

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan industri alat musik dewasa ini sangatlah mempengaruhi perkembangan dunia musik. Oleh karena itu banyak konsumen alat musik yang ingin mendapatkan produk alat musik yang sesuai dengan kebutuhannya. Drum menjadi salah satu pilihan alternatif bagi para pemain musik, karena drum selain penentu *beat* drum juga adalah salah satu alat musik yang mudah untuk dimainkan. Seorang *drummer* pasti memiliki ciri khas dalam memainkannya maupun alat yang dipakainya. Itulah salah satu faktor mengapa seorang *drummer* ingin memiliki *setting*-annya sendiri. Drum adalah suatu kesatuan dari beberapa alat seperti: *pedal drum, snare, hi-hat, rototom, bass drum, dan cymbal*. *Cymbal* adalah salah satu alat dalam drum berwarna kuning keemasan, putih dan hitam yang biasanya dijadikan ciri khas bagi seorang *drummer*. *Cymbal* juga memiliki jenis yang berbeda seperti: *Splash, Chinese, ride crash, crash, dan ride*, sehingga jenis-jenis *cymbal* tersebut dapat mempengaruhi jenis musik yang dimainkan maupun permainan drumnya.

Hal tersebut memicu berkembangnya para produsen *cymbal* untuk memenuhi kebutuhan konsumennya, hal ini berakibat juga pada persaingan produsen *cymbal* dalam menciptakan *cymbal* yang sesuai dengan harapan konsumen. Terdapat banyak sekali perusahaan-perusahaan yang bermain dalam industri ini, mulai dari merek ternama sampai dengan merek-merek baru atau bisa dikatakan sebagai perusahaan pendatang baru yang masih dalam tingkat kapasitas

home industry. Perusahaan-perusahaan *cymbal* tersebut mewarnai persaingan untuk merebut pasar industri drum dalam negeri, sehingga setiap perusahaan berlomba-lomba mendesain produk *cymbal* sedemikian rupa menjadi yang terbaik untuk menarik minat beli konsumen terhadap produknya. Perusahaan-perusahaan yang masuk ke dalam industri alat musik *cymbal* dalam negeri ini adalah Zildjian, Paiste, Sabian, Pearl, DW, Premier, Yamaha, dan masih banyak lagi. Ada pula produk-produk lain yang ikut bersaing didalamnya akan tetapi belum mempunyai pangsa pasar yang jelas atau dapat dikatakan jumlah konsumennya masih sedikit misalnya Shilcon, Santa-Fe, Phil Collins, Ludwig, Hurricane dan lain sebagainya. Konsumen lokal masih percaya dengan produk-produk asing yang sudah memiliki *brand image* yang tinggi serta kualitas yang sudah tidak diragukan lagi. Berikut tabel pangsa pasar industri produk *cymbal* dalam negeri.

TABEL 1.1
PANGSA PASAR PRODUK CYMBAL DRUM 2008

Merek produk <i>Cymbal Drum</i>	Pangsa pasar
Zildjian	35 %
Paiste	30 %
Sabian	10%
Pearl, DW, premier, dll.	25%

Sumber : www.bahanna.co.id

Tabel 1.1 tersebut menunjukkan produk Zildjian memiliki pangsa pasar sebesar 35%, diikuti oleh pesaingnya adalah Paiste dengan pangsa pasar 30%, Sabian 10%, dan merek-merek lainnya seperti Pearl, DW, dan Premiere 35%. Dapat dilihat bahwa Zildjian memiliki posisi puncak untuk pangsa pasar dalam artian bahwa perusahaan Zildjian menjadi *market leader* dalam industri produk *cymbal drum* di Indonesia. Walaupun demikian produk Zildjian mengalami

penurunan penjualan selama tiga tahun terakhir. Dikarenakan Zildjian belum bisa menguasai jenis musik yang beraliran *techno*. Berikut tabel volume penjualan produk *Zildjian cymbal drum*.

TABEL 1.2
VOLUME PENJUALAN PRODUK ZILDJIAN CYMBAL DRUM

Tahun	Volume Penjualan <i>Zildjian Drum Cymbal</i>	Cymbal Berdesain Custom	Cymbal Berdesain Normal
2006	701 unit	378 Unit	314 Unit
2007	624 unit	341 Unit	283 Unit
2008	607 unit	298 Unit	309 Unit

Sumber : gerai tiga negeri dan gerai nada (zildjian dealler / bandung)

Tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa penurunan volume penjualan merupakan suatu gejala yang dapat menjadi ancaman terhadap profitabilitas perusahaan, yang secara langsung berpengaruh kepada perkembangan serta kelangsungan hidup perusahaan. Berikut tabel volume penjualan Zildjian Drum Cymbal pada bulan Januari 2008 hingga Desember 2008.

TABEL 1.3
VOLUME PENJUALAN PRODUK ZILDJIAN DRUM CYMBAL

Bulan	Volume Penjualan Zildjian Drum Cymbal
Januari 2008	59 unit
Februari 2008	44 unit
Maret 2008	78 unit
April 2008	53 unit
Mei 2008	25 unit
Juni 2008	62 unit
Juli 2008	87 unit
Agustus 2008	23 unit
September 2008	41 unit

Bulan	Volume Penjualan Zildjian Drum Cymbal
Oktober 2008	38 unit
November 2008	42 unit
Desember 2008	55 unit
Jumlah keseluruhan	607 unit

Sumber : gerai tiga negeri dan gerai nada (zildjian dealler / bandung)

Dari tabel 1.3 diatas menunjukkan bahwa pada *dealer* resmi produk Zildjian mengalami penurunan provitabilitas, gerai tiga negeri sempat melakukan hubungan langsung dengan perusahaan Zildjian untuk melakukan suatu inovasi yang disesuaikan dengan konsumen di Indonesia. Selain itu penurunan volume penjualan tersebut merupakan dampak dari perubahan keputusan pembelian konsumen yang bermasalah atau terganggu oleh berbagai macam faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pemilihan produk, pemilihan merek, waktu pembelian, serta jumlah pembelian konsumen terhadap produk Zildjian tersebut menjadi berubah. Fenomena ini juga dapat disebabkan oleh bertambahnya jumlah pemain dalam industri *cymbal drum* dan semakin bertumbuhnya daya saing *competitor*.

Dalam hasil wawancara dengan manager penjualan di gerai tiga negeri dan di gerai nada bandung berpendapat bahwa penurunan volume penjualan tersebut adalah dampak dari strategi yang diterapkan perusahaan tersebut kurang tepat atau mengena kepada kebutuhan pasar. Misalnya dari segi promosi yang kurang dilakuan secara gencar atau kurang dilakukan berkesinambungan. Dapat juga disebabkan dari segi produk *cymbal* yang dikeluarkan Zildjian itu sendiri. Mungkin empat sampai lima tahun yang lalu Zildjian mempunyai produk yang paling disukai dari segi suara, bentuk, gaya, model, ukuran, grafik, dan bahan.

Akan tetapi seiring dengan perkembangan zaman sehingga kebutuhan serta keinginan pasar yang semakin beraneka ragam dan mode yang selalu berubah dari waktu ke waktu, produk zildjian kurang dapat menyesuaikan akan hal tersebut. Ditambah berbagai bentuk strategi kompetitor yang beraneka ragam untuk merebut pangsa pasar Zildjian dengan mengeluarkan jenis dan desain *cymbal* yang tidak dimiliki oleh produk dari Zildjian. Zildjian memang memiliki karakter produk yang memang identik dengan gaya musik dengan aliran keras seperti metal, rock, hard core, underground, jazz, pop, country, soul dan lain sebagainya. Ini dapat terlihat suara-suara yang dihasilkan dari desain produknya. Akan tetapi Zildjian tidak akan dapat bertahan dengan pangsa pasarnya yang selalu di puncak jika tidak memvariasikan produknya, yakni dengan mengeluarkan desain-desain baru seperti *cymbal-cymbal* yang mempunyai karakter aliran musik *Digital techno* dan *Techno beat* selain dari karakter awal dari produknya.

Desain merupakan totalitas yang keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan, yang terdiri dari bentuk, fitur, daya tahan, mutu kinerja, mutu kesesuaian, kendalan, kemudahan dalam memperbaiki, dan gayanya. Dalam produk *cymbal drum*, desain merupakan salah satu sisi inti yang membuat produk tersebut menjadi menarik yang mempengaruhi konsumen dalam pemilihannya. Selain itu juga desain merupakan suatu kehandalan dari produk sehingga membuatnya memiliki daya saing yang kuat terhadap produk *competitor*. Zildjian mengeluarkan produk yang disebut *custom desing*, *custom desing* adalah “*cymbal made by artist who have endorsment by us. That cymbal is Pure by himself, made by himself, play by*

*himself, and create the new style of player. (cymbal yang dibuat oleh artis yang di endors oleh Zildjian. Cymbal itu didisain, dibuat, dan dimainkan sendiri oleh artis itu, dengan itu akan menghasilkan permainan baru dari seorang drummer)”. Celebrity endorser adalah bintang televisi, aktor film, atlet, yang terkenal, dan ada kalanya selebriti yang telah meninggal (opening vignette) yang secara luas digunakan pada iklan majalah, radio spot, dan iklan televisi untuk mendukung suatu produk. (Shimp, 2000:335). Selain dari pemain drum yang telah diendors zildjian telah memiliki *custom design* sendiri yang dibuat oleh pemiliknya yang diberi merek *Adevis Zildjian Custom Series*.*

Custom design juga memiliki keunggulan menciptakan perbedaan produk yang sukar ditiru, di mana strategi pembeda produk melalui gaya menyertakan kemasan sebagai senjata terutama dalam produk, dengan kata lain desain menggambarkan penampilan dan perasaan produk itu bagi pembeli. Ratusan desain atau model *custom* yang telah dikeluarkan Zildjian dari masa berdirinya sampai sekarang, akan tetapi strategi ini juga telah dilakukan pesaing-pesaingnya bahkan dalam segmen tertentu Zildjian banyak dikalahkan oleh pesaingnya, misalnya pada segmen jenis musik *Techno* dan *Digital Rock* konsumen lebih banyak menggunakan produk sabian atau pearl. Dalam benak konsumen Zildjian yang telah mempunyai *image cymbal* yang berdesain unik. Akan tetapi Zildjian telah berusaha untuk mengeluarkan *cymbal custom* baru untuk berbagai segmen tersebut, tetap saja sulit bagi Zildjian untuk merebut pangsa pasar dalam seluruh segmen dikarenakan loyalitas konsumen akan produk drum khususnya *cymbal*

sangatlah kuat, yang berarti apabila konsumen sudah merasa cocok akan produk tersebut ia akan tetap loyal dan sulit untuk berpindah hati (produk).

Upaya ini juga dapat digunakan menjadi kekuatan utama dalam memperkenalkan keistimewaan produk, dan merupakan salah satu dari cara yang efektif untuk bersaing. Dengan desain perusahaan juga dapat melakukan penekanan biaya produksi dengan merancang produk sedemikian rupa sehingga inovasi variasi yang dilakukan bukanlah menjadi suatu anggaran tambahan tetapi menjadi penekanan dana produksi.

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah konsumen yang telah membeli *cymbal* dengan *custom design* yang dibuat oleh artis yang di *endors* oleh Zildjian di Kota Bandung. Karena populasi konsumen *Zildjian drum cymbal* kebanyakan berada di dealler resmi zildjian. Maka populasi yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini adalah pada konsumen yang membeli *custom design cymbal drum*. Hal ini dikarenakan populasi ini yang menjadi konsumen zildjian dan secara tidak langsung konsumen tersebut menjadi konsumen di dealler resmi Zildjian yaitu gerai tiga negeri dan gerai nada yang berada di Kota Bandung.

Berdasarkan latar belakang penulis merasa perlu melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana **“Pengaruh *Custom Design* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Zildjian Drum Cymbal* (Survei pada Konsumen *Zildjian Drum Cymbal* di Gerai Tiga Negeri dan Gerai Nada Bandung)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan ketatnya persaingan pada produk *cymbal drum* ditandai tipisnya pangsa pasar Zildjian dan Paiste ditambah dengan menurunnya volume penjualan Zildjian tiga tahun terakhir. Hasil tersebut menunjukkan kondisi pasar yang belum aman untuk produk dari perusahaan zildjian dan memiliki dampak pengurangan konsumen pada dealer resmi yang menjual produk zildjian di Bandung yaitu gerai tiga negeri yang berada di Jalan Soka No 43 Bandung dan gerai nada yang berada di Jalan Sunda No 34.

Volume penjualan yang menurun sebagai dampak dari rendahnya tingkat keputusan pembelian yang bermasalah dapat dipengaruhi oleh banyak variabel-variabel yang mungkin dapat dijadikan strategi untuk mengatasi permasalahan yang terjadi pada perusahaan tersebut. Misalnya dari produknya itu sendiri, promosi yang dilakukan perusahaan, tempat atau lokasi pembelian, harga produk, kualitas pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan, loyalitas pelanggan, citra perusahaan, dan lain sebagainya. Akan tetapi setelah mendapatkan informasi dari hasil wawancara dengan manager gerai tiga negeri bandung, penulis melihat faktor desain produklah yang paling menonjol dari karakteristik dan tekstur produk untuk menarik minat pelanggan terhadap produk *cymbal drum* tersebut. Maka dari itu penulis membatasi untuk variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian *zildjian drum cymbal* adalah desain produk.

Strategi *custom design* dari Zildjian ini berusaha untuk mendapatkan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian sekaligus loyalitasnya terhadap produk *cymbal drum* tersebut, sehingga diharapkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk *zildjian drum cymbal*. Dengan

demikian terciptalah iklim kompetisi yang kuat di antara persaingan brand *cymbal drum* dengan strategi promosi yang berbeda. Selain itu zildjian dituntut untuk menciptakan strategi-strategi pemasaran yang lebih unik untuk lebih jauh mendapatkan hati konsumen dan loyalitas yang tinggi dengan desain-desain *custom* yang di hasilkan oleh zildjian.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka yang menjadi tema sentral masalah dalam penelitian ini adalah, kecenderungan penurunan pangsa pasar Zildjian dan keputusan pembelian yang diakibatkan oleh meningkatnya persaingan dalam industri alat musik khususnya dibidang *cymbal*, yang ditandai dengan banyaknya pendatang baru. Hal ini menyebabkan penurunan volume penjualan Zildjian. Situasi ini mengakibatkan eksistensi Zildjian terancam, sehingga sudah saatnya Zildjian menciptakan desain produknya khususnya dalam *custom design* agar konsumen dapat memutuskan pembelianya pada merek Zildjian.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengambil judul skripsi ini :
“Pengaruh *Custom Design* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Zildjian Drum Cymbal* (Survei pada Konsumen *Zildjian Drum Cymbal* di Gerai Tiga Negeri dan Gerai Nada Bandung)”

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *custom design* dari dimensi bentuk dan suara *Zildjian drum cymbal*.

2. Bagaimana gambaran keputusan pembelian produk *Zildjian drum cymbal*.
3. Bagaimana pengaruh *custom design* dari dimensi bentuk dan suara terhadap keputusan pembelian produk *Zildjian drum cymbal*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh temuan mengenai:

1. Gambaran *custom design* dengan dimensi bentuk dan suara *Zildjian drum cymbal*.
2. Informasi tentang keputusan pembelian produk *Zildjian drum cymbal*
3. Pengaruh *custom design* dengan dimensi bentuk dan suara terhadap keputusan pembelian produk *Zildjian drum cymbal*

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memenuhi nilai kegunaan penelitian yang ditujukan bagi:

1. Kegunaan Akademis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan untuk meningkatkan ilmu dan wawasan keilmuan mengenai manajemen, khususnya manajemen pemasaran dengan fokus mengenai desain produk terfokus pada desain yang hanya diterapkan pada alat musik saja yaitu *custom design* sehingga bisa digunakan sebagai bahan masukan dan sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Memberikan deskripsi mengenai seberapa kuat pengaruh desain produk khususnya *custom design* yang diterapkan pada produk *Zildjian drum cymbal*.
- b. Memberikan masukan kepada gerai tiga negeri yang menjual produk *Zildjian drum cymbal* di Bandung agar dapat menjelaskan tentang desain produk, khususnya *custom design* yang diterapkan pada produk *Zildjian cymbal drum*, agar konsumen yang membeli mendapatkan informasi yang akurat.

