

Preferensi Masyarakat terhadap Produk Sepatu di Sentra Sepatu Cibaduyut Kota Bandung

Preferences of Society in The Shoes in The Center of Shoes Cibaduyut The City Bandung

¹Solehan, ²Ima Amaliah, ³Noviani

^{1,2,3}*Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

email: ¹Solehan1915@gmail.com, ²amalia.razi@gmail.com, ³noviani_tanjung@yahoo.co.id

Abstract. Free trade after Asia-China is becoming a major obstacle to the products of the local shoe Cibaduyut in improving the marketing is now experiencing a decrease in the number of business units and also affect the decline in production and investment even declining labor force, it happens because the products of Chinese shoes that easily fit into Indonesia including Cibaduyut and more developed than local products. According to the method, this research is quantitative descriptive. The population in this study is the consumer at the center of Bandung Cibaduyut shoes. To analyze the data using a Likert scale The samples taken were 245 respondents using tables Issac and Michael with an error rate of 10%. The sample used is proportional to the population, so that the behavior of the sample can be used to generalize the behavior of the population, the questionnaire contained questions about product Cibaduyut shoes with measurement using a Likert scale.

Keywords: Shoes Products, Community Preferences.

Abstrak. Perdagangan bebas pasca Asia-China menjadi hambatan yang besar terhadap produk sepatu lokal Cibaduyut dalam memperbaiki pemasaran yang kini mengalami penurunan jumlah unit usaha dan berdampak pula kepada menurunnya produksi dan investasi bahkan menurunnya tenaga kerja, hal tersebut terjadi karena produk sepatu China yang dengan mudah masuk ke Indonesia termasuk Cibaduyut dan lebih berkembang daripada produk lokal. Menurut metodenya, penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen di sentra sepatu Cibaduyut Kota Bandung. Untuk menganalisis data menggunakan skala likert Adapun sampel yang diambil sebanyak 245 responden menggunakan tabel Issac dan Michael dengan tingkat kesalahan 10%. Sampel yang digunakan lebih proporsional terhadap populasi, sehingga perilaku dari sampel dapat digunakan untuk menggeneralisasi dari perilaku populasi, kuesioner berisikan pertanyaan-pertanyaan mengenai produk sepatu Cibaduyut dengan pengukuran menggunakan skala likert.

Kata Kunci: Produk Sepatu, Preferensi Komunitas.

A. Pendahuluan

Perkembangan industri alas kaki atau industri sepatu di Indonesia mengalami tren yang positif. Tren positif dalam industri sepatu ini tidak sebanding lurus dengan hasil penjualan yang didapat dari industri sepatu. Industri sepatu di Indonesia dihasilkan dari dua kategori yaitu industri berskala besar dan industri berskala kecil mikro. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebagai salah satu aktor yang mempunyai pengaruh besar terhadap perkembangan perekonomian di Indonesia. Putra (2016).

Menurut Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah, jumlah unit UMKM yang ada di Indonesia dari tahun 2009 hingga tahun 2013 mendominasi pangsa pasar sebanyak 99,99%. Sedangkan usaha besar yang ada di Indonesia hanya mempunyai pangsa pasar sebanyak 0,01%. Dengan persentase tersebut tentu sangat berdampak pada penyerapan jumlah tenaga kerja yang ada dalam perekonomian. (Kementerian Industri dan Perdagangan 2013). Jumlah UMKM yang ada di Indonesia pada tahun 2011 terus mengalami peningkatan hingga dapat berkontribusi terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia sekitar 56%. Berdasarkan data yang didapat dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa Provinsi Jawa Barat menempati

posisi yang ketiga setelah Jawa Tengah dan Jawa Timur. Provinsi Jawa Barat memiliki total usaha mikro sebanyak 437.985 unit dan usaha kecil 60.078 unit. Provinsi Jawa Barat memiliki 27 kabupaten dan kota, dimana semuanya memiliki keragaman sumber daya. Dari 27 kabupaten dan kota yang ada, ternyata Kota Bandung memiliki kegiatan ekonomi yang cukup menonjol karena Kota Bandung tidak saja sebagai pusat pemerintah tetapi juga sebagai pusat pendidikan. Dengan demikian tidak mengherankan jika di Kota Bandung merupakan salah satu kota yang memiliki jumlah UKM yang cukup pesat dibandingkan dengan kota-kota lainnya di Jawa Barat.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, Pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung tidak terlepas dari peranan penting usaha kecil dan menengah (UKM). Adapun sektor pembantu perekonomian Kota Bandung adalah sektor perdagangan besar dan eceran, industri pengolahan, informasi dan komunikasi, konstruksi, transportasi dan pergudangan. Kelima sektor ini merupakan penyumbang terbesar bagi perekonomian Kota Bandung. PDRB Kota Bandung pada tahun 2012 sebesar 92.743.365 dan pada tahun 2013 sebesar 100.059.667, tiap tahunnya PDRB Kota Bandung terus meningkat hingga pada tahun 2014 sebesar 107.691.947.

Industri alas kaki merupakan bagian dari industri pengolahan, dimana industri alas kaki Cibaduyut merupakan salah satu sentra penyumbang cukup besar bagi ekonomi Kota Bandung. Industri alas kaki Cibaduyut salah satu pusat kerajinan sepatu yang cukup lama. Berikut data dari DISKOPERINDAG dan KUKM Kota Bandung jumlah unit usaha sepatu Cibaduyut hingga tahun 2012.

Tabel 1. Unit Usaha, Investasi, Tenaga Kerja, Kapasitas Produksi Sepatu Cibaduyut

Uraian	Tahun		
	2010	2011	2012
Jumlah unit usaha	840	844	577
Investasi (Rp.000.-)	22.670.575	23.970.675	19.000.459
Jumlah tenaga kerja	3.570	3.590	3.008
Kapasitas produksi (pcs/Th.)	651.800337	651.803.937	3.114.002

Penyebab menurunnya unit usaha di Cibaduyut karena masuknya sepatu dari China pasca CAFTA (China Asia Free Trade Area), dimana dapat mempengaruhi terhadap investasi, jumlah tenaga kerja dan kapasitas produksi. Dari sisi harga maupun desain, produk China sangat unggul, karena sepatu China cukup murah dengan variasi model dan warna yang sangat menarik. Sementara disisi lain, produk sepatu Cibaduyut dalam segi model (desain) kurang memenuhi selera masyarakat dan harganya kurang kompetitif, saat ini masyarakat lebih menyenangi sepatu dengan merek-merek ternama dari luar negeri dibandingkan sepatu-sepatu dari dalam negeri khususnya sepatu hasil sentra industri Cibaduyut.

Dengan demikian, mengukur preferensi konsumen menjadi hal yang sangat penting untuk mengetahui proses bisnis. Oleh karena itu mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan preferensi konsumen terhadap produk sepatu Cibaduyut ditengah banyaknya produk-produk dari China menjadi hal yang terus dilakukan. Dalam pendahuluan ini, penulis tertarik untuk membahas topik yang berjudul : “ **Preferensi Masyarakat Terhadap Produk Sepatu di Sentra Sepatu Cibaduyut Kota Bandung** ”.

Berdasarkan latar belakang, maka penulis akan mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang menentukan masyarakat untuk lebih memilih produk sepatu Cibaduyut

dibandingkan produk sepatu lainnya ?

B. Landasan Teori

Teori Preferensi

Menurut Nicholson dan Snyder (2005: 87), Teori preferensi digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan dari konsumen. Preferensi konsumen sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan/kesenangan (utilitas) yang akan diterima karena keputusan/pilihan yang mereka buat. Keberadaan hambatan akan membuat konsumen cenderung berupaya untuk memaksimalkan utilitas yang akan mereka terima dalam tingkat pengorbanan yang sama.

Konsep Preferensi Konsumen

Menurut Salvatore (1991: 126), konsep preferensi berkaitan dengan kemampuan konsumen menyusun prioritas pilihan agar dapat mengambil keputusan. Minimalnya ada dua sikap yang berkaitan dengan preferensi konsumen, yakni lebih suka (prefer) atau sama-sama disukai (indifference).

Pengertian Preferensi

Menurut Sudibyo (2004:4), preferensi konsumen merupakan nilai-nilai yang dianut konsumen dalam menghadapi berbagai bentuk konflik dalam lingkungan. Konflik ini tidak harus konflik dalam bentuk fisik, namun pengertian konflik yang dimaksudkan meliputi konflik dalam arti perbedaan antara harapan dengan realitas yang dirasakan dari permasalahan yang dihadapi.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen

Basu Swastha (2007:94) mengemukakan faktor-faktor seringkali mempengaruhi preferensi dalam menentukan produk yang dipilih oleh konsumen.

1. Lokasi: Menurut Oka A. Yoeti (2004:29) adalah suatu strategi yang menentukan di mana dan bagaimana menjual suatu produk tertentu. Hal terpenting dalam strategi ini adalah menetapkan lokasi di mana pengunjung dapat melihat dan membeli barang yang ditawarkan.
2. Fasilitas Informasi: Richard Sihite (2000:145) menyatakan bahwa “information facilities merupakan fasilitas informasi yang menginformasikan suatu produk atau jasa kepada konsumen”. Fasilitas informasi terdiri dari ketersediaan sarana informasi seperti media cetak dan elektronik yang dapat memudahkan konsumen untuk mengenal produk yang ditawarkan.
3. Harga: Kotler & Keller (2012), menyatakan : *“Prices should reflect the value consumers are willing to pay versus Prices should reflect only the cost of making a product or delivering a service”*. Berdasarkan pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa.
4. Pendapatan Konsumen: Sukirno (2005) menyebutkan bahwa pendapatan merupakan salah satu faktor terpenting yang menyatakan bahwa makin tinggi pendapatan maka makin banyak alternatif produk yang akan dipilih oleh konsumen.
5. Keragaman Barang: Menurut Kotler (2007:15), keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan kepada konsumen.

Teori Perilaku Konsumen

Teori perilaku konsumen menerangkan apa yang melatarbelakangi para

konsumen akan membeli lebih banyak pada harga yang rendah dan mengurangi pembeliannya pada harga tinggi, serta bagaimanakah seseorang konsumen menentukan jumlah dan komposisi dari barang yang akan dibeli dari pendapatan yang diperolehnya. (Sadono Sukirno, 1994: 151).

Pengertian Perilaku Konsumen

Salvatore (1991: 126), konsep preferensi berkaitan dengan kemampuan konsumen dalam menyusun prioritas pilihan agar dapat mengambil keputusan. Minimalnya ada dua sikap yang berkaitan dengan preferensi konsumen yaitu lebih suka (*prefer*) dan atau sama-sama disukai (*indifference*).

Pengertian Industri

Dalam istilah ekonomi, industri mempunyai dua pengertian. Pertama, industri merupakan himpunan perusahaan-perusahaan sejenis, contoh industri kertas berarti himpunan perusahaan-perusahaan penghasil kertas. Kedua, industri adalah sektor ekonomi yang didalamnya terdapat kegiatan produktif yang mengolah barang mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi (Arsyad, 2004).

Industri Kecil

Industri kecil adalah suatu usaha yang melakukan kegiatan mengolah bahan dasar menjadi barang jadi atau setengah jadi, atau dari barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya untuk dijual, dengan jumlah tenaga kerja paling sedikit 5 orang dan paling banyak 19 orang (BPS, 1993).

Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM)

Usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan usaha yang memiliki peran yang cukup tinggi. Terutama di Indonesia yang masih tergolong negara berkembang. Dengan semakin banyak penciptaan kesempatan kerja. Selain itu, UMKM juga dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan khususnya di daerah pedesaan dan rumah tangga berpendapatan rendah.

Operasional Variabel

Konsep serta indikator untuk masing-masing variabel penelitian di operasional variabel.

Tabel 2. Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran
Keragaman produk	a. Keragaman ukuran. b. Keragaman jenis produk. c. Keragaman bahan baku. d. Keragaman desain.	Ordinal
Harga	a. Keterjangkauan harga. b. Kemampuan untuk membeli. c. Informasi mengenai harga. d. Biaya pengiriman barang.	Ordinal
Kualitas produk	a. Produk sepatu Cibaduyut tahan lama. b. Produk sepatu Cibaduyut dapat diandalkan.	

	<p>c. Kemanan dan kenyamanan membeli di toko sepatu Cibaduyut.</p> <p>d. Produk sepatu di toko sepatu Cibaduyut sesuai harapan konsumen.</p>	Ordinal
--	--	---------

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dari empat variabel pada tabel 2, dapat ditarik hasil pembahasan faktor apa saja yang menentukan preferensi masyarakat, dimana setiap variabel mempunyai indikator-indikator guna untuk memperjelas pertanyaan dari setiap item agar mendapatkan hasil yang maksimal dan mudah dimengerti oleh responden. Berdasarkan hasil survey pada responden terlihat lebih jelas mengenai preferensi masyarakat terhadap produk sepatu lokal Cibaduyut dan produk sepatu China, dimana konsumen akan memilih produk sepatu lokal karena keragaman barang yang banyak macamnya sehingga membuat konsumen lebih banyak pilihan dalam menentukan keputusan pembelian kemudian dari segi kualitas yang dapat dipercaya dan dilihat dari prospek harga lebih terjangkau dan sesuai dengan kualitas yang ada. Berbeda dengan produk sepatu dari China, dimana konsumen lebih banyak melihat dari keragaman barang karena banyaknya model-model sepatu yang sesuai dengan trend masa kini. Dilihat dari harga yang dipasarkan sangat terjangkau oleh konsumen dimana sepatu produk China menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan harga sepatu Cibaduyut, namun hal tersebut akan memiliki kekurangan yang signifikan karena tidak diiringi dengan kualitas yang sesuai. Dengan hasil ini persaingan produk lokal Cibaduyut mengalami penurunan yang tinggi karena banyaknya harga sepatu produk China yang ditawarkan lebih murah dibandingkan harga produk sepatu Cibaduyut. Jika diklasifikasikan sesuai urutan maka konsumen membandingkan terhadap dua produk yang dapat dilihat sebagai berikut:

1. Produk sepatu Cibaduyut dilihat dari keragaman barang, kualitas produk, harga dan terakhir promosi untuk mengembangkan produk lokal.
2. Produk sepatu China dilihat dari keragaman barang, harga, promosi, dan kualitas.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2015. Kota Bandung Dalam Angka 2015. Bandung
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2010. PDRB Kota Bandung 2010. Bandung.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung, 2014, "Perkembangan Usaha Menengah, Kecil dan Mikro" Provinsi Jawa Barat, 2013-2014.
- Dinas Koperasi dan KUKM Kota Bandung, 2016, "Perkembangan Revitalisasi 7 Sentra Kota Bandung". Bandung
- Dr. Ima Amaliah, SE., M.Si. Westi Riani, SE., M.Si. dan Noviani, SE., M.Si. 2009, "Strategi Pengembangan Unisba Berdasarkan Prefensi Masyarakat Kota Bandung". Bandung
- Fiqih Rizkya Putra, 2016, jurnal "Identifikasi Lingkungan Internal Dalam Strategi Pengembangan Usaha Pada Sentra Industri Sepatu Cibaduyut Kota Bandung".
- Prof. Dr. Ir. Usman Rianse, M.S. dan Abdi, S.P., M.P, April 2012, "Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi", Edisi Pertama, Cetakan Ketiga, ALFABETA, Bandung