BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dan permintaan pasar mengalami perubahan dari waktu ke waktu terutama dalam era globalisasi seperti sekarang ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan keragaman produk yang berbeda dan memiliki ciri khas tersendiri. Perubahan selera konsumen yang terus menerus berubah mendorong timbulnya tingkat persaingan di dalam dunia usaha dan tentunya akan mendorong perusahaan untuk terus-menerus menciptakan strategi diferensiasi produk yang berbeda dari pesaing untuk menarik perhatian konsumen dan menciptakan citra merek yang baik. Keadaan seperti ini juga yang dialami oleh pasar sepatu dan sandal kulit di Indonesia khususnya Kota Bandung.

Perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam penyedia sepatu dan sandal kulit selalu berusaha menawarkan produk mereka yang berbeda dari pesaing dan menciptakan citra merek yang baik di mata konsumen agar tingkat keputusan pembelian konsumen semakin meningkat. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk membuat langkah-langkah strategis untuk dapat terus bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang ada.

Toko Olsa Cibaduyut merupakan salah satu perusahaan sepatu dan sandal kulit yang ada di Cibaduyut yang telah memiliki merek sendiri pada sepatu dan sandal kulit yang mereka produksi yaitu Olgie Shoes. Perusahaan ini pertama kali didirikan pada tanggal 20 Desember 2003 di Cibaduyut, Bandung.

Diferensiasi produk merupakan strategi yang membuat produk berbeda dengan kompetitor, sehingga hasilnya dapat dinilai oleh konsumen dan nilai yang diharapkan dapat mempengaruhi pilihan dan kepuasan konsumen yang berdampak pada keputusan pembelian. Langkah-langkah yang bisa diambil oleh suatu perusahaan untuk mendiferensiasikan diri dari pesaing yaitu apabila perusahaan tesebut memiliki keunikan yang dapat dinilai oleh konsumen.

Diferensiasi produk merupakan salah satu jenis keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perusahaan untuk memenangkan pasar sasarannya. Perusahaan akan melakukan diferensiasi produk terhadap para pesaingnya apabila dia berhasil menampilkan keunikan yang dinilai menarik oleh konsumen, di sinilah letak dari ketepatan penerapan strategi yang akan dimainkan oleh perusahaan yaitu strategi yang dapat memenangkan persaingan untuk memenangkan hati konsumen. Menciptakan produk yang sulit untuk ditiru, merupakan salah satu keberhasilan dari strategi diferensiasi. Kesuksesan dari strategi diferensiasi tidak hanya melibatkan dari selera konsumen dan persaingan dengan perusahaan sejenis saja, akan tetapi juga harus mengikutsertakan organisasi yang terkait seperti struktur, sistem, serta orang-orang yang ada di dalamnya, dan juga kultur.

Selain itu diferensiasi produk juga merupakan salah satu atribut penting dalam pembentukan citra merek yang positif dalam benak konsumen. Diferensiasi produk sebagai suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam memenangkan persaingan di pasar dengan menetapkan sekumpulan perbedaan-perbedaan yang berarti, pada produk yang ditawarkan untuk membedakan produk dengan produk pesaingnya, sehingga dapat dipandang atau dipersepsikan

konsumen bahwa produk tersebut mempunyai nilai tambah yang diharapkan konsumen. Pelaksanaan diferensiasi produk akan membuat konsumen melihat suatu produk dengan merek yang paling mampu memenuhi kebutuhannya, sehingga kemudian akan sampai pada tahap seorang konsumen memilih untuk mengkonsumsi suatu produk tidak hanya berdasarkan fungsi dasarnya saja, tetapi berkembang menjadi keinginan sekunder yaitu keinginan untuk mengkonsumsi suatu produk dengan merek tertentu yang dapat memenuhi kebutuhannya paling baik, sehingga kemudian akan muncul pertanyaan tentang dasar pemikiran konsumen tersebut dalam membuat keputusan pembeliannya ketika konsumen tersebut diperhadapkan pada sejumlah besar alternatif produk dengan merek berbeda dan saling bersaing.

Toko Olsa Cibaduyut memproduksi sepatu dan sandal kulit merek Olgie Shoes, perusahaan tersebut memproduksi beragam sepatu dan sandal kulit yang disesuaikan dengan keinginan pasar. Hal ini terjadi karena pangsa pasar Indonesia, khususnya sebagian konsumen di Bandung menyukai merek yang bukan hanya berasal dari merek lokal. Selain itu maraknya sepatu dan sandal kulit impor yang berasal dari China, membuat peredaran sepatu dalam negeri tersendat. Oleh karena itu Toko Olsa Cibaduyut dengan sepatu dan sandal kulit merek Olgie Shoes berusaha menarik konsumen, untuk memakai produknya. Salah satu strateginya adalah dengan cara menerapkan strategi diferensiasi produk.

Strategi diferensiasi produk yang dilakukan oleh Toko Olsa Cibaduyut adalah penekanan pada aspek originalitas bahan baku yang digunakan dan pada desain sepatu dan sandal yang menyesuaikan dengan selera dan kebutuhan

konsumen. Perusahaan membuat sepatu dan sandal kulit dengan kulit sintetis dan kulit asli dengan kualitas, desain model, bentuk, motif, dan warna yang memiliki gaya klasik sehingga memberikan kesan yang elegan. Selain itu produk sepatu dan sandal kulit yang dibuat oleh Toko Olsa Cibaduyut merupakan produk yang diproduksi dengan penekanan keahlian tangan (*hand made*) yang maksimal dan ketelitian yang tinggi sehingga terjamin kualitasnya.

Strategi diferensiasi produk yang dilakukan Toko Olsa Cibaduyut Bandung, diharapkan dapat memberikan dampak pada keputusan pembelian konsumen. Hal ini dilakukan sebagai langkah strategi diferensiasi yang diterapkan untuk mengantisipasi pesaing-pesaing yang memproduksi produk sejenis yang relatif sama dan juga memiliki keunggulan seperti Garsel, Nikita, Oval, Diana, Primadona, dan Grutty.

Berdasarkan pra survey yang telah dilakukan peneliti, berikut ini adalah Tabel Penjualan Sepatu dan Sandal Kulit Olgie Shoes Tahun 2014

Tabel 1.1
Penjualan Produk Sepatu dan Sandal Kulit "Olgie Shoes" Toko Olsa Cibaduyut Tahun 2014

Bulan	Penjualan (Pasang)			Omset Penjualan (Rp)		
	Sepatu	Sandal	Total	Sepatu	Sandal	Total
Januari	126	329	455	22.150.000	18.095.000	40.245.000
Februari	119	321	440	20.527.500	17.013.000	37.540.500
Maret	98	357	455	19.140.700	19.679.600	38.820.300
April	130	334	464	22.783.200	19.215.600	41.998.800
Mei	125	325	450	23.627.200	18.492.900	42.120.100
Juni	158	375	533	30.857.400	21.096.000	51.953.400
Juli	197	4407	604	36.484.400	24.745.000	61.229.400
Agustus	123	343	466	21.924.700	19.294.400	41.219.100
September	119	361	480	20.898.800	19.945.200	40.844.000
Oktober	108	302	410	20.433.600	17.371.000	37.804.600
Nopember	128	357	485	23.360.000	22.312.500	45.672.500
Desember	137	380	517	25.002.500	22.610.500	47.613.000
		Total	**5.759**		**Total**	**527.060.700**

Sumber: Data Penjualan Toko Olsa Tahun 2014
Keterangan: Harga Sandal (Rp 25.000 s/d Rp 100.000) & Sepatu (Rp 100.000 – Rp 250.000)

Berdasarkan tabel diatas nilai penjualan sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes tersebut berfluktuasi. Ini menunjukan bahwa adanya kemungkinan strategi diferensiasi produk yang telah dilakukan belum optimal dalam menjaga dan meningkatkan konsumen untuk melakukan pembelian. Artinya keinginan konsumen untuk melakukan tindakan pembelian masih sangat tidak stabil, bahkan pada bulan-bulan tertentu mengalami penurunan. Menurunnya volume penjualan dicurigai salah satunya diakibatkan oleh strategi diferensiasi produk yang belum optimal, dengan kata lain perusahaan masih menawarkan produk dengan atribut yang tidak jauh berbeda dengan perusahaan pesaing. Kondisi ini dapat menimbulkan pengaruh pada konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yang akhirnya berpengaruh pada omset penjualan perusahaan.

Dalam pra survey penelitian penulis melakukan wawancara terhadap 15 orang responden yaitu calon pembeli sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes untuk mengetahui strategi diferensiasi yang diterapkan oleh Toko Olsa Cibaduyut, yang ditunjukkan dalam tabel 1.2 dengan pertanyaan sebagai berikut

Tabel 1.2
Pertanyaan Pra Survey Untuk Diferensiasi Produk

No	Pertanyaan	Jawaban					
		Frekuensi			Persentase		
		Ya	Tidak	Tidak Tahu	Ya	Tidak	Tidak Tahu
1	Apakah sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes mengalami perubahan dari waktu ke waktu?	3	2	10	20%	13,33%	66,67%
2	Apakah sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes memiliki bentuk dan tampilan yang menarik?	6	9	-	40%	60%	-

Sumber: Hasil Survey Peneliti

Hasilnya untuk pertanyaan pertama adalah 3 orang responden menyatakan bahwa produk sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes tidak banyak mengalami perubahan dalam segi desain bentuk dan model, 2 orang responden menyatakan adanya perubahan kualitas dan warna, sementara 10 orang responden menyatakan tidak tahu. Sedangkan hasil wawancara untuk pertanyaan kedua adalah 6 orang menyatakan bahwa produk sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes memiliki bentuk dan tampilan yang menarik, dan 9 orang responden menyatakan bahwa produk sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes tidak memiliki bentuk dan tampilan menarik yang berbeda dari pesaing.

Strategi diferensiasi yang belum optimal tentunya dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Beraneka ragamnya merek dan kualitas sepatu dan sandal kulit yang ada di pasar, dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap produk sepatu dan sandal kulit yang cepat berubah-ubah. Untuk mengantisipasi keinginan konsumen yang cepat berubah, produsen dituntut agar lebih mengamati siapa, bagaimana, kapan, dan mengapa konsumen melakukan pembelian. Hal ini penting untuk diketahui produsen agar produk yang ditawarkan dapat mencapai target penjualan.

Untuk meningkatkan target penjulan perusahaan, selain strategi diferensiasi produk yang diterapkan oleh perusahaan, citra merek juga penting untuk menarik hati konsumen. Menciptakan citra merek dari suatu produk tentu akan sangat berguna bagi para konsumen, karena pada nantinya citra merek akan sangat mempengaruhi persepsi konsumen dan penilaian konsumen terhadap alternatif merek yang dihadapinya. Apabila suatu produk telah memiliki citra

merek yang baik di mata konsumen, maka konsumen juga akan terus-menerus melakukan pembelian ulang dan bahkan akan cenderung merekomendasikan produk terhadap calon konsumen lainnya.

Untuk mengetahui citra merek sepatu dan sandal kulit Ogie Shoes, maka penulis juga melakukan pra survey dengan melakukan wawancara terhadap 15 orang responden yaitu calon pembeli sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes. Dengan pertanyaan wawancara yang ditunjukkan dalam tabel 1.3 sebagai berikut:

Tabel 1.3
Pertanyaan Pra Survey Untuk Citra Merek

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Frekuensi		Persentase	
		Ya	Tidak Tahu	Ya	Tidak Tahu
1	Apakah Anda telah mengetahui sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes?	5	10	33,33%	66,67%
2	Apakah sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes adalah merek yang pertama diingat ketika akan membeli sepatu dan sandal kulit?	2	13	13,33%	86,67%

Sumber: Hasil Survey Peneliti

Hasilnya untuk pertanyaan pertama adalah 5 orang responden menyatakan bahwa telah mengenal produk sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes dan 10 orang responden menyatakan bahwa belum mengetahui produk sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes. Sedangkan hasil wawancara untuk pertanyaan kedua adalah 2 orang menyatakan merek sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes yang pertama diingat ketika akan membeli sepatu dan sandal kulit dan 13 orang responden menyatakan tidak tahu.

Sejak tahun 2003, Toko Olsa Cibaduyut yang memproduksi produk sepatu dan sandal kulit dengan merek Olgie Shoes. Sebagai produk yang masih baru dan berada di Cibaduyut yang terkenal dengan produk sepatu dan sandal kulit yang

beragam, tentunya dalam hal citra merek Olgie Shoes masih kalah mendapatkan posisi dihati konsumen sepatu dan sandal kulit bila dibandingkan dengan Garsel, Nikita, Diana, Grutty, Oval, maupun Primadona.

Dalam proses pengambilan keputusan konsumen terdapat banyak pengaruh pada konsumen ketika mereka memutuskan barang ataupun jasa yang akan dibeli. Untuk mengetahui proses keputusan pembelian sepatu dan sandal kulit Ogie Shoes, maka penulis juga melakukan pra survey dengan melakukan wawancara terhadap 15 orang responden yaitu calon pembeli sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes. Dengan pertanyaan wawancara yang ditunjukkan dalam tabel 1.4 sebagai berikut:

Tabel 1.4
Pertanyaan Pra Survey Untuk Proses Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Frekuensi		Persentase	
		Ya	Tidak Tahu	Ya	Tidak Tahu
1	Apakah Anda mencari informasi tentang beberapa merek sepatu dan sandal kulit sebelum membeli?	11	4	73,33%	26,67%
2	Apakah Anda memutuskan untuk membeli sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes berdasarkan harga dan manfaat produk?	6	9	40%	60%

Sumber: Hasil Survey Peneliti

Hasilnya untuk pertanyaan pertama adalah 11 orang responden menyatakan mencari informasi tentang beberapa merek sepatu dan sandal kulit sebelum membeli dan 4 orang responden menyatakan tidak mencari informasi tentang beberapa merek sepatu dan sandal kulit sebelum membeli. Sedangkan hasil wawancara untuk pertanyaan kedua adalah 6 orang responden memutuskan untuk membeli sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes dan 9 orang responden memutuskan untuk tidak membeli sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes.

Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa terdapat beberap faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan proses keputusan pembelian, diantaranya dicurigai dipengaruhi oleh strategi differensiasi produk dan citra merek yang dilakukan perusahaan. Berdasarkan hal ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Proses Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Oleh Strategi Diferensiasi Produk Dan Didukung Oleh Citra Merek Sepatu dan Sandal Kulit Olgie Shoes Pada Toko Olsa Cibaduyut".**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah

- Desain, kulaitas, model, motif, warna sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes, tidak jauh berbeda dengan perusahaan pesaing yaitu Garsel, Nikita, Diana, Grutty, Oval, dan Primadona.
- Merek sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes belum memiliki citra yang baik di masyarakat atau konsumen.
- Terdapat beberapa merek sepatu dan sandal kulit merek lain yang memiliki citra merek yang lebih tinggi yaitu Garsel, Nikita, Diana, Grutty, Oval, dan Primadona.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan strategi diferensiasi produk sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes pada Toko Olsa Cibaduyut.
2. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap citra merek sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes pada Toko Olsa Cibaduyut.
3. Bagaimana proses keputusan pembelian sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes pada Toko Olsa Cibaduyut.
4. Seberapa besar pengaruh diferensiasi produk terhadap proses keputusan pembelian sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes pada Toko Olsa Cibaduyut.
5. Seberapa besar pengaruh diferensiasi produk terhadap citra merek sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes pada Toko Olsa Cibaduyut.
6. Seberapa besar pengaruh citra merek terhadap proses keputusan pembelian sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes pada Olsa Cibaduyut.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data-data bahan yang diperlukan sebagaimana yang telah diuraikan dalal perumusan masalah mengenai proses keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh strategi diferensiasi produk dan didukung oleh citra merek sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes pada Toko Olsa Cibaduyut.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan strategi diferensiasi produk sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes pada Toko Olsa Cibaduyut.
2. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap citra merek sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes pada Toko Olsa Cibaduyut.
3. Untuk mengetahui proses keputusan pembelian sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes pada Toko Olsa Cibaduyut.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh diferensiasi produk terhadap proses keputusan pembelian sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes pada Toko Olsa Cibaduyut.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh diferensiasi produk terhadap citra merek sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes pada Toko Olsa Cibaduyut.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek terhadap proses keputusan pembelian sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes pada Olsa Cibaduyut.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk memberikan masukan bagi perusahaan yang sedang dan akan memasarkan produk sepatu dan sandal kulit di Bandung tentang keinginan konsumen terhadap produk sepatu dan sandal kulit yang dibelinya, sehingga perusahaan dapat

menyampaikan produk dan merek yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

1.4.2 Kegunaan Akademis (Pengembangan Ilmu/ *Basic Research*)

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu manajemen bisnis dan manajemen pemasaran kaitannya dengan diferensiasi produk dan citra merek dalam memutuskan pembelian produk sepatu, dan khususnya manfaat terhadap perusahaan sepatu dan sandal kulit di Bandung.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dan pengumpulan data yang dilakukan penulis bertempat di Toko Olsa Cibaduyut yang bertempat di Jl. Cibaduyut Raya No. 121 yang merupakan toko tempat penjualan sepatu dan sandal kulit Olgie Shoes.

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, maka peneliti mengadakan pengamatan lapangan yang melibatkan beberapa responden dan juga dari studi literatur.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Januari 2015 sampai dengan bulan Agustus 2015. Adapun jadwal penelitian penulis sebagai berikut:

Tabel 1.5
Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Kegiatan																											
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Survey Tempat Penelitian																												
2	Melakukan Penelitian																												
3	Mencari Data																												
4	Membuat Proposal																												
5	Seminar Usulan Penelitian																												
6	Revisi																												
7	Penelitian Lapangan																												
8	Bimbingan																												
9	Sidang Akhir																												
10	Revisi																												