

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Fashion merupakan industri yang terus berkembang dari waktu ke waktu, Sebagai industri global, produk fashion mencakup berbagai kategori seperti pakaian, alas kaki, tas, aksesoris, kosmetik dan lain sebagainya. Seiring dengan perubahan zaman dan perkembangan teknologi, industri fashion telah mengalami beberapa perubahan yang signifikan yang dapat menciptakan inovasi baru, sehingga semakin banyak variasi produk yang tersedia di pasaran (Shinta, 2018).

Secara global, industri fashion merupakan industri yang sangat besar dengan nilai pasar yang mencapai triliunan dolar. Industri fashion dipengaruhi oleh tren dan gaya hidup yang terus berubah, serta faktor-faktor seperti media massa, dunia hiburan, bisnis, dan internet. Di Indonesia, industri fashion terus berkembang dan memiliki potensi yang besar sebab industri fashion menjadi industri yang sangat penting bagi perekonomian sebuah negara (Mustikarani & Irwansyah, 2019).

Berdasarkan data dari BPS (Badan Pusat Statistik) diketahui jika sektor fashion di Indonesia pada tahun 2017 memiliki kontribusi terbesar kedua terhadap perekonomian nasional setelah sektor kuliner dengan 18,15%. Kota Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia yang mendapat julukan kota fashion. Banyak tempat berbelanja di Kota Bandung dari mulai jaket, baju, celana,

sepatu, dan aksesoris lainnya. Dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini kawasan berbelanja produk fashion di Kota Bandung.

Tabel 1.1
Kawasan Berbelanja Produk Fashion Di Kota Bandung

No.	Kawasan	Produk Fashion
1.	Kawasan Cihampelas	Pakaian, Celana Jeans, Dompot, Tas, Aksesoris
2.	Kawasan Cibaduyut	Sepatu Kulit, Tas Kulit, Dompot Kulit, Pakaian, Aksesoris
3.	Kawasan Cigondewah	Kain, Pakaian
4.	Kawasan Dago	Factory Outlet
5.	Kawasan Gede Bage	Produk Second
6.	Kawasan Rajut Binong Jati	Baju Rajut
7.	Kawasan Pasar Baru Trade Center	Pakaian, Celana Jeans, Dompot, Tas, Aksesoris

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2017

Dari berbagai tempat kawasan berbelanja di Kota Bandung, Kawasan Cibaduyut menjadi salah satu tempat yang banyak dikenal oleh para wisatawan luar kota maupun mancanegara. Sebab kawasan yang berada di sepanjang Jl. Cibaduyut merupakan salah satu industri alas kaki dan produk kulit terbesar di Jawa Barat. Kawasan ini menjadi rumah bagi produsen sepatu dan toko-toko sepatu yang menawarkan berbagai macam jenis sepatu, dari sepatu formal hingga non formal. Sentra ini menjadi salah satu sentra yang paling banyak memiliki unit usaha dibandingkan dengan sentra sepatu di wilayah lain di Jawa Barat selain itu sentra ini sudah terbentuk sejak tahun 1920. Bukan tanpa alasan mengapa kawasan ini disebut sebagai sentra sepatu dan kerajinan sepatu karena para pengrajin yang membuat sepatu telah dibekali ilmu pengetahuan yang diwariskan secara turun temurun (Saputera & Dkk, 2022).

Pada saat ini industri alas kaki Cibaduyut pada saat ini tidak sukses dulu sebab mengalami berbagai permasalahan. Sebagai sentra produksi dan penjualan sepatu persaingan di antara para pelaku usaha produk fashion di Cibaduyut juga semakin ketat selain bersaing dengan sesama pelaku usaha di kawasan tersebut. Setiap pelaku usaha akan dihadapkan secara langsung dengan pelanggan yang berbeda yang juga memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda (Siva & Trustorini, 2021). Dengan hadirnya Kawasan Perdagangan Bebas China-ASEAN (ACFTA) mereka juga bersaing dengan peredaran produk impor merek-merek sepatu internasional yang masuk ke pasar Indonesia sehingga berdampak pada pengusaha Sepatu Cibaduyut (Reyvandi & Sisca, 2022). Merek-merek sepatu internasional ini menawarkan produk yang terkenal dengan kualitasnya dan dihargai lebih tinggi dibandingkan dengan produk lokal (Fathurrahman & Marheni, 2019). Oleh karena itu, para pelaku usaha produk fashion di Cibaduyut perlu berinovasi dan meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing dengan merek-merek sepatu global.

Dalam menghadapi persaingan ini, para pelaku usaha produk fashion di Cibaduyut perlu terus berinovasi untuk dapat memenangkan sebuah persaingan. Salah satu faktor penting yang dapat memenangkan persaingan tersebut adalah desain produk. Menurut Azany dalam (Ariella, 2018) desain produk adalah peningkatan ataupun penyederhanaan berupa penambahan fungsi dan kegunaan dari produk tersebut. Sebuah desain produk yang baik dapat membuat produk menjadi lebih menarik di mata konsumen dan membuat mereka tertarik untuk membeli produk tersebut (Suari & dkk, 2019). Selain desain pada produk desain

pada kemasan dapat menjadi salah satu daya tarik suatu produk karena jika desain kemasan yang dihasilkan menarik maka akan semakin banyak orang yang membeli dengan begitu dapat meningkatkan pendapatan (Budiarti, 2022). Sebaliknya, desain yang kurang menarik atau ketinggalan zaman dapat membuat produk menjadi kurang diminati oleh konsumen. Selain itu, dengan memiliki desain yang unik dan menarik, sebuah merek dapat membedakan dirinya dari pesaing-pesaingnya dan membuat konsumen lebih memilih produk dari merek tersebut. Untuk itu setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen (Handayani & Tanjung, 2017).

Selain dapat menjadi daya tarik, desain produk juga dapat mempengaruhi kualitas dan fungsionalitas dari sebuah produk. Sebuah desain produk yang baik dapat membuat produk menjadi lebih nyaman digunakan, lebih awet, dan lebih mudah digunakan. Oleh karena itu, para pelaku usaha produk fashion perlu fokus pada desain produk yang baik dan inovatif untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan memenangkan persaingan di pasar (Irvanto & Sujana, 2020).

Selain faktor desain produk, faktor penting lain yang menentukan dalam keunggulan bersaing adalah kualitas produk. Kualitas produk menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli suatu produk, dan dapat menjadi faktor penarik bagi mereka untuk melakukan pembelian (Rosady & Amie, 2018). Sebuah produk dengan kualitas yang baik dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dan membuat merek tersebut lebih dihargai di pasar. Dalam industri fashion, kualitas produk dapat mencakup beberapa aspek seperti

bahan baku, desain, konstruksi, dan kinerja. Sebuah produk yang terbuat dari bahan yang berkualitas dan dibuat dengan desain dan konstruksi yang baik dapat menjadi lebih awet, nyaman digunakan, dan memberikan kinerja yang baik.

Kualitas produk juga dapat mempengaruhi reputasi sebuah merek. Sebuah merek yang dikenal dengan kualitas produknya yang baik dapat membuat konsumen lebih percaya dan cenderung membeli produk dari merek tersebut, bahkan jika produk tersebut lebih mahal dari merek pesaing yang kurang terkenal. Untuk meningkatkan daya saing yang dihadapi mereka berupaya untuk meningkatkan daya saing bisnis dalam usahanya, seperti menetapkan harga yang kompetitif dan menggunakan bahan baku yang baik untuk menghasilkan produk yang berkualitas (Iffan, 2020).

Sebaliknya, jika produk memiliki kualitas yang buruk, maka akan lebih banyak konsumen yang mengembalikan produk atau mengajukan keluhan, yang dapat merugikan merek tersebut secara finansial dan reputasi merek (Ernawati, 2019). Oleh karena itu, para pelaku usaha produk fashion perlu fokus pada kualitas produk yang baik dan memastikan produk mereka memenuhi standar kualitas yang tinggi untuk memenangkan persaingan di pasar dan memenangkan kepercayaan konsumen.

Agar dapat mendukung dari permasalahan penelitian yang dibahas dan memperkuat tujuan dalam penelitian ini, maka penulis melakukan survey awal dengan menggunakan metode wawancara kepada 20 orang pengusaha sepatu sentra Cibaduyut. Adapun hasil dari survey dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.2
Hasil Survey Awal Desain Produk

Pertanyaan	Ya	Tidak
Saya menghasilkan sepatu dengan beragam jenis dan model	18 90%	2 10%
Saya berusaha membedakan desain produk sepatu saya dengan pesaing	7 35%	13 65%
Saya menghasilkan sepatu dengan model terbaru lebih dari satu jenis	11 55%	9 45%
Saya secara rutin memperkenalkan model desain sepatu yang baru	12 60%	8 40%
Saya selalu memperbaharui desain sepatu model lama agar terlihat baru	4 20%	16 80%
Saya mengikuti desain milik model sepatu merk terkenal agar selalu mengikuti trend yang sedang berkembang	16 80%	4 20%

Sumber: Data Hasil Olah Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel 1.2 hasil survey awal desain produk terdapat permasalahan pada pertanyaan ke dua dan ke lima. Pada pertanyaan ke dua sebanyak 13 pengusaha tidak setuju jika desain produk sepatu mereka berbeda dengan dengan para pesaing. Hal ini disebabkan oleh perubahan tren dan permintaan pasar sehingga para pengusaha menawarkan produk dengan desain yang serupa dengan pesaing. Selain itu para pengusaha ragu untuk membuat perubahan drastis dalam desain produk mereka karena khawatir jika perubahan tersebut dapat mempengaruhi penjualan sepatu mereka.

Sedangkan pada pertanyaan kelima sebanyak 16 pengusaha tidak setuju dengan memperbaharui desain sepatu model lama agar terlihat baru. Hal ini disebabkan karena perubahan trend yang begitu cepat, apabila melakukan pembaharuan desain sepatu model lama hanya akan menghasbiskan waktu dan tenaga selain itu produk yang diperbaharui modelnya belum tentu akan disukai oleh konsumen sehingga para pengusaha lebih memilih untuk membuat desain sepatu dengan model terbaru yang mengikuti trend.

Tabel 1.3
Hasil Survey Awal Kualitas Produk

Pertanyaan	Ya	Tidak
Saya membandingkan kinerja produk sepatu saya dengan sepatu pesaing untuk memastikan daya saing saya	11 55%	9 45%
Saya selalu melakukan penilaian terhadap inovasi atau perubahan untuk meningkatkan kinerja produk sepatu saya	13 65%	7 35%
Saya membuat inovasi fitur produk pada sepatu sebagai strategi untuk membedakan produk dengan pesaing	7 35%	13 65%
Saya menggunakan bahan berkualitas untuk meningkatkan daya tahan sepatu saya	15 75%	5 25%
Saya menggunakan teknik atau perlindungan tambahan untuk meningkatkan daya tahan produk sepatu saya, seperti perlapisan anti air atau sol yang tahan lama	12 60%	8 40%

Sumber: Data Hasil Olah Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel 1.3 hasil survey awal kualitas produk terdapat permasalahan pada pertanyaan ke tiga. Sebanyak 13 pengusaha tidak setuju dengan membuat inovasi fitur produk sebagai strategi dalam membedakan produk

mereka dengan pesaing. Hal itu tidak dilakukan oleh pengusaha karena dalam melakukan inovasi fitur produk terlalu berisiko, para pengusaha khawatir jika inovasi yang dilakukan dapat diterima dengan baik oleh pasar atau tidak memberikan keuntungan yang diharapkan. Hal ini dapat membuat mereka enggan untuk mengambil risiko dan lebih memilih untuk tetap pada fitur dan fungsi yang sudah teruji.

Tabel 1.4

Hasil Survey Awal Keunggulan Bersaing

Pertanyaan	Ya	Tidak
Saya menawarkan desain sepatu dengan ciri khas yang unik yang membedakannya dengan pesaing	6 40%	14 60%
Saya memiliki strategi untuk meminimalisir biaya produksi	17 85%	3 15%
Saya menggunakan bahan baku lebih murah namun tetap memenuhi standar kualitas	16 80%	4 20%
Saya melakukan survei harga secara berkala untuk membandingkan harga produk sepatu dengan pesaing	16 80%	4 20%
Saya menawarkan harga sepatuyang sudah cukup untuk bersaing	18 90%	2 10%

Sumber: Data Hasil Olah Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel 1.4 hasil survey awal keunggulan bersaing terdapat permasalahan pada pertanyaan pertama. Sebanyak 14 pengusaha tidak setuju dengan menawarkan desain sepatu dengan ciri khas yang unik yang dapat membedakannya dengan pesaing. Hal itu disebabkan karena beberapa pengusaha mungkin lebih fokus pada mengikuti tren pasar dan menyesuaikan desain sepatu

mereka dengan apa yang sedang populer saat ini. Selain itu resiko yang didapat terlalu besar jika desain yang digunakan sebagai ciri khas tidak dapat diterima oleh konsumen sehingga menyebabkan kerugian.

Berdasarkan penjelasan masalah diatas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PengusahaSepatu Sentra Cibaduyut**”.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Untuk mengetahui masalah apa saja yang terdapat dalam penelitian ini, maka penulis melakukan identifikasi masalah berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah dijelaskan diatas sebelumnya, dari latar belakang diatas diperoleh indentifikasi sebagai berikut :

1. Para pengusaha tidak dapat membedakan desain produk sepatu dengan pesaing. Hal ini disebabkan oleh perubahan tren dan permintaan pasar yang menyebabkan para pengusaha menawarkan produk dengan desain yang serupa dengan pesaing.
2. Para pengusaha tidak memperbaharui desain sepatu model lama agar terlihat baru. Hal ini disebabkan karena perubahan trend yang begitu cepat, apabila melakukan pembaharuan desain sepatu model lama hanya akan menghasbiskan waktu dan tenaga selain itu produk yang diperbaharui modelnya belum tentu akan disukai oleh konsumen

3. Para pengusaha tidak setuju dengan membuat inovasi fitur produk sebagai strategi dalam membedakan produk mereka dengan pesaing. Hal itu tidak dilakukan karena dalam melakukan inovasi fitur produk terlalu berisiko, khawatir jika inovasi yang dilakukan dapat diterima dengan baik oleh pasar atau tidak memberikan keuntungan yang diharapkan.
4. Para pengusaha tidak menawarkan desain sepatu dengan ciri khas yang unik yang dapat membedakannya dengan pesaing. Hal itu disebabkan karena beberapa pengusaha mungkin lebih fokus pada mengikuti tren pasar dan menyesuaikan desain sepatu mereka dengan apa yang sedang populer saat ini

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana desain produk pada Pengusaha Sepatu Sentra Cibaduyut.
2. Bagaimana kualitas produk pada Pengusaha Sepatu Sentra Cibaduyut.
3. Bagaimana keunggulan bersaing produk sepatu pada Pengusaha Sepatu Sentra Cibaduyut.
4. Seberapa besar pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada Pengusaha Sepatu Sentra Cibaduyut secara simultan dan parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan diatas, maka adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui desain produk pada Pengusaha Sepatu Sentra Cibaduyut.
2. Untuk mengetahui kualitas produk pada Pengusaha Sepatu Sentra Cibaduyut.
3. Untuk mengetahui keunggulan bersaing produk sepatu pada Pengusaha Sepatu Sentra Cibaduyut.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada Pengusaha Sepatu Sentra Cibaduyut secara simultan dan parsial.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Adapun hasil dari penelitian ini dapat menambah ilmu dan pemahaman bagi penulis terhadap permasalahan yang dibahas serta dapat diterapkan pada kehidupan sehari-hari mengenai ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan terutama pada teori yang berhubungan dengan desain produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing

2. Bagi Perusahaan

Adapun hasil dari penelitian ini semoga dapat bermanfaat dan digunakan bagi perusahaan sebagai bahan masukan dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi, terutama mengenai permasalahan tentang desain produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing.

