

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, membuat usaha bisnis terutama tekstil industri sepatu di Indonesia semakin mengalami perkembangan yang tinggi dilihat dengan adanya kompetisi perusahaan yang sangat tinggi dan pesat. Adanya persaingan yang tinggi antar perusahaan membuat pengusaha semakin berusaha untuk melakukan usahanya dalam meningkatkan kualitas dan inovasi pada produk yang mereka miliki. Masing-masing pengusaha melakukan teknik yang lebih efektif dan efisien dalam memberikan penawaran produk yang inovatif sehingga mampu bertahan untuk persaingan.

Pada kondisi perekonomian global saat ini, globalisasi sangat berpengaruh pada hampir semua aspek kehidupan masyarakat terutama berpengaruh pada perekonomian di Indonesia. Era globalisasi dapat meningkatkan kehidupan ekonomi Indonesia menjadi lebih baik, pada saat datangnya era globalisasi pada bidang ekonomi merupakan sebuah tantangan bagi masyarakat Indonesia khususnya kepada para generasi milenial yang harus mempersiapkan diri dalam persaingan era global saat ini. Di era globalisasi, persaingan di dunia bisnis menjadi semakin sangat sulit. Persaingan perusahaan semakin kompetitif dan perusahaan harus membuat produk yang berbeda sehingga dapat di kenal oleh masyarakat. Banyak pesaing baru yang memiliki strategi modern dan pemasaran yang modern akan membuat persaingan di dunia bisnis semakin sulit Perusahaan harus mencari pelanggan sebanyak-banyaknya, sehingga dapat menghasilkan probabilitas jangka panjang yang sangat menguntungkan bagi perusahaan untuk tetap bertahan di dunia bisnisnya (Syahputran, 2020, p.2). Lingkungan bisnis industri sepatu berubah semakin cepat karena kemajuan teknologi dan pelanggan memilih produk dengan kebutuhan mereka. Akibatnya, perusahaan menghadapi persaingan yang ketat karena tuntutan kebutuhan dari pada konsumen. Selain itu, kualitas dan inovasi produk akan semakin berperan dalam meningkatkan pertumbuhan perusahaan.

Industri sepatu semakin berkembang dengan pesat pada pasar Indonesia, dimana para peminatnya kebanyakan mahasiswa. Salah satu Brand sepatu yang memiliki kualitas dan pengikut yang cukup banyak yaitu Compass. Brand ini merupakan salah satu Brand yang dilahirkan dari dalam negeri. Dilansir dari Sneakers.co.id Sepatu Merek Compass adalah sepatu lokal asal Bandung. Sepatu lahir dari tangan Gunawan Kahar di tahun 1998. Materialnya menggunakan kain twiil yang tidak setebal kanvas pada body sepatu menjadikan sepatu yang lebih lentur dan diklaim berkualitas internasional. Sepatu Compass pernah buntu dalam pengembangannya kebangkitan Compass diawali pada 2017 ketika Aji Handoko sang creative director bergabung dan mengembangkan sisi kreatif dan strategi bisnis.

Compass kemudian memanfaatkan media sosial untuk melakukan rebranding. Tenaga baru Compass moncer setelah digawangi oleh Aji Handoko. Tak lama setelah Aji bergabung, sneakers Gazelle dikeluarkan. Kedatangan sepatu Gazelle bahkan diklaim sanggup menjajarkan sneakers Compass setara dengan Vans. Sepatu ini pun di-review oleh para influencer fashion. Compass tidak hanya sepatu, tetapi disebut sebagai ikon identitas. Salah satu dari banyak Brand yang menjadi ikon identitas kelas sosial ekonomi ataupun bagian kelompok sneakerhead eksklusif. Tren menjadikan sebuah barang bisa berubah, dari sebuah objek menjadi sebuah simbol.

Pada tahun 2023 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif membuat ulasan tentang 10 produk Sneakers Lokal Jadi Identitas Anak Muda Kekinian. Dengan berkembangnya peminat industri Fashion di Indonesia, kualitas produk yang dihasilkan juga semakin membaik dan unggul di masing-masing bidangnya. Salah satu produk Fashion keluaran lokal yang unggul baik di dalam negeri maupun mancanegara adalah sneakers. Ketika membeli produk buatan lokal, dapat meningkatkan kesejahteraan pekerja atau buruh lokal yang mengerjakan produk tersebut. Dapat dilihat di tabel berikut :

Tabel 1.1 Ulasan tentang 10 Produk Sneakers Lokal Jadi Identitas Anak Muda Kekinian

No	Nama Produk
1	Compass
2	Piero
3	Saint Barkley
4	Patrobas.id
5	Brodo
6	Ventela
7	Geoff Max Footwear
8	NAH Project
9	Walko
10	PijakBumi

Sumber: www.kemenparekraf.go.id

Kualitas sepatu Compass sudah tidak diragukan lagi berbagai kalangan masyarakat. Selain berkualitas hebat, sepatu Compass juga dikenal dengan harga yang sangat terjangkau atau murah dibandingkan dengan sepatu merek lainnya. Desain sebuah produk merupakan aspek yang perlu diperhatikan sebelum mengambil keputusan pembelian. Saat ini konsumen semakin kritis dalam memilih sebuah produk, terutama dalam hal desain produk yang ingin dipilih. Masalah yang sering muncul dari produk lokal umumnya adalah desain produk yang kurang konsisten dalam menemukan ide dan kreativitasnya.

Selain itu, Hypebeast dan Sneakers Head termasuk di antara influencer yang menerima sepatu dari Compass Shoes. Dalam mempromosikan suatu produk, penggunaan influencer sangat penting karena jangkauan mereka yang luas dan jaminan bahwa para pengikut akan menyukai produk yang dipromosikan oleh influencer mereka. Moto Sepatu Compass, "Compass untuk semua," dapat kita lihat di akun Instagram mereka, di mana mereka memberikan sepatu kepada orang-orang yang membutuhkan dan kepada para pedagang yang hanya memakai sandal setiap hari. Dengan cara inilah Compass bermaksud untuk memproyeksikan citra positif produknya dan mendapatkan kepercayaan dari para penggemar sepatu.

Berikut merupakan influencer yang ikut mempopulerkan sepatu Compass adalah Dr. Tirta, dengan jumlah pengikut dua juta followers membuat Compass semakin dipercaya dapat diterima dan digunakan di segala kalangan masyarakat.



Gambar 1.1 Instagram Influencer Sepatu Compass Dr. Tirta

Sumber: <https://www.instagram.com/dr.tirta/>

Dr. Tirta adalah salah satu influencer yang percaya terhadap kualitas dari sepatu Compass. Dapat dilihat dari ketertarikannya dan kepercayaannya terhadap produk Compass membuat produk tersebut menjadi diminati oleh kalangan mahasiswa.

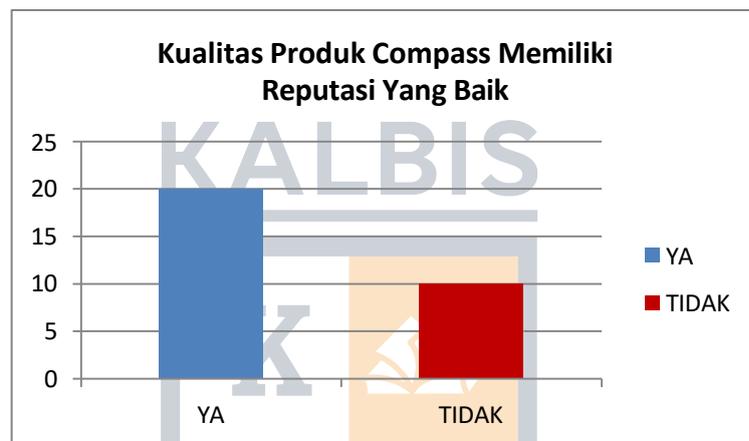
Menurut Kotler (dalam Melyani, 2016:7) quality product adalah suatu khas serta karakter barang memiliki pengaruh pada kemampuannya untuk terpenuhi keinginan pengguna, maka berusaha untuk menghasilkan product yang berkualitas yang tampak pada desain product dan inti product tersebut. Quality product adalah persepsi konsumen tentang produk tersebut. Meskipun produsen atau merek mungkin telah merancang produk dengan spesifikasi tertentu, kualitas sebenarnya ditentukan oleh pengalaman dan persepsi konsumen setelah menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut. Oleh karena itu, produsen harus berusaha untuk memastikan bahwa produk mereka memenuhi

atau melebihi harapan konsumen agar dapat membangun reputasi yang baik dan mempertahankan loyalitas konsumen.

Dengan demikian, produsen harus memiliki inovasi-inovasi yang sesuai dengan perkembangan zaman, inovasi produk ini merupakan sekumpulan informasi yang berhubungan dengan berusaha untuk meningkatkan atau meningkatkan sumber daya yang tersedia. Menurut Prasetyo (2020:37) Inovasi produk adalah suatu inovasi gres yang memikat yang bisa dikembangkan. Innovation berencana dibuat untuk pengembangan dan strategi yang memikat. Supaya dapat berkompetisi dengan company lain, innovation wajib diterapkan dan dikembangkan. Menurut Abdjuul (2018:9) Beliau mengatakan bahwa inovasi produk merupakan bonus tambahan dan salah satu komponen kunci dari kesuksesan perusahaan. Hal ini akan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan, yang membutuhkan produk berkualitas dan permintaan konsumen.

Dalam hal ini, produsen harus menemukan berbagai cara untuk membangkitkan minat konsumen dan membujuk mereka membeli produk yang ditawarkan. Keputusan ini dikatakan dengan keputusan pembelian, dimana para konsumen akan mencari tahu mengenai informasi sebuah produk yang akan mereka beli. Menurut Indrasari (2019:12) Keputusan pembelian merupakan pilihan di antara dua alternatif atau lebih, yaitu alternatif-alternatif ini harus ada pada saat keputusan dibuat. Sebaliknya, jika konsumen tidak memiliki pilihan dan benar-benar dipaksa untuk membeli, maka hal tersebut bukanlah sebuah keputusan.

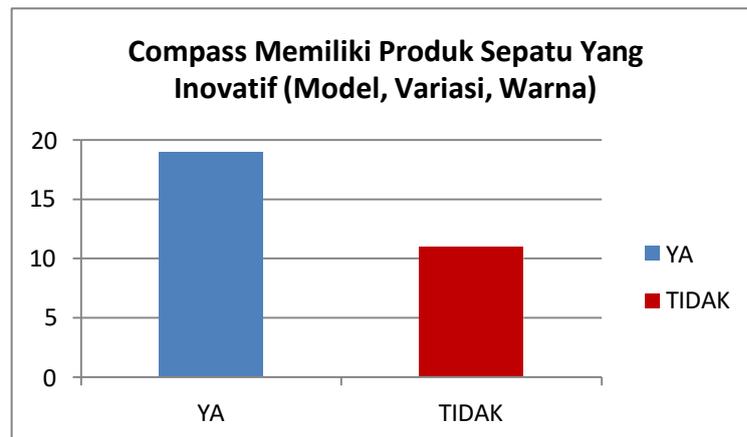
Maka dari itu mahasiswa yang ingin melakukan pembelian suatu produk harus mengetahui informasi dan alternatif apabila produk yang diinginkan sudah tidak ada. Berikut merupakan hasil kuesioner pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada para responden mahasiswa yang menggunakan sepatu Compass di Jakarta.



Gambar 1.2 Hasil Pra Survei Responden Mengenai Kualitas Produk Compass

Sumber : Olahan Peneliti

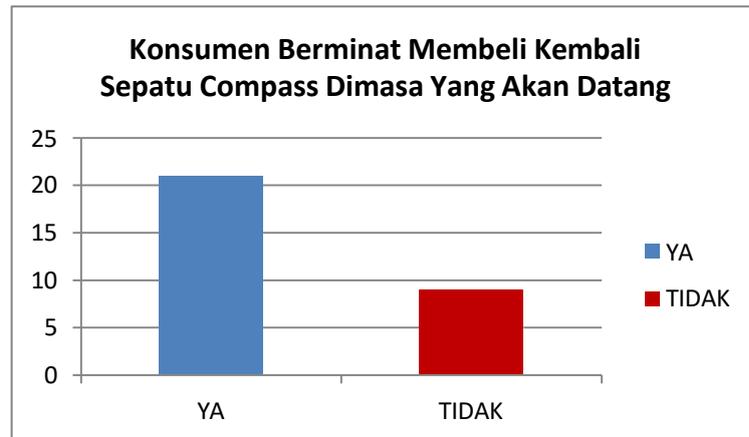
Gambar 1.2 menunjukkan hasil dari 30 responden tentang kualitas produk dari merek Compass yang memiliki hasil positif juga memuaskan akan kualitas yang dihasilkan oleh merek Compass. Konsumen merasa puas setelah melakukan pembelian sepatu Compass dengan kualitas yang dimiliki sepatu Compass mampu meyakinkan untuk membuat konsumen membeli produk sepatu Compass.



Gambar 1.3 Hasil Pra Survei Responden Mengenai Inovasi Produk Compass

Sumber : Olahan Peneliti

Gambar 1.3 menunjukkan hasil dari 30 responden tentang inovasi produk dari merek Compass memiliki hasil yang positif akan inovasi produk sepatu Compass yang dihasilkan dan dapat memuaskan konsumen. Strategi untuk mencapai keberhasilan perlu dilakukan dalam penetapan inovasi ini nantinya akan membawa pembaharuan pada produk yang sudah ada. Inovasi mengacu pada sesuatu yang baru atau membuat perubahan bagi produk. Produk terbaru lebih baik dari produk sebelumnya, karena apabila suatu produk memiliki keunggulan maka akan terlihat sebagai nilai tambah bagi konsumen inovasi produk sehingga akan menentukan daya saing suatu produk yang dihasilkan agar mampu bersaing dengan produk lainnya.



Gambar 1.4 Hasil Pra Survei Responden Mengenai Keputusan Pembelian Produk
Compass

Sumber : Olahan Peneliti

Gambar 1.4 menunjukkan hasil dari 30 responden tentang keputusan pembelian produk dari merek Compass memiliki hasil yang positif akan keputusan pembelian konsumen sepatu Compass dimasa yang akan datang. Pra survei ini dapat memberikan gambaran bahwa produk sepatu Compass memberikan kesan yang memuaskan bagi para konsumen.

Berdasarkan dari pemaparan di atas menjadikan salah satu alasan peneliti memilih judul ini karena Sepatu Compass berhasil menjadi lokal Brand yang bisa menembus pasar dan bertahan dalam jangka waktu yang cukup lama serta tetap diminati berbagai kalangan. Sehingga kami ingin mengetahui bagaimana sepatu Compass dapat melakukan hal tersebut dari sisi kualitas produk, inovasi produk sehingga konsumen dapat membuat keputusan pembelian dan dapat menjadi pembelajaran dalam bahasan skripsi saya dan juga berguna untuk para pengusaha lainnya. Berdasarkan pada latar belakang diatas, peneliti memberi judul Pengaruh

Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Compass Pada Mahasiswa Di Jakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan mengenai latar belakang sebelumnya, maka disusunlah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepatu Compass pada mahasiswa di Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk sepatu compass pada mahasiswa di Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk sepatu Compass pada mahasiswa di Jakarta?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang ada pada penelitian ini bertujuan agar penelitian yang dilakukan tidak terlalu luas, oleh karena itu peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan kepada mahasiswa yang berada di daerah Jakarta
2. Penelitian ini hanya dilakukan kepada mahasiswa yang menggunakan produk sepatu Compass di Jakarta
3. Penelitian ini hanya membahas mengenai kualitas produk dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian sepatu Compass.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah dan tujuan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepatu Compass pada mahasiswa di Jakarta.
2. Mengetahui dampak inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk sepatu Compass pada mahasiswa di Jakarta.
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk sepatu Compass pada mahasiswa di Jakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara akademik dan praktis yaitu:

1.5.1 Manfaat Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada mahasiswa mengenai industri sepatu khususnya Compass, sekaligus memberikan suatu kontribusi dalam perkembangan ilmu komunikasi dan menjadi referensi bahan penelitian di kalangan mahasiswa Kalbis khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan untuk dapat memberi untung kepada mahasiswa yang memiliki ketertarikan kepada produk sepatu Compass, untuk dapat mengetahui suatu kualitas dari produk, inovasi-inovasi yang diberikan oleh produk, dan membuat keputusan setiap mahasiswa dalam membeli produk Compass.

1.6 Sistematika Penulisan

Konten skripsi ini terbagi menjadi ke dalam 5 bab yang saling terkait yaitu:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berikan Tinjauan pustaka yang berkaitan dengan tema penelitian, teori paradigma, cara pandang: tinjauan literatur dan penelitian terdahulu yang ada kaitan dengan tema penelitian.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi uraian mengenai tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, populasi dan sampel yang diambil, metode pengolahan dan menjelaskan mengenai definisi dari operasional tiap-tiap variabel..

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berikan gambaran perusahaan hasil pengujian dari data berdasarkan metode analisis dari data yang telah diuji, pembahasan data yang telah di bahas menjadi informasi yang siap digunakan untuk memecahkan permasalahan.

BAB 5 PENUTUP

Bab ini berikan mengenai penutup sehingga peneliti berusaha untuk memberikan kesimpulan dan saran.

