

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini di Indonesia, Pelaku usaha semakin banyak jumlahnya dan produk yang ditawarkannya pun semakin beraneka ragam. Setiap Pelaku usaha saling berlomba untuk memenangkan persaingan. Tujuan dari aktivitas usaha ini tentu saja mempunyai tujuan yaitu untuk memperoleh laba, memperoleh pengakuan dari masyarakat, memperoleh reputasi yang baik di mata masyarakat, memperoleh perhatian dari masyarakat sehingga menarik minat masyarakat untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan.

Para pelaku usaha di Indonesia, terbagi ke dalam beberapa sektor industri, salah satunya adalah Industri Kecil dan Menengah. Industri Kecil dan Menengah ini didalamnya terdiri dari sejumlah pelaku Usaha Kecil dan Menengah yang memproduksi jenis produk yang sama.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia. Dengan adanya sektor UKM, diharapkan pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang.

Saat ini Usaha di bidang *fashion* khususnya sepatu, merupakan 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 citra dirinya. Karena pada

zaman modern ini, kesan pertama itu sangatlah penting . Seorang individu yang memberikan kesan pertama yang baik, akan membuat dirinya diterima , dihargai dan mendapatkan pengakuan dari orang yang berada di sekitarnya.

Di Jawa Barat khususnya Kota Bandung, terdapat kawasan Sentra Sepatu yang menjadi destinasi wisata *fashion* yang sangat dikenal keberadaannya di Indonesia bahkan Mancanegara sebagai sentra produksi sepatu yang super kompetitif, mempunyai ciri khas dan berkualitas tingkat dunia yaitu “**Sentra Sepatu Cibaduyut**”. Sentra Sepatu Cibaduyut ini merupakan salah satu Industri Kecil dan Menengah (IKM). Sentra Sepatu Cibaduyut sudah terbentuk sejak tahun 1920. Menurut sejarahnya, Sentra Sepatu Cibaduyut ini dirintis oleh beberapa orang setempat yang kesehariannya bekerja pada sebuah pabrik sepatu di Kota Bandung. Berbekal keterampilan tersebut dan didorong oleh tekad yang kuat para pengrajin tersebut memberanikan diri untuk membuka usaha produksi sepatu kecil-kecilan di kediaman masing-masing dengan bantuan anggota keluarganya. Ternyata sepatu yang diproduksi cukup menarik minat masyarakat dan laku dijual sehingga para pengrajin mulai merekrut pekerja dari lingkungan sekitar. Pada akhirnya, keterampilan membuat sepatu ini menyebar di daerah Cibaduyut dan berlanjut sampai saat ini.

Berdasar laporan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung, beberapa tahun ini Industri Kecil dan Menengah Persepatuan Cibaduyut ini mengalami penurunan permintaan, pamornya semakin pudar seiring dengan krisis moneter. Kondisi ini juga disertai oleh penurunan unit usaha, kapasitas produksi, dan jumlah tenaga kerja. Hal ini dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 1.1
Data Sentra Sepatu Cibaduyut

Tahun	Unit Usaha	Kapasitas Produksi per Tahun	Tenaga Kerja
2012	845	4.092.300 pasang	3.594 orang
2013	-	-	-
2014	577	3.114.022 pasang	3.008 orang

Sumber : Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung, 2017

Dari data di atas terlihat selama jangka waktu dua tahun, jumlah unit usaha mengalami penurunan sebanyak 31,72%, kapasitas produksi per tahun mengalami penurunan sebanyak 23,91% dan tenaga kerja mengalami penurunan sebanyak 16,30%. Pada tahun 2013, data tidak didapatkan karena pihak Dinas Industri dan Perdagangan Kota Bandung tidak melakukan observasi ke lapangan. Adanya penurunan jumlah unit usaha, kapasitas produksi dan tenaga kerja ini terjadi karena adanya penurunan minat beli masyarakat pada produk sepatu Cibaduyut, sehingga para pengrajin banyak yang mengurangi kapasitas produksi bahkan sampai gulung tikar dan beralih ke profesi yang lain.

Berdasarkan data primer yang didapat dari Kepala Bidang Industri Formal Sub Industri Kecil dan Menengah Persepatuan Cibaduyut di Dinas Industri dan Perdagangan Kota Bandung, di Industri Kecil dan Menengah Persepatuan Cibaduyut ini terbagi menjadi tiga tipe pengrajin, Pertama, yaitu pengrajin yang tidak mempunyai pasar, sehingga ia hanya mengerjakan pesanan dari distributor saja (*makloon*), kedua yaitu pengrajin yang mempunyai pasar, tipe pengrajin ini memproduksi dan memasarkan produknya sendiri dengan merek sendiri dan yang ketiga adalah pedagang, pedagang hanya menjual produk saja tanpa melakukan produksi. penurunan unit usaha dan jumlah tenaga kerja ini ini disebabkan karena

banyaknya pengrajin dan tenaga kerja yang beralih profesi menjadi pedagang dikarenakan usaha sepatu Cibaduyut ini semakin lama semakin menurun sehingga pendapatannya tidak sebanding dengan beban pengrajin yang semakin berat untuk menutupi biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi sepatu tersebut. Sedangkan penurunan kapasitas produksi disebabkan karena semakin berkurangnya permintaan dari distributor dan konsumen karena banyaknya produk sepatu luar yang masuk ke Indonesia khususnya Cibaduyut, seperti barang Cina, hal ini menyebabkan mesin dan tenaga kerja *idle*, sehingga para pengrajin mengurangi jumlah mesin dan tenaga kerjanya yang menyebabkan kapasitas produksi berkurang. Hal ini dikarenakan pada awal tahun 2010, pemerintah menerapkan kebijakan dengan memberlakukan persetujuan pedagang bebas ASEAN-Cina (ASEAN-China *Free Trade Agreement* (ACFTA)), sehingga banyak produk luar yang masuk ke Indonesia, salah satunya sepatu sehingga menjadi ancaman bagi industri sepatu di Indonesia. Produk sepatu dari luar khususnya Cina, dapat menggeser sepatu Cibaduyut, dikarenakan harganya yang lebih murah dan *design* nya yang menarik dan beraneka ragam, sehingga menarik minat beli konsumen. Sedangkan sepatu buatan asli Cibaduyut dibandrol dengan harga yang cukup tinggi dengan *design* sepatu yang kurang bervariasi.

Sementara itu, berdasar informasi dari para pengrajin di Industri Kecil dan Menengah Persepatuan Cibaduyut, memaparkan bahwa Citra Cibaduyut sekarang sudah sangat berbeda dengan dahulu. Produk sepatu Cibaduyut yang memiliki ciri khas, dengan kulit yang berkualitas, dikerjakan secara manual dan *homemade*, memiliki kekuatan yang tinggi, dan dibandrol dengan harga yang sebanding

dengan nilai dan kepuasan yang diterima oleh konsumen sekarang sudah langka ditemukan bahkan sudah tidak ada, karena para pengrajin yang sudah tua dan tidak ada regenerasi yang mau meneruskan. Keberadaan sepatu cibaduyut ini hingga akhirnya kalah bersaing dengan produk Cina yang dijual dengan harga yang lebih murah tetapi dengan kualitas yang rendah tetapi memiliki merek yang menarik perhatian konsumen dengan kemasan yang menarik. Kebanyakan konsumen menjadikan harga yang rendah dan *design* yang menarik sebagai faktor yang menarik minat beli.

Berdasarkan hasil pra survei pada 20 orang mahasiswa sebagai objek dalam penelitian ini, 4 orang senang menggunakan sepatu lokal dan 16 orang lebih memilih menggunakan produk sepatu impor. Dari data yang didapatkan, mahasiswa lebih senang menggunakan produk sepatu impor karena kualitasnya yang baik, desain yang bervariasi, memiliki ciri khas, harga yang sesuai dengan kualitas, juga sampai pada menambah percaya diri mereka ketika menggunakan sepatu tersebut. Hasil pra survei dapat dilihat pada diagram dibawah ini.

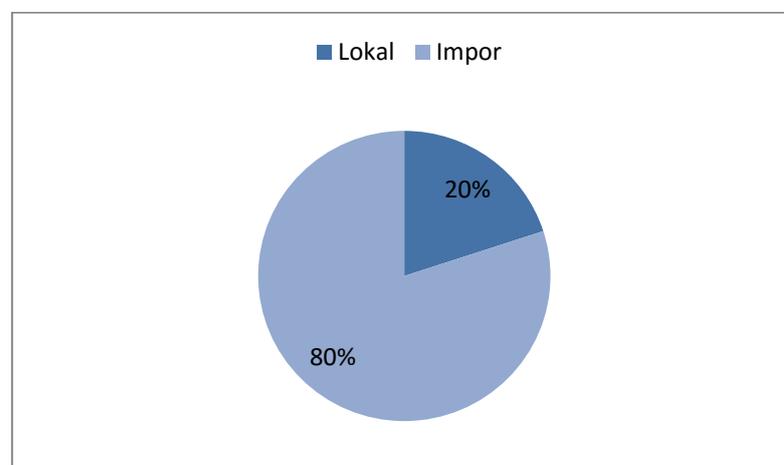


Diagram 1.1
Diagram Hasil Pra Survei

Sumber: Hasil Penelitian yang Sudah Diolah, 2017

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Kepala Toko DIANA yang berada di kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut, pada tahun 1986-1990 toko ini mendapatkan omset puluhan juta dalam satu hari tetapi pada tahun 1990-1997 mengalami penurunan omset yang sangat signifikan bahkan hal ini terjadi sampai saat ini. Jumlah bengkel atau pengrajin sepatu yang memproduksi produk sepatu DIANA juga saat ini mengalami penurunan yang signifikan dari berjumlah puluhan sekarang hanya tersisa 15 pengrajin, hal ini terjadi karena menumpuknya persediaan produk sepatu dan turunnya permintaan konsumen karena minat beli yang sangat rendah pada produk sepatu Cibaduyut. Menurut Kepala Toko Diana, minat beli konsumen menurun karena banyaknya produk pesaing yang masuk di kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut. Seperti produk Cina yang unggul dalam desain yang bervariasi dan harga yang jauh lebih murah tetapi kualitasnya rendah jika dibandingkan dengan produk sepatu Cibaduyut.

Sementara itu, berdasarkan data Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Balai Pengembangan Perindustrian (BPP) Instalasi Pengembangan Industri Kecil Menengah Persepatuan Kota Bandung, jumlah unit usaha pengrajin sepatu sejak 2007 tidak bertambah. Bahkan jumlahnya menurun. Mengenai keterampilan, kepala UPTD BPP IPIKM, Darmawan menuturkan regenerasi bukanlah persoalan yang terlampau mengkhawatirkan. Walaupun sulit menghitung angka pasti, dia memperkirakan sebagian besar pengrajin saat ini di usia 30 hingga 40 tahun. Sisanya merupakan pengrajin dengan usia dibawah 30 tahun serta diatas 40 tahun. Adapun yang menjadi persoalan saat ini bukan tenaga kerja tetapi peningkatan kapasitas produksi. Selain dari sisi produksi, tantangan juga datang dari sisi

pemasaran. Saat ini, produksi alas kaki yang dipajang di ratusan gerai sepanjang jalan Cibaduyut Raya tidak hanya buatan sentra lokal, tapi juga produk luar, baik dari sentra industri alas kaki lain Indonesia, maupun produk serupa impor dari Cina. Harga yang kalah bersaing menjadi salah satu penentunya, padahal kualitas produk sepatu Cibaduyut jika dilihat dari kualitasnya lebih unggul. Cina bisa membuat sepatu dengan harga jauh dibawah harga produk sepatu Cibaduyut, namun kualitasnya pun rendah. Adanya selisih harga mengakibatkan konsumen yang awam cenderung memilih produk Cina yang harganya jauh lebih murah. Sehingga minat beli pada produk sepatu Cibaduyut rendah.(Pikiran Rakyat)

Dari paparan masalah diatas, dapat diketahui bahwa pentingnya memperhatikan unsur-unsur dari atribut pada suatu produk seperti harga, kualitas, merek, *design*, label, kemasan, jaminan produk, *image* dan pelayanan sehingga dapat berimbas kepada minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Atribut produk menjadi perhatian khusus konsumen sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut karena atribut produk merupakan gambaran dari produk itu sendiri dan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen ketika akan membeli produk tersebut. (Tjiptono,2010)

Sedangkan minat beli menjadi penting adanya, karena menjadi stimulus awal bagi konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk. Pada tahap minat beli ini, konsumen mulai tertarik dan memiliki kecenderungan untuk bertindak dengan keberadaan suatu produk. (Kinnear dan Taylor)

Dalam menjalankan bisnis, pasti ada kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari lingkungan internal bisnisnya dan dari lingkungan eksternal.

Begitupun dengan yang dihadapi oleh pengrajin Sentra Sepatu Cibaduyut saat ini ini. Berdasar hasil wawancara langsung dengan pengrajin, diperoleh informasi mengenai SWOT Sentra Sepatu Cibaduyut sebagai berikut.

Tabel 1.2
Analisis SWOT Sentra Sepatu Cibaduyut

Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)	Peluang (Opportunity)	Ancaman (Threats)
1. Memiliki banyak pengrajin yang kompeten. 3. <i>Skill</i> pengrajin dapat dioptimalkan. 4. Dibuat secara <i>handmade</i> .	1. Jumlah pengrajin semakin berkurang. 2. Para Pengrajin beralih profesi. 3. Kapasitas produksi rendah. 4. <i>Design</i> tidak <i>up to date</i> dan kurang bervariasi. 5. Merek yang kurang menjual dan kurang menarik di mata konsumen. 6. <i>Image</i> yang rendah di mata konsumen. 7. Permodalan yang kurang. 8. Kualitas produk menurun. 9. Tidak memiliki ciri khas.	1. Regenerasi <i>skill</i> . 2. Maraknya bisnis di dunia <i>fashion</i> . 3. Kebutuhan dan keinginan manusia yang semakin beragam. 4. Kemajuan teknologi. 5. Kebijakan Pemerintah (ASEAN-China <i>Free Trade Agreement</i>). 6. Perubahan pola dan gaya hidup masyarakat. 7. Potensi pasar.	1. Persaingan dengan produk Cina. 2. Masuknya sejumlah produk luar ke kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut. 3. Tidak ada wadah yang menampung aspirasi para pengrajin. 4. Kurangnya minat masyarakat. 5. Daya saing produk rendah. 6. Pemerintah belum mendukung perkembangan industri sepatu.

Sumber : Hasil Wawancara dengan Pengrajin Sepatu Cibaduyut, 2017

Dari pemaparan masalah dan hasil analisa SWOT diatas, diperoleh Beberapa hal penting pada poin kelemahan mengenai atribut produk yang menjadi sorotan dan diharapkan dapat meningkatkan minat beli masyarakat terhadap produk sepatu Cibaduyut, atribut produk ini di khususkan pada yang berorientasi pasar yang didalamnya terdapat orientasi pada pelanggan dengan memberikan prioritas dan nilai yang superior terhadap pelanggan, orientasi pesaing dengan mempelajari dan menganalisis informasi yang berhubungan dengan pesaing. dan

interfungsional yaitu koordinasi antar fungsi dalam perusahaan untuk memberikan kepuasan pada pelanggan dan juga memenangkan persaingan. Dengan adanya hal ini, maka penelitian ini diberikan judul **“Membangun Minat Beli Konsumen (Mahasiswa) Melalui Atribut Produk yang Berorientasi Pasar” (Studi pada Produk Sepatu Cibaduyut).**

1.2 Fokus Penelitian

Fokus pada penelitian ini, dibatasi pada hal-hal sebagai berikut:

1. Minat beli konsumen (mahasiswa) yang menjadi objek dalam penelitian ini terhadap produk sepatu Cibaduyut.
2. Atribut produk sepatu yang berorientasi pasar dalam hal ini yang berorientasi pada pelanggan, pesaing dan koordinasi antar fungsi yang dapat meningkatkan minat beli konsumen (mahasiswa).
3. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif kualitatif. Metode ini merupakan suatu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau pelaku yang diamati. Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam suatu masyarakat, pertentangan antara dua keadaan atau lebih, hubungan antar variabel yang timbul, perbedaan antar fakta yang ada, serta pengaruhnya terhadap suatu kondisi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan masalah di latar belakang, penulis dapat merumuskan beberapa permasalahan diantaranya:

1. Bagaimana implementasi unsur atribut produk pada sepatu Cibaduyut saat ini menurut konsumen (mahasiswa).
2. Bagaimana tingkat minat beli konsumen (mahasiswa) terhadap produk sepatu Cibaduyut.
3. Apa saja hambatan-hambatan yang dihadapi dalam meningkatkan minat beli konsumen (mahasiswa) terhadap produk sepatu Cibaduyut.
4. Bagaimana cara membangun minat beli konsumen (mahasiswa) terhadap produk sepatu Cibaduyut melalui atribut produk yang berorientasi pasar.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, memahami dan menganalisis:

1. Implementasi unsur atribut produk pada sepatu Cibaduyut saat ini menurut konsumen (mahasiswa).
2. Tingkat minat beli konsumen (mahasiswa) terhadap produk sepatu Cibaduyut.
3. Hambatan-hambatan yang dihadapi dalam meningkatkan minat beli konsumen (mahasiswa) terhadap produk sepatu Cibaduyut.
4. Cara membangun minat beli konsumen (mahasiswa) terhadap produk sepatu Cibaduyut melalui atribut produk yang berorientasi pasar.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terdiri dari manfaat secara teoritis maupun praktis sehingga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, pihak pengrajin sepatu dan pemerintah juga masyarakat secara umum. Manfaat penelitian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun secara praktis. Berikut penjelasannya:

1.5.1 Manfaat Teoritis

a. Bagi Penulis

1. Diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai bagaimana konsep produk, realita yang terjadi di pasar mengenai bagaimana atribut suatu produk diterapkan.
2. Diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai bagaimana cara membangun minat beli konsumen melalui atribut produk yang berorientasi pasar.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi untuk memungkinkan peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian mengenai topik-topik yang berkaitan dengan penelitian ini, baik yang bersifat melanjutkan atau melengkapi.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak yang terkait, diantaranya bagi pengrajin sepatu Cibaduyut

tentang bagaimana memperbaiki unsur atribut produk sebagai unsur penting yang menggambarkan identitas produk tersebut sehingga dapat menarik dan meningkatkan minat beli konsumen khususnya mahasiswa.

2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah Kota Bandung khususnya untuk dapat memperhatikan dan mengelola keberadaan Sentra Sepatu Cibaduyut yang menjadi salah satu *icon* destinasi wisata di Kota Bandung sehingga dapat berkembang dan menjadi sorotan masyarakat kembali seperti dahulu.
3. Penelitian ini diharapkan menjadi masukan kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung khususnya pada Sub Unit Persepatuan Cibaduyut untuk dapat memperhatikan kondisi dengan melakukan observasi secara berkala dan mengembangkan UKM yang ada di Cibaduyut.