

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian Indonesia (Susilo, 2008). Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, UMKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi. Saat ini, UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia. UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia, dimana UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur. Selain itu UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia.

Sementara itu, Menneg Koperasi dan UMKM 2009, Suryadharma Ali menyatakan bahwa industri kulit dan produk kulit sebagian besar merupakan bagian dari UKM. Industri kulit UKM ini mampu menyerap sebanyak 243.000 tenaga kerja atau sekitar 70% tenaga kerja industri kulit. Saat ini, industri kulit Indonesia terdapat di Bandung, Sidoarjo, Garut, Bogor, Magetan, Papua, Jakarta, Makassar, dan Medan. (Suryadharma Ali, 2009)

Kementerian Perindustrian mencatat tren laju pertumbuhan kelompok industri alas kaki, kulit dan barang dari kulit terus meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2018, sektor tersebut mampu tumbuh hingga 9,42% atau naik signifikan dibanding 2017 yang berada di angka 2,22%. (<https://kemenperin.go.id/artikel/20628/Daya-Saing-Industri-Alas-Kaki-Nasional-Terus-Menanjak-di-Kancah-Global> diakses pada 21 Februari 2020)

Pertumbuhan industri ini tak lepas dari kreativitas para pengrajin yang tersebar di berbagai sentra. Oleh karena itu industri kulit menjadi sektor yang menjadi salah satu prioritas agar dapat berdaya saing global dan memberi kontribusi signifikan bagi perekonomian nasional. Lalu, kulit merupakan salah satu bahan mentah yang digunakan sebagai bahan utama dalam industri perkulitan dan karya seni. Kulit dapat diolah menjadi kulit jadi (*leather*). Selain produk yang berasal dari kulit, ada lagi produk yang berasal dari kulit imitasi. Hal ini dikarenakan produk kulit imitasi juga telah memiliki pangsa pasar sendiri, yang harganya lebih murah dari kulit asli.

Monze Leather merupakan suatu usaha mikro yang bergerak dibidang industri pengolahan kerajinan kulit. Monze Leather merupakan *brand* yang membuat produk kerajinan kulit lokal yang berdiri sejak tahun 2016 dan berbasis di kota Bandung. Adapun produk yang ditawarkan oleh Monze Leather seperti ikat pinggang, dompet, *identity holder*, *card holder* dengan kisaran harga mulai dari Rp 99.000 - Rp 450.000.

Monze Leather ini memiliki visi untuk dapat menghasilkan produk yang *value for money*. Visi tersebut bertujuan agar dapat menghasilkan produk-produk kerajinan kulit yang berkualitas namun dengan harga yang terjangkau pada pasar di kelasnya. Monze Leather juga menggunakan beberapa saluran distribusi penjualan dengan cara menjual di berbagai situs penjualan online seperti *e-commerce* Tokopedia, Instagram dan juga memiliki situs web resmi sendiri, selain itu Monze Leather juga sudah berkerja sama dengan salah satu store *fashion* yaitu *The Goods Dept* yang berlokasi di berbagai mal di Jakarta, Monze Leather pun rutin mengikuti berbagai acara-acara pameran sehingga konsumen dapat mudah mengenali dan mendapatkan produk ini.

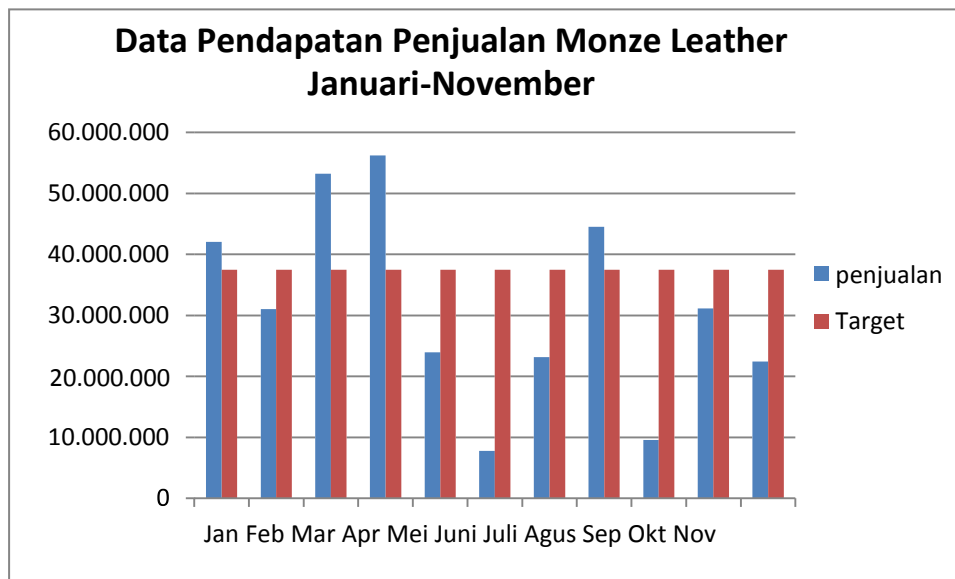
Produk yang saat ini menjadi prioritas penjualan Monze Leather adalah *identity holder*, dengan kisaran harga produk mulai dari Rp 99.000 – Rp 179.000. Produk ini menjadi prioritas penjualan dari Monze Leather karena produk ini memiliki permintaan penjualan paling tinggi. Oleh karena itu, dalam penelitian mengangkat *identity holder* sebagai objek utama.



**Gambar 1.1 Produk Identity Holder Monze Leather**

**Sumber: *Market place* (Tokopedia, 2019)**

Pada Gambar 1.2 dapat dilihat jumlah data penjualan dari berbagai katalog produk yang ada pada Monze Leather dari bulan Januari sampai bulan November 2019.



**Gambar 1.2 Data Penjualan Monze Leather**  
**Sumber: Taufik (2019)**

Berdasarkan Gambar 1.2 dapat diketahui target yang ditetapkan oleh Monze Leather setiap bulannya adalah sebesar Rp 37.000.000. Namun pada data tersebut terdapat ketidak konsistenan pendapatan di beberapa bulan pada 2019. Sehingga, hal ini menjadi salah satu hambatan yang dihadapi oleh Monze Leather. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan tidak sesuai target, salah satunya yaitu kompetitor produk pada Voyej Leather memiliki segmentasi pasar yang sama, namun di sisi lain Voyej Leather sudah terlebih dahulu berdiri dibanding dengan Monze Leather yakni pada tahun 2011. Salah satunya Voyej Leather memiliki bahan dengan kualitas premium, yang menyebabkan tingkat popularitas menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu, Voyej Leather menjadi *leader* pada segmentasi ini. Untuk memastikan hal tersebut, dilakukan wawancara secara langsung dengan pihak Monze Leather untuk mengetahui *brand* apa saja yang dianggap sebagai kompetitor. Berdasarkan hasil wawancara, terdapat 3 *brand* yang memiliki kemiripan segmen dari segi harga dan desain. Berikut data 3 *brand* dengan segmen pasar yang sama:

**Tabel 1.1 Perbandingan dengan Kompetitor**

No	Brand	Harga	Jenis
1	Voyej	Rp 175.000 – Rp 2.899.000	<i>Fashion accessories</i>
2	Monze Leather	Rp 99.000 - Rp 400.000	<i>Fashion accessories</i>
3	Borngoods	Rp 100.000 – Rp 885.000	<i>Fashion accessories</i>
4	Braowgoods	Rp 150.000 – Rp 3.000.000	<i>Fashion accessories</i>

**Sumber: Market place (Tokopedia, 2019)**

Berdasarkan tabel 1.1 digambarkan bahwa terdapat 3 *brand* yang menjadi kompetitor dari Monze Leather, yakni Voyej, Borngoods, dan Braowgoods. Namun, jika produk dari Monze Leather dibandingkan dengan 3 produk *brand* tersebut. Harga dari produk Monze Leather cenderung lebih terjangkau.

**Tabel 1.2 Hasil Penjualan Monze Leather dan Kompetitor**

No	Nama merek	Total terjual
1	Voyej Leather	4.500
2	Braowgoods	40
3	Borngoods	640
4	Monze Leather	733

**Sumber: Market place (Tokopedia, 2019)**

Dari tabel 1.2 dapat diketahui bahwa hasil penjualan dari Voyej Leather jauh lebih tinggi daripada hasil penjualan Monze Leather. Dikarenakan tingkat popularitas yang dimiliki oleh Voyej Leather lebih tinggi, dikarenakan Voyej Leather sudah terlebih dahulu berdiri pada tahun 2011, sehingga memiliki unsur kepercayaan yang tinggi pada pelanggan.

Di sisi lain, pada Braowgoods kekurangannya adalah produk yang dimiliki kurang variatif. Di sisi lain pada Borngoods kelebihanannya ialah fitur pada produknya cenderung lebih banyak daripada Monze Leather.

Adapun dalam penelitian ini telah dilakukan wawancara langsung kepada pihak Monze Leather. Hasil dari wawancara tersebut menghasilkan bahwa Monze Leather memiliki hambatan dalam melakukan *development* produk terhadap selera pasar (preferensi konsumen). Dikarenakan, produk yang ada di Monze Leather sudah terlalu lama tidak dikembangkan. Hal tersebut menggambarkan bahwa hambatan yang dimiliki oleh Monze Leather terdapat pada produknya. Sehingga, penelitian ini akan membantu pihak Monze Leather untuk mencari atribut dan taraf atribut sesuai dengan preferensi konsumen, yang selanjutnya akan dijadikan rekomendasi kepada pihak Monze Leather untuk menghasilkan produk baru. Untuk dapat mengetahui tingkat preferensi konsumen menilai kebutuhan terhadap kualitas dari produk *identity holder* pada Monze Leather, maka dilakukan survei pendahuluan dengan harapan menghasilkan sebuah produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Survei pendahuluan ini dibuat untuk ditujukan kepada konsumen yang telah membeli produk *identity holder* dengan menggunakan data pelanggan yang sudah ada di Monze Leather. Survei pendahuluan yang digunakan adalah dengan cara wawancara secara *online* menggunakan *social media* dan juga dengan wawancara langsung pada konsumen. Pada survei pendahuluan ini melibatkan konsumen sebanyak 10 responden. Berdasarkan hasil tanggapan dari survei pendahuluan mengenai pandangan konsumen terhadap kualitas produk maka dihasilkan sebuah data yakni sebagai berikut :

**Tabel 1.3 Presentase Keluhan Pelanggan Monze Leather**

No	Keluhan Pelanggan	%
1	Warna dari produk <i>identity holder</i>	40%
2	Kurangnya variasi dari desain yang dimiliki produk <i>identity holder</i>	60%
3	Terbatasnya fitur pada produk <i>identity holder</i>	40%
4	Masih kerap ada sedikit kecacatan dalam produk <i>identity holder</i>	20 %

**Sumber: Hasil Rekapitulasi Wawancara terhadap Konsumen**

Berdasarkan latar belakang permasalahan dari keluhan yang ada dari konsumen pada survei pendahuluan terlihat dimana warna, desain, dan fitur mengarah kepada perbaikan produk. Maka, dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah pada produk *identity holder* di Monze Leather sebagai bahan penelitian untuk dapat memperbaiki atribut yang masih menjadi keluhan konsumen.

## **I.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka menghasilkan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa saja kombinasi atribut yang dianggap penting oleh konsumen ketika akan membeli sebuah produk *identity holder* pada Monze Leather?
2. Bagaimana perbandingan antara atribut yang dimiliki oleh Monze Leather dengan preferensi konsumen?
3. Bagaimana rekomendasi perbaikan atribut produk Monze Leather yang tepat agar dapat menarik konsumen?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kombinasi atribut apa saja yang dianggap penting oleh konsumen ketika akan membeli *identity holder* pada Monze Leather
2. Mengetahui perbandingan antara atribut yang dimiliki oleh Monze Leather dengan preferensi konsumen
3. Menyusun rekomendasi perbaikan produk Monze Leather yang tepat agar dapat menarik konsumen

## **I.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang akan didapatkan dari penelitian tugas akhir ini adalah :

1. Hasil dari penelitian dapat dijadikan rekomendasi kepada Monze Leather untuk mengetahui atribut apa saja yang dianggap penting dari masing-masing konsumen terhadap *development* produk dari Monze Leather
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran bagi perusahaan untuk memberikan masukan terkait konsep pemasaran (*marketing*) agar perusahaan akan meningkatkan citra positif di mata konsumen

## **I.5 Batasan Penelitian**

Perumusan pembatasan masalah diperlukan agar penelitian ini tidak menjadi terlalu luas dan meyimpang dari tujuan awal. Adapun batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya mengkaji terhadap produk *identity holder* pada Monze Leather.
2. Penelitian ini hanya sampai pada tahap rumusan dan pemberian rekomendasi terhadap hasil dari analisis preferensi konsumen dengan metode *conjoint analysis*.
3. Penelitian ini tidak menghitung hasil biaya dari analisis preferensi pada produk Monze Leather.

## **I.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini dilakukan dengan sistematika sebagai berikut:

### **Bab I Pendahuluan**

Pada bab ini berisi gambaran mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

### **Bab II Landasan Teori**

Pada bab ini dijelaskan terkait studi literatur dan teori-teori yang relevan dengan penelitian, serta terdapat metode pembandingan dan penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai acuan untuk memahami dan memecahkan masalah dari penelitian. Kajian yang menjadi acuan adalah topik mengenai conjoint analysis dan preferensi konsumen

### **Bab III Metodologi Penelitian**

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci yang dituangkan dalam model konseptual dan sistem pemecahan masalah dengan tujuan untuk mendapatkan tahapan yang terstruktur dan sistematis, dimana terdiri dari; tahap pengumpulan data, tahap pengolahan data, tahap analisis data, dan tahap kesimpulan dan saran.

### **Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Pada bab ini berisi tentang seluruh informasi dan data yang diperoleh untuk pengolahan data. Lalu, pada bab ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas dari topik yang diteliti. Dan data-data yang digunakan kemudian diolah untuk kemudian dianalisis pada bab selanjutnya.

## **Bab V Analisis Data**

Pada bab ini dipaparkan analisis dari hasil pengolahan atribut-atribut dan terdapat rekomendasi perbaikan pada atribut berdasarkan preferensi konsumen terhadap produk *identity holder* di Monze *Leather*

## **Bab VI Kesimpulan dan Saran**

Pada bab ini merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan mengenai keseluruhan penelitian yang dilakukan serta saran yang diberikan baik bagi perusahaan maupun pihak lain guna pengembangan penelitian.