

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian

Counterfeit product merupakan suatu produk yang menyerupai produk asli dengan harga yang lebih rendah dan memiliki kualitas yang jauh lebih rendah dalam hal daya tahan produk dibandingkan produk aslinya. *Counterfeits Product* diseluruh dunia membuat industri ini terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan laporan dari *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) mengenai data *counterfeit* dunia. Pada Tahun 2005, total nilai *counterfeit product* di dunia dapat mencapai 200 triliun USD, dan mengalami kenaikan menjadi 250 triliun USD pada tahun 2007. Data terbaru menunjukkan pada Tahun 2013, total nilai *counterfeit product* di seluruh dunia mencapai 461 triliun USD.

Di Indonesia salah satu negara yang cukup banyak praktik *counterfeit* bahkan tingkat *counterfeit* dar tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan. Peredaran produk palsu pada tahun 2014 dapat mengakibatkan kerugian terhadap negara Indonesia hingga Rp. 65,1 triliun. Sekeretaris Jenderal Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) Justisiari P Kusumah mengatakan mengatakan kerugian itu meningkat dibandingkan hasil survei MIAP (2014) yang memperkirakan kerugian perekonomian terkait PDB sebesar Rp. 43,2 triliun. Pemalsuan produk telah merugikan perekonomian dari segi penerimaan pendapatan negara seperti pajak sebesar Rp. 424.856 juta. Dari fenomena yang terjadi ini juga negara akan menderita kerugian akibat kehilangan kesempatan kerja, yakni Rp. 3.395.887 juta. Sehingga dari data tersebut terdapat peningkatan 1,5 kali lipat dalam periode waktu lima tahun.

Banyaknya peredaran barang palsu ini sangat meresahkan berbagai banyak pihak. Selain merugikan negara (pajak), adanya barang palsu juga merugikan pelaku dari sektor industri termasuk para pekerja dan konsumen. Produksi suatu industri yang barangnya dipalsukan membuat pasarnya tergerus. Demikian disampaikan anggota Tim Survei dari Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Eugenia Mardanugraha di Hotel Grand Sahid Jaya, Jakarta, Rabu (16/7/2014). Dari kerugian Rp. 3 triliun tersebut, potensi kehilangan upah ini terutama mengancam buruh yang bekerja di sektor industri pakaian dan barang dari kulit sebesar Rp. 2,32 triliun, industri makanan dan minuman sebesar Rp. 620,2 miliar, industri

Rico Wirawan,2019

PENGARUH HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI COUNTERFEIT PRODUCT SEPATU VANS (SURVET TERHADAP MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UPI)

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

farmasi dan kosmetika sebesar Rp. 268,4 miliar serta industri software dan tinta printer sebesar Rp. 186,3 miliar.

Rico Wirawan,2019

PENGARUH HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI COUNTERFEIT PRODUCT SEPATU VANS (SURVET TERHADAP MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UPI)

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

Menteri perdagangan Enggartiasio Lukita, Kamis 29 November 2018, menyatakan bahwa banyak barang impor yang saat ini beredar di pasaran merupakan produk palsu dan berkualitas rendah. Karena dapat membahayakan konsumen, masyarakat diharap berhati-hati dalam memilih dan membeli produk impor. "Dari total barang impor yang masuk ke Indonesia, sebanyak 40 persen adalah barang palsu dan berkualitas rendah," ujar Rachmat. Kementerian Perdagangan pun kini sedang gencar mencabut izin impor terhadap beberapa produk. Pelarangan impor terutama ditujukan pada produk berkualitas rendah dan berbahaya bagi keselamatan konsumen.

Survei Pusat Hak Cipta Intelektual Dunia (Global Intellectual Property Center/ GIPC), menilai Indonesia masih lemah dalam melakukan perlindungan kekayaan intelektual atau IP (Intellectual Property). Dari 38 negara yang disurvei, Indonesia berada di posisi 33 dengan indeks IP 8,59. Meski memiliki IP framework, Indonesia tidak memiliki masa perpanjangan paten atau peraturan akan perlindungan data, serta memiliki tingkat pembajakan kekayaan intelektual sangat tinggi. Dari data Organization for Economic Co-operation and Development's (OECD), didapat angka pembajakan merek di seluruh dunia yang cukup fantastis. Jumlah total impor barang palsu pada 2013 mencapai \$461 miliar atau sekitar Rp. 6 ribu triliun, menyumbang 2,5 persen dari jumlah impor global.

Penegakan hukum di Indonesia masih sangat lemah. Ketua umum MIAP, Widyaretna Buenastuti menjelaskan bahwa tingginya pertumbuhan barang palsu di Indonesia disebabkan beberapa faktor. Selain persoalan daya beli penegakan hukum di Indonesia masih sangat lemah, "Itu bisa dilihat dari hasil survei kami. Misalnya sebanyak 64,6% konsumen merasa tidak mungkin diadili kalau gunakan barang palsu. Lalu 27% penjual mengaku razia petugas kurang. Ada pula sekitar 27% produsen yang menilai hukuman terlalu ringan," jelasnya.

Tingginya tingkat counterfeits di Indonesia juga tercermin dari hasil survei pada tahun 2014 oleh Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) dan LPEM- FEUI. Survei ini dilakukan di 2 kota terbesar di Indonesia yaitu Jakarta dan Surabaya dengan jumlah responden sebanyak 591 responden. Dari hasil survei tersebut, Tinta printer merupakan jenis produk

Rico Wirawan, 2019

PENGARUH HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI COUNTERFEIT PRODUCT SEPATU VANS (SURVET TERHADAP MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UPI)

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

counterfeit yang paling sering dikonsumsi dengan presentase 49,4%. Kemudian disusul dengan Pakaian sebesar 38,9% dan Barang dari kulit dengan jumlah 37,2%.

Ketua Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) Widyaretna Buenastuti menyebutkan jika dibandingkan dengan produk palsu pada 2010, peningkatan tinta printer merupakan yang paling banyak karena belum ditemukan produk palsu saat itu. Widyaretna menyangkan produk palsu lainnya juga meningkat, seperti pakaian dari 30,2 persen pada 2010 menjadi 38,9 persen 2014, barang dari kulit dari 35,7 persen menjadi 37,2 persen, kosmetika dari 6,4 persen menjadi 12,6 persen, farmasi dari 3,5 persen menjadi 3,8 persen.

Dari hasil survei Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) tahun 2010 dan 2014 terdapat peningkatan persentase yang signifikan untuk pakaian tiruan, yaitu sebesar 49,4% dan 8,7%. Namun kebanyakan konsumen mudah tertipu, tidak mengetahui bahwa tinta yang dibelinya adalah palsu, maka tinta printer tidak dapat dijadikan objek dalam penelitian ini karena penelitian ini mengukur minat membeli produk tiruan secara disengaja.

Produk imitasi yang dimaksud dalam penelitian ini mengacu pada produk yang secara fisik memiliki kesamaan dengan produk yang ditiru. Sasaran produk yang diimitasi adalah merek terkenal yang sering dijumpai oleh konsumen. Seperti yang dilansir dalam majalah elektronik Kompas, produk sepatu adalah produk yang sering ditiru secara fisik oleh produsen (tekno.kompas.com, 2014). Salah satu artikel menyatakan bahwa salah satu produk brand ternama yang tidak asli yang banyak dijual yaitu sepatu Vans imitasi. (<https://www.brilio.net/creator/hampir-95-sepatu-vans-kw-beredar-di-indonesia-10054.html>)

Sepatu merupakan salah satu bagian dari fashion yang saat ini sedang berkembang dengan pesat karena sepatu merupakan kebutuhan yang sangat penting pada saat ini sama seperti pakaian. Bagi kaum milenial sekarang sepatu bukan hanya sebagai alas kaki untuk beraktifitas diluar rumah seperti di sekolah, kuliah, olahraga hingga bekerja. Karena pada saat ini sepatu dianggap sebagai salah satu item dari fashion yang dapat menunjukkan gaya hidup seseorang.

Meningkatnya produksi sepatu imitasi diimbangi dengan jumlah konsumsinya, sehingga dipastikan keterlibatan konsumen sangat besar terhadap perkembangan sepatu imitasi di

Rico Wirawan, 2019

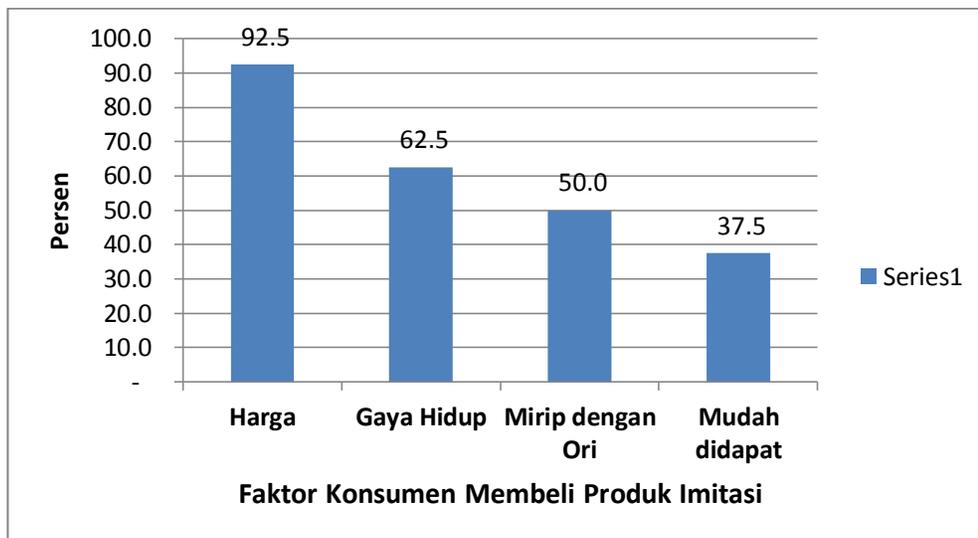
PENGARUH HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI COUNTERFEIT PRODUCT SEPATU VANS (SURVET TERHADAP MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UPI)

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

Indonesia. Pra survey yang dilakukan peneliti dengan cara wawancara terhadap beberapa penjual sepatu imitasi, pada tanggal 16 Juli 2019. Sebagian besar dari mereka menyatakan bahwa sepatu imitasi bermerek terkenal banyak diminati oleh konsumen hingga membuat konsumen lebih percaya diri ketika menggunakannya karena banyak orang yang telah mengenal merek tersebut, baik dari lambang maupun dari desain yang menjadi ciri khas. Keinginan konsumen untuk memperoleh produk bermerek mewah adalah alasan utama pasar untuk produk tiruan bermerek menjadi sangat berkembang. Alasan mengapa orang membeli produk bermerek mewah bisa menjadi indikator yang signifikan untuk memahami alasan-alasan mengapa mereka membeli tiruan produk mewah dan bermerek (Wilcox K., Kim H.M. dan Sen, S., 2009).

Hasil pra survey yang dilakukan peneliti terhadap 42 responden mahasiswa aktif Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia pada tanggal 4 Juli 2019, menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang dijadikan alasan membeli sepatu imitasi yaitu sebagian besar alasan dari mereka sebanyak 92,5% karena harga yang terjangkau , 62,5% karena gaya hidup, 50,0% karena hampir menyerupai dengan yang asli, dan 37,5% menyatakan mudah didapat.

Tabel 1. 1
Faktor Konsumen Membeli Produk Imitasi



Dari hasil pra survey yang dilakukan dengan wawancara sebagian responden terhadap beberapa penjual sepatu imitasi menyatakan bahwa sepatu imitasi yang diminati konsumen merupakan sepatu Vans, karena sepatu vans tersebut memiliki harga yang sangat terjangkau

sekitar Rp. 100,000 – Rp. 400.000 terlepas dari itu sepatu Vans tersebut sulit dibedakan dengan sepatu vans originalnya. Dan dari hasil survey pendahuluan yang dilakukan peneliti kepada penjual sepatu imitasi di Dipatiukur Bandung pada tanggal 17 Juli 2019 bahwa permintaan akan sepatu Vans imitasi sangat besar dari kalangan mahasiswa. Jumlah sepatu Vans imitasi yang terjual rata-rata 10 pasang sepatu per hari.

Memang sepatu Vans merupakan salah satu yang memiliki peminat cukup banyak, sebelum dikenal banyak orang sepatu vans merupakan pioneer di Industri sepatu Sport Extream vans lahir di era perkembangan extream sport kala itu, di tahun 70an vans menjadi sangat berkembang terlebih vans merangkul beberapa legend extream sport dari skateboard, BMX, breakdance, surfing dan lainnya, dan belum banyak kala itu terlebih di tahun 70'an industri sepatu yang konsisten di segmen extream sport dan masih di dominasi oleh brand nike, adidas dan brand besar lainnya yang secara tidak langsung tidak mensegmentasikan khusus di industri extream sport. Vans merupakan sepatu yang memiliki brand image untuk anak muda sehingga vans memiliki daya tarik terhadap anak muda (*sneakerholic.com*). Vans sangat melekat di hati dan begitu banyak penggemar fanatik ataupun reguler yang selalu ingin berburu sepatu ini. Seiring berjalannya waktu Sepatu Vans pun sangat trend diindonesia karena memiliki model yang cukup banyak dan unik, sepatu Vans inipun sangat cocok untuk digunakan pada acara formal maupun non formal, dan diantara merek sepatu lain harga sepatu vans lebih terjangkau sehingga sepatu vans semakin digemari, sampai pada saat ini sepatu Vans disebut akan merajai tren di 2019. (www.lifestyle.kompas.com). Walaupun pada kenyataannya sepatu Vans ini sangat digemari dan memiliki harga terjangkau ,tetapi sepatu yang memiliki Brand Image cukup baik ini ternyata banyak pula produk sepatu imitasinya dan hampir 95% sepatu Vans di Indonesia merupakan sepatu imitasi.(www.brilio.net)

Dalam hal ini minat beli yang timbul pada benak konsumen didorong berdasarkan beberapa faktor antara lain seperti: usia, pekerjaan, motivasi, keluarga, pengalaman, dan sikap. Menurut Sciffman dan Kanuk (dalam Adi, 2015:36) minat beli dapat diartikan sebagai suatu sikap konsumen yang senang terhadap objek tersebut dengan cara membayar uang atau dengan pengorbanan. Oleh karena itu untuk mencegah minat beli terhadap produk sepatu Vans imitasi

Rico Wirawan,2019

PENGARUH HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI COUNTERFEIT PRODUCT SEPATU VANS (SURVET TERHADAP MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UPI)

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

perlu adanya inovasi untuk memudahkan konsumen untuk memilih antara sepatu Vans imitasi dan sepatu Vans Original, karena seseorang mungkin akan sulit untuk membedakan sepatu Vans Original dengan sepatu Vans Imitasi.

Menurut Tjiptono (2015:289) harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya yang dibutuhkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Menurut Yohanes (dalam Sumarwan, 2011:56) gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang yang pada akhirnya menentukan pola konsumsi seseorang. Gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya Hidup menurut Kotler dan Keller (2016 : 186) adalah pola hidup seseorang di dunia seperti yang diungkapkan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Ini menggambarkan keseluruhan orang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

Sasaran dari penelitian ini adalah mahasiswa, mahasiswa merupakan bagian dari kelompok masyarakat mewakili generasi muda yang selalu memperhatikan penampilan disetiap kesempatan. Dalam menunjang penampilan, mereka dihadapkan dengan berbagai pilihan. Mahasiswa tidak pernah lepas dari banyaknya jenis sepatu, karena sepatu merupakan kebutuhan mereka dan digunakan hampir setiap bepergian. Namun dengan terbatasnya sumber daya yang dimiliki, membuat kalangan mahasiswa lebih memilih sepatu imitasi untuk melengkapi penampilan mereka.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI COUNTERFEIT PRODUCT (PRODUK IMITASI)”**

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti, yaitu :

1. Bagaimana gambaran tingkat harga *counterfeit product* (produk imitasi) sepatu Vans imitasi?

2. Bagaimana gambaran tingkat gaya hidup *counterfeit product* (produk imitasi) sepatu Vans imitasi?
3. Bagaimana gambaran tingkat minat beli *counterfeit product* (produk imitasi) sepatu Vans imitasi?
4. Bagaimana pengaruh tingkat harga terhadap minat beli *counterfeit product* (produk imitasi) sepatu Vans imitasi?
5. Bagaimana pengaruh tingkat gaya hidup terhadap minat beli *counterfeit product* (produk imitasi) sepatu Vans imitasi?
6. Bagaimana pengaruh tingkat harga dan gaya hidup terhadap minat beli *counterfeit product* (produk imitasi) sepatu Vans imitasi?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran tingkat harga *counterfeit product* (produk imitasi) sepatu Vans imitasi.
2. Untuk mengetahui gambaran tingkat gaya hidup *counterfeit product* (produk imitasi) sepatu Vans imitasi.
3. Untuk mengetahui gambaran tingkat minat beli *counterfeit product* (produk imitasi) sepatu Vans imitasi.
4. Untuk mengetahui pengaruh tingkat harga terhadap minat beli *counterfeit product* (produk imitasi) sepatu Vans imitasi.
5. Untuk mengetahui pengaruh tingkat gaya hidup terhadap minat beli *counterfeit product* (produk imitasi) sepatu Vans imitasi.
6. Untuk mengetahui pengaruh tingkat harga dan gaya hidup terhadap minat beli *counterfeit product* (produk imitasi) sepatu Vans imitasi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan kondisi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran terutama mengenai harga dan gaya hidup terhadap minat beli pada sepatu imitasi.

2. Praktis

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan atau referensi bagi perusahaan dalam proses pengambilan keputusan oleh manajemen dalam menghadapi maraknya tingkat peniruan produk.