BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dengan semakin majunya perkembangan zaman, maka semakin banyak pula kebutuhan manusia yang harus dipenuhi. Selain kebutuhan pokok yang harus dipenuhi, maka seiring dengan perkembangan mode yang semakin banyak, maka manusia mulai mengikuti perkembangan mode tersebut, dimulai dari mode rambut, mode pakaian, hingga pada mode sepatu dan sandal.

Untuk mengikuti perkembangan tersebut maka banyak perusahaan berusaha untuk mengembangkan suatu mode yang baru agar dapat menarik minat dan perhatian konsumen untuk membeli produknya. Perusahaan yang dapat mengembangkan mode yang terbaru dan terunik maka produknyalah yang akan dibeli konsumen.

Dalam hal ini contohnya saja kita mengambil produk sepatu dan sandal. Mode sepatu dan sandal sangat cepat mengikuti perkembangan. Modenya sangat bervariasi dan menarik, yang didukung dengan bahan, model, dan warna yang unik, terutama sepatu dan sandal bagi kaum remaja.

Seperti yang kita ketahui bahwa tujuan utama suatu perusahaan selain ingin memperoleh laba yang semaksimal mungkin, perusahaan juga ingin menjaga kelangsungan hidup dan tetap berusaha untuk selalu mengadakan pengembangan terhadap perusahaannya. Selain itu juga perusahaan harus tetap memperhatikan dan menganalisis bagaimana perilaku dan minat konsumen

terhadap produknya. Oleh karena itu orientasi perusahaan yang utama ditujukan kepada konsumen agar dapat memenuhi kebutuhannya akan produk perusahaan dalam jumlah yang tepat, waktu yang tepat dan harga yang tepat.

Menurut **Swastha dan Handoko (1987 : 9)** :

> "Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut".

Kepuasan konsumen merupakan syarat mutlak agar produk suatu perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Untuk itu perusahaan harus benar-benar memahami dan mengerti mengenai perilaku konsumen untuk menilai pasar yang menjadi pasar sasarannya. Bagi perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan dan perubahan-perubahan dari perilaku, sikap, dan selera konsumen sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan suatu strategi pemasaran.

Perusahaan harus mampu mengidentifikasikan kebutuhan dan kepuasan konsumen agar dapat merebut pangsa pasar pesaingnya, untuk itu semua kegiatan perusahaan harus selalu berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dan kepuasan konsumen. Penilaian konsumen pada produk perusahaan yang satu akan berbeda dengan penilaian produk perusahaan yang lain. Karena itu perusahaan harus mengetahui perilaku konsumen dalam menilai segmen pasarnya. Jadi pihak perusahaan dalam waktu tertentu harus memantau dan memonitor penilaian konsumen terhadap produknya. Dengan demikian hal ini diharapkan dapat

membantu manajer dalam mengambil keputusan, khususnya dalam bidang pemasaran.

Dalam penelitian ini maka dianalisis bagaimana sikap konsumen terhadap sepatu dan sandal merk New Era, karena terutama apabila dilihat dari volume penjualan PT. Derap Laju Gemilang yang sempat menurun pada tahun 2000-2001, dan berikut ini disajikan data volume penjualan PT. Derap Laju Gemilang selama 5 tahun terakhir.

Tabel 1.1.

VOLUME PENJUALAN SEPATU DAN SANDAL NEW ERA

PT. DERAP LAJU GEMILANG

Tahun	Volume Penjualan (Dus)	Persentase Kenaikan atau Penurunan
1997	8083	-
1998	8950	7%
1999	6748	6%
2000	9520	1 1%
2001	8075	(3,84%)

Sumber : PT. Derap Laju Gemilang

Mengingat pentingnya perilaku konsumen terhadap minat dalam mengambil keputusan membeli suatu produk yang berpengaruh bagi perkembangan dan majunya perusahaan, maka dilakukanlah penelitian untuk mengetahui sampai sejauh mana perilaku dan image konsumen terhadap sepatu dan sandal merek NEW ERA yang dipasarkan oleh PT. Derap Laju Gemilang sehingga disusunlah skripsi yang berjudul : "Analisis Perilaku Penilaian Konsumen Terhadap Sepatu dan Sandal New Era Pada PT. Derap Laju Gemilang".

B. Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumuskan beberapa masalah, yaitu diantaranya :

1. Faktor-faktor apa saja yang paling mempengaruhi konsumen dalam pembelian sepatu dan sandal merek New Era yang dipasarkan oleh PT. Derap Laju Gemilang?
2. Apakah konsumen berminat terhadap sepatu dan sandal merek New Era yang dipasarkan oleh PT. Derap Laju Gemilang?
3. Apakah ada perbedaan minat beli konsumen antara sepatu dan sandal merek New Era dengan sepatu dan sandal merek yang lain?

C. Batasan Masalah

Karena keterbatasan waktu, dan untuk menghindari terlalu luasnya aspek pembahasan yang akan diuraikan dalam penulisan skripsi ini, maka ruang lingkup penelitian yang dilakukan dibatasi, yaitu hanya mengamati dan meneliti toko grosir sepatu dan sandal yang pada umumnya berada di lokasi Jalan Tengkuruk Permai, dan di setiap tokonya diedarkan sebanyak sepuluh lembar kuesioner untuk diisi oleh konsumen yang datang ke toko tersebut. Sebagai berikut ditampilkan nama toko beserta alamat dimana dilakukan penelitian, yaitu :

Tabel 1.2.

Nama dan Alamat Toko Grosir

NO.	NAMA TOKO	ALAMAT
1.	Toko "CANADA"	Jalan Tengkuruk Permai Blok B No. 99.
2.	Toko "HILTON"	Jalan Tengkuruk Permai Blok B No. 77.
3.	Toko "HARAPAN MAJU"	Jalan Tengkuruk Permai Blok C No. 151.
4.	Toko "CEMPAKA"	Jalan Tengkuruk Permai Blok B No. 64.
5.	Toko "EDI PELITA"	Jalan Tengkuruk Permai Blok B No. 91.
6.	Toko "LAUTAN MAS"	Jalan Tengkuruk Permai Blok B No. 68.
7.	Toko "ERNAWATY"	Jalan Tengkuruk Permai Blok B No. 89.
8.	Toko "FANTASTIK"	Jalan Tengkuruk Permai Blok C No. 137.
9.	Toko "ASIA INDAH"	Jalan Tengkuruk Permai Blok C No. 154/931
10	Toko "M. RIZKY"	Jalan Tengkuruk Permai Blok C No. 168.

Sumber : PT. Derap Laju Gemilang

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui:

1. Perilaku penilaian konsumen dalam membeli produk sepatu dan sandal merek New Era yang dipasarkan oleh PT. Derap Laju Gemilang.
2. Untuk mengetahui masalah yang dihadapi oleh PT. Derap Laju Gemilang dan sejauh mana penerapan fungsi pemasaran yang telah dijalankan oleh PT. Derap Laju Gemilang.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor penting yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli sepatu dan sandal merek New Era.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis, untuk menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman dari penelitian yang telah dilakukan.
2. Bagi perusahaan, sebagai suatu bahan masukan untuk memperbaiki kualitas sepatu dan sandal New Era agar dapat lebih diminati konsumen, sehingga perusahaan dapat bersaing dengan sepatu dan sandal merek lain.
3. Bagi pihak lain, dapat menambah pengetahuan dan juga sebagai bahan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan di dalam melakukan penelitian ini adalah studi kasus, yaitu dengan memusatkan perhatian secara mendalam mengenai perilaku konsumen terhadap sepatu dan sandal merek New Era yang dipasarkan oleh PT. Derap Laju Gemilang.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling daerah dan saturation sampling, dimana pengambilan sampel dilakukan di daerah Jalan Tengkuruk, dan yang menunjukkan saturation sampling yaitu seluruh grosir yang mengambil sepatu dan sandal New Era di PT. Derap Laju Gemilang dijadikan sampel.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Derap Laju Gemilang yang beralamat di Bay Salim Jl. Lebong Tandai No. 7159 Palembang. Penelitian ini dilakukan karena ingin mengetahui sejauh mana minat konsumen akan sepatu dan sandal merek New Era yang dipasarkan oleh PT. Derap Laju Gemilang, dimana banyak muncul sepatu dan sandal merek yang lain dengan model dan harga yang bersaing.

4. Jenis Data

Dalam penelitian ini digunakan data primer dan data sekunder.

a. Data primer adalah data yang diperoleh dari studi lapangan yaitu penelitian langsung yang dilakukan terhadap objek yang diteliti untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan, yang erat hubungannya dengan masalah yang dibahas.

b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari studi kepustakaan yaitu melakukan penyelidikan dan penelitian untuk memperoleh data yang bersifat teoritis dari buku-buku, diktat-diktat dan sumber-sumber lain yang ada hubungannya dengan penulisan skripsi ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuisioner *(check list)*

   Yaitu cara mendapatkan data yang dilakukan dengan membuat suatu daftar pertanyaan untuk diisi oleh koresponden yang dijawab dengan sesuai dan relevan menurut apa yang dirasakan oleh koresponden sendiri terhadap obyek yang diteliti.

2. Wawancara

   Yaitu mendapatkan data dengan mengadakan tanya jawab dengan pihak perusahaan untuk memperoleh data tentang gambaran perusahaan secara umum, dan berbagai pihak yang dianggap berkepentingan dengan penelitian yang dilakukan.

6. Teknik Analisis Data

Data-data yang diperoleh dalam melakukan penelitian ini berdasarkan pada analisis kualitatif. Dalam metode ini dibandingkan dan diimplementasikan teori-teori manajemen pemasaran yang ada dengan sistem pembahasan yang dilakukan dalam memecahkan permasalahan berdasarkan dari hasil analisis yang diperoleh dan dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif teknik prosentase dengan alat bantu tabel untuk mengolah data dan menyederhanakan perhitungan hasil kuisioner untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap kualitas sepatu dan sandal New Era yang dipasarkan oleh PT. Derap Laju Gemilang.

G. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini penulis memaparkan kosep pemasaran, pengertian mengenai perilaku konsumen, teori perilaku konsumen, model perilaku konsumen, dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai sejarah singkat berdirinya perusahaan, struktur organisasi dan pembagian tugas di dalam perusahaan, aktivitas perusahaan, dan penilaian konsumen mengenai produk perusahaan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan pembahasan mengenai karakteristik responden dan analisis pertanyaan dari hasil penelitian yang telah dijawab oleh responden.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan rangkuman hasil analisis dari penelitian yang dilakukan, serta merupakan jawaban terhadap masalah yang dikemukakan. Saran merupakan suatu usulan atau anjuran yang diberikan guna sebagai jalan keluar untuk mengatasi permasalahan yang terjadi.