

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis produk bajakan sudah menjadi industri yang berkembang dengan sangat pesat saat ini, bahkan industri paling cepat pertumbuhannya di dunia (Alcock *et al.*, 2003). Pertumbuhan yang cepat ini dapat dijadikan sebagai bisnis pokok bagi produsen atau pemain baru di bidang ini. Pembajakan memang marak di negara berkembang, dengan porsi yang terbesar ada di Asia (Callan, 1998). Perkembangan yang luar biasa ini tidak lepas dari banyaknya permintaan pasar serta perilaku konsumen yang menginginkan pengeluaran yang sedikit dan murah tetapi mendapatkan barang yang mewah dan dinilai bagus serta elegan dan adanya status yang tinggi dari orang – orang sekitarnya. Cordel *et al.* (1996), menyatakan bahwa permintaan akan produk bajakan karena performa dari produk bajakan sudah tidak jauh berbeda dibandingkan dengan produk aslinya. Dengan adanya perdagangan global, teknologi yang telah canggih serta banyaknya barang yang dapat dibajakan dapat memudahkan produsen barang bajakan untuk membajak barang asli maupun barang bermerek dengan profesional dan mirip dengan aslinya.

Barang bajakan yang sangat banyak diproduksi dan mirip dengan aslinya oleh industri yang berada di negara – negara berkembang antara lain CD, *fashion*, peralatan mobil dan lainnya. Secara umum, pembajakan produk didefinisikan sebagai upaya mengkopi/memalsu produk, bungkus dan konfigurasi yang berkaitan dengan produk tersebut, sehingga seperti produk aslinya, serta memasarkannya untuk keuntungan sendiri (Lynch, 2002). Dewasa ini, konsumen yang semakin pintar memilih barang bajakan dan melihat model serta harga yang menjadi pilihan utama dalam membeli barang bajakan. Konsumen yang secara sadar akan adanya hukum bagi pembeli serta penjual barang bajakan tetap tidak memedulikan hukum yang berlaku karena adanya keinginan mengejar status dan dapat diakui di lingkungannya. Nia dan Zaichkowsky (2000), menyatakan bahwa konsumen semakin bersifat positif terhadap barang bajakan karena merasa bahwa

barang bajakan tidak akan merugikan barang asli dan bahwa barang bajakan akan selalu menjadi produk yang bersifat inferior terhadap produk aslinya.

Barang *fashion* menjadi salah satu barang bajakan yang memiliki permintaan konsumen yang tinggi. Bahkan pemalsuan barang *fashion* sudah dianggap menjadi sebuah epidemik dan merugikan jutaan dollar Amerika bagi industri *fashion* (Cheek & Easterling, 2008). Pembelian barang bajakan *fashion* yang memiliki performa yang mirip dengan aslinya dapat menaikkan status serta mengubah pandangan konsumen. Konsumen sudah dapat memilih barang bajakan *fashion* yang bagus dan merk *fashion* yang terkenal menjadi sangat diburu karena harga serta model yang unik.

Ardianto (1999), menyatakan bahwa perusahaan di masa depan akan semakin bergantung kepada merek, yang berarti tidak cukup hanya berorientasi pada produk. Akibat dari adanya pembajakan, tingkat kepercayaan konsumen terhadap pabrikan pemegang merek asli akan menurun dan pemerintah kehilangan pemasukan dari pajak (Lynch, 2002; Vithlani, 1998). Koalisi Anti Pembajakan Internasional atau *The International Anti Counterfeiting Coalition* (IACC) memperkirakan bahwa pembajakan bertanggung jawab atas kerugian sebesar 200 triliun dollar US per tahun dalam kehilangan pekerjaan, pajak dan penjualan (Maeier, 2003; Yang, 1995). Pemilik barang asli yang diproduksi, didesain, dipasarkan sesuai dengan prosedur yang berlaku di negara tersebut telah mengeluarkan banyak uang dan telah membayar pajak bagi pemerintah, sedangkan penjual barang bajakan tidak mengeluarkan uang untuk desain, pemasaran dan hanya meminjam nama dari merek yang asli, sehingga pajak bagi pemerintah, penjualan barang asli mengalami penurunan.

Kamar Dagang dan Industri Amerika Serikat atau *United States Trades Room* (USTR) telah merilis daftar pasar di beberapa negara yang diduga memperdagangkan barang – barang bajakan di dunia melalui internet dan salah satu negara yang dimasukkan dalam daftar pasar yang memperdagangkan barang bajakan bersama beberapa negara yang telah terkenal di dalam bisnis barang bajakan adalah Indonesia. Indonesia menjadi salah satu negara yang banyak memperdagangkan barang bajakan baik ekspor maupun impor bersama negara Asia maupun negara berkembang lainnya seperti Hongkong, India, Filipina,

Thailand, Pakistan, Ekuador, Paraguay, Argentina, Kolombia, Meksiko dan Ukraina.

Pada tahun 2009, diadakan pertemuan dengan dihadiri 10 negara Uni Eropa yang melibatkan juga Jepang dan Amerika Serikat bertempat di Tokyo, Jepang. Pertemuan yang membahas masalah perdagangan internasional khususnya barang bajakan yang menjadi masalah besar selama ini telah dicapai kesepakatan dan diharapkan perjanjian ini menjadi kekuatan dalam mengontrol perdagangan serta penyebaran barang bajakan. Negara – negara anggota berusaha membujuk negara berkembang di Asia, Timur Tengah dan lainnya, tempat di mana tersebar barang bajakan serta pelanggaran hak cipta banyak beredar dan menjadi komoditi ekspor dan impor. Namun demikian, perjanjian yang dibuat di tahun 2010 tersebut juga tidak banyak memiliki dampak hingga saat ini (<http://www.liputan6.com/>, diunduh pada 15 Januari 2013).

Bisnis barang bajakan di Indonesia yang semakin meningkat dari tahun ke tahun bahkan peningkatannya mengalami kenaikan yang signifikan sebenarnya telah dicegah oleh pemerintah dalam pengaturan Undang – Undang (UU), namun aturan yang telah dibuat di dalam UU tidak sukses dalam menanggulangi bisnis barang bajakan yang makin marak terjadi. Menurut menteri Hukum dan HAM, Patrialis Akbar, barang bajakan yang semakin meningkat pertumbuhannya akan menimbulkan persepsi negatif dari para investor bahwa hak kekayaan intelektual produsen tidak terlindungi di Indonesia, sehingga diharapkan pemerintah dapat membuat aturan serta UU yang berlaku secara efektif dan memberikan hukuman yang membuat jera bagi produsen maupun konsumen barang bajakan. Adanya kelemahan di dalam UU desain industri yang menyebutkan penggunaan istilah sama yang artinya bahwa pelanggaran yang terjadi adalah apabila desain yang satu dan yang lainnya persis sama. Adanya perubahan yang dilakukan oleh produsen barang bajakan yang meniru desain barang asli tetapi merubah sedikit saja desain yang asli bukanlah suatu pelanggaran dan lolos dari aturan serta hukuman yang berlaku. Untuk ke depannya, perubahan UU yang dilakukan harus dilakukan secara cermat dan penggunaan kata – katanya dapat diperhatikan dan sanksi yang diberikan harus setimpal dengan pelanggaran yang dilakukan sehingga tidak mengulangi perbuatan tersebut.

Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (LPEM-FEUI) bekerjasama dengan Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) telah menganalisa kerugian ekonomi yang dialami oleh Indonesia sebesar Rp. 43,2 Triliun sepanjang tahun 2010 yang berpotensi berasal dari pemasukkan pajak bagi pemerintah dan akan meningkat di tahun – tahun berikutnya. Kerugian ini diakibatkan beredarnya barang bajakan pada 12 sektor industri dan survei yang dilakukan MIAP yang bekerjasama dengan LPEM-FEUI ini dilakukan pada bulan Juni – Oktober 2010. Angka kerugian yang besar ini telah meningkat sangat signifikan bila dibandingkan dengan hasil survei yang dilakukan enam tahun lalu seperti yang ada di tabel berikut ini:

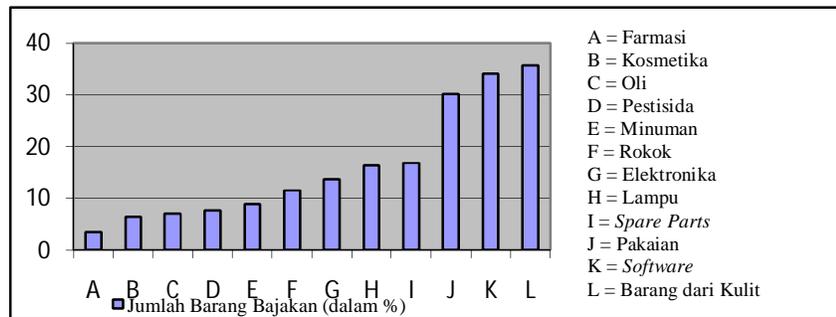
**Tabel 1.1 Kerugian Total 12 Industri Indonesia karena Pemalsuan, periode 2004 – 2010**

No.	Tahun	Kerugian
1.	2004	Rp. 4,4 Triliun
2.	2010	Rp. 43,2 Triliun

Sumber: MIAP dan LPEM-FEUI (2011)

Kerugian yang meningkat sepuluh kali lipat ini menunjukkan bahwa pasar Indonesia merupakan surga bagi barang – barang bajakan dan merugikan potensi ekonomi Indonesia secara besar.

Dua belas sektor industri yang menjadi tempat sebagai pembajakan barang bajakan di Indonesia mencakup sektor industri farmasi, kosmetika, oli, pestisida, minuman, rokok, elektronika, lampu, *spare parts*, pakaian, *software* dan barang dari kulit seperti tas. Barang – barang tersebut merupakan barang yang banyak dikonsumsi barang bajakannya karena adanya perbedaan harga dari barang aslinya dan daya beli konsumen yang kurang maupun rendah apabila membeli barang aslinya. Adanya kesadaran yang rendah dari masyarakat untuk membeli barang asli sangat dimanfaatkan oleh produsen barang bajakan untuk meningkatkan produksi mereka dan semakin banyak yang kehilangan pekerjaan. Berdasar survei yang dilakukan terhadap 500 orang responden di Jakarta dan di Surabaya, hasil tertinggi untuk sektor industri yang sering dikonsumsi oleh masyarakat adalah barang dari kulit dan urutannya seperti yang ada pada gambar berikut ini:



**Gambar 1.1 Jumlah Barang Bajakan Pada 12 Sektor Industri Bulan Juni – Oktober 2010**  
 Sumber: MIAP dan LPEM-FEUI (2011)

Berdasarkan gambar 1.1, barang dari kulit merupakan barang bajakan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat dibandingkan *software*, pakaian, *spare parts* maupun barang bajakan lainnya. Barang dari kulit, seperti tas merupakan produk yang sangat banyak dikonsumsi oleh masyarakat dan adanya beberapa faktor seperti perbedaan harga, kualitas yang hampir sama hingga model yang unik ataupun jumlah produk asli tas yang terbatas membuat masyarakat lebih mudah untuk memperoleh tas yang bajakan. Fenomena inilah yang mendasari dan melatarbelakangi penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Furnham dan Valgeirsson (2007) menyatakan bahwa keputusan pembelian barang bajakan dipengaruhi oleh “Nilai” yang dianut oleh konsumen dan sifat “Materialisme” dari konsumen. Pembelian barang bajakan ini disebabkan karena perilaku konsumen yang menginginkan pengeluaran yang sedikit dan murah tetapi mendapatkan barang yang mewah dan dinilai bagus serta elegan dan adanya status yang tinggi dari orang – orang sekitarnya, lebih lanjut permintaan akan produk bajakan karena performa dari produk bajakan sudah tidak jauh berbeda dibandingkan dengan produk aslinya (Cordel *et al.*, 1996).

Untuk lebih mempertegas faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya, penulis telah melakukan sigi awal dalam bentuk wawancara terhadap 20 orang responden yang membeli tas bajakan pada tanggal 4 – 8 Februari 2013 di Surabaya. Hasil yang diperoleh dari sigi awal tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Hasil Sigi Awal

No.	Pernyataan	Variabel
1.	a. Tidak ada sanksi hukum untuk pembelian barang bajakan b. Penjual barang bajakan bebas menawarkan barangnya c. Membeli barang bajakan aman saja	Hukum
2.	a. Barang bajakan sama bagusny dengan barang asli b. Barang sekarang cepat rusak, lebih baik membeli barang bajakan	Nilai Barang
3.	a. Mudah untuk mencari dan membeli tas bajakan berdasarkan harga, kualitas, model serta tempat tas bajakan beredar di pasar. b. b. Barang bajakan dan asli kadang susah dibedakan	Pengalaman
4.	a. Saya suka membawa barang mewah dan berkualitas, tidak masalah jika itu barang bajakan b. Saya menyukai barang terkenal, tidak masalah jika itu barang bajakan	Kualitas dan Hedonisme
5.	a. Barang bermerek mewakili diri saya, karena itu apabila tidak mampu, saya lebih baik membeli barang bajakan b. Status seseorang ditentukan oleh penampilannya, karena itu saya suka menggunakan barang bermerek sekalipun itu barang bajakan	<i>Extended Self</i>
6.	a. Saya harus memiliki barang yang eksklusif dan jarang, karena itu membeli barang bajakan merupakan solusinya b. Saya membeli barang bajakan, karena merek-nya terkenal dan unik.	Unik
7.	a. Barang bermerek dapat menonjolkan sisi kekayaan, karena itu apabila tidak mampu, saya membeli barang bajakan. b. Barang bajakan mampu menampilkan kesan barang mahal.	Kemenarikan

## 1.2 Batasan Masalah

Pembahasan masalah yang dilakukan di dalam penelitian sangat dibatasi guna menjelaskan secara rinci dan tidak membuat pembahasan masalah ini menjadi luas. Penelitian yang dibatasi ini menggunakan beberapa variabel, yaitu: *beliefs, law and danger, good value, experience, materialism, quality and hedonism, extended self, uniqueness* dan *conspicuousness* untuk menjelaskan variabel keputusan pembelian tas bajakan. Variabel – variabel yang dipilih didasari oleh objek penelitian dan sesuai bagi pembahasan masalah penelitian.

Batasan sampel penelitian yang dilakukan hanya dilakukan terhadap pembeli tas bajakan yang berdomisili di Surabaya dan memiliki batasan usia antara 17-65 tahun.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Apakah *beliefs* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya?
2. Apakah *law and danger* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya?
3. Apakah *good value* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya?
4. Apakah *experience* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya?
5. Apakah *materialism* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya?
6. Apakah *quality and hedonism* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya?
7. Apakah *extended self* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya?
8. Apakah *uniqueness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya?
9. Apakah *conspicuousness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari *beliefs* terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya
2. Untuk mengetahui pengaruh dari *law and danger* terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya
3. Untuk mengetahui pengaruh dari *good value* terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya

4. Untuk mengetahui pengaruh dari *experience* terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya
5. Untuk mengetahui pengaruh dari *materialism* terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya
6. Untuk mengetahui pengaruh dari *quality and hedonism* terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya
7. Untuk mengetahui pengaruh dari *extended self* terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya
8. Untuk mengetahui pengaruh dari *uniqueness* terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya
9. Untuk mengetahui pengaruh dari *conspicuousness* terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka manfaat penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini bertujuan untuk memperkaya khasanah ilmu pengetahuan Manajemen, khusus-nya dibidang Manajemen Pemasaran, lebih lanjut, hasil Penelitian ini dapat berguna untuk sumber referensi bagi mahasiswa lain yang ingin membuat penelitian sejenis.

### **1.5.1 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah dapat mengetahui pengaruh *value* dan *materialism* terhadap keputusan pembelian tas bajakan di Surabaya sehingga perusahaan – perusahaan maupun pedagang tas asli yang telah memiliki hak cipta, paten dan merek terhadap tas yang dijual dan diproduksi sendiri dapat lebih mendalami sikap konsumen terhadap tas bajakan dan perusahaan maupun pedagang tas asli dapat membuat langkah – langkah atau mengurangi pertumbuhan pembajakan tas yang terjadi di Surabaya. Perusahaan dan pedagang tas asli dapat mengambil sikap positif atau negatif terhadap pembajakan tas yang

terus meningkat dan mengubah pola pikir dan pandangan konsumen terhadap tas bajakan.

Manfaat lain yang diperoleh dari penelitian dan analisa yang dilakukan adalah dapat menjadikan bahan pembelajaran bagi pemerintah khususnya divisi pembajakan barang (departemen perdagangan) dalam mengamati dan menyikapi fenomena pembajakan tas yang mengalami angka pertumbuhan yang semakin meningkat di kota Surabaya. Pemerintah dapat membuat peraturan serta undang – undang yang lebih berguna dan sanksi yang tegas terhadap pembuatan maupun pembelian tas bajakan serta dapat membuat kegiatan – kegiatan dan informasi yang berisi edukasi terhadap masyarakat agar dapat mengerti tentang pembajakan tas dan peduli terhadap peraturan dan undang – undang yang berlaku.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pembaca dalam mengikuti pembahasan penelitian ini, maka penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut.

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan metode analisis data.

**BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum “Tas Bajakan”, analisis data, statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan.

**BAB V : KESIMPULAN**

Bab ini berisi tentang simpulan, implikasi, dan rekomendasi.