

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Zaman sekarang, merek sepatu lokal mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dari segi kualitas dan desain, merek sepatu lokal semakin maju dalam dunia bisnis dengan meningkatkan mutu produknya, sehingga mampu bersaing dengan merek sepatu internasional. Permasalahan utama yang dihadapi produk lokal di tengah kompetisi yang ketat dengan produk asing adalah kecenderungan sebagian konsumen yang masih lebih memilih produk internasional. Konsumen menilai produk asing memiliki kualitas, daya tahan, dan desain yang lebih baik serta terus berinovasi. Produk lokal sering dianggap hanya mengikuti tren dari luar, sehingga terkesan tertinggal. Untuk mengatasi hal ini, perusahaan lokal perlu meningkatkan kualitas, desain, dan inovasi agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif (Murwanti, 2023).

Terdapat banyak kompetitor di industri sepatu lokal yang menciptakan berbagai produk dengan merek dan desain yang *trendy*, salah satunya adalah produk sepatu PVN. PVN merupakan merek sepatu lokal yang populer di kalangan remaja, khususnya wanita. Produk sepatu *sneakers* yang ditawarkan nyaman digunakan untuk aktivitas sehari-hari, dengan berbagai desain yang *trendy* dan warna yang menarik. *Brand* Sepatu yang didirikan oleh PT. Jaya Sukses International ini sukses menjadi perbincangan. PVN mengalami peningkatan yang signifikan dalam

penjualan produk sejak bergabung dan meluncurkan toko resmi di shopee, hal ini diakui oleh Christian Jahja selaku Direktur PVN Shoes (Putri, Z., 2023).

Sepatu PVN menjadi populer karena menyediakan sepatu high quality. kualitas sepatu PVN tidak diragukan lagi karena dibuat dengan bahan kulit sintetis berkualitas tinggi dengan sol anti selip yang ringan saat dipakai, menciptakan desain yang eksklusif. Desain produk yang unik dapat membantu memperkenalkan karakteristik dan keaslian sepatu PVN kepada masyarakat secara lebih luas. PVN menawarkan beragam model dan warna yang berbeda untuk setiap sepatu yang mereka produksi. Tidak hanya *sneakers*, PVN juga menyediakan *flat shoes* dan *high heels*, memperluas pilihan bagi konsumen yang mencari gaya yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka (Putri, Z., 2023). Hal ini dapat menjadi salah satu alasan mengapa PVN menempati urutan pertama dalam daftar top *brand* sepatu lokal wanita di Indonesia, seperti yang ditunjukkan pada tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Top 5 Daftar *Brand* Sepatu Lokal Wanita.

No	Merek Produk	Keterangan
1.	PVN	Sepatu <i>sneakers</i> PVN terletak pada desainnya yang menarik dan modern, serta penamaan produknya yang unik dengan sentuhan nuansa budaya Korea, menjadikannya pilihan yang ideal bagi penggemar gaya <i>sporty</i> dan <i>streetwear</i> .
2.	Kronikel Project	Mengusung konsep penggunaan warna pastel serta <i>shabby chic</i> , Kronikel Project menjadi salah satu <i>brand</i> sepatu kekinian dengan kesan feminim yang lekat. Pemilihan warna pastel juga tidak terlepas dari tren pasar yang memang menyukai warna ini sejak 2018 silam.
3.	Adorable Project	Sebelum dikenal sebagai <i>brand</i> sepatu sandal wanita, Adorable Projects dulunya adalah <i>brand</i> aksesoris, mulai kalung, gelang, anting, hingga cincin. Akhir 2010 jadi awal Adorable Projects jualan Sepatu.
4.	Nokha	Ciri khas sepatu buatan Nokha adalah pilihan warnanya yang netral. <i>Brand</i> sepatu asal Bandung ini memiliki banyak koleksi <i>sneakers</i> dan <i>boots</i> . Tak hanya koleksi sepatu wanita, sebenarnya Nokha juga

		memproduksi sepatu untuk pria. Dalam mempromosikan produk-produknya, Nokha banyak mengandalkan pemasaran online lewat media sosial.
5.	Khakikakiku	<i>Brand</i> sepatu lokal dengan desain yang chic ini menawarkan beragam model mulai dari anak-anak hingga dewasa. Beragam sepatu wanita yang <i>trendy</i> seperti <i>boots, flats, flipflop, heels, slippers, oxford, sneaker, slip on</i> hingga sepatu kulit bisa ditemukan di sini.

Sumber : (analysis.netray.id, 2021) data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan sumber dari (analysis.netray.id). Sepatu *sneakers* PVN dikenal karena desainnya yang modern dan menarik, dengan beragam pilihan yang dapat memenuhi kebutuhan gaya *sporty* dan *streetwear*. Merek ini memadukan elemen tren terbaru dengan penamaan produk yang unik, terinspirasi oleh budaya Korea, yang semakin menambah daya tariknya di kalangan konsumen muda. Meskipun beberapa merek sepatu lokal telah berhasil membangun citra positif, daya saing mereka masih tertinggal dibandingkan dengan merek internasional yang telah lebih dulu menguasai pasar, sebagaimana dilansir dari *topbrand-award.com* tahun 2024 yang menunjukkan bahwa daftar *Top Brand Index* hanya diisi oleh nama-nama besar seperti Adidas, Converse, Nike, Puma, dan Reebok. Tidak adanya merek lokal dalam daftar ini menunjukkan bahwa *brand* seperti PVN masih menghadapi tantangan dalam membangun daya saing di pasar domestik.

Berdasarkan hasil survei awal dengan wawancara secara langsung kepada 30 responden yang merupakan pengguna sepatu merek PVN di Kota Singaraja, ditemukan bahwa sebanyak 60% responden lebih memilih merek luar karena bahan kulit sintetis PVN dinilai mudah mengelupas setelah beberapa bulan pemakaian dan kurang awet. Selain itu, beberapa responden juga mengeluhkan bahwa sepatu terasa kaku dan kurang fleksibel, sehingga kurang nyaman untuk aktivitas sehari-hari. Bahan sepatu PVN juga dianggap kurang tahan terhadap air dan perubahan cuaca,

yang menyebabkan perubahan pada tekstur dan tampilan sepatu setelah pemakaian tertentu. Dari segi desain, sebagian responden merasa bahwa meskipun PVN mengikuti tren, variasi modelnya masih terbatas dan kurang inovatif dibandingkan merek lain. Hal ini membuat beberapa konsumen lebih tertarik pada produk dengan desain yang lebih eksklusif dan unik. Sebaliknya, 40% responden tetap memilih PVN karena menilai kualitasnya sudah cukup baik untuk produk lokal serta desainnya semakin membaik. Meskipun masih ada beberapa kekurangan, mereka mengapresiasi perkembangan yang telah dilakukan oleh PVN dalam menghadirkan produk yang sesuai dengan selera pasar.

Kualitas produk PVN masih menghadapi berbagai tantangan yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan daya saing di pasar domestik, terutama terkait dengan bahan kulit sepatu yang digunakan. Beberapa konsumen mengeluhkan bahwa material kulit sintetis PVN lebih rentan mengalami retak atau mengelupas setelah pemakaian dalam jangka waktu tertentu. Faktor lain yang sering dikeluhkan adalah kenyamanan pemakaian, di mana beberapa pengguna merasa bahwa material yang digunakan masih terasa kaku dan kurang fleksibel, sehingga mengurangi kenyamanan saat digunakan untuk aktivitas sehari-hari. Selain itu, bahan ini dinilai kurang tahan terhadap perubahan cuaca, yang dapat mempercepat proses kerusakan dan menurunkan daya tarik estetika produk. Tantangan dalam desain produk PVN juga menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan. Meskipun PVN menghadirkan berbagai model sepatu dengan warna-warna menarik dan desain yang mengikuti tren *streetwear* serta gaya Korea, banyak konsumen yang beranggapan bahwa desain produk PVN masih terlalu umum dan belum memiliki identitas khas yang kuat. Beberapa model sepatu juga dinilai

kurang variatif dan tidak diperbarui secara berkala, sehingga konsumen cenderung lebih tertarik pada merek lain yang menghadirkan desain eksklusif dan inovatif.

Keputusan pembelian merupakan salah satu aspek penting dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen sendiri meliputi studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi membuat pilihan, melakukan pembelian, menggunakan produk atau jasa, serta memanfaatkan barang, layanan, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler & Keller, 2016). Sebelum pengambilan keputusan pembelian, penting bagi sebuah produk untuk memperhatikan beberapa aspek tertentu, termasuk kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen, keberlangsungan mutu produk, yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Kualitas produk merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian. Semakin tinggi kualitas suatu produk, semakin besar ketertarikan konsumen untuk membelinya (Ernawati, 2019). Menurut Tjiptono (2016) kualitas produk merupakan penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan produk. Selain aspek kualitas produk, desain produk juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Kotler & Keller (2016) desain produk adalah salah satu tahap dalam proses pengembangan yang mencakup aspek tampilan, fungsi, dan kinerja suatu produk. Desain produk tidak hanya sekadar estetika, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana produk menggambarkan gaya yang unik untuk meningkatkan nilai di mata konsumen (Tjiptono, 2016)

Berdasarkan penelitian oleh Putri (2021) memaparkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk fashion secara

online melalui *e-commerce* meliputi harga, desain produk, promosi, kemudahan dan informasi yang tersedia, kualitas produk, kecepatan dan kepraktisan layanan, serta keamanan dan kepercayaan. Dalam penelitian ini hanya memfokuskan menggunakan variabel kualitas produk dan desain produk, dikarenakan variabel kualitas produk dan desain produk telah terbukti memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sebagaimana yang dikemukakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Punarbawa & Suwena (2021) menemukan bahwa kualitas dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan hasil penelitian dari Sholihah & Rohendi (2022) menyatakan bahwa kualitas produk dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian dari Guntari & Halim (2021) juga membuktikan bahwa Kualitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Desain produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas dan Desain Produk secara bersama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian tersebut juga diperkuat oleh Pradnyana & Susila (2022) bahwa kualitas produk dan desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, studi lain oleh Adonis & Silintowe (2021) menunjukkan bahwa kualitas dan desain produk tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian untuk produk tertentu.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **”Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu PVN di Kota Singaraja”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Produk sepatu PVN sering kalah saing dengan produk internasional karena konsumen menilai bahwa bahan kulit sintetis yang digunakan mudah mengelupas, kurang fleksibel, dan kurang tahan lama dibandingkan dengan merek luar.
2. Meskipun desain PVN mengikuti tren *streetwear* dan gaya Korea, beberapa konsumen menganggap variasi modelnya masih terbatas dan kurang inovatif, sehingga kalah menarik dibandingkan dengan merek internasional yang terus menghadirkan desain eksklusif dan beragam.
3. Terdapat kesenjangan hasil penelitian sebelumnya, dimana sebagian studi menunjukkan bahwa kualitas dan desain produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara studi lain menemukan bahwa kedua variabel tersebut tidak memberikan dampak yang berarti pada beberapa produk tertentu.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi, maka perlu dibuat pembatasan masalah, untuk menghindari pembahasan yang terlalu meluas maka penelitian ini dilakukan pembatasan dimana akan membahas terkait dengan pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu PVN di kota Singaraja.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini, yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu PVN di Kota Singaraja?
2. Apakah terdapat pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu PVN di Kota Singaraja?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu PVN di Kota Singaraja?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian adalah untuk menguji.

1. Menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu PVN di Kota Singaraja.
2. Menguji pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu PVN di Kota Singaraja.
3. Menguji pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu PVN di Kota Singaraja.

1.6 Manfaat Penelitian

Diharapkan bahwa hasil dari studi akan menghasilkan keuntungan, dengan manfaat teoretis dan praktis yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman tentang ilmu

pengetahuan dibidang manajemen pemasaran, tentang bagaimana kualitas produk dan desain produk memengaruhi keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan PVN sebagai acuan untuk meningkatkan kualitas dan desain produk agar lebih sesuai dengan preferensi konsumen, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Bagi konsumen, hasil penelitian ini memberikan pemahaman mengenai pentingnya kualitas dan desain dalam memengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain serta pelaku usaha sepatu lokal untuk mengembangkan produk yang lebih kompetitif dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

