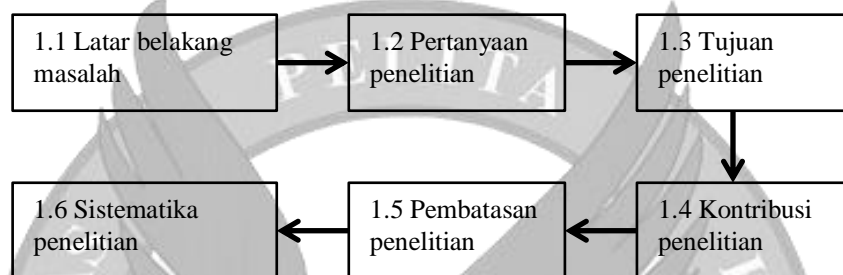


BAB I

PENDAHULUAN

Dalam bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, pembatasan penelitian dan sistematika penelitian. Kerangka pembahasan pada bab ini akan dirangkum dalam gambar 1.1



Gambar 1.1 Alur Penulisan Bab I
Sumber: Dibuat untuk penelitian ini (2020)

1.1 Latar Belakang Masalah

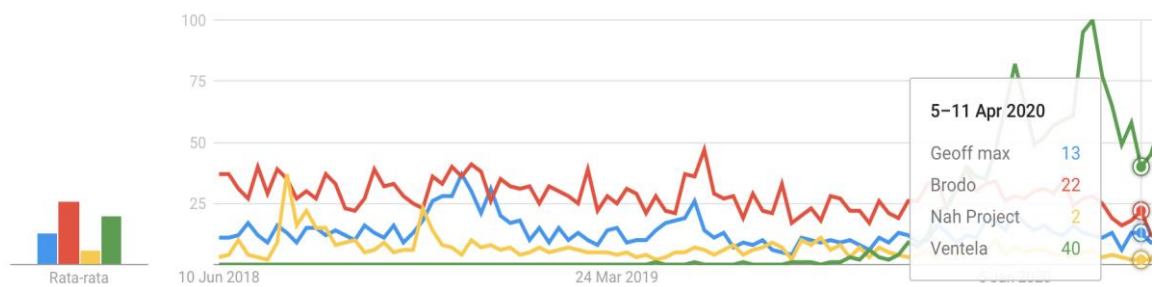
Fesyen adalah bagian dari budaya karena orang menggunakan dan membeli produk fesyen sebagai faktor pembentuknya identitas. Item fesyen terdiri dari baju, celana, rok, ikat pinggang, topi, kaos kaki, sepatu dan aksesoris lain (Kartajaya, Iqbal, Alfisyahr, Deasyana dan Ismail, 2019). Menurut Angkow dan Rumokoy (2016), sepatu tidak lagi hanya digunakan sebagai pelindung kaki saja, namun sepatu sudah menjadi salah satu item bagian dari fesyen. Ini terjadi karena adanya dampak globalisasi yang menyebabkan tren budaya asing masuk ke dalam Indonesia yang menyebabkan konsumsi fesyen di Indonesia meningkat (Solikatun, Kartono & Demartoto, 2015). Meskipun dunia sedang mengalami pandemi Covid-19 namun masyarakat Indonesia tetap gemar mengkonsumsi produk fesyen melalui e-commerce (Zhafira & Pasaribu, 2020).

Perkembangan industri sepatu di Indonesia sendiri memiliki tren yang positif. Pada tahun 2019 industri sepatu di Indonesia mencapai 18.687 ribu unit usaha yang 18.091 nya terdiri dari skala kecil, 441 skala menengah dan 155 masuk dalam skala besar (Kemenperin, 2019). Dari data yang diperoleh dapat dilihat bahwa banyak usaha mikro kecil menengah yang bergerak di industri sepatu dalam Indonesia.

Indonesia tidak kalah dengan negara lain, Indonesia juga memiliki brand lokal yang mampu memproduksi sepatu dengan kualitas yang bagus (Hidayat & Sriwarno, 2015). Terdapat beberapa merek sepatu lokal yang telah di ekspor keluar negeri seperti Compass dan League. Selain brand yang telah disebutkan sebelumnya terdapat brand lokal yang masih memiliki jangkauan pasar di dalam negeri salah satunya adalah Ventela. Pada awalnya Ventela diluncurkan pada tahun 2017 di Bandung. Ventela merupakan merek yang diproduksi oleh PT. Sinar Runnerindo. Merek Ventela ini mengambil nama dari pemilik perusahaan yang bernama William Ventela. Ventela mulai populer pada akhir tahun 2019.

Dalam gambar 1.2 dapat hasil trend dari Krisdamarjati (2020) yang menunjukkan tren merek-merek sepatu lokal pada tahun 2018-2020. Dari gambar 1.2 dapat dilihat perbandingan antara Ventela dengan merek lokal lainnya seperti Geoff max, Brodo dan NAH Project. Penelitian ini menggunakan Ventela sebagai objek penelitian, peneliti memilih Ventela sebagai objek penelitian karena Ventela adalah produk lokal yang sedang unggul dalam pasar lokal. Namun, walaupun Ventela unggul dibandingkan merek lain, Ventela memiliki masalah yang

dihadapi yaitu plagiarism desain produk dengan merek sepatu asing Vans pada tahun 2020.



Gambar 1.2 Permintaan Terhadap Sepatu Ventela
Sumber: Krisdamarjati (2020)

Dalam gambar 1.2 tidak dijelaskan alasan mengapa tren Ventela mengalami penurunan. Namun di tahun 2020 bulan april, Ventela digugat oleh Vans karena melakukan tindakan plagiarisme desain (Ngantung, 2020). Plagiarisme adalah tindakan menggunakan karya atau ide orang lain dan mencoba menjadikannya sebagai karya asli sendiri (Smith, 2012). Sepatu yang diproduksi oleh Ventela memiliki desain yang mirip dengan sepatu produksi asal Amerika tersebut. Sehingga Vans meminta agar semua foto Ventela untuk dihapus dari platform instagram. Lebih lagi, foto-foto di dalam akun reseller sepatu Ventela juga ikut terhapus yang menyebabkan reseller mengalami kerugian dikarenakan akun yang mereka miliki diblokir karena mengandung unsur pelanggaran hak cipta (Ngantung, 2020).

Melihat kasus yang dialami oleh Ventela di atas dapat dilihat bahwa Ventela tidak menerapkan konsep unik terhadap sepatu yang mereka desain. Dalam Solomon (2018), menyatakan bahwa produk yang unik cenderung menjadi pemimpin opini dan menjadi sumber informasi tentang untuk orang lain. Ini

sangat berkontradiksi dengan apa yang Ventela lakukan karena mereka yang mengambil informasi dari brand lain.

Masih dalam Solomon (2018), kebutuhan untuk keunikan dalam sikap konsumen perlu diperhatikan karena memiliki pengaruh terhadap niat beli individu. Individu yang menginginkan produk yang berbeda sehingga membuat dirinya unik dan dapat memuaskan diri sendiri. Ini dapat dibuktikan dari niat beli masyarakat Indonesia yang menurun akibat sepatu yang dimiliki Ventela tidak unik. Selain itu dapat dilihat juga bahwa masyarakat Indonesia tidak suka dengan tindakan plagiat yang dilakukan oleh Ventela, ini dapat dilihat dari kritikan yang mereka berikan terhadap brand lokal tersebut pada saat memplagiat produk Converse. Kebutuhan untuk keunikan juga dikaitkan dengan pembelian produk lokal yang dinilai memiliki citra yang unik (Andrei *et al*, 2017).

Selain dari kebutuhan untuk keunikan, menurut Zebal dan Jackson (2019), kosmopolitanisme mempengaruhi kebutuhan dan keinginan individu yang akan mempengaruhi pemilihan dan konsumsi produk atau jasa. Lebih lagi bahwa individu kosmopolitan mengadopsi nilai-nilai konsumen baru seperti keinginan untuk mendapatkan produk yang asli dan berkualitas, sehingga akan mempengaruhi pilihan gaya hidup mereka. Di dalam penelitian yang dilakukan oleh Zebal dan Jackson (2019), menyatakan bahwa kosmopolitanisme berpengaruh terhadap pembelian produk lokal. Hal ini dapat dikaitkan dengan masalah yang sedang dialami oleh Ventela. Individu yang bersifat kosmopolitan ingin memiliki produk yang asli dan kualitas, sedangkan ide desain yang dimiliki oleh Ventela tidak asli karena mengambil informasi dari merek lain.

Setelah membahas kebutuhan untuk keunikan dan kosmopolitanisme, materialisme juga memiliki peran penting terhadap sikap individu dalam niat beli (Kamal, Chu, & Pedram, 2013). Konsumen dengan tingkat materialisme tinggi peka terhadap produk baru (Flynn, Goldsmith, & Pollitte, 2016). Lebih lagi menurut Bhatia (2018), materialisme akan mempengaruhi kesediaan konsumen untuk membeli merek imitasi. Hal tersebut dapat dikaitkan dengan kasus yang dialami oleh Ventela yang menggunakan desain yang serupa dengan merek lain, sehingga dapat mempengaruhi minat konsumen.

Kebutuhan untuk keunikan dan kosmopolitanisme memiliki pengaruh terhadap pembelian produk lokal. Menurut Zhang dan Khare (2009), konsumen yang mengenali komunitas lokalnya akan mempengaruhi sikap individu terhadap merek, sehingga konsumen dengan identitas lokal lebih cenderung menyukai produk lokal. Lebih lagi di dalam studi yang dilakukan Tu, Khare dan Zhang (2012), menunjukkan bahwa mengidentifikasi identitas konsumen sebagai konsumen lokal adalah kunci untuk memahami sikap konsumen terhadap produk lokal. Berhubung objek penelitian dalam penelitian ini adalah produk lokal, sehingga variabel ini cocok untuk peneliti gunakan supaya dapat melihat sikap konsumen terhadap Ventela. Meskipun nama dari merek “Ventela” tidak merepresentasikan identitas lokal namun produk dari Ventela merupakan buatan lokal.

Dalam penelitian ini, terdapat variabel kosmopolitanisme, kebutuhan untuk keunikan, materialisme, identitas lokal, niat beli dan sikap sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilakukan karena untuk membuktikan bahwa model yang

digunakan oleh Srivastava dan Balaji (2018) dan telah dikembagkan menurut saran mereka untuk penelitian selanjutnya valid meskipun memiliki objek, tempat, tujuan, peneliti yang berbeda dengan penelitian ini.

Tabel 1.1 Penelitian Sebelumnya

PENELITIAN SEBELUMNYA	KOS	KUK	MAT	IL	SIK	NB
Srivastava dan Balaji (2018)	√	√	√		√	√
Asshidin, Abidin dan Burhan (2016)		√			√	√
Pangestuti dan Sukresna (2018)			√		√	√
Okazaki, Taylor, Vargas dan Henseler (2019)	√		√			√
Moriuchi dan Jackson (2017)				√	√	√
Mandliya, Varyani, Hassan, Akhouri dan Pandey (2020)			√		√	√
Shukla (2012)		√	√			√
Lomeli, Amo dan Andreu (2019)	√		√		√	
Das dan Mukherjee (2019)	√		√	√		
Chihab dan Abderrezzak (2016)		√			√	√
Total	4	4	7	2	7	8

Sumber: Dibuat untuk Penelitian ini (2020)

Catatan: KOS: Kosmopolitanisme

IL: Identitas Lokal

KUK: Kebutuhan Untuk Keunikan

SIK: Sikap

MAT: Materialisme

NB: Niat Beli

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa beberapa variabel sudah menjadi variabel yang cukup umum dalam penelitian. Namun masih ada beberapa variabel yang jumlahnya masih sedikit di dalam penelitian. Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya karena dalam penelitian sebelumnya terdapat juga variabel yang digunakan oleh peneliti. Meskipun demikian beberapa variabel yang digunakan memiliki keterbatasan literatur dapat dilihat dari tabel 1.1, bahwa variabel kosmopolitanisme, kebutuhan untuk keunikan dan identitas lokal masih sedikit penelitian yang menggunakan variabel tersebut sedangkan

sudah banyak penelitian yang menggunakan variabel materialisme, sikap dan niat beli sehingga dapat mendukung penelitian ini. Setelah dijelaskan mengenai latar belakang masalah, selanjutnya peneliti akan menjelaskan pertanyaan penelitian.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah kosmopolitan memiliki pengaruh terhadap niat beli?
2. Apakah kebutuhan untuk keunikan memiliki pengaruh terhadap niat beli?
3. Apakah materialisme memiliki pengaruh terhadap niat beli?
4. Apakah identitas lokal memiliki pengaruh terhadap niat beli?
5. Apakah sikap memiliki pengaruh terhadap niat beli?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kosmopolitan terhadap niat beli
2. Untuk mengetahui pengaruh kebutuhan untuk keunikan terhadap niat beli
3. Untuk mengetahui pengaruh materialisme terhadap niat beli
4. Untuk mengetahui pengaruh identitas lokal terhadap niat beli
5. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap niat beli

1.4 Kontribusi Penelitian

Penelitian adalah pencarian logis dan sistematis untuk informasi baru dan berguna, penelitian dilakukan untuk menemukan solusi untuk masalah ilmiah dan sosial melalui analisis yang objektif dan sistematis. Sebuah penelitian dapat

menghasilkan kontribusi baru pada pengetahuan yang ada. Hanya melalui penelitian dimungkinkan untuk membuat kemajuan dalam suatu bidang (Goundar, 2012). Di dalam penelitian ini terdapat informasi mengenai kosmopolitanisme, kebutuhan untuk keunikan, materialisme, identitas lokal dan sikap sebagai variabel mediasi yang dapat Ventela gunakan untuk mengetahui bagaimana kontribusi variabel tersebut dapat meningkatkan niat beli konsumen terhadap produknya. Terdapat dua kontribusi penelitian yang dapat studi ini dapat berikan yaitu kontribusi teoritis dan kontribusi praktis.

1.4.1 Kontribusi Teoritis

Secara teori, penelitian ini memberikan tinjauan literatur mengenai kosmopolitanisme, kebutuhan untuk keunikan, materialisme, identitas lokal, sikap dan niat beli. Tinjauan literatur adalah bab penting dalam tesis, yang tujuannya adalah untuk memberikan latar belakang, argumen dan pembenaran bagi penelitian yang dilakukan (O’Gorman & MacIntosh, 2015).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model replikasi dari penelitian sebelumnya yang ditulis oleh Srivastava dan Balaji (2018). Menurut Malhotra dan Dash (2016), terdapat tiga macam jenis model analisis yaitu, model verbal, model grafik, dan model matematika. Pada penelitian ini peneliti menggunakan model grafik. Terdapat 3 alasan mengapa peneliti memilih model grafik. Alasan pertama adalah model grafik memberikan gambaran visual tentang hubungan antar variabel sehingga memudahkan pembaca dalam melihat model penelitian. Kedua, model grafik dapat menyarankan arah hubungan variabel. Ketiga, model grafik sangat membantu dalam membuat konsep pendekatan terhadap masalah.

Setelah menganalisis model penelitian, maka tahap selanjutnya adalah menguji model penelitian. Dalam menguji model penelitian akan dilakukan melalui pengujian model pengukuran dan struktural (Sunaryo, 2018). Lebih lagi, pengujian model berguna untuk menguji hubungan antar variabel dan melihat hipotesis dapat diterima atau tidak.

Kontribusi utama dalam penelitian ini adalah berfokus pada faktor-faktor utama yang mempengaruhi niat beli konsumen. Selain itu penelitian ini juga memberikan informasi baru mengenai variabel yang telah diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk membuat model baru yang dibuat berdasarkan pada teori-teori yang sudah ada dan teori yang direkomendasi oleh peneliti sebelumnya untuk menjadi acuan dalam penelitian ini. Kontribusi lain dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah model penelitian yang dipakai dapat diaplikasikan kedalam objek, waktu, kondisi, dan situasi yang berbeda. Setelah membahas kontribusi teoritis, selanjutnya peneliti akan membahas kontribusi praktis yang untuk PT.Sinar Runnerindo.

1.4.2 Kontribusi Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi PT. Sinar Runnerindo untuk membantu dalam mengembangkan merek yang mereka miliki terutama Ventela. PT. Sinar Runnerindo ataupun perusahaan sepatu lainnya dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai referensi atau tambahan informasi untuk mengembangkan produk yang mereka miliki. Peneliti berharap penelitian ini dapat membantu para perusahaan sepatu dalam memahami niat beli masyarakat

Indonesia terhadap produk lokal dari segi kosmopolitanisme, kebutuhan untuk keunikan, materialisme dan identitas lokal para konsumen sepatu Ventela.

1.5 Pembatasan penelitian

Pembatasan penelitian adalah batasan yang dimiliki oleh sebuah penelitian. Fungsi dari batasan penelitian adalah untuk menjaga relevansi penelitian agar supaya tidak menyebar ke aspek lain yang tidak relevan untuk penelitian ini. Pembatasan penelitian juga membantu peneliti agar dapat fokus terhadap masalah pokok dalam penelitian. Dalam penelitian ini batasan yang dimiliki adalah individu yang mengetahui serta pernah melakukan pembelian terhadap sepatu Ventela.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan memberikan gambaran yang jelas dan rinci terhadap penelitian, maka penelitian ini disusun berdasarkan sistematika yang dirancang dalam lima bab dengan urutan penguraian sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, pembatasan penelitian, kontribusi penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian

BAB II: TINJAUAN LITERATUR

Pada bab ini akan dijelaskan teori dari variabel yang digunakan didalam penelitian ini. Lebih lanjut dalam bab ini akan melihat hubungan antar variabel secara teoritis dan menghasilkan hipotesis.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan metode apa saja yang digunakan peneliti dalam penelitian ini. Bab ini juga mencakup pembahasan mengenai instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, studi pendahuluan, hingga metode analisis data yang dipilih oleh peneliti.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dilakukan analisis terhadap hasil kuesioner dan menjelaskan hasil dari studi pendahuluan dan hasil studi aktual.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini terdapat kesimpulan dari hasil penelitian. Selain itu terdapat implikasi teoritis, implikasi manajerial dan saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya.

