

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring dengan kemajuan teknologi, dunia bisnis saat ini mengalami perubahan yang begitu cepat. Konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan, dan daya beli mereka. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan mengalami persaingan yang begitu ketat karena tuntutan keinginan konsumen yang semakin kompleks. Menurut Kotler (2009), perusahaan dalam memenangkan persaingan harus menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Maka dari itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen.

Pentingnya memahami perilaku konsumen pada akhirnya telah menjadi perhatian berbagai macam industri salah satunya yaitu industri olahraga. Hal ini disebabkan karena meningkatnya kesadaran berolahraga pada tiap individu dalam masyarakat yang berkembang pesat ditandai dengan berkembangnya pusat-pusat olahraga seperti *gym*, lapangan futsal, lapangan sepakbola, *jogging track* di perumahan-perumahan, dan masih banyak lainnya. Olahraga sudah menjadi sebuah kebutuhan yang penting bagi individu-individu modern saat ini karena berolahraga akan membuat tubuh lebih sehat dan mengurangi resiko terkena berbagai macam penyakit. Dapat dibayangkan apabila terkena penyakit dan harus dirawat di rumah sakit, berapa besar biaya yang harus dikeluarkan untuk hal itu.

Olahraga sebagai kebutuhan, inilah yang dibaca oleh perusahaan-perusahaan produsen yang memproduksi sepatu olahraga. Persaingan yang kompetitif pun

ditunjukkan dengan berbagai macam pilihan sepatu yang tersedia di pasar seperti Adidas, Nike, Reebok, Puma, Ardiles dan lain sebagainya.

Seperti yang dijelaskan pada website resmi *Top Brand Award* [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com). *Top Brand Award* adalah sebuah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek yang meraih predikat *Top* atau terbaik. Penghargaan ini diberikan berdasarkan penilaian yang diperoleh dari hasil survei berskala nasional dibawah penyelenggaraan *Frontier Consulting Group*. Top Brand Indeks diukur dengan menggunakan 3 parameter, yaitu *top of mind awareness*, yaitu didasarkan atas merek yang pertama kali disebut oleh responden ketika kategori produknya disebutkan. Kedua, *last used*, yaitu didasarkan atas merek yang terakhir kali digunakan/dikonsumsi oleh responden. Ketiga, *future intention*, yaitu didasarkan atas merek yang ingin digunakan atau dikonsumsi dimasa mendatang.

**Tabel 1.1**  
**Top Brand Index (TBI)**  
**Kategori Sepatu Olahraga Tahun 2014-2016**

Tahun 2014			Tahun 2015			Tahun 2016		
Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP
Nike	22,1%	TOP	Adidas	30,3%	TOP	Adidas	37,4%	TOP
Adidas	12,0%	TOP	Nike	23,3%	TOP	Nike	29,6%	TOP
Eagle	6,3%		Reebok	6,3%		Reebok	3,7%	
Bata	4,8%		Bata	4,3%		Bata	3,6%	
Reebok	4,1%		Eagle	3,7%		Eagle	3,0%	
Fila	3,7%		Ardiles	3,7%				
Ardiles	2,6%							

Sumber: <http://www.topbrand-index.com>, diakses pada 17 Januari 2017 pukul 13.00 WIB

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa selama tiga tahun berturut-turut yaitu tahun 2014, 2015 dan 2016 Adidas dan Nike selalu berada pada posisi Top Brand selama 3 tahun terakhir. Pada tahun 2014 Nike berada pada posisi pertama yaitu sebesar 22,1% yang selanjutnya disusul oleh Adidas sebesar 12,0% dan disusul lagi oleh Eagle 6,3% Bata 4,8 %, Reebok 4,1%, Fila 3,7%, dan Ardiles 2,6% yang bukan merupakan Top Brand. Tetapi pada tahun 2015 Nike mengalami penurunan posisi dan Adidas mengalami kenaikan yaitu sebesar 30,3%, dan disusul oleh Nike sebesar 23,3%, dan selanjutnya disusul oleh merek lainnya. Pada tahun 2016 posisi masih unggul Adidas yang pertama yaitu sebesar 37,4%, dan Nike sebesar 29,6% pada posisi kedua.

Dari beberapa perusahaan sepatu olahraga di atas dapat dilihat bahwa merek Nike dan Adidas merupakan produsen yang mengalami persaingan ketat dalam industri ini. Nike dan Adidas merupakan sepatu terkemuka di dunia. Perusahaan Nike berasal dari Amerika Serikat yang tidak terlepas dari pendiri Nike yaitu Bill Bowerman dan Phil Knight yang didirikan pada tahun 1972. Produk Nike mudah dikenali yaitu dengan logo yang memiliki ciri khas dari Nike, atau dengan logo “Swoosh” dan dengan slogan “Jus Do It”. Nike memasuki pangsa pasar di Indonesia sejak tahun 1988. Sepatu-sepatu yang ditawarkan Nike pada saat itu sepertiganya merupakan produksi langsung dari Amerika Serikat. Namun, selanjutnya produksi sepatu Nike dilakukan di negara-negara Asia, terlebih di China, Vietnam, dan Indonesia yang dikarenakan mengeluarkan biaya produksi yang lebih murah dibandingkan langsung di Amerika Serikat. Sedangkan Adidas merupakan perusahaan sepatu yang berasal dari Jerman. Perusahaan ini dinamakan atas pendirinya yaitu Adolf (Adi) Dessler yang mulai memproduksi sepatu yang didirikan pada tahun 1949. Rancangan sepatu perusahaan ini seperti tiga strip paralel dengan warna yang sama, dan motif yang sama digunakan sebagai logo Adidas. Sebutan Adidas adalah sebuah singkatan dari sebuah kalimat, yaitu “All day I dream about sports” (Tiap hari aku bermimpi tentang

olahraga) pendapat ini disetujui banyak orang mengingat bila tiap huruf pertama dari kata yang terkandung dalam kalimat diambil lalu disusun, akan membentuk kata Adidas dan maknanya yang mendukung semangat olahraga.

Perusahaan-perusahaan Nike dan Adidas dituntut harus memiliki visi, misi, dan tujuan yang benar-benar berorientasi pada konsumen. Konsumen sendiri merupakan kunci utama perusahaan dalam meraih keuntungan dan pangsa pasar yang tinggi sehingga tidak heran bila perusahaan-perusahaan ini berlomba untuk memberikan kepuasan serta kualitas yang terbaik melalui produk yang dipasarkan.

Dari segi kualitas, Nike dan Adidas adalah dua perusahaan sepatu terbesar yang memiliki kualitas produk yang bagus dibenak konsumen seperti sesuai dengan fungsi dan kegunaannya, atau bahkan memiliki keunggulan suatu produk yang sama diharapkan oleh konsumen. Sepatu Nike dan Adidas diproduksi dengan menggunakan bahan yang sangat berkualitas. Material yang dipakai dalam sepatu Nike berupa *flyware* dan *lunar lite foam*. Material ini memiliki fungsi mengurangi beban jenis sepatu sehingga jenis sepatu yang dihasilkan akan ringan dan membuat nyaman para konsumen. Sedangkan material yang dipakai oleh Adidas seperti *full-grain leather*. Material ini berfungsi membuat sepatu lebih lembut dan nyaman saat dipakai. Kedua perusahaan ini saling berlomba dalam menciptakan sepatu dengan kualitas terbaik bagi konsumennya. Karena kualitas produk adalah salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli.

Selain kualitas produk, harga juga merupakan faktor yang menarik bagi konsumen dalam menentukan produk merek sepatu apa yang akan mereka pilih. penetapan harga yang tepat dapat mempengaruhi jumlah produk yang mampu dijual perusahaan. Harga jual antara sepatu Nike dan Adidas memang tidak jauh

berbeda, namun sepatu Adidas cenderung memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan Nike. Dimana harga kedua merek sepatu tersebut berkisar antara Rp.500.000,- sampai dengan 2.500.000,-. Sepatu Nike dan Adidas diproduksi menggunakan bahan yang sangat berkualitas. Desain yang begitu elegan membuat sepatu Nike dan Adidas terlihat mewah sehingga dapat dikatakan bahwa harga yang relatif mahal dari produk sepatu Nike dan Adidas ini sesuai dengan apa yang di dapatkan oleh konsumen yang membeli.

Pada Tabel berikut adalah data penjualan sepatu Nike dan Adidas di Sport Station Chandra Superstore Bandar Lampung periode tahun 2014-2016.

**Tabel 1.2 Data Penjualan sepatu Nike dan Adidas di Sport Station  
Bandarlampung Tahun 2014-2016**

Bulan	2014		2015		2016	
	Nike	Adidas	Nike	Adidas	Nike	Adidas
Januari	20	11	29	13	11	6
Februari	32	23	26	4	5	8
Maret	23	8	31	9	9	26
April	23	9	19	25	1	23
Mei	7	15	15	11	7	57
Juni	23	4	16	2	6	62
Juli	30	8	6	25	6	29
Agustus	15	9	7	7	8	18
September	9	27	15	5	8	10
Oktober	14	5	5	23	11	2
November	38	13	4	13	10	15
Desember	36	15	17	19	18	26
Jumlah	270	148	190	156	100	282

*Sumber: Sports Station Chandra Superstore, 2017*

Berdasarkan Tabel 1.2 perbandingan penjualan Sepatu Nike dan Adidas pada tahun 2014-2016 dapat dilihat bahwa dari kedua merek sepatu tersebut memiliki penjualan yang berbeda-beda, dilihat bahwa penjualan tiap bulan nya memiliki jumlah yang bervariasi dan memiliki kenaikan atau penurunan penjualan di bulan-bulan tertentu. Seperti data penjualan pada tahun 2014 sepatu Nike lebih unggul dari pada Adidas yaitu penjualan sepatu berjumlah 270 dan merek adidas berjumlah 148. Pada tahun 2015 sepatu Nike berjumlah 190 dan sepatu Adidas berjumlah 156. Tetapi pada tahun 2016 sepatu Adidas lebih unggul dibandingkan dengan sepatu Nike dengan jumlah penjualan Adidas sebesar 282 dan Nike sebesar 100.

Melihat semakin ketatnya persaingan antar produsen sepatu olahraga di Indonesia terlebih di Bandarlampung, dilihat dari Top Brand yang ditunjukkan dengan kenaikan atau penurunan posisi. Data penjualan yang diambil dari salah satu store di Bandarlampung Nike yang mengalami Penurunan penjualan setiap tahunnya. sedangkan Adidas mengalami kenaikan penjualan yang cukup drastic pada tahun 2016. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik melakukan penelitin dengan judul “ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PRODUK DAN HARGA PADA SEPATU NIKE DAN ADIDAS DI BANDAR LAMPUNG”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan kualitas produk antara sepatu olahraga Nike dan Adidas di Bandarlampung?
2. Apakah terdapat perbedaan harga antara sepatu olahraga Nike dan Adidas di Bandarlampung?

### **1.3. Ruang Lingkup Penelitian**

#### **1.3.1 Ruang Lingkup Subyek**

Subyek dalam penelitian ini adalah pengguna sepatu olahraga Nike dan Adidas original di Bandarlampung.

#### **1.3.2 Ruang Lingkup Obyek**

Ruang lingkup obyek dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga sepatu olahraga Nike dan Adidas.

#### **1.3.3 Ruang Lingkup Tempat**

Penelitian ini dilaksanakan di area Bandarlampung.

#### **1.3.4 Ruang Lingkup Waktu**

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasarkan berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan November 2016 sampai dengan Oktober 2017.

#### **1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan**

Ilmu pengetahuan dalam penelitian ini adalah tentang kualitas produk dan harga.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui perbedaan kualitas produk antara sepatu olahraga Nike dan Adidas di Bandarlampung.
2. Untuk mengetahui perbedaan harga antara sepatu olahraga Nike dan Adidas di Bandarlampung.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Penulis**

Dengan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan tentang kualitas produk dan harga sekaligus mengimplementasikan teori-teori yang didapat.

### **1.5.2 Perusahaan**

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi masukan untuk memahami perbedaan kualitas produk dan harga sepatu olahraga Nike dan Adidas yang diharapkan bisa untuk sebagai dasar pertimbangan dalam menetapkan kualitas dan harga dimasa datang dengan mengenali keinginan-keinginan konsumen.

### **1.5.3 Institusi IBI Darmajaya**

1. Diharapkan berguna bagi akademik sebagai tambahan referensi perpustakaan IBI Darmajaya.
2. Diharapkan bermanfaat bagi mahasiswa dan mahasiswi dalam rangka meningkatkan pengetahuan khususnya dibidang manajemen pemasaran tentang kualitas produk dan harga.
3. Menambah informasi, sumbangan penelitian bahan kajian dalam penelitian.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **Bab I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini tercantum latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan, dan manfaat penelitian, sistematika penulisan tentang “Analisis Perbandingan Kualitas Produk dan Harga Pada Sepatu Olahraga Nike dan Adidas Di Bandarlampung”.

**Bab II LANDASAN TEORI**

Memuat tentang teori-teori kualitas produk, harga, kerangka pikir, dan hipotesis.

**Bab III METODE PENELITIAN**

Penelitian dalam bab ini berisi metode penelitian, populasi dan sampel yang akan diteiti. Metode pengumpulan data dan teknik analisis yang akan digunakan untuk menguji data.

**Bab IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai Analisis Kualitas Produk dan Harga Pada Sepatu Olahraga Nike dan Adidas Di Bandarlampung.

**Bab V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menguraikan simpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.