

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini akan menjelaskan mengenai pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk atau suatu barang, yang bergerak dalam bidang *fashion* terutama sepatu dan sandal yang merupakan hasil produksi sendiri. Target konsumen dalam pencapaian bisnis ini diutamakan bagi para kalangan urban diberbagai usia dan juga peruntukkan untuk kalangan anak-anak usia 3 - 12 tahun.

Bisnis *fashion* yang dijalankan ini bernama *Customade*. Berdirinya bisnis *Customade* ini dikarenakan masih terdapat banyak peluang bisnis dalam dunia *fashion* yang terus menerus berkembang terutama di Indonesia. Jika kita melihat perkembangan zaman, di Indonesia sendiri kita dapat melihat bahwa generasi mudanya sudah mulai mencoba untuk membuat *trend-trend* atau *style fashion* tersendiri. Dengan melihat perkembangan *trend fashion* di Indonesia sekarang, membuat salah satu produk *fashion* yaitu sepatu dan sandal menjadi beragam model dan menumbuhkan banyak ide-ide baru yang muncul dalam pembuatan sepatu dan sandal untuk memenuhi keinginan konsumen.

Customade muncul untuk memperkaya pilihan model sepatu dan sandal serta memungkinkan para konsumennya untuk membuat sepatu sesuai dengan model yang diinginkan dengan harga dan kualitas bersaing. Sejak tahun 2010 sampai dengan saat ini, *Customade* memiliki perkembangan yang cukup pesat di mana peningkatan permintaan pembuatan sepatu mengalami pertumbuhan. Mulai dari skala pembuatan *10pcs/week* pada periode awal hingga pertengahan tahun 2010, menjadi *60pcs/week* pada periode saat ini.

Customade sendiri sebenarnya pada tahun 2010 berawal dari produksi masal untuk merk dagang yang lain dan belum memproduksi sepatu satuan dengan brand Customade untuk dijual pada akhirnya pada tahun 2012, Customade meluncurkan produk satuannya untuk dijual secara online dengan model yang bervariasi. Berawal dari produksi dua pasang sepatu perminggu pada awal 2012 dan mulai berkembang hingga 10 pasang perminggu pada periode 2014.

Customade memberikan keleluasaan penuh bagi para pelanggannya untuk membuat sepatu seperti yang diinginkannya, hal tersebut merupakan penawaran spesial yang diberikan Customade. Tidak hanya sebatas itu, Customade juga memberikan garansi penuh atas kerusakan dan ketidak sesuaian hasil sepatu yang dibuat dengan sepatu yang dipesan oleh pelanggan. Dalam hal ini, pelanggan tidak dikenakan biaya sedikitpun demi menjaga kepuasan dan kepercayaan para pelanggan dengan Customade. Hal spesial yang ditawarkan dan diberikan oleh Customade kepada para pelanggannya.

1.2 Deskripsi Bisnis

Customade Indonesia adalah produksi rumahan atau biasa disebut *home industry* yang memulai bisnisnya sejak tahun 2010, memproduksi sepatu *handmade* berbahan dasar kulit dengan berbagai macam jenis sepatu untuk pria dan wanita. Customade melayani pesanan sepatu dengan *design* sesuai keinginan konsumen, selain itu kami menerima pesanan partai kecil maupun partai besar untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Terdapat beberapa jenis sepatu yang Customade produksi, yaitu diantaranya:

- *Men:* Pantofel, Boots, Chukka, Derby, Brogues, Oxfords, Casual Shoes, Slipon, Loafers.
- *Women:* Flat Shoes, Chukka, Boots.

Visi:

Menjadi figure usaha yang berawal dari *homemade & handmade* menjadi perusahaan besar yang mampu berkembang dan bersaing baik di dalam maupun di luar negeri. Karena turut bekerjasama dengan pemerintah dan swasta agar dapat memajukan kesejahteraan Negara dengan etos kerja yang terukur dan berimbang.

Misi :

Memadu-padankan cipta-kreasi perusahaan dengan customer dalam tafsir akurat terhadap selera pasar untuk membidik satu kesatuan idea dan persepsi dalam bingkai kepuasan dan kenyamanan.

1.3 Latar Belakang

Dalam era globalisasi yang serba modern ini, tingkat persaingan yang dihadapi perusahaan dapat di katakan sangat tinggi. Hal ini terjadi karena banyak perusahaan yang menawarkan produk sejenis, ditunjukan untuk memenuhi kebutuhan tertentu bagi konsumen dalam kondisi demikian situasi persaingan akan semakin ketat, sehingga banyak perusahaan yang mencoba untuk dapat memenangkan persaingan antar produk.

Fashion merupakan salah satu pilihan bisnis yang sangat menarik dan menguntungkan, karena merupakan salah satu kebutuhan dasar dari manusia yaitu kebutuhan akan sandang. Semua manusia membutuhkan *fashion* yang dapat mencerminkan dirinya, karena pada zaman moderen ini *first impression* sangatlah penting. Seorang individu yang memberikan *first impression* yang baik akan membuat dirinya diterima, dihargai, dan mendapatkan pengakuan dari orang lain.

Menurut Chester Wasson dalam buku Kotler & Keller (Manajemen Pemasaran 2007 : 391) meyakini bahwa berakhirnya *fashion* karena menggambarkan kompromi pembelian, dan konsumen mulai mencari atribut yang

hilang. Indonesia sendiri merupakan salah satu negara berkembang dalam dunia bisnis jika kita melihat dari kondisi perekonomian negara kita saat ini. Bandung merupakan salah satu sentra bisnis terbesar di Indonesia selain Jakarta dan kota-kota besar lainnya. Banyaknya industri kreatif dan bisnis *fashion* yang didirikan di Bandung salah satunya berupa pusat produksi sepatu. Perkembangan industri produksi sepatu diikuti dengan meningkatnya jumlah produk lokal yang berkualitas dan mengalami perkembangan pesat selama beberapa dekade terakhir ini. Bandung sendiri merupakan sentra atau pemasok dan pengrajin sepatu dan sandal yang berkualitas yang sudah dikenal oleh para pelaku bisnis dalam bidang *fashion* terutama sepatu dan sandal. Banyaknya pilihan tempat pembuatan, bahan dasar dan SDM dengan harga yang bersaing menjadi pilihan para pelaku bisnis sepatu dan sandal untuk membeli bahan dasar bahkan memproduksinya langsung di Bandung.

Euis Saedah, Direktur Jenderal Industri Kecil dan Menengah (IKM) Kementerian Perindustrian, mengatakan bahwa industri kreatif merupakan kegiatan usaha yang fokus pada kreasi dan inovasi. Industri kreatif masih potensial untuk digarap, dan Indonesia kaya akan budaya serta tradisi yang bisa menjadi sumber kreativitas.

Industri rumahan merupakan solusi awal dalam menciptakan ekonomi kreatif. Menurut Jhon Howkins (2001) ekonomi kreatif dalam *The Creatif Economy: "How people make money from ideas?"* ekonomi kreatif diartikan sebagai segala kegiatan ekonomi yang menjadikan kreatifitas (kekayaan intelektual), budaya dan warisan budaya, maupun sebagai tumpuan masa depan.

Dengan semakin berkembangnya dan semakin tingginya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan yang berhubungan dengan kebutuhan *fashion*, maka Customade berinisiatif untuk membuka suatu usaha Industri Kreatif rumahan yaitu dalam bidang *fashion* khususnya dalam memproduksi barang berupa sepatu dan sandal serta pendukungnya yang ditargetkan kepada para kalangan urban diberbagai usia dan juga untuk kalangan anak-anak usia 3 - 12

tahun. Hal ini dikarenakan penulis melihat adanya potensi yang sangat besar dalam mengelola bisnis sepatu dan sandal di Indonesia dalam memproduksi sepatu *handmade* yang berkualitas dan mengerti akan kebutuhan masyarakat.

Namun tentunya dalam membeli suatu barang, konsumen perlu menentukan pilihan yang tepat sebelum membeli barang tersebut agar tidak merasa kecewa atau menyesal. Biasanya konsumen akan memilih kualitas barang yang bagus, bagaimana bentuk dan desain barang tersebut, apakah harganya terjangkau dan sesuai dengan kualitas dari barang tersebut.

Atribut produk sendiri menurut Kotler & Armstrong (2008:272) adalah karakteristik yang melengkapi fungsi dasar produk. Atribut produk memiliki beberapa unsur yaitu kualitas produk, fitur produk, dan desain produk. Dengan melihat dari teori ini membuat para pelaku bisnis memiliki karakteristik yang digunakan sebagai senjata dalam persaingan untuk menjadikan produknya lebih unggul dalam bersaing.

Produk menurut Kotler & Armstrong (2008:266) dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang mungkin memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar benda nyata, seperti mobil, komputer, atau ponsel. Didefinisikan secara luas, produk juga mencakup layanan, peristiwa, orang, tempat, organisasi, ide, atau campuran ini. Dan produk merupakan elemen kunci dalam penawaran pasar secara keseluruhan. Penawaran ini menjadi dasar perusahaan yang membangun hubungan pelanggan menguntungkan. Dalam pengembangan produk harus mendefinisikan manfaat dari produk yang ditawarkan sebagai bentuk komunikasi dengan calon pelanggan yang berupa atribut produk.

Dalam pasar bisnis sepatu ini tentu adanya persaingan, menurut Kotler & Keller (2008:417) para pesaing adalah perusahaan-perusahaan yang memuaskan kebutuhan pelanggan yang sama. Customade sendiri memiliki beberapa pesaing dalam pasar lokal ini terutama dibanding, dan setiap pesaingnya memiliki

kelebihan dan kekurangan sendiri-sendiri dalam segi atribut produk. Salah satu pesaing saat ini untuk pasar lokal dengan merek dagang Porteegoods, Porteegoods memiliki beberapa element atribut produk yang sama untuk dijual kepada konsumen yaitu menjual produk sepatu bahan dasar kulit dan dengan pembuatan secara *handmade*, Porteegoods memiliki keunggulan yaitu, di dalam webnya ada cara untuk mendesain sepatu yang kita inginkan, Porteegoods juga menawarkan 90% mirip dengan yang diinginkan konsumen dalam *custom-made* sepatu. Satu kompetitor lagi untuk customade adalah merek dagang Ortodoux, Ortodoux memiliki system penjualan yang sama dengan customade yaitu melalui online, tetapi Ortodoux memiliki suatu kelebihan dimana lebih mengutamakan penjualan luar negeri dibanding dalam negeri. Tetapi dengan Ortodoux mementingkan penjualan ke luar negeri membuat Ortodoux memiliki jarak harga penjualan yang sangat tinggi untuk pasar dalam negeri.

Tabel 1.1
Kekurangan dan Kelebihan Customade dan Kompetitor

	Customade		Ortodoux		Porteegoods	
	Kelebihan	Kekurangan	Kelebihan	Kekurangan	Kelebihan	Kekurangan
Merek Produk		Belum memiliki ciri khas	Terkenal di luar negeri			
Kualitas Produk	Sangat diperhatikan	Disesuaikan dengan harga	Mengikuti persaingan luar negeri			Sesuai harga
Kemasan Produk	Sangat menjaga produk			Tidak terlalu menonjol		Biasa saja
Fitur Produk	Memberikan garansi seumur hidup				Web untuk mendesain sepatu sendiri	
Desain Produk		Mengikuti pasar sekarang	Memiliki ciri khas sendiri		90% sesuai dengan keinginan konsumen	

Melihat dari beberapa kelebihan dan kekurangannya dari segi atribut produk kompetitor dari Customade yang tertera pada Tabel 1.1, membuat Customade mencoba untuk memberikan beberapa kelebihan dibanding kompetitornya, Customade sendiri dari segi harga lebih murah dibanding kompetitornya dengan kualitas yang sama, dan Customade memberikan pelayanan spesial yaitu garansi seumur hidup untuk produknya, sedangkan kompetitornya tidak memberikan garansi ini. Tetapi melihat dari data penjualannya Customade pada tahun 2014 walaupun setiap tahunnya memiliki peningkatan tetapi jika dibandingkan dengan merk dagang Wayout untuk pasar lokal, customade masih kalah dalam penjualannya sekitar 10 – 20 %, yang dijelaskan pada tabel berikut ini:¹

Tabel 1.2
Data Penjualan Customade

Tahun	Sepatu Laki-laki	Sepatu Perempuan	Sepatu Anak-Anak
2012	188 Pasang	102 Pasang	48 Pasang
2013	240 Pasang	96 Pasang	25 Pasang
2014	288 Pasang	205 Pasang	34 Pasang

Dengan melihat Tabel 1.2, dalam penelitian ini penulis ingin membahas mengenai apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli suatu barang, dilihat dari atribut produk yang ada pada suatu barang seperti desain, material bahan yang digunakan, serta harga yang ditawarkan yang dapat memperkuat keputusan konsumen untuk membeli produk atau barang tersebut. Berdasarkan uraian diatas peneliti mengambil judul ‘Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi di Merek Dagang Customade Indonesia).

¹ Wawancara dengan *owner* Customade, 2015

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang diajukan yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi atribut produk dari *Customade*?
2. Bagaimana pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk dari *Customade*?
3. Seberapa besar pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek *Customade*?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui atribut produk dari *Customade*.
2. Untuk mengetahui atribut produk apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk dari *Customade*.
3. Untuk menganalisa bagaimana perkembangan dan persaingan bisnis fashion di Indonesia yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk atau barang.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan sumber informasi yang berguna bagi pengelolaan bisnis yang dijalankan oleh *Customade*. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menunjukkan bahwa industri kreatif rumahan mempunyai daya tarik yang kuat untuk menarik minat konsumen untuk membeli suatu barang.

1.6.2 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini memperluas wawasan praktis dari teori pemasaran dan perilaku konsumen khususnya terkait dengan variable yang diteliti dan sekaligus hasil penelitian ini dapat membuktikan bahwa atribut produk mempengaruhi keputusan pembelian produk atau barang dari *Customade*.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian yang dilakukan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi tentang kajian pustaka dan uraian umum tentang teori-teori dan model yang digunakan serta literature yang berkaitan dengan penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian yang mengandalkan artikel-artikel ilmiah nasional dan internasional.

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini akan diuraikan tentang metode penelitian yang digunakan, operasionalisasi variable, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas serta teknik analisis data

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini akan menjelaskan secara rinci tentang pembahasan “Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk *Customade*” yang berisi data-data yang telah dikumpulkan dan diolah untuk mendapatkan solusi dari permasalahan yang akan dihadapi kedepannya.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Customade”.