Jakarta dan Yogyakarta. Keempat kota ini merupakan citra atau identitas yang menjadi tolak ukur perkembangan industri kreatif Indonesia.

Dapat dilihat dari pemaparan di atas Bandung merupakan salahsatu kota yang berpotensi cukup besar sebagai kota kreatif. Bandung dikenal dengan pusat mode, seni, budaya, tekstil, kuliner. Bandung juga dikenal sebagai Kota Kembang dan Kota pendidikan. Bandung merupakan daerah tujuan wisata.

Dalam surat kabar Koran Sindo disebutkan Kota Bandung masuk dalam jaringan kota kreatif dunia UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) atau UNESCO *Creative Cities Network* (UCCN) bersama

**Reska Kania Dewi, 2018**

**PENGARUH HARGA DAN HARGA BARANG SUBSTITUSI TERHADAP PERMINTAAN SEPATU KULIT DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dengan 47 kota lainnya dari 33 negara. Berdasarkan survey tahun 2011, kota Bandung termasuk dalam 5 besar kota kreatif se-Asia. Saat ini di Kota Bandung sudah ada 400 outlet industri kreatif dan dapat menyerap kurang lebih 334.244 tenaga kerja. Kontribusi Ekonomi kreatif di kota kembang menyumbang sekitar 11% untuk pertumbuhan ekonomi. Secara regional ,pada tahun 2012 kontribusi ekonomi kreatif kota Bandung terhadap Produk domestik regional bruto (PDRB) Provinsi Jawa Barat hampir 8% atau sekitar Rp 21 triliun dan telah menyerap tenaga kerja sekitar 2,75% dari jumlah total tenaga kerja.

Dalam sebuah artikel mengenai Bandung di website academia.edu , subsektor yang dapat dijadikan unggulan kota Bandung yaitu musik, *fashion*, seni, desain, IT dan makanan (kuliner).

Industri *Fashion* sudah merupakan kebutuhan masyarakat . Kota bandung merupakan kota yang terkenal dengan banyaknya industri *fashion*. Salahsatu industri *Fashion* yang sedang berkembang di Bandung adalah industri Sepatu. Bandung sebagai kota kreatif tidak lepas dari peranan warga bandung, khususnya banyak daerah-daerah di kota Bandung yang menjadi kawasan ekonomi kreatif salahsatunya adalah Sentra Sepatu Cibaduyut.

Sentra Sepatu Cibaduyut merupakan salahsatu tempat wisata bagi para pengunjung Bandung. Di kawasan tersebut para pengunjung disuguhkan dengan berbagai macam jenis sepatu dengan kualitas bagus namun dengan rentang harga yang cukup murah seperti hal nya sepatu kulit Cibaduyut. Mulai berkembangnya Sentra Cibaduyut pada tahun 1920. Dalam rangka mengembangkan Sentra Cibaduyut pada sekitar tahun 1978 pemerintah pusat melalui departemen peindustrian bekerjasama dengan LP3ES (Lembaga penelitian Pendidikan Penerangan Ekonomi dan sosial. Di Sentra Sepatu kulit Cibaduyut ada 265 industri sepatu kulit pengrajin sepatu, dan dari 265 tersebut ada 103 perusahaan yang menjual jenis sepatu kulit dikawasan sentra Cibaduyut , memproduksinya dan menjualnya di perusahaan sendiri, sisanya merupakan industri yang memasok barang ke perusahaan-perusahaan karena hanya memproduksi saja.

Tabel 1.3

**Jumlah Produsen dan Tenaga Kerja Sentra Sepatu Cibaduyut**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah produsen</b>	<b>Tenaga kerja</b>	<b>Persentase pertumbuhan (%)</b>
2010	577	3008	-
2011	310	2453	-18.45
2012	299	2241	-8.64
2013	280	2152	-3.79
2014	265	1765	-17.98
<b>Rata-rata</b>	<b>346</b>	<b>2.323</b>	<b>-9.7</b>

*Sumber: Dinas Koperasi, UKM, dan Perindag Kota Bandung dalam (Iqbal,2013, hlm.4)*

Berdasarkan tabel 1.3 pada jumlah produsen dan Tenaga kerja di sentra sepatu kulit Cibaduyut terjadi penurunan yang terus-menerus dari tahun 2010 sampai 2014, ini merupakan masalah karena penurunan ini tentu akan berpengaruh pada perkembangan ekonomi kreatif di kota Bandung karena Cibaduyut merupakan salah satu kawasan potensial di Bandung yang seharusnya dapat dikembangkan. Menurunnya produsen berimbas pada menurunnya penyerapan tenaga kerja. Salah satu yang menyebabkan berkurangnya tenaga kerja adalah berkurangnya permintaan pasar. Menurunnya permintaan pasar ini merupakan suatu permasalahan, dimana permintaan pasar berpengaruh terhadap menurunnya suatu perkembangan usaha yang berimbas pada penurunan jumlah produsen dan tenaga kerja yang ujungnya bisa membuat suatu usaha gulung tikar, dan sebaliknya apabila permintaan pasar meningkat maka jumlah produsen dan tenaga kerja juga akan meningkat yang berimbas pada meningkatnya usaha dan meningkatnya penyerapan terhadap tenaga kerja.

Tabel 1. 4

## Data Potensi Sentra Sepatu Cibaduyut Bandung

Tahun	Jumlah Produksi (unit)	Jumlah penjualan (unit)	Jumlah Wisatawan	Presentase Pertumbuhan (%)
2010	3.114.022	2.831.480	34.647.240	-
2011	1.860.000	1.624.000	36.712.729	-42.64
2012	2.337.800	2.234.200	39.467.642	37.57
2013	2.011.400	2.006.340	41.445.279	-10.20
2014	1.889.340	1.880.310	45.362.773	-6.28
<b>Rata-rata</b>	<b>2.242.512</b>	<b>2.115.266</b>	<b>39.527.132</b>	<b>-4,31</b>

Sumber: Unit Pelayanan Teknis (UPT) Industri Sepatu kulit Cibaduyut , 2015

Dari tabel 1.4 dapat terlihat terjadinya penurunan dari segi jumlah produksi dan jumlah penjualan yang artinya adanya suatu permasalahan yang menjadikan hal tersebut terjadi. Jumlah wisatawan meningkat namun tidak berimbang pada kenaikan jumlah penjualan . Permintaan pasar sangat berpengaruh untuk meningkatkan jumlah penjualan. Permintaan berindikasi terhadap penurunan jumlah produksi dan jumlah penjualan Penyebab menurunnya jumlah produksi dan jumlah penjualan adalah Permintaan pasar. Maka permasalahan tersebut harus segera di atasi karena Senra Sepatu kulit Cibaduyut merupakan salahsatu sentra yang potensial dan salahsatu ciri khas yang dimiliki Kota Bandung. Cara untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan meningkatkan permintaan pasar.

Tabel 1.5 merupakan data permintaan Sepatu kulit toko Catenzo dan Jk Collection selama 6 bulan terakhir di Cibaduyut.

Tabel 1.5

**Data rata-rata permintaan Sepatu kulit dan *flatshoes* Perusahaan Catenzo dan Jk collection di Cibaduyut selama 6 bulan terakhir (April-September) 2016**

Bulan	Catenzo				JK Collection			
	Sepatu Kulit		Flatshoes		Sepatu kulit		Flatshoes	
	Q	(%)	Q	(%)	Q	(%)	Q	(%)
April	18.981	20,7	9.862	20,8	2.637	19,6	1.245	17,4
Mei	18.602	20,3	8.997	19	2.619	19,5	1.115	15,6
Juni	23.292	25,4	10.659	22,5	2.787	20,7	1.328	18,6
Juli	6.792	7,4	3.327	7	1.227	9,14	918	12,8
Agustus	12.148	13,2	6.971	14,7	2.130	15,8	1.166	16,3
September	11.594	12,6	7.428	15,7	2.021	15	1.289	18
<b>TOTAL</b>	<b>91.409</b>	<b>100</b>	<b>47.224</b>	<b>100</b>	<b>13.421</b>	<b>100</b>	<b>7.130</b>	<b>100</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>15.234</b>	<b>16,6</b>	<b>7.874</b>	<b>16,6</b>	<b>2.236</b>	<b>16,6</b>	<b>1.188</b>	<b>16,6</b>

*Sumber: Hasil observasi pra penelitian*

Dapat terlihat pada tabel 1.5 permintaan perusahaan Catenzo cenderung fluktuatif dan perusahaan JK Collection cenderung stabil. Namun pada penjualan Catenzo pada bulan Juli mengalami penurunan yang signifikan jika dibandingkan dengan jumlah permintaan pada bulan lainnya. Menurut staff pengurus penjualan saat wawancara, konsumen kebanyakan adalah *reseller*, untuk para pelancong dan para konsumen yang membeli per satuan jarang, sekitar 97% merupakan *reseller* sedangkan hanya 3% merupakan pembeli yang memang sebagai pelancong dari luar kota atau pembeli yang sengaja datang untuk membeli disana. 3% adalah jumlah yang sangat kecil, padahal Cibaduyut merupakan sentra sepatu yang di pandang sebagai tempat belanja yang besar dan lengkap tapi mengapa hanya sedikit orang-orang yang mengkhususkan belanja disana, justru yang datang kebanyakan *reseller* yang hendak menjual lagi ditoko *resellernya* atau kadang *reseller* berjualan dengan online.

Sepatu kulit merupakan salah satu jenis sepatu yang dijual di Cibaduyut yang merupakan sentra sepatu yang besar dan dengan kawasan yang luas yang seharusnya lebih dapat menarik para konsumen untuk berkunjung dan membeli

produk. Dalam hal ini berarti hanya sedikit persennya yang memang tertarik untuk berbelanja langsung disana. Dari hasil wawancara juga penjualan tersebut dengan strategi member dimana yang menjadi member yang kebanyakan adalah *reseller* yang akan mendapat potongan harga.

Meningkatkan permintaan pasar salahsatu yang berpengaruh terhadap jumlah penjualan yang akan berimbas pada kemajuan produsen dan bertambahnya penyerapan tenaga kerja. Banyak faktor yang mempengaruhi permintaan. Dimana faktor tersebut berpengaruh mampu meningkatkan permintaan.

Banyak faktor yang mempengaruhi permintaan salahsatunya adalah harga. Dalam hukum permintaan Alfred Marshall (Ahman, Eeng dan Rohmana, Yana :2009 ) yang berbunyi : Jika harga suatu barang naik, maka jumlah barang yang diminta akan turun, sebaliknya jika harga suatu barang turun maka jumlah barang yang diminta akan bertambah. Hukum permintan tersebut akan berlaku dengan asumsi faktor-faktor lain diluar harga harus di anggap konstan (*ceteris paribus*). Suatu kenyataan bahwa jika terjadi penurunan harga akan menarik pembeli baru.

Faktor lain yang menjadi faktor permintaan adalah Harga barang Substitusi yakni barang yang memiliki fungsi dan posisi dengan barang lain. Perubahan harga barang substitusi akan mempengaruhi terhadap permintaan suatu barang. Bandung merupakan Kota *Fashion* dengan banyaknya wisata *fashion* yang di suguhkan, Banyak yang ke Bandung dilatar belakang dengan *fashion* Bandung . Sentra Sepatu Cibaduyut tentunya harus siap bersaing dengan perusahaan *fashion* lain di Bandung, melakukan penerobosan baru terhadap kreativitas agar sepatu kulit Cibaduyut berkembang . Salah satu yang menjadi ciri khas dan menarik minat orang-orang untuk datang ke Cibaduyut. Cibaduyut terkenal dengan sepatu kulit selain modelnya bervariasi harganya pun bervariasi dan cenderung lebih murah dibanding membeli diluar Cibaduyut . Dengan pilihan yang lengkap dan harga yang cukup terjangkau maka sepatu kulit disini diburu untuk sepatu formal untuk ke kantor atau acara formal maupun sepatu kulit untuk santai dengan model yang kekinian untuk sekedar santai dan berjalan-jalan namun tetap terlihat oke dan elegan. Selain itu banyak *reseller* yang menjual kembali sepatu kulit ini melalui situs online maupun membuka toko sendiri diluar

Cibaduyut. Dalam penelitian ini barang substitusi yang dimaksud adalah produk yang mampu menggantikan fungsi sepatu kulit diluar produk sepatu kulit yaitu sepatu *flatshoes*, sama-sama lebih cenderung digunakan dalam acara formal.

Berdasarkan uraian di atas , penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan Sepatu kulit pada industri kreatif di kota Bandung dengan melakukan penelitian terhadap produk Sepatu kulit di Cibaduyut. Maka Judul yang penulis angkat adalah : **“PENGARUH HARGA DAN HARGA BARANG SUBSTITUSI TERHADAP PERMINTAAN SEPATU KULIT DI KOTA BANDUNG (Survey pada Perusahaan Sepatu kulit Cibaduyut)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Banyaknya faktor yang mempengaruhi permintaan produk sepatu kulit maka dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup permasalahan. Adapun rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap permintaan Sepatu Kulit di Cibaduyut ?
2. Bagaimana pengaruh barang substitusi (*flatshoes*) terhadap permintaan Sepatu Kulit di Cibaduyut?
3. Bagaimana pengaruh harga dan harga barang substitusi terhadap permintaan sepatu kulit di Cibaduyut?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap permintaan Sepatu kulit di Cibaduyut
2. Untuk mengetahui pengaruh harga barang substitusi terhadap permintaan Sepatu Kulit di Cibaduyut
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan harga barang substitusi terhadap permintaan Sepatu Kulit di Cibaduyut

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis, Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu ekonomi, khususnya ilmu ekonomi mikro.
2. Secara Praktis dari dilakukannya penelitian ini adalah:
  - diharapkan dapat memberikan informasi serta gambaran mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan pada produk sepatu kulit Cibaduyut
  - Diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi berbagai pihak terutama bagi penjual sepatu kulit di Cibaduyut.

#### 1.5 Struktur Skripsi

1. BAB I PENDAHULUAN, dalam bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta struktur organisasi skripsi
2. BAB II KAJIAN PUSTAKA, bab ini terdiri dari pengertian yang berkaitan dengan pembahasan mengenai konsep industri kreatif, konsep Sepatu kulit Cibaduyut, Konsep Permintaan, Konsep Harga, Harga Barang Substitusi, Kajian Empiris dan Hasil Penelitian jurnal, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.
3. BAB III METODE PENELITIAN, bab ini meliputi Objek dan subjek penelitian, Metode Penelitian, Populasi, sampel, operasional Variabel, teknik pengumpulan data, Instrumen penelitian, Teknik analisis data dan pengujian hipotesis.
4. BAB IV PEMBAHASAN, bab ini berisikan pembahasan yang merupakan inti dari penelitian. Berupa analisis data harga dan harga barang substitusi terhadap permintaan Sepatu kulit di Cibaduyut

5. BAB V KESIMPULAN, bab ini terdiri dari kesimpulan, saran dari kegiatan penelitian yang telah dilakukan.