

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam menjalankan kehidupannya, manusia memiliki berbagai macam kebutuhan, baik itu berupa kebutuhan material maupun nonmaterial. Dengan adanya kebutuhan tersebut, maka setiap manusia akan berusaha memperoleh dan menggunakan kebutuhan itu sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan. Pada dasarnya produk yang ditawarkan adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Jadi seseorang dalam melakukan suatu pembelian bukan hanya sekedar membeli barang atau jasa tersebut, melainkan mereka dapat menggunakan sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Dengan kata lain konsumen membeli produk bukan hanya karena fisiknya tetapi juga karena kegunaannya. Menurut Suprptowo, (2007) Tentunya tidak hanya memperhatikan produk yang berkualitas saja, namun harga yang lebih murah dan memiliki pelayanan yang lebih baik akan menjadi incaran para konsumen.

Dalam lingkungan bisnis saat ini, satu-satunya kondisi yang tetap adalah perubahan. Globalisasi telah melahirkan sejumlah konsep, cara berpikir, dan strategi baru dalam dunia bisnis. Menurut Rayon (2007), terdapat tujuh aspek dasar yang harus dicapai oleh sebuah organisasi bisnis dalam kompetisi yang ketat saat ini, yaitu : 1) konsumen tepat sasaran, 2) kualitas produk dan layanan terbaik melalui penguasaan teknologi terbaru, 3) adanya diferensiasi produk dan layanan dengan pesaing, 4) *positioning* produk dan perusahaan sebagai penggerak pasar, 5) kecepatan penetrasi pasar, 6) SDM dengan kualitas tinggi yang dapat bekerja secara tim, dan 7) kepemimpinan yang dapat beradaptasi dalam kondisi yang selalu berubah-ubah. produk kreatif adalah produk yang sudah ada dan kemudian diperbaiki, sedangkan produk inovatif adalah produk yang dirancang berdasarkan penemuan baru.

Sektor industri alas kaki Indonesia relatif baru dan mulai merangkak, kalau dibandingkan dengan sektor yang sama di korea selatan yang sudah berusia 15 tahun. Industri ini benar – benar dikatakan memasuki tahap industrialisasi baru dimulai sejak tahun 1989. Sejak itu investasi, produksi dan ekspor meningkat. (Rayon, 2007)

Pada tahun 1983 jumlah pabrik alas kaki baru tercatat sekitar 55 buah dan belum bisa dikatakan masuk tahap industrialisasi karena teknologi yang digunakan masih sangat sederhana dan hanya bisa dipasarkan dalam negeri, walaupun ada untuk ekspor jumlah relative kecil.

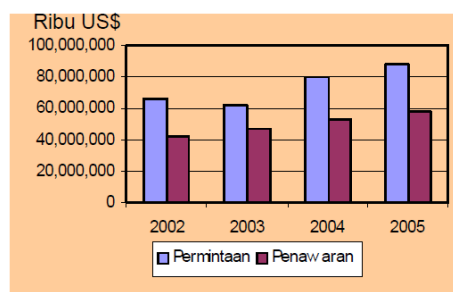
Mulai tahun 1990 jumlah pabrik alas kaki berkembang pesat, karena kelompok industri mempunyai keunggulan komparatif yang lebih besar dibandingkan dengan kerugian komparatif. Upah tenaga kerja yang murah sejauh ini masih dapat dinilai sebagai keunggulan komparatif.

Apabila diasumsikan pertumbuhan kebutuhan dan penawaran dari tahun 2006 – 2010 adalah sama dengan kondisi periode 2002 – 2005, maka proyeksi potensi/peluang pasar alas kaki terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel. 1.1 Proyeksi Permintaan dan Penawaran (Ribuan Triliun Rupiah)

No.	Uraian	2005	2006	2007	2008	2009	2010
A	Permintaan						
1	Sepatu Olah Raga	6,899,980	7,491,308	8,133,313	8,830,338	9,587,098	10,408,713
2	Sepatu Kulit	44,171,184	49,007,929	54,374,297	60,328,282	66,934,229	74,263,527
3	Alas Kaki Lainnya	16,828,868	18,792,797	20,985,916	23,434,973	26,169,834	29,223,854
4	Komponen	5,260,800	5,469,654	5,686,799	5,912,565	6,147,294	6,391,341
	TOTAL	73,160,832	80,761,688	89,180,326	98,506,158	108,838,455	120,287,435
B	Penawaran						
1	Sepatu Olah Raga	9,853,031	10,961,497	12,194,665	13,566,565	15,092,804	16,790,744
2	Sepatu Kulit	38,745,265	43,243,590	48,264,171	53,867,641	60,121,675	67,101,801
3	Alas Kaki Lainnya	13,711,424	15,482,940	17,483,336	19,742,183	22,292,873	25,173,112
4	Komponen	5,808,457	6,086,101	6,377,017	6,681,838	7,001,230	7,335,889
	TOTAL	68,118,177	75,774,128	84,319,189	93,858,228	104,508,581	116,401,546
C	Potensi Pasar						
1	Sepatu Olah Raga	(2,953,051)	(3,470,189)	(4,061,352)	(4,736,227)	(5,505,705)	(6,382,032)
2	Sepatu Kulit	5,425,919	5,764,338	6,110,126	6,460,641	6,812,555	7,161,726
3	Alas Kaki Lainnya	3,117,444	3,309,857	3,502,580	3,692,790	3,876,961	4,050,742
4	Komponen	(547,657)	(616,447)	(690,218)	(769,273)	(853,936)	(944,548)
	TOTAL	5,042,655	4,987,559	4,861,136	4,647,931	4,329,874	3,885,889

Sumber : Trademap, ITC



Gambar 1.1 Grafik Proyeksi Permintaan dan Penawaran (Ribuan Triliun Rupiah)

Sumber : Trademap, ITC

Berdasarkan data bahwa dalam tahun 2006 ekspor alas kaki nasional mengalami peningkatan sebesar 12,20 persen terhadap tahun 2005 dan mengingat kebutuhan alas kaki dunia yang masih tumbuh walaupun pertumbuhan penawaran lebih besar dari permintaan, maka ekspor alaskaki nasional sampai tahun 2010 diproyeksikan sebagaimana terlihat pada tabel dibawah ini

Tabel . : 1.2. Proyeksi Ekspor Alas kaki oleh Kementrian Perindustrian

Uraian	Tahun					Pertumbuhan (%)
	2006	2007	2008	2009	2010	
Kebutuhan dunia (ribu US\$)	80,761,688	89,180,326	98,506,158	108,838,455	120,287,435	10.30
Ekspor alas kaki Indonesia (ribu US\$)	1,599,760	1,798,351	2,017,750	2,263,915	2,540,113	12.20
Pangsa Pasar (%)	1.98	2.01	2.05	2.08	2.11	

Sumber: Depperin: Road Map Industri Alas Kaki - 2007

Kemudian sekarang daya saing produk tekstil , alas kaki di Indonesia dipasar dunia masih cukup tinggi. Neraca perdagangan untuk produk tersebut mengalami surplus US\$6,9 milyar pada tahun 2008 (56% dari total ekspor US\$12,2 m). Pada 2009, Surplus perdagangan sempat mencapai 80% dari total ekspor.



Gambar 1.2 Surplus Ekspor Alas Kaki

Industri alas kaki di indonesia adalah industri yang selalu memiliki peluang yang baik karena memiliki pangsa pasar yang sangat luas. Melihat dari kebutuhan setiap individu dari segala usia yang menjadikan alas kaki sebagai salah satu kebutuhan utama mereka. Seperti yang dikatakan Ketua Asosiasi Penyamak Kulit Indonesia (Apeki) Senjaya, bahwa industri sepatu kulit dalam negeri harus banyak ditingkatkan. Dengan

menghitung penduduk Indonesia kurang lebih 238 juta. Dianggap 30 persen yang dipakai sepatu, jadi kurang lebih 80 persen orang Indonesia membutuhkan sepatu. Ditambah lagi satu orang punya dua sampai tiga pasang sepatu. Jadi kebutuhan sepatu mencapai 240 juta per tahun.

Dari uraian diatas peneliti melihat adanya peluang pasar dikota Bangkalan khususnya di Universitas Trunojoyo Madura, karena target awal pasar adalah UTM untuk memasarkan alas kaki, disamping itu satu orang mahasiswa pasti membutuhkan satu buah alas kaki tidak jarang juga satu orang memiliki dua buah alas kaki atau lebih. Namun seperti yang dikatakan oleh Rayon (2007), bahwa Sebuah produk baru dikatakan berhasil apabila memiliki atribut yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan berhasil dalam pemasaran. Cukup sering terdengar contoh pengembangan produk baru yang tidak berhasil menembus pasar karena kesalahan dalam atribut produk maupun pemasarannya, misalnya ketidaksesuaian dengan kebutuhan atau selera masyarakat, kesalahan dalam mengkomunikasikan produk, memposisikan produk, penentuan harga maupun dalam pendistribusiannya.

Maka dari itu agar pengembangan produk alas kaki ini berhasil dan sukses maka peneliti harus mengetahui atribut – atribut seperti apa yang dibutuhkan konsumen. Peneliti akan menggunakan metode Analisis Multivariat Konjoin. Metode Analisis Konjoin adalah suatu teknik analisis yang dapat digunakan untuk menentukan tingkat kepentingan yang relative berdasarkan persepsi pelanggan yang dibawa oleh suatu produk tertentu dan nilai kegunaan yang muncul dari atribut-atribut produk terkait. (Simamora, 2005).

1.2. Perumusan Masalah

Lab Sisman melihat adanya peluang pengembangan produk baru berupa sandal dengan keinginan kosumen. Permasalahan yang dihadapi yaitu penentuan atribut produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Guna menjawab permasalahan yang dihadapi Lab Sisman, maka penelitian dimaksudkan untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan - pertanyaan berikut ini :

1. Bagaimana atribut produk sandal yang dibutuhkan konsumen ?

2. Bagaimana desain sandal sesuai atribut produk permintaan konsumen dan *design for manufacturing (DFM)* untuk diterapkan oleh Lab. Sistem Manufaktur ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengidentifikasi atribut produk baru sandal yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.
2. Menyusun desain sandal sesuai atribut produk permintaan konsumen untuk dan *design for manufacturing (DFM)* diterapkan oleh Lab. Sistem Manufaktur
3. Mengetahui kelayakan usaha produk sandal

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberi masukan dalam mengembangkan produk sandal sebagai unit usaha berorientasi profit di Lab.Sistem Manufaktur

1.5 Batasan Masalah

Agar masalah yang dibahas tidak melenceng, diperlukan batasan-batasan permasalahan yaitu sebagai berikut:

1. Pengambilan data diambil dari responden dari Mahasiswa, Dosen, dan Karyawan Universitas Trunojoyo Madura.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah tahapan – tahapan dalam pengerjaan laporan penelitian. Fungsi dari sistematika penelitian adalah untuk mempermudah dalam menyelesaikan laporan. Berikut ini adalah sistematika dari penelitian produk sandal.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan tentang teori teori yang berkaitan dengan topik penelitian skripsi yang akan dilaksanakan yaitu tentang pengembangan produk dengan menggunakan metode analisis multivariate konjoin. Pada teori teori yang ada pada bab ini akan dijadikan sebagai acuan untuk melakukan langkah langkah dari penelitian agar tujuan dari penelitian ini dapat tercapai sesuai yang diharapkan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang tahapan penelitian yang akan dilaksanakan secara sistematis. Pada tahapan ini nantinya bisa menjadi acuan atau pedoman dalam melaksanakan penelitian yang nantinya dapat menyelesaikan permasalahan yang terdapat pada objek penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini mencakup proses pengumpulan data dan pengolahan data yang nantinya dapat digunakana untuk pemecahan masalah yang ada serta menganalisa hasil pengolahan yang bertujuan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi simpulan berdasarkan tujuan yang diambil serta memberikan saran saran kepada perguruan tinggi yang bersangkutan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN