

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tahun 2015, pasar bebas diterapkan di Indonesia dalam kegiatan ekonomi. Pada konteks ini, perusahaan-perusahaan perlu meningkatkan kualitas mereka dan mempersiapkan diri agar dapat bersaing di pasar bebas, apalagi di lingkungan ASEAN. Pasar bebas ini memungkinkan pelaksana-pelaksana usaha dengan gampang memasuki wilayah ASEAN, termasuk di Indonesia. Dengan demikian produk lain mulai masuk, hal ini membuat masyarakat Indonesia sadar akan barang-barang asing yang mengancam industri lokal. Keputusan pembelian pada sepatu lokal meningkat, dan ini sejalan dengan munculnya komunitas sepatu lokal di beberapa daerah di Indonesia sejak tahun 2015. Komunitas sepatu lokal ini tidak dapat dipungkiri memberikan dampak dalam penyebaran berita terkait sepatu lokal kepada pengguna, serta perhal ini juga berefek terhadap pertumbuhan minat terhadap sepatu lokal dari waktu ke waktu.

Persaingan mendorong perusahaan dan individu yang bekerja dalam perdagangan untuk terus berkembang dan bersaing untuk membuat produk yang dapat memenuhi kebutuhan manusia yang semakin meningkat. Ada variasi dalam permintaan yang dimiliki konsumen karena keinginan pasar yang semakin meningkat. Variasi permintaan konsumen ini memotivasi bisnis untuk menghasilkan produk terbaik.

Diiringi dengan munculnya komunitas sepatu lokal di berbagai wilayah di Indonesia, terjadi peningkatan keputusan pembelian untuk pasar sepatu lokal. Salah

satu komunitas ini adalah Indonesia Sneakers Team (IST), yang telah berdiri sejak 2007. Indonesia Sneakers Team (IST) terdiri dari kolektor multimerek, Mereka saat ini merupakan kelompok penggemar sneaker terbesar di Indonesia. Saat ini, IST memiliki 42.000 peserta Facebook hidup serta 86.000 *followers* Instagram. "Tomi mengatakan bahwa merek lokal sekarang sudah berkembang di Indonesia serta ramai dari mereka mempunyai kualitas bagus". Diantaranya *League*, dengan komunitas sepatu lokalnya, tidak dapat dipungkiri bahwa secara tidak langsung memengaruhi pengguna informasi tentang sepatu lokal dan pecinta sepatu lokal meluas dari zaman ke zaman. (Tempo.com).

Selain itu, penyelenggaraan IndoFest 2023, memperkenalkan ajang pameran *outdoor* dan *Adventure* terbesar di Indonesia, dengan pameran dari berbagai merek sepatu lokal dan *internasional* yang dimana telah mendorong pertumbuhan pembuat sepatu lokal yang ada. Sekarang, banyak orang menggunakan sepatu lokal, dan Bandung adalah salah satu kota yang menjadi rumah bagi banyak produsen sepatu regional, seperti Ventela. Menurut (Lifestyle.sindonews, 2023).

Ventela merupakan salah satu merek sepatu lokal terkemuka yang diluncurkan di Indonesia pada tahun 2017 dan memiliki banyak pesaing. Ada banyak gaya dan desain sepatu yang sangat imajinatif yang tersedia untuk melengkapi atau untuk dipadupadankan, atau *blend n-match* dengan pakaian apa pun untuk menciptakan tampilan yang penuh gaya. Karena Ventela tidak memiliki toko fisik resmi, pembelian dapat dilakukan melalui reseller di Instagram dan bisnis lain yang terbuka untuk bisnis. Salah satu *business* ialah Tokopedia pada webnya

<https://tokopedia.com/find/ventela-shoes>. Pada website id-my-best.com melansir pada tahun 2023 Ventela jadi salah satu merek sepatu lokal Indonesia yang terbaik dari merek sepatu lokal lainnya yang bisa diamati pada tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1. 1 Merek Sepatu Lokal Terbaik di Indonesia Tahun 2023

No.	Merek	Asal	Website
1	Ventela	Bandung, Jawa Barat	https://www.ventela.com/
2	Aerostreet	Klaten, Jawa Tengah	https://aerostreet.co.id/
3	NAH Project	Bandung, Jawa Barat	https://nahproject.com/
4	Brodo	Bandung, Jawa Barat	https://bro.do/
5	Compass	Bandung, Jawa Barat	https://sepatucompass.com/
6	Patrobas	Semarang, Jawa Tengah	https://www.patrobas.id/

(Sumber: id-my-best.com, 2023)

William Ventela, yang telah memiliki pabrik sepatu vulkanisir di Bandung, Jawa Barat, sejak tahun 1989, meluncurkan perusahaan sepatu Ventela untuk bersaing dengan merek lain di pasar sepatu regional. Ventela menawarkan berbagai model sepatu, termasuk sneakers tinggi, sneakers low, dan slip on. Sepatu Ventela dengan desainnya yang sederhana dan abadi cocok untuk berbagai gaya.



(Sumber : Tokopedia & Shopee, 2023)

Gambar 1. 1 Sepatu Ventela High dan Low

Sepatu Ventela dianggap cukup terjangkau dibandingkan dengan harga pesaingnya, baik merek regional seperti Compass maupun merek *internasional* seperti Converse (Hasan, 2022). (Amanda, 2022) mengatakan bahwa modelnya yang sederhana dan ringan cocok untuk masyarakat di Kota Tanjungpinang.

Tabel 1. 2 Harga Sepatu Ventela, Compass dan Converse

No.	Merek	Produk	Harga
1	Ventela	BTS 70s High	Rp. 279.800
		BTS 70s Low	Rp. 269.000
		Slip On	Rp. 309.800
2	Compass	Compass Retrograde High	Rp. 568.000
		Retrograde Low	Rp. 538.000
		Slip On	Rp. 458.000
3	Converse	Converse CT All Star High	Rp. 749.000
		Converse CT All Star Low	Rp. 644.250
		Slip On	Rp. 799.000

(Sumber : Tokopedia & Shopee, 2023)

Berdasarkan laman website mainbasket, terdapat permasalahan terkait model sepatu yang dikeluarkannya dikira meniru sepatu Converse dan Vans old school. Diduga meniru desain garis samping Vans adalah sepatu Ventela. Hal ini dikenal sebagai Jazz Stripe. Gaya ini sangat mengingatkan pada Vans Old Skool. Hitam kuning adalah variasi pertama yang tersedia. Vans telah membuat perbedaan ini tersedia untuk edisi kolaborasi Snoopy. Perbedaan tersebut bisa dilihat antara foto dibawah ini :



(Sumber : Akun Instagram Vans dan Ventela, 2023)

Gambar 1. 2 Perbedaan Sepatu Ventela dan Sepatu Vans Old School

Adapun sepatu Ventela juga mirip dengan salah satu perusahaan yang mempunyai sejarah panjang dalam bola basket adalah Converse, khususnya Chuck Taylor All Star dari tahun 1970-an. Ventela tidak berhenti di situ, mereka baru-baru ini pula merilis edisi Retro '77. Melansir dari laman website mainbasket sepatu Ventela memiliki pembeda dari pesaing sepatunya seperti Converse dan Vans old skool. Ada beberapa perbedaan antara Vans dan alas kaki yang dibuat oleh Ventela. Namun, Ventela juga menghilangkan emblem Vans Off the Wall dari lokasi tersebut. Edisi Back to the 70s tidak berbeda. Meskipun memiliki siluet yang sangat mirip dengan CT All-Star dari tahun 1970-an, ia tidak memiliki lambang Converse. Perbedaan tersebut bisa dilihat antara foto dibawah ini:

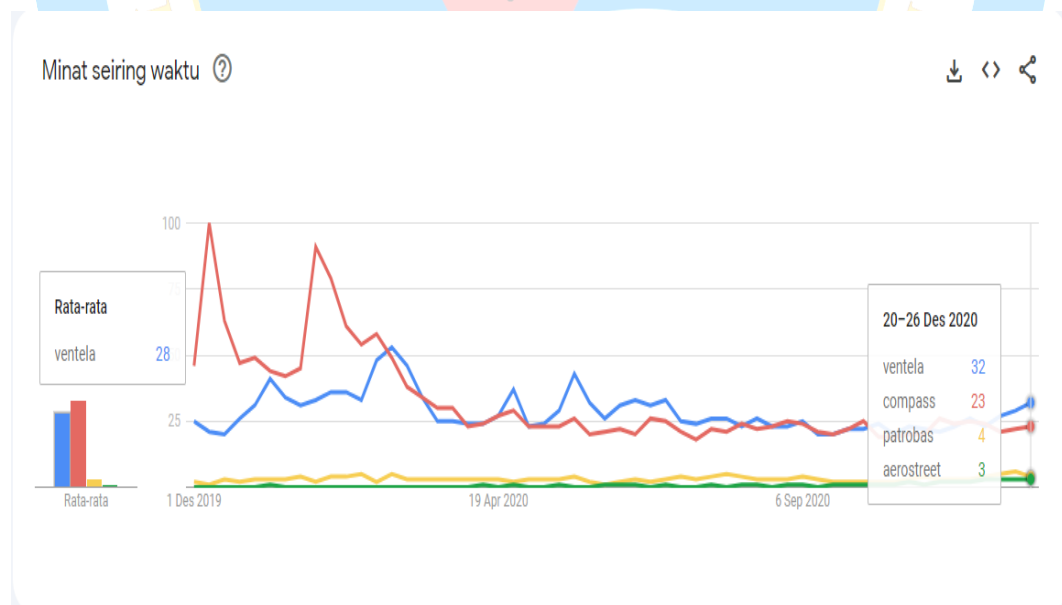


(Sumber : Akun Instagram Ventela dan Converse, 2023)

Gambar 1. 3 Perbedaan sepatu Ventela dengan sepatu Converse CT All-Star 1970's

Dengan adanya fenomena perbedaan dari *brand local* dan *brand internasional*, bahwa sepatu Ventela memiliki desain yang mirip dengan sepatu Converse dan Vans Old School. Desain Ventela terlihat meniru garis samping yang dikenal sebagai "Jazz Stripe" pada sepatu Vans. Ventela juga memiliki kemiripan dengan Converse Chuck Taylor All Star 1970's. Namun, Ventela memiliki perbedaan dengan sepatu-sepatu pesaingnya, seperti tidak memiliki logo Vans Off the Wall pada desainnya. Varian Back to 70-an, yang tidak memiliki lambang Converse meskipun memiliki siluet menyerupai CT All-Star dari tahun 1970-an, adalah sama.

Menurut data tren Google, selama tiga tahun pertama peluncuran merek sepatu lokal, sepatu Ventela mengalami peningkatan pencarian sejumlah 100%. Tren pencarian "sepatu Ventela" tumbuh dari Oktober 2019 - Februari 2020, melampaui tiga merek lainnya dalam hal popularitas di antara merek sepatu lokal.

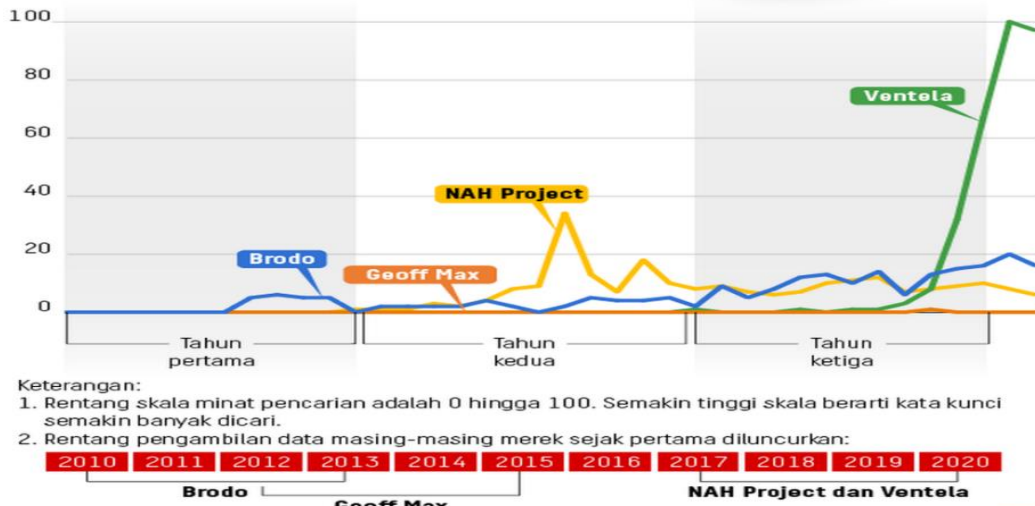


(Sumber : GoogleTrends.com, 2023)

Gambar 1. 4 Tren pencarian merek sepatu lokal pada tiga tahun awal peluncuran

Pergerakan Tren Pencarian Merek Sepatu Lokal pada Tiga Tahun Awal Peluncuran

- **Brodo:** Selama tiga tahun pertama sejak dirilis, detak tren pencarian sudah mulai tampak pada tahun pertama.
- **Geoff Max:** Sejak diluncurkan pada tahun 2012, hingga tahun ketiga belum menunjukkan detak tren secara signifikan.
- **NAH Project:** Timbul detak tren pencarian pada tahun kedua setelah diluncurkan.
- **Ventela:** Baru timbul detak tren pada akhir tahun ketiga dan mampu mengungguli tiga merek lainnya.



Sumber: Google Trends; Diolah Litbang Kompas/AVN

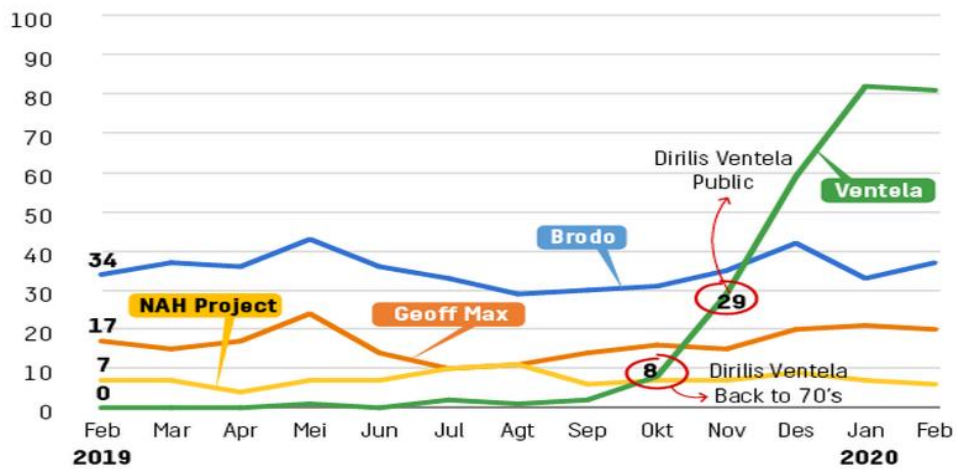
INFOGRAFIK: ARJENDRO

(Sumber : Kompas, 2020)

Gambar 1. 5 Tren minat masyarakat dalam pembelian sepatu lokal

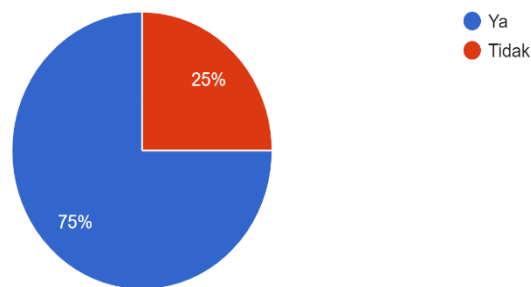
Gambar 1.5 dibawah ini menunjukkan data kenaikan 80% trend pencarian sepatu ventela.

Tren Minat Masyarakat Indonesia terhadap Merek Sepatu Lokal



(Sumber : Kompas, 2020)

Gambar 1. 6 Tren minat masyarakat dalam pembelian sepatu lokal



(Sumber : Google Form)

Gambar 1. 7 Diagram pra-survei lingkaran pengguna sepatu ventela di kota Tanjungpinang tahun 2023

Hasil diagram dari Juli 2023 menunjukkan bahwa lebih banyak orang di kota Tanjungpinang telah menggunakan sepatu ventela. 75% orang yang memilih menjawab ya karena mereka pernah menggunakannya, dan 25% lainnya menunjukkan bahwa mereka tidak pernah menggunakannya.

Dua penelitian sebelumnya dikutip dalam makalah ini. Penelitian terdahulu dibuat (Dyonic et. al., 2023) berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Ventela (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA angkatan 2018)". Pada penelitian sebelumnya ini menggunakan variabel independen (X1) ialah kualitas produk (X2) yaitu Harga (X3) yaitu promosi dan dengan variabel dependen (Y) keputusan pembelian. Penelitian ini mendapatkan hasil penelitian bahwasanya kualitas produk mempunyai pengaruh pada keputusan pembelian. Sementara itu, harga serta promosi pula berpengaruh positif pada keputusan pembelian. Penelitian sebelumnya yang kedua dibuat oleh (Adibroto, 2021) dengan berjudul "Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan periklanan terhadap keputusan pembelian sepatu ventela di kota surabaya". Pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel

independen (X1) ialah kualitas produk (X2) yaitu persepsi harga (X3) yaitu periklanan serta dengan variabel dependen (Y) keputusan pembelian. Penelitian ini mendapatkan hasil penelitian bahwasanya kualitas produk mempunyai pengaruh pada keputusan pembelian. Sementara itu, persepsi harga serta periklanan juga berpengaruh positif pada keputusan pembelian. Penelitian sebelumnya yang ketiga dibuat (Wulandari et. al., 2023) dengan berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Ventela (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2019)". Pada penelitian sebelumnya ini menggunakan variabel independen (X1) ialah kualitas produk (X2) yaitu Harga (X3) yaitu promosi juga dengan variabel dependen (Y) keputusan pembelian. Penelitian ini mendapatkan hasil penelitian bahwasanya kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, harga serta promosi juga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Bersumber pada pemaparan fenomena diatas peneliti terdorong membuat penelitian menggunakan judul **“Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Ventela di Kota Tanjungpinang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Guna menentukan fenomena yang terjadi sehingga dilaksanakan identifikasi pada latar belakang penelitian. Menurut fenomena diatas, oleh sebab itu, bisa diidentifikasi fenomena yang terjadi, ialah:

1. Sepatu Ventela memiliki pesaing yang cukup banyak di industri alas kaki di Indonesia.

2. Besarnya pengaruh harga, kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada produk Ventela di Tanjungpinang.
3. Sepatu Ventela memiliki persamaan dengan *brand internasional*.

1.3 Perumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
3. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?

1.4 Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya berfokus pada isu-isu yang berhubungan dengan keprihatinan yang diidentifikasi berdasarkan masalah yang disajikan yaitu Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Ventela Di Tanjungpinang.

1.5 Tujuan Penelitian

Menurut rumusan masalah diatas, penelitian ini mempunyai tujuan ialah:

1. Guna melihat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
2. Guna melihat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
3. Guna melihat pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian.

1.6 Manfaat Penelitian

Keuntungan melakukan penelitian ini dengan cara yang dijelaskan di bawah ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Perihal ini diinginkan bahwa temuan penelitian ini bisa memberikan pengetahuan ke bidang ilmu terkait analisis pengaruh harga, kualitas

produk dan promosi penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Ventela Di Tanjungpinang.

2. Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini diinginkan bisa membagikan manfaat untuk pihak-pihak terkait, sebagai berikut:

a. Bagi Akademis

Hal ini diinginkan bahwa temuan penelitian ini bisa memperbanyak pandangan peneliti serta pengalaman baru terkait analisis pengaruh harga, kualitas produk dan promosi penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Ventela Di Tanjungpinang dan mendapatkan gelar Sarjana Manajemen.

b. Bagi Perusahaan Sepatu Ventela

Bisa memahami cara menangani rintangan serta gangguan saat melaksanakan analisis harga, kualitas produk dan promosi penjualan dalam upaya mengetahui aspek-aspek konsumen pada keputusan pembelian dan mampu bersaing dengan kompetitor lain.

c. Bagi Penulis

Bisa dijadikan keahlian tersendiri serta bisa meningkatkan pengetahuan terkait pengaruh harga, kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk sepatu ventela.

d. Bagi Fakultas

Hasil penelitian ini diinginkan bisa memberikan informasi serta meningkatkan pengetahuan terkait analisis pengaruh harga, kualitas

produk dan promosi penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Ventela Di Tanjungpinang, serta jadi sumber ilmu yang memiliki manfaat untuk peneliti setelahnya.

1.7 Sistematika Penelitian

Secara keseluruhan, isi penelitian ini terbagi jadi 5 bab, yang masing-masing disusun secara khusus dan metodis ialah:

BAB I : PENDAHULUAN

Konteks masalah, rumusan masalah, keterbatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian semuanya dijelaskan dalam bab pertama.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Bab kedua ini memaparkan faktor-faktor yang mendasari penelitian ini, yang meliputi ide-ide ilmiah yang berkaitan dengan isu-isu dalam penelitian ini, studi sebelumnya, dan kerangka konseptual.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga mencakup tujuan serta ruang lingkup penelitian, metodologi penelitian, variabel penelitian dan ukurannya, metode populasi serta sampel, strategi pengumpulan data, metode analisis, teknik validitas data, dan rekomendasi wawancara.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian dibahas dalam bab keempat ini, bersama dengan temuan penelitian yang telah dilakukan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Semua rincian dan temuan dari analisis masing-masing bab sebelumnya dirangkum dalam bab ini bersama dengan rekomendasi.

