

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki sentra industri sepatu dan alas kaki lokal terbesar dan tertua yang berada di Kota Bandung, tepatnya di kawasan Cibaduyut. Cibaduyut merupakan salah satu desa yang terletak di kecamatan Bojongloa Kidul, Kota Bandung. Di kawasan tersebut terdapat banyak pengrajin yang telah memproduksi sepatu dan alas kaki secara turun temurun. Berikut merupakan jumlah unit usaha dan tenaga kerja di industri sepatu dan alas kaki yang dibedakan berdasarkan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) di Kota dan Kabupaten Bandung:

Tabel I. 1 Jumlah Unit Usaha dan Tenaga Kerja

| Jumlah Unit Usaha | KBLI | Jumlah Tenaga Kerja |
|-------------------|-------|---------------------|
| 58 | 15201 | 3.139 |
| | 15202 | 18.249 |
| | 15203 | 61 |
| | 15209 | 15 |

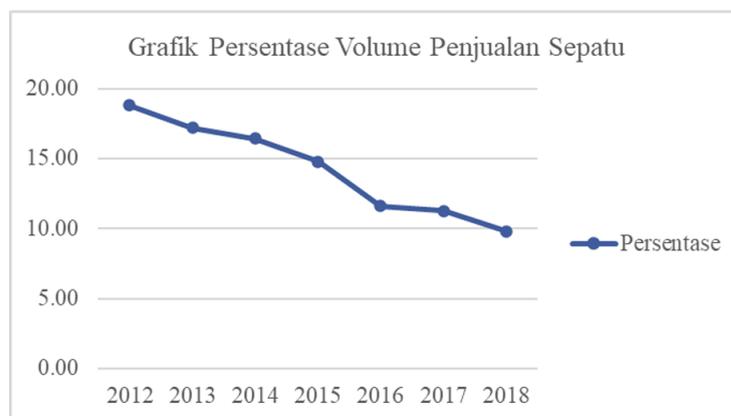
Sumber: Sistem Informasi Industri Nasional (2023)

Tabel I.1 merupakan representasi jumlah unit usaha dan tenaga kerja yang dibedakan berdasarkan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI). KBLI 15201, 15202, 15203, dan 15209 yang berarti KBLI mengacu pada industri alas kaki untuk keperluan sehari-hari, berkaitan dengan industri sepatu olahraga, berkaitan dengan industri sepatu teknik lapangan atau keperluan industri, dan industri sepatu lainnya. Berdasarkan data di atas, dari 58 unit usaha terdapat sebanyak 21.464 tenaga kerja dengan persebaran yang berbeda-beda pada setiap KBLI.

Pada awalnya, para pengrajin di kawasan Cibaduyut memproduksi sepatu berbahan kulit dengan kualitas yang diminati oleh pasar nasional maupun internasional (Widia *et al.*, 2023). Menurut penjelasan salah satu keturunan pengrajin menyatakan bahwa hasil produksi mampu menembus pasar internasional dengan produk yang berkualitas tinggi. Dengan persaingan antar pengrajin yang semakin tinggi, akhirnya banyak produksi rumahan yang tidak hanya memproduksi sepatu kulit formal, tetapi juga sepatu kasual, sepatu olahraga, bahkan hingga sandal dengan desain yang beragam.

Sejak awal berdiri, sentra industri sepatu dan alas kaki Cibaduyut telah melalui proses yang panjang hingga mencapai kondisi saat ini. Cibaduyut tercatat telah beberapa kali mengalami penurunan usaha dan yang terparah terjadi akibat dari pandemi *Covid-19* (Ramadan & Suheri, 2020). Perkembangan digital juga membawa perubahan signifikan dalam memproduksi hingga memasarkan produk, tidak sedikit pengrajin yang mengalami kemunduran usaha (Megawati, 2020). Kemunduran yang terjadi di Cibaduyut, dimulai dari belasan tahun lalu ketika Indonesia mengalami krisis moneter yang menyebabkan kenaikan harga bahan baku sepatu dan alas kaki, sedangkan daya beli masyarakat menurun. Keberadaan kawasan perdagangan bebas ASEAN-China (ACFTA) yang mempermudah produk impor dengan harga yang lebih murah masuk ke Indonesia, sehingga menyebabkan penurunan omzet dan menghambat perkembangan usaha di sentra industri sepatu dan alas kaki Cibaduyut (Reyvandi & Fitria, 2022).

Pada tahun 2016, terdapat banyak unit usaha yang mengalami penurunan volume penjualan 60% hingga 80% yang diakibatkan oleh penerapan kebijakan pasar bebas (Ramadan & Suheri, 2020). Berikut merupakan grafik persentase volume penjualan sepatu di Cibaduyut pada tahun 2012-2018:



Gambar I. 1 Grafik Persentase Volume Penjualan Sepatu di Cibaduyut

Sumber: Ramadan & Suheri (2020)

Gambar I.1 merupakan grafik dari penelitian terdahulu yang berfokus pada kondisi sentra industri kreatif sepatu Cibaduyut. Berdasarkan grafik di atas, dapat dilihat bahwa terjadi penurunan jumlah volume penjualan sepatu di setiap tahun per tahun 2012-2018. Dengan rata-rata persentase penurunan sebesar 10% yang berarti unit-unit usaha hanya memproduksi alas kaki sebanyak 1,5 juta pasang per tahun.

Globalisasi dan digitalisasi merupakan dua faktor yang memberikan dampak signifikan terhadap kemunduran sentra industri sepatu dan alas kaki Cibaduyut (Fadila & Yuniarti, 2021; Widia *et al.*, 2023). Penurunan jumlah penjualan ini juga disebabkan oleh adopsi teknologi yang rendah, melakukan proses bisnis secara konvensional, pengelolaan bisnis berbasis digital dan dukungan ilmu pengetahuan yang minim, serta melakukan kegiatan pemasaran hanya melalui toko *offline* (Setiawati *et al.*, 2022). Keterbatasan sumber daya modal untuk melakukan pemesanan dalam jumlah besar, keterbatasan sumber daya manusia dalam menghadapi digitalisasi, kurangnya sosialisasi, pelatihan, dan pembinaan dari pemerintah terkait pelaksanaan digitalisasi produk UMKM juga menjadi faktor penyebab kemunduran yang dialami sentra industri sepatu Cibaduyut Bandung (Lestari & Noviaristanti, 2023).

Berdasarkan hasil observasi secara langsung ke Cibaduyut, pengrajin yang ada masih melakukan hampir seluruh proses secara konvensional, mulai dari produksi hingga pemasaran, sehingga sulit mengikuti perkembangan era digital yang semakin pesat. Untuk mengidentifikasi hal-hal lain yang menjadi faktor kemunduran sentra industri sepatu dan alas kaki Cibaduyut, dilakukan *in-depth interview* dengan ketua ASPAK Jawa Barat. Berikut merupakan rekapitulasi hasil *in-depth-interview*:

Tabel I. 2 Identifikasi permasalahan

| No. | Identifikasi Permasalahan |
|-----|--|
| 1. | Tidak menunjukkan keunggulan produk dari pesaing |
| 2. | Tidak mengikuti tren yang ada |
| 3. | Pengetahuan pasar rendah |
| 4. | Keterbatasan jumlah pengrajin |
| 5. | Kualitas sumber daya manusia menurun |
| 6. | Pengetahuan teknologi digital rendah |
| 7. | Penguasaan <i>digital marketing</i> rendah |
| 8. | Kemampuan mengakses media sosial rendah |

Selain itu, dilakukan *in-depth interview* dengan beberapa pengrajin sepatu dan alas kaki untuk mengetahui kendala yang dialami selama menjalani usaha di era perkembangan teknologi digital saat ini. Beberapa narasumber pada *in-depth interview* merupakan keturunan para pengrajin Cibaduyut serta pemilik unit usaha sepatu dan alas kaki. Berikut merupakan hasil *in-depth interview* bersama dengan

beberapa narasumber:

Tabel I. 3 Kendala Usaha

| Narasumber Ke- | Profil | Kendala Usaha |
|----------------|--|--|
| 1 | Keturunan pengrajin dan pemilik unit usaha | Toko <i>offline</i> semakin mengalami penurunan penjualan |
| | | Kekurangan regenerasi pengrajin |
| | | Kesulitan mempelajari teknologi digital |
| | | Pengelolaan data internal dilakukan secara manual menggunakan pembukuan |
| 2 | Keturunan pengrajin | Rendahnya keterampilan dalam memahami teknologi digital |
| | | Pengetahuan terhadap kebutuhan pasar rendah |
| | | Belum menyesuaikan cara promosi dengan memanfaatkan teknologi yang ada |
| | | Tidak mampu mengoptimalkan penerapan teknologi digital dengan baik (Contoh: <i>website</i>) |
| 3 | Keturunan pengrajin dan pemilik unit usaha | Pemahaman <i>digital marketing</i> rendah |
| | | Kesulitan membagi tugas pada karyawan yang sesuai dengan pekerjaannya |
| | | Kekurangan sumber daya manusia yang terampil dalam menggunakan <i>digital marketing</i> |
| | | Keterbatasan akses sarana dan prasarana teknologi digital |
| 4 | Keturunan pengrajin dan pemilik unit usaha | Memiliki media sosial tetapi tidak dikelola dengan baik |
| | | Sulit menyesuaikan proses bisnis dengan tuntutan perubahan |
| | | Tidak menggunakan cara kreatif untuk memasarkan produk |
| | | Tidak memiliki sumber daya yang memahami cara menganalisis keefektifan <i>digital marketing</i> yang digunakan |
| 5 | Keturunan pengrajin | Melakukan hampir semua pekerjaan secara manual |
| | | Tertinggal dengan penjual yang melakukan penjualan dengan <i>digital marketing</i> |
| | | Belum mendapat pelatihan yang mendorong penggunaan <i>digital marketing</i> |
| 6 | Keturunan pengrajin | Keterampilan dalam menggunakan teknologi digital rendah |
| | | Toko <i>offline</i> kalah dengan toko <i>online</i> |
| | | Penggunaan media digital antar unit usaha tidak merata |
| | | Perangkat teknologi masih terbatas |

Berdasarkan Tabel 1.3, keterampilan dalam menggunakan teknologi digital dan

pemanfaatan *digital marketing* merupakan dua faktor kendala yang paling sering dihadapi oleh para pengrajin. Kendala tersebut menjadi alasan untuk melakukan *in-depth interview* dengan dua unit usaha sepatu dan alas kaki yang mampu beradaptasi dengan perkembangan digital saat ini. Hal ini dilakukan untuk membandingkan faktor-faktor apa saja yang dapat diterapkan oleh para pengrajin di Cibaduyut agar dapat mengikuti perkembangan di era digital saat ini.

Unit usaha pertama merupakan merek lokal yang memproduksi sepatu buatan tangan (*handcraft*) berbahan dasar kulit dan dapat didaur ulang. Unit usaha kedua merupakan merek lokal yang memproduksi alas kaki dan aksesoris wanita dengan desain yang unik dan beragam. Kedua unit usaha tersebut memiliki fokus produksi dengan preferensi yang berbeda, namun memiliki kesamaan dalam proses pemasaran dan penjualan produk, yaitu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi digital. Berikut merupakan penilaian yang diberikan pembeli terhadap kedua unit usaha:

Tabel I. 4 Penilaian Pembeli di *Marketplace* terhadap Unit Usaha

| Unit Usaha | Marketplace | Penilaian | Jumlah Pembeli | Sumber |
|-------------------|-------------|--------------|----------------|---|
| Koku Footwear | Shopee | 4,9 dari 5,0 | > 2 ribu | https://shopee.co.id/kokufootwear |
| | Tokopedia | 4,9 dari 5,0 | > 4 ribu | https://tokopedia.link/kokufootwear |
| Adorable Projects | Shopee | 4,9 dari 5,0 | > 550 ribu | https://shopee.co.id/adorableproject |
| | Tokopedia | 4,9 dari 5,0 | > 5 ribu | https://tokopedia.link/adorableprojects |

Hasil *in-depth interview* ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi para pengrajin di Cibaduyut untuk dapat berkembang. Berikut merupakan rekapitulasi hasil *in-depth interview* dengan kedua unit usaha:

Tabel I. 5 Faktor Perkembangan Unit Usaha

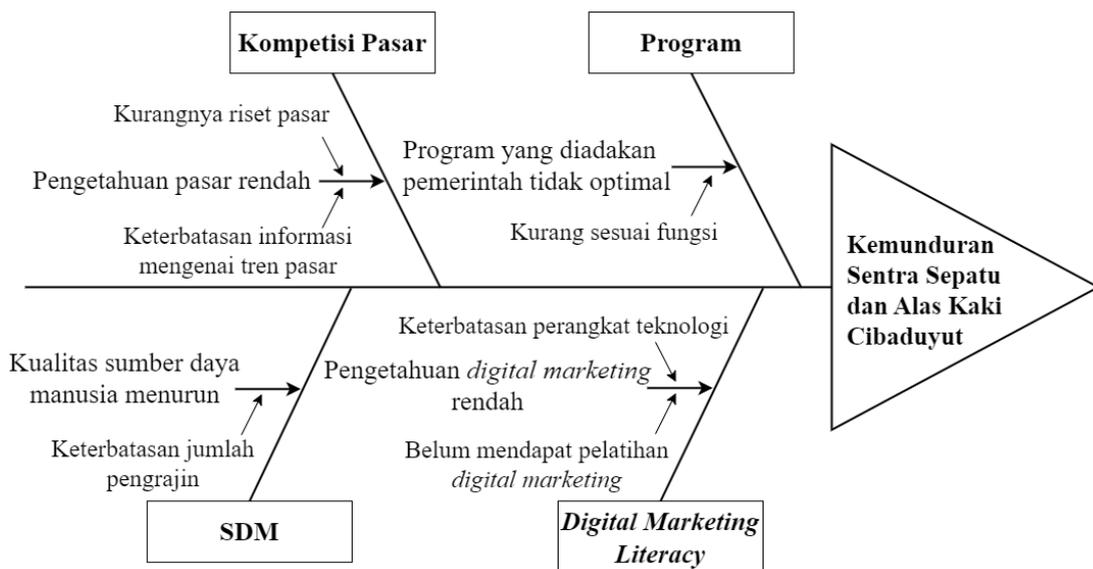
| No. | Faktor Perkembangan Unit Usaha |
|-----|---|
| 1. | Sumber daya manusia yang berkualitas |
| 2. | Menggunakan teknologi terkini |
| 3. | Menggunakan perangkat digital |
| 4. | Menggunakan <i>digital marketing</i> secara konsisten |
| 5. | Mengidentifikasi peluang dan keinginan pelanggan |
| 6. | Mengikuti seminar dan kelas berbayar terkait <i>digital marketing</i> |

Tabel I. 6 Faktor Perkembangan Unit Usaha (Lanjutan)

| No. | Faktor Perkembangan Unit Usaha |
|-----|---|
| 7. | Mengintegrasikan hampir seluruh kegiatan dengan teknologi digital |
| 8. | Menggunakan berbagai <i>platform</i> digital |
| 9. | Memiliki struktur organisasi yang jelas |

Berdasarkan temuan sebelumnya mengenai kemunduran sentra industri sepatu dan alas kaki Cibaduyut, faktor perkembangan kedua unit usaha di atas akan dijadikan sebagai dasar perbandingan untuk perbaikan oleh para pengrajin agar dapat bersaing dengan kompetitor yang telah menerapkan *digital marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur *digital marketing literacy* pengrajin sepatu dan alas kaki Cibaduyut. Literasi digital mencerminkan kemampuan individu dalam menggunakan keterampilan digital untuk memproduksi sesuatu dan menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi pendapatan (Öngel *et al.*, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk meningkatkan *digital marketing literacy* pengrajin sepatu dan alas kaki Cibaduyut agar dapat beradaptasi dengan globalisasi dan digitalisasi (Efendi, 2023; Kawira *et al.*, 2019; Olson *et al.*, 2021).

Gambar I.2 di bawah menunjukkan *fishbone diagram* terkait kemunduran sentra sepatu dan alas kaki Cibaduyut. *Fishbone diagram* ini digunakan untuk mengidentifikasi dan menggambarkan faktor-faktor yang menjadi penyebab kemunduran sentra industri sepatu dan alas kaki Cibaduyut secara jelas.



Gambar I. 2 *Fishbone Diagram*

Gambar 1.2 menunjukkan beberapa faktor yang menyebabkan kemunduran sentra

industri sepatu dan alas kaki Cibaduyut, yaitu program, kompetisi pasar, *digital marketing literacy*, dan sumber daya manusia. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi secara langsung, penyebab utama dari permasalahan tersebut adalah rendahnya *digital marketing literacy* pengrajin, sehingga mengakibatkan kemunduran sentra industri sepatu dan alas kaki Cibaduyut.

I.2 Alternatif Solusi

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, akan dilakukan pemilihan alternatif solusi untuk setiap akar permasalahan. Berikut merupakan alternatif solusi yang ditawarkan:

Tabel I. 7 Alternatif Solusi

| No. | Faktor | Akar Permasalahan | Potensi Solusi |
|-----|-----------------------------------|---|---|
| 1. | Program | Program kegiatan yang diadakan pemerintah tidak optimal | Perancangan Program Kegiatan Pada Pengrajin Sepatu dan Alas Kaki |
| | | Program kegiatan kurang sesuai fungsi | |
| 2. | Kompetisi Pasar | Pengetahuan pasar rendah | Perancangan Strategi Pemasaran Pada Pengrajin Sepatu dan Alas Kaki |
| | | Kurangnya riset pasar | |
| | | Keterbatasan informasi mengenai tren pasar | |
| 3. | <i>Digital Marketing Literacy</i> | Pengetahuan <i>digital marketing</i> rendah | Perancangan Peningkatan <i>Digital Marketing Literacy</i> Pada Pengrajin Sepatu dan Alas Kaki |
| | | Keterbatasan perangkat teknologi | |
| | | Belum mendapat pelatihan <i>digital marketing</i> | |
| 4 | SDM | Kualitas sumber daya manusia menurun | Perancangan Manajemen SDM Pada Pengrajin Sepatu dan Alas Kaki |
| | | Keterbatasan jumlah pengrajin | |

Berdasarkan Tabel 1.7 di atas, terdapat beberapa alternatif solusi yang mungkin untuk mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi pengrajin sepatu dan alas kaki Cibaduyut. Langkah selanjutnya, yaitu memberikan bobot pada setiap potensi solusi untuk menentukan solusi yang memiliki bobot tertinggi dan akan menjadi prioritas dalam penelitian ini dengan rentang skala 1 hingga 5. Berikut merupakan bobot nilai dari setiap potensi solusi:

Tabel I. 8 Skala Penilaian Potensi Solusi

| No. | Potensi Solusi | Penilaian Kriteria (Skala 1-5) | | | | Total Nilai |
|-----|---|--------------------------------|-------------------------|----------------------|--------------------------------|-------------|
| | | Memberikan Dampak Signifikan | Relatif Mudah Dilakukan | Biaya Relatif Rendah | Waktu Pengerjaan Relatif Cepat | |
| 1. | Perancangan Program Kegiatan | 5 | 2 | 3 | 3 | 13 |
| 2. | Perancangan Strategi Pemasaran | 4 | 3 | 2 | 2 | 11 |
| 3. | Perancangan Peningkatan <i>Digital Marketing Literacy</i> | 5 | 3 | 4 | 3 | 15 |
| 4. | Perancangan Manajemen SDM | 4 | 3 | 3 | 2 | 12 |

Pada Tabel 1.8 di atas, potensi solusi yang memiliki bobot paling besar adalah perancangan peningkatan *digital marketing literacy* pada pengrajin sepatu dan alas kaki Cibaduyut. Dengan total nilai terbesar yang didapatkan adalah 15 poin, sehingga potensi solusi tersebut dapat dijadikan sebagai acuan prioritas pada penelitian ini.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja atribut kebutuhan peningkatan *digital marketing literacy* pengrajin sepatu dan alas kaki Cibaduyut?
2. Apa saja atribut kebutuhan yang menjadi *True Customer Needs* untuk peningkatan *digital marketing literacy* pengrajin sepatu dan alas kaki Cibaduyut?
3. Apa saja rancangan rekomendasi yang dapat digunakan untuk peningkatan *digital marketing literacy* pengrajin sepatu dan alas kaki Cibaduyut?

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah, dapat ditentukan tujuan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi atribut kebutuhan yang digunakan untuk peningkatan *digital marketing literacy* pengrajin sepatu dan alas kaki Cibaduyut.
2. Mengidentifikasi atribut kebutuhan yang menjadi *True Customer Needs* untuk peningkatan *digital marketing literacy* pengrajin sepatu dan alas kaki Cibaduyut.
3. Membuat rancangan rekomendasi yang dapat digunakan untuk peningkatan *digital marketing literacy* pengrajin sepatu dan alas kaki Cibaduyut.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Pengrajin Sepatu dan Alas Kaki Cibaduyut
Dapat dijadikan sebagai saran bagi pengrajin sepatu dan alas kaki Cibaduyut untuk meningkatkan *digital marketing literacy* dan penerapannya.
2. Bagi Peneliti
Dapat memberikan ilmu yang bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk digunakan pada penelitian selanjutnya.

I.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai gambaran umum objek yang dibahas, gambaran latar belakang permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin sepatu dan alas kaki Cibaduyut, penjelasan data yang digunakan untuk mendukung penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian bagi pengrajin sepatu dan alas kaki Cibaduyut, manfaat bagi peneliti, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi penjelasan mengenai teori-teori dasar dan literatur yang relevan dengan permasalahan yang sedang dibahas dan akan menampilkan hasil penelitian-penelitian terdahulu dengan pembahasan topik yang sama. Dalam penelitian ini, kajian yang akan menjadi acuan adalah topik mengenai model *digital marketing* dan *Refined Kano*.

BAB III METODOLOGI PENYELESAIAN MASALAH

Bab ini berisi penjelasan mengenai tahapan yang digunakan dalam penelitian. Dimulai dari tahapan awal untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang terjadi pada objek penelitian, yaitu kemunduran sentra industri sepatu dan alas kaki Cibaduyut.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi penjelasan mulai dari proses pengumpulan data dengan terlebih dahulu melakukan identifikasi atribut kebutuhan melalui studi literatur dan *in-depth interview*, pengelompokan atribut kebutuhan, perancangan kuesioner model *digital marketing* dan Kano, *pretest*, penyebaran kuesioner kepada pengrajin sepatu dan alas kaki Cibaduyut, hingga melakukan pengolahan data dengan menggunakan integrasi model *digital marketing* dan *Refined Kano* untuk mendapatkan *True Customer Needs* (TCN) yang dijadikan sebagai rancangan rekomendasi.

BAB V ANALISIS

Bab ini berisi analisis hasil pengolahan data yang diuraikan secara sistematis, sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Proses verifikasi hasil rancangan akan dilakukan dengan memeriksa TCN yang diperoleh dari penelitian terdahulu dan menganalisis hasil perancangan sistem terintegrasi hingga didapatkan hasil rancangan rekomendasi. Selanjutnya, akan dilakukan proses validasi dan evaluasi untuk memastikan hasil rancangan rekomendasi dapat

memenuhi harapan pengrajin sepatu dan alas kaki Cibaduyut.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah selesai dilakukan sebagai jawaban dari rumusan masalah yang ditentukan pada bab sebelumnya. Pada bagian akhir penelitian, terdapat saran untuk pengrajin sepatu dan alas kaki Cibaduyut serta untuk penelitian selanjutnya.