

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat saat ini telah dimudahkan dengan kehadiran berbagai pusat perbelanjaan, juga tidak jarang lokasinya dalam satu kawasan. Retail adalah proses distribusi barang yang paling utama dalam mata rantai, juga merupakan rantai terakhir dari proses distribusi. Pembeli dapat langsung bertemu dengan produk melalui retail. Menyediakan produk dan jasa untuk kebutuhan pribadi, keluarga atau pun kelompok disebut industri retail. Pesatnya retail perkembangan menyebabkan persaingan untuk memenuhi kebutuhan konsumen semakin kompetitif. Memasuki era globalisasi memunculkan peluang dan tantangan bisnis baru, namun membuat pasar semakin meluas sehingga persaingan antar perusahaan dalam negeri dan asing makin ketat. Maka mengantisipasi kondisi tersebut peran dari aspek pemasaran akan menunjang daya saing perusahaan. Menurut Santoso (2007), aktivitas promosi sebenarnya merupakan perwujudan dari fungsi informatif yang diharapkan akan ada reaksi dari pemakai, baik aktual maupun potensial yang muncul dalam berbagai bentuk mulai dari tumbuhnya kesadaran atau tahu akan keberadaan produk, sampai kepada tindakan untuk memanfaatkan. Jika promosi telah berjalan dengan baik, maka akan terbentuknya citra konsumen terhadap suatu produk.

Menurut Setiadi (2003), citra merek mempresentasikan keseluruhan persepsi terhadap merek. Membangun citra merek merupakan hal yang penting, karena perusahaan sudah menyadari bahwa konsumen mengkonsumsi citra yang baik berdasarkan kualitas produk itu sendiri. Keberhasilan produk menghadapi persaingan ditentukan oleh citra merek. Citra merek dibuat untuk membuat konsumen percaya terhadap produk, maka akan menimbulkan loyalitas dari konsumen terhadap produk tersebut. Produk dapat dihasilkan dari masyarakat lokal yang disebut produk lokal dan produk impor yaitu mendatangkan barang dari negara lain ke dalam negeri untuk memenuhi kebutuhan yang tidak ada disuatu negara atau sudah ada namun masih kurang. Produk impor saat ini sedang mendominasi dikalangan masyarakat. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Atmaji (2004) mengutarakan bahwa masyarakat Indonesia cenderung menghindari

pemakaian produk dalam negeri dan lebih menyukai menggunakan produk impor. Hal ini terjadi karena kebanyakan konsumen mengutamakan penentuan identitas diri dalam kegiatan konsumsinya. Dengan demikian hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang fesyen, yaitu merepresentatif gaya fesyen yang baik dari suatu merek akan sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian suatu produk. Namun untuk sebagian merek lokal belum memperhatikan dengan baik hal ini, sehingga kurang digarap dengan baik menyebabkan masyarakat masih kurang tertarik pada produk lokal.

Faktor lain yang menyebabkan masyarakat menghindari pemakaian produk yaitu masyarakat sendiri tidak memiliki kebanggaan apalagi kecintaan pada produk lokal dan hanya memikirkan gengsi. Hilangnya rasa bangga dan cinta pada produk dalam negeri akan mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Gaya hidup konsumtif yang terus mendominasi, akan membuat produk-produk dalam negeri dianggap tidak berharga di negara itu sendiri. Sebenarnya banyak sekali hal yang mengharuskan masyarakat membeli produk lokal. Banyak manfaat yang akan dimunculkan jika masyarakat memakai produk lokal, salah satunya menghemat pengeluaran karena harga produk lokal cenderung lebih terjangkau, sehingga gaya hidup konsumtif dapat berkurang. Selain itu manfaat lain yaitu meningkatnya kesejahteraan pekerja lokal.

Salah satu produsen produk lokal yang sedang mengembangkan produknya yaitu DBL Store Bandung yang merupakan retail yang menyediakan berbagai keperluan untuk fesyen olahraga, mulai dari ikat kepala, baju, celana, kaus kaki, sepatu dan masih banyak lagi. Semua produk yang tersedia di DBL Store merupakan produk lokal atau asli buatan Indonesia yang tidak kalah berkualitas, dengan demikian menjadikan DBL Store satu-satunya retail yang menjual semua perlengkapan olahraga khususnya olahraga basket dan pakaian olahraga yang dapat digunakan pada umumnya dengan buatan lokal. Namun dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh DBL Store Bandung masih kurang, sehingga belum terbentuknya citra yang baik terhadap konsumen sehingga membuat DBL Store Bandung belum dikenal oleh sebagian masyarakat. Berdasarkan hasil kuesioner yang dilakukan 69% menyatakan tidak mengetahui DBL Store Bandung.

Kurangnya promosi juga menyebabkan DBL Store Bandung belum mengenalkan produknya dengan baik kepada masyarakat. Selain itu karena sebagian masyarakat belum mempunyai kesadaran dan kebanggaan untuk menggunakan produk lokal dan hanya mengutamakan gengsi, selain itu citra produk lokal masih dianggap kurang berkualitas padahal DBL Store Bandung sendiri telah mempunyai produk yang sudah cukup berkualitas.

Penelitian tentang produk lokal telah banyak diangkat, salah satu penelitian yang dilakukan Evelyn Setiawan (2014) yang berjudul “Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk *Fashion* Lokal dan Impor” menurut penelitiannya sebenarnya mahasiswa nyaman dan bangga saat menggunakan produk lokal, hal ini dipengaruhi oleh kebudayaan Timur yang mengutamakan kesopanan terutama dalam berpakaian. Namun pada kenyataannya masyarakat merasa produk asing lebih *fashionable* dan berkualitas akan memilih produk *fashion* impor dari pada produk lokal, padahal telah mengetahui bahwa produk *fashion* lokal lebih terjangkau.

Berbeda dengan penelitian yang telah banyak dilakukan, perancangan ini akan fokus membahas produk fesyen olahraga lokal dari DBL Store Bandung, melihat saat ini produk olahraga dikuasai oleh produk impor yang telah beredar dimana-mana. Dengan begitu diharapkan perancangan akan menciptakan citra yang baik dan merubah pandangan masyarakat terhadap produk lokal dari DBL Store Bandung dan diharapkan juga dapat meningkatkan pembelian terhadap produk DBL Store Bandung.

Dari pemaparan diatas produk lokal dari DBL Store Bandung masih belum memiliki citra baik dan belum menyajikan produknya secara baik. Hal ini sebabkan DBL Store Bandung tidak melakukan strategi promosi yang baik, sehingga citra terhadap produk DBL Store Bandung masih belum tercipta dan pengetahuan masyarakat terhadap produk DBL Store Bandung masih sangat kurang.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam perancangan ini sebagai berikut:

- Kurangnya pengenalan yang dilakukan oleh DBL Store Bandung sehingga masyarakat kurang mengetahui produk dari DBL Store.
- DBL Store Bandung kurang representatif dalam menyajikan fesyen pada produknya.
- Sebagian masyarakat masih menganggap bahwa produk lokal DBL Store Bandung kurang berkualitas dibandingkan produk asing sehingga tidak tertarik dengan produk DBL Store yang merupakan produk lokal.

I.3 Rumusan Masalah

Dari beberapa identifikasi masalah yang telah ditemukan, maka dapat dirumuskan permasalahan perancangan sebagai berikut:

- Bagaimana meningkatkan citra produsen lokal DBL Store Bandung sebagai retail fesyen olahraga yang berkualitas?

I.4 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, agar perancangan lebih fokus dan menghindari pembahasan menjadi terlalu luas. Maka batasan masalah dari perancangan ini, dibatasi pada:

- Batasan sisi objek: DBL Store Bandung karena merupakan produsen dan distributor produk lokal besar di Bandung.
- Batasan sisi subjek: Masyarakat yang menyukai olahraga dan bergaya *Sporty*.
- Batasan tempat/waktu: Perancangan ini dibatasi untuk wilayah Bandung dan sekitarnya, karena retail DBL Store terdapat di Bandung. Masalah terkait penelitian yang dilakukan dari Januari 2020 – Maret 2020.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dan manfaat perancangan sebagai berikut:

I.5.1. Tujuan Perancangan

1. Mengajak masyarakat untuk lebih mengenal produk-produk lokal dari DBL Store Bandung.
2. Memberitahu masyarakat bahwa produk lokal DBL Store tidak kalah berkualitas dengan produk impor.

I.5.2. Manfaat Perancangan

1. Citra kualitas dari DBL Store Bandung menjadi baik dan dikenal oleh masyarakat.
2. Masyarakat menjadi tahu bahwa produk DBL Store berkualitas dan tidak kalah dengan produk impor.