

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan pemasaran retail saat ini semakin ketat dan kompleks sehingga para pesaing antar produsen selalu memunculkan ide baru tiap harinya demi menarik perhatian para konsumen. Dimana zaman ini fashion menjadi hal penting dalam menjalani aktivitas. Beragamnya kebutuhan menyebabkan menjamurnya produk fashion, termasuk sepatu. Alhasil, permintaan sepatu di Indonesia melonjak signifikan, menandakan perlunya para pengusaha untuk terus berinovasi dan menciptakan produk dengan kualitas dan nilai yang luar biasa bagi konsumen. Lanskap kompetitif yang ada di antara produsen sepatu mengharuskan manajemen perusahaan bekerja ekstra untuk menarik pembeli potensial. Selain itu, para pelaku bisnis sepatu harus berusaha semaksimal mungkin untuk tetap kompetitif di pasar yang dinamis. (Kurniawan et al., 2022). Penelitian ini mempelajari pemasaran retail sepatu di kota Batam, dengan meneliti strategi pemasaran pada salah satu merk sepatu, yaitu Bata. Bata karena dalam industri ini Bata adalah *market leader*, dengan pangsa pasar 40% dari produksi sepatu untuk domestik.

Kehadiran Bata sudah mendarah daging di Indonesia sejak 1931, Hadir 14 tahun sebelum proklamasi bangsa Indonesia. Saat itu, Bata bergabung dengan NV, Netherlandsch-Indisch, sebagai importir sepatu, yang beroperasi di Tanjung Priok yang ramai. Hanya enam tahun kemudian, Tomas Bata sendiri yang visioner meletakkan dasar untuk pabrik sepatu di tengah perkebunan karet yang luas di

kawasan Kalibata, yang beralamat di Jl. Kalibata Raya, Jakarta Selatan. Pada tahun 1940 produksi sepatu sebenarnya dimulai, menandai awal dari perjalanan luar biasa merek Bata di Indonesia. Sepanjang 125 tahun sejarahnya yang termasyhur di industri sepatu, Bata telah berkembang dan berkembang, menawarkan berbagai koleksi sepatu yang disesuaikan dengan kelompok pendapatan dan kelompok usia yang beragam. Dari balita terkecil hingga anak-anak, dan dari wanita hingga pria, Bata melayani semua orang, memastikan bahwa setiap orang dapat menemukan sepasang alas kaki yang sempurna. Beragam koleksi Bata yang modis dan trendi terbentang di berbagai kesempatan, memenuhi berbagai selera dan preferensi pelanggan.

Bata unggul dalam salah satu kekuatan dasarnya: dedikasi tak kenal lelah untuk memajukan teknologi sepatu modern, menghasilkan aliran alas kaki inovatif yang terus-menerus memadukan gaya dan kenyamanan. Keharmonisan sempurna yang dicapai oleh Bata memastikan bahwa Bata menawarkan pengalaman alas kaki terbaik, yang secara signifikan meningkatkan kualitas hidup orang-orang dari semua lapisan masyarakat, baik itu anak-anak, orang dewasa, atau orang tua. Seiring berlalunya waktu, warisan Bata di Indonesia terus berkembang, menjadi bukti nyata dari pengejaran keunggulan Bata yang tak tergoyahkan. Bata telah membuktikan kemampuan beradaptasi Bata terhadap tuntutan pasar alas kaki yang terus berkembang, melayani kebutuhan konsumen di semua segmen, baik itu kelompok berpenghasilan kecil, menengah, atau atas. Kesuksesan Bata yang bertahan lama di industri ini merupakan cerminan dari komitmen Bata untuk tetap menjadi yang terdepan dalam inovasi dan dedikasi Bata yang tak tergoyahkan untuk

menyediakan alas kaki terbaik bagi masyarakat Indonesia yang beragam.

Untuk memenuhi berbagai segmen pasar, Bata memasukkan produk-produk bermerek non-Bata ke dalam barisannya, termasuk nama-nama ternama seperti Marie-Claire, Comfits, Plower, Bubblegummer, North-Stars, B-Second, dan Weinbreuner. Langkah strategis ini telah menghasilkan variasi yang berbeda tidak hanya dalam penawaran produk tetapi juga dalam penetapan harga dan saluran distribusi antara produk yang ditujukan untuk kelas menengah ke atas dan yang ditargetkan untuk kelas menengah ke bawah. Namun, dari sudut pandang konsumen, membedakan antara produk bermerek Bata dan merek non-Bata bisa jadi agak tidak jelas. Untuk menjembatani kesenjangan ini dan memberikan kejelasan lebih lanjut, Bata mengakui kebutuhan untuk meningkatkan strategi promosi produknya. Fokusnya terletak pada pemberian informasi yang komprehensif kepada konsumen tentang keunggulan unik produk Bata, khususnya rangkaian produk non-Bata. Selain itu, upaya diarahkan untuk memperkuat kesadaran merek konsumen untuk produk-produk baru ini..

Dalam mengejar kemenangan atas para pesaingnya di tahun-tahun mendatang, Bata menyadari bahwa kemajuan penting dalam produk baru, strategi promosi, dan saluran distribusi yang ditingkatkan adalah pendorong utama kesuksesan. Di antara gerai distribusi sepatu Bata yang dikelola secara strategis, toko Bata DC Mall menonjol sebagai contoh utama manajemen pemasaran yang efektif. Diposisikan dalam salah satu pusat perbelanjaan ritel yang ramai di kota Batam, toko ini dengan ahli menggunakan teknik pemasaran untuk mempengaruhi dan membimbing konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang tepat.

Toko Bata DC Mall menawarkan rangkaian sepatu merek Bata yang mengesankan, mencakup pilihan model yang luas, masing-masing menyajikan kualitas terbaik dan menawarkan inovasi mutakhir. Bata memastikan penawaran inklusif dan menarik. Harga sepatu wanita berkisar dari Rp. 89.000 menjadi Rp. 399.000, mencerminkan komitmen untuk memberikan pilihan yang sesuai dengan preferensi anggaran yang bervariasi sambil terus beradaptasi dengan selera konsumen yang selalu berubah.

Tabel 1.1 Penjualan Sepatu Bata Januari 2022 Juni 2022

No.	Bulan	Target Penjualan	Total Penjualan	Persentase
1	Januari	50	26	52%
2	Februari	60	47	78%
3	Maret	80	32	40%
4	April	80	50	62,5%
5	Mei	80	45	56,3%
6	Juni	80	40	50%

Sumber : Toko Sepatu Bata DC Mall

Pada tabel 1.1 penjualan pada bulan Januari 2022 – Juni 2022, pelanggan yang tertinggi adalah pada bulan Juni sebanyak 80 pelanggan dan penjualan yang terendah terjadi pada bulan Februari yaitu sebanyak 26 pelanggan. Melihat hasil penjualan ini dilihat pada tabel diatas terjadinya penurunan pada bulan tertentu. Penurunan penjualan tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa hal seperti kurang gencarnya perusahaan dalam melakukan promosi. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan tabel berikut.

Tabel 1.2 Data Promosi yang dilakukan Sepatu Bata diberbagai media 2023

No	Media Promosi	Keterangan
1	instagram	Ada (kurang aktif)
2	facebook	Ada (kurang aktif)
3	youtobe	Ada (kurang aktif)
4	tiktok	Tidak Ada
5	televisi	Tidak Ada
6	radio	Tidak Ada
7	brosur	Tidak Ada

Sumber : Hasil olahan data survey awal penelitian, 2023

Berasarkan tabel diatas dapat dilihat jika Sepatu Bata kurang gencar melakukan promosi di berbagai media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube serta pada media tiktok, televisi, radio dan menyebarkan brosur sama sekali belum pernah di lakukan oleh Sepatu Bata. Karena kekurangan pelaku usaha dalam melakukan promosi membuat konsumen kurang dalam melakukan Keputusan Pembelian. Ditunjukkan pada hasil pra kuesioner berikut.

Tabel 1.3 Hasil Kuesioner Pra penelitian Promosi

No	Pernyataan Promosi (X1)	Respon	
		Tidak Setuju (TS)	Setuju (S)
Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi			
1	Promosi yang ditawarkan Sepatu Bata memberikan informasi yang detail.	22	18
2	Iklan pada Sepatu Bata yang diberikan sudah relevan.	25	15
Jangkauan promosi			
1	Iklan yang ada pada Sepatu Bata sudah sesuai dengan perkembangan bisnis saat ini.	5	35
2	Iklan pada Sepatu Bata sudah sesuai dengan target yang ingin dicapai.	12	28
Kuantitas penayangan iklan di media promosi			
1	Iklan yang ditawarkan oleh Sepatu Bata termasuk baru.	27	13
2	Sepatu Bata kurang gencar melakukan promosi	30	10

Sumber : Hasil olahan data survey awal penelitian, 2023

Berdasarkan hasil jawaban responden Sebanyak responden menjawab setuju

tentang pernyataan Sepatu Bata kurang gencar melakukan promosi, yang artinya promosi Sepatu Bata masih kurang gencar dilakukan dan belum memiliki ciri khas tersendiri. Hal tersebut membuktikan bahwa promosi yang dilakukan oleh Sepatu Bata masih kurang.

Tabel 1.4 Hasil Kuesioner Pra penelitian Kualitas Produk

No	Pernyataan Kualitas Produk (X2)	Respon	
		Tidak Setuju (TS)	Setuju (S)
Pemahaman terhadap manfaat produk			
1	Produk yang ditawarkan oleh Sepatu Bata dapat memberikan manfaat bagi konsumen.	31	9
2	Konsumen pada Sepatu Bata memahami manfaat yang diberikan.	28	12
Pemahaman tentang variasi tipe produk			
1	Produk yang ada pada Sepatu Bata mempunyai variasi berdasarkan jenisnya.	25	15
2	Konsumen memahami mengenai bermacam-macam produk yang ada pada Sepatu Bata .	34	6
Pemahaman tentang popularitas merek produk			
1	Konsumen mengetahui kepopuleran produk pada Sepatu Bata	14	26
2	Merek produk pada Sepatu Bata dikenal oleh banyak orang.	16	24
Pemahaman tentang keistimewaan produk			
1	Produk yang ditawarkan Sepatu Bata mempunyai keunikan tersendiri.	30	10
2	Konsumen mempunyai ketertarikan dengan keistimewaan produk yang ada pada Sepatu Bata .	5	35

Sumber : Hasil olahan data survey awal penelitian, 2023

Berdasarkan hasil jawaban responden Sebanyak 30 responden menjawab setuju tentang pernyataan Produk yang ditawarkan Sepatu Bata mempunyai keunikan tersendiri., yang artinya keunikan Sepatu Bata masih kurang dan belum memiliki ciri khas tersendiri. Hal tersebut membuktikan bahwa keunikan Sepatu

Bata masih kurang.

Selain belum gencarnya Sepatu Bata dalam melakukan promosi, ada beberapa kasus tentang kurangnya kualitas terhadap produk juga menjadi hal yang menyebabkan penjualan pada sepatu bata mengalami penurunan. Adapun kekurangan dan kelebihan yang dimiliki sepatu bata. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

Tabel 1.5 Data kekurangan dan kelebihan yang dimiliki sepatu bata, 2023

Kekurangan	Keterangan
Desain yang kurang bervariasi dalam segi kalangan Namun	Namun Dengan Desain yang menurut banyak orang terlalu sederhana dan tidak neko neko ini lah yang membuat orang diluar sana merasa jenuh karna motif dan bentuk modelan sepatu atau sandal pada produk ini terkesan membosankan
Harga yang perlu dikeluarkan memang mahal	Untuk memiliki sebuah produk sepatu atau sandal dari Brand Bata ini memang kita harus merogok kocek yang memang terbilang mahal,Pada dasarnya memang Bata menggunakan bahan material yang berkualitas baik namun tak sedikit orang orang diluar sana yang menjadikan salah satu Harga untuk sebuah produk ini lah yang menjadi orang orang diluar sana Enggan untuk memilikinya karna terlalu mahal atau kurang pada porsinya pada diri seseorang tersebut.
Kelebihan	Keterangan
Memiliki Model dari beberapa kalangan umur	Anak Anak,Remaja,Dewasa bahkan hingga orang tua sekalipun Bata sangat mahir untuk menyesuaikan model model yang dikeluarkannya,Tak heran jika Bata salah satu produk yang banyak di pilih dari sebagian orang orang untuk menunjang penampilan dalam kehidupan sehari harinya.
Memiliki Daya Pakai Produk yang Kuat dan Tahan lama	Dengan bahan bahan yang terkandung didalamnya dalam bentuk sepatu atau sandal ini,contoh kecilnya dengan penggunaan kulit berkualitas dalam sebuah sepatu atau sandal tersebutlah

	produk ini bisa bersaing di pasaran global pada umumnya.
--	--

Sumber : Hasil olahan data survey awal penelitian, 2023

Latar belakang yang menarik permasalahan seputar perusahaan Bata ini telah menarik minat para peneliti, mendorong peneliti untuk mempelajari studi mendalam tentang keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, fokus penelitian ini berkisar pada pemeriksaan dan pemahaman faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen ketika membuat pilihan terkait produk atau layanan perusahaan tertentu dengan tajuk **“Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata Di Kota Batam.”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, adapun identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Promosi yang kurang diminati konsumen dalam penawarannya
2. Penawaran promosi yang dilakukan perusahaan kurang efektif
3. Kurangnya daya tarik konsumen terhadap produk perusahaan
4. Target perusahaan masih ada yang belum tercapai

1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi karena masalah biaya, usaha serta waktu. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Fokus penelitian pada variable yang peneliti gunakan yaitu promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu bata Di DC Mall
2. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah pembeli sepatu bata Di DC Mall

1.4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang ada pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Sepatu Bata Di Kota Batam?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Sepatu Bata Di Kota Batam?
3. Apakah Promosi serta Kualitas Produk berpengaruh secara bersama-sama pada keputusan pembelian di Toko Sepatu Bata Di Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ada pada penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembeliandi Toko Sepatu Bata di Di Kota Batam
2. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Sepatu Bata Di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui apakah Promosi serta Kualitas Produk berpengaruh secarabersama sama pada keputusan pembelian di Toko Sepatu Bata Di Kota Batam

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menambah serta mewujudkan pemahaman, informasi serta pengetahuan pada pihak-pihak yang membutuhkan.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman serta pengetahuan yang baru agar bisa dimanfaatkan untuk acuan agar bisa memaksimalkan aktivitas belajar penulis.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk memperkaya pemahaman, khususnya dalam lingkup program studi Manajemen. Tujuannya adalah agar temuan-temuan tersebut menjadi tambahan bagi koleksi perpustakaan Universitas Putera Batam, sehingga menjadi sumber yang dapat dipergunakan sebagai acuan bagi mahasiswa saat ini dan masa depan. Dengan membuat penelitian ini mudah diakses, diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan akademik dan berbagi pengetahuan di antara sesama mahasiswa, yang pada akhirnya menumbuhkan budaya pembelajaran dan keunggulan penelitian dalam komunitas universitas..

3. Bagi Objek Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan oleh pihak perusahaan sepatu Bata.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi serta pengetahuan dan memberikan manfaat bagi perkembangan untuk penelitian seterusnya.