



Printed *Journal*
WIDYATAMA

Volume 14 No. 2
November 2015
ISSN 1693 - 8305



JBME

**Jurnal Bisnis
Manajemen & Ekonomi**



Vol. 14 No. 2, November 2015
ISSN: 1693-8305

JBME
Jurnal Bisnis
Manajemen & Ekonomi

PENANGGUNG JAWAB :
Dekan Fakultas Bisnis & Manajemen Universitas Widyatama

DEWAN REDAKSI :
Ryan Kurniawan, S.E., M.M. (Ketua)
Dr. Mariana Rachmawati, S.E., M.M.(Anggota)
Ayuningtyas Yuli Hapsari, S.IP.,M.M.(Anggota)

DEWAN EDITOR :
Prof. Dr. Sucherly.,S.E.,M.S.
Prof. Dr. Surachman Sumawihardja.,S.E.
Prof. Dr. Maman Kusman.,S.E.,M.B.A.
Prof. Dr. Yuyus Suryana Sudarma, S.E., M.S.
Prof. Dr. Obsatar Sinaga, S.Ip., M.Si.
Dr. Dyah Kusumastuti, Ir., M.Sc.
Dr. Nina Nurani, S.H., M.Si.
Dr. Zulganef, Drs., M.M.
Dr. Sunardi S Brahmana, S.E., M.M.
Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si.
Nugroho Juli Setiadi, S.E., M.M., Ph.D.
Sri Astuti Pratminingsih, S.E., M.A., Ph.D.

PRODUKSI & PEMASARAN :
Annisa Lisdayanti, S.E.,M.M.
Artarina Dewi Asri Samoedra.,S.Sos.,M.M.
Anton Budi Santoso.,S.Ab.,M.M.
Jhon Henry S.E.,M.M.
Rohotna Ferawaty

Diterbitkan pertama kali tahun 1999, dengan nama **Jurnal Ilmiah Fokus**, ISSN :
1411-1594. Kemudian berganti nama menjadi **Jurnal Bisnis, Manajemen &
Ekonomi**, sejak Februari 2004 dengan ISSN : **1693-8305**.

Alamat Redaksi :
Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi
Universitas Widyatama
JL Cikutra 204 A Bandung 40125
Telp. (022)7275855 Fax. (022)7201711

Vol. 14 No. 2, November 2015
ISSN: 1693-8305

JBME
Jurnal Bisnis
Manajemen & Ekonomi

PENGANTAR REDAKSI

Pembaca yang Budiman,

Jurnal Bisnis Manajemen & Ekonomi untuk Edisi kali ini dan kedepan akan lebih memfokuskan membahas Bidang Kajian Manajemen Bisnis. Hal ini dilakukan untuk memperbaiki kualitas agar menarik serta lebih memberikan data dan informasi yang diperlukan untuk kepentingan akademis dan profesional khususnya manajemen Bisnis.

Jurnal untuk edisi ini diawali dengan tulisan Luh Ayu Paramita Dewi, Indira Rachmawati, dan Fajar Sidiq Adi Prabowo Analisis Positioning Franchise Bubble Drink Berdasarkan Persepsi Konsumen di Kota Bandung (Studi Pada Calais, Chatime, I-Cup, Presotea, Sharetea); Tulisan lainnya mengenai Pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR), Return On Asset (ROA), Operations Expenses/Operations Incomes (BOPO) dan Non Performing Loan (NPL) Terhadap Penyaluran Bank Campuran Tahun 2009 – 2013 yang di tulis Oleh Mochammad Dzulfikar Maulana Putra, kemudian Tulisan dari Erna Garnia dan Deden Rizal Riadi yang berjudul Studi Pengaruh Likuiditas Saham Terhadap Return Saham di Bursa Efek Indonesia.

Beberapa tulisan Menarik Lainnya adalah Analisis Karakteristik Pengguna Dalam Menggunakan Metode Autentikasi pada Layar Smartphone yang di tulis oleh Gati Sabrina Ratnasari dan Puspita Kencana Sari, Analisis Kualitas dan Kepuasan Pengguna Terhadap Keinginan Mengunjungi Kembali Web pada Situs Web Kapanlagi.com yang ditulis oleh Dicky Jhon Anderson Butarbutar

Kemudian tulisan dari Indri Ayu Wulansari dan Brady Rikumahu Pengaruh Ukuran Dewan Direksi (BOD), Ukuran Dewan Komisaris (BOC). Proporso Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Komite Audit terhadap Kinerja Keuangan dan Return Saham (Studi pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009 – 2013)

Selain yang menarik tulisan mengenai Pengaruh Customer Complaint Handling Terhadap Customer Satisfaction Dalam Membentuk Customer Loyalty Pelanggan Layanan Internet Speedy (Studi Kasus Pada Plasa Telkom Cijawura) oleh Tina Wahyuningtias dan Heppy Millanyani, sedangkan Vincentia Wahyu Widajatun membahas Penerapan Manajemen Risiko Dalam Suatu (Studi Literatur).

Dr.Ir. Bob Foster., M.M. menulis tentang Resource Based View (Rbv) Sebuah Perspektif Untuk Penelitian Strategik (Sebuah Studi Literatur). Dan Strategi Diferensiasi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Keunggulan Bersaing Yang Berkelanjutan Dalam Menghadapi M.E. A (Studi Kasus Pada Sentra Industri Sepatu Cibaduyut Bandung) yang di tulis oleh inda Kayani Putri Bestari, Zulganef , Yusuf Maulana Bahari.

Semoga Tulisan-tulisan ini diharapkan dapat memotivasi kita semua untuk menjadi lebih berpengetahuan, *governance*, Profesional dan berintegritas tinggi.

Selamat membaca dan Semoga sukses.

Redaksi

DAFTAR ISI

Pengantar Redaksi	i
Daftar Isi	iii
ANALISIS POSITIONING FRANCHISE BUBBLE DRINK BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN DI KOTA BANDUNG (STUDI PADA CALAIS, CHATIME, I-CUP, PRESOTEA, SHARETEA) Oleh : Luh Ayu Paramita Dewi, Indira Rachmawati, ST.,MSM, Fajar Sidiq Adi Prabowo,SE., MBA Universitas Telkom	1
PENGARUH CAPITAL ADEQUACY RATIO (CAR), RETURN ON ASSET (ROA), OPERATIONS EXPENSES/OPERATIONS INCOMES (BOPO), DAN NON PERFORMING LOAN (NPL) TERHADAP PENYALURAN KREDIT BANK CAMPURAN TAHUN 2009-2013 Oleh : Mochammad Dzulfikar Maulana Putra Universitas Telkom	8
STUDI PENGARUH LIKUIDITAS SAHAM TERHADAP RETURN SAHAM DI BURSA EFEK INDONESIA Oleh : Erna Garnia dan Deden Rizal Riadi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung	18
ANALISIS KARAKTERISTIK PENGGUNA DALAM MENGGUNAKAN METODE AUTENTIKASI PADA LAYAR SMARTPHONE Oleh : Gati Sabrina Ratnasari, Puspita Kencana Sari Universitas Telkom	21
ANALISIS KUALITAS DAN KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP KEINGINAN MENGUNJUNGI KEMBALI WEB PADA SITUS WEB KAPANLAGI.COM Oleh : Dicky Jhon Anderson Butarbutar Universitas Widyatama	30

- PENGARUH UKURAN DEWAN DIREKSI (BOD), UKURAN DEWAN KOMISARIS (BOC), PROPORSI KOMISARIS INDEPENDEN, KEPEMILIKAN MANAJERIAL, KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, DAN KOMITE AUDIT TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN RETURN SAHAM (Studi Pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013) 42
Oleh : Indri Ayu Wulansari, Brady Rikumahu
Universitas Telkom
- PENGARUH CUSTOMER COMPLAINT HANDLING TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DALAM MEMBENTUK CUSTOMER LOYALTY PELANGGGAN LAYANAN INTERNET SPEEDY (STUDI KASUS PADA PLASA TELKOM CIJAWURA) 54
Oleh : Tina Wahyuningtias dan Heppy Millanyani
Universitas Telkom
- PENERAPAN MANAJEMEN RISIKO DALAM SUATU (STUDI LITERATUR) 65
Oleh : Vincentia Wahyu Widajatun
Universitas Widyatama
- RESOURCE BASED VIEW (RBV) SEBUAH PERSPEKTIF UNTUK PENELITIAN STRATEGIK (Sebuah Studi Literatur) 76
Oleh : Dr.Ir. Bob Foster., M.M.
UNIBI
- STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING YANG BERKELANJUTAN DALAM MENGHADAPI M.E.A (STUDI KASUS PADA SENTRA INDUSTRI SEPATU CIBADUYUT BANDUNG) 91
Oleh : Dinda Kayani Putri Bestari, Zulganef , Yusuf Maulana Bahari
Universitas Widyatama

STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING YANG BERKELANJUTAN DALAM MENGHADAPI M.E.A (STUDI KASUS PADA SENTRA INDUSTRI SEPATU CIBADUYUT BANDUNG)

Dinda Kayani Putri Bestari¹, Zulganef², Yusuf Maulana Bahari³

Universitas Widyatama, Bandung.

1. *dinda.kayani@widyatama.ac.id*

2. *zulganef@widyatama.ac.id*

3. *yusuf.maulana@widyatama.ac.id*

ABSTRAK

Sentra industri sepatu (SIS) cibaduyut merupakan sentra yang terdiri dari UKM-UKM alas kaki di Kota Bandung. SIS menaungi ribuan tenaga kerja. Kapasitas produksi sepatu mengalami perubahan. Penurunan yang terjadi diakibatkan karena banyaknya pemasok sepatu berasal dari luar SIS cibaduyut. Selain berdampak pada pengurangan tenaga kerja dan kapasitas industry hal ini menimbulkan persepsi bahwa image produk sepatu cibaduyut menurun. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan strategi pengembangan produk sehingga SIS cibaduyut dapat bersaing dalam MEA. Penulis meneliti sebagian unsur diferensiasi produk, 3 tiga unsur diferensiasi produk, antara lain: 1).Bentuk 2) Daya Tahan 3) Keistimewaan/Fitur. Peneliti menambahkan atribut harga (Anandia,2015) dan berdasarkan hasil pengamatan pasar penulis menambahkan atribut bahan outsole & sepatu sebagai atribut penelitian.

Atribut digunakan untuk menjawab permasalahan preferensi konsumen. Dalam penelitian ini, pengukuran preferensi konsumen dilakukan dengan menggunakan analisis konjoin. Populasi yang berpartisipasi: Responden mengetahui SIS Cibaduyut, pernah menggunakan & memiliki keinginan menggunakan produk. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 400 responden. Berdasarkan pemaparan ke enam atribut penelitian menghasilkan spesifikasi alas kaki berdasarkan preferensi konsumen dengan tingkat kepentingan menunjukkan bahwa faktor yang paling berpengaruh dalam mengevaluasi produk alas kaki; harga, bahan sepatu, design, bahan outsole, daya tahan, keistimewaan. Berdasarkan keenam pemaparan atribut maka didapatlah spesifikasi alas kaki berdasarkan preferensi konsumen: harga >Rp 300.000, berbahan kulit lak, design: boots (w)-sneakers (p), sponge outsole, daya tahan 3-4 tahun, ekstra ringan.

Kata kunci: *Diferensiasi Produk, Preferensi Konsumen, Conjoint.*

ABSTRACT

Sentra Industri Sepatu (SIS) Cibaduyut a center consisting of SMEs footwear in Bandung, SIS houses thousands of workers. The production capacity decreased. The decrease which occurred due to many suppliers of shoes comes from outside SIS Cibaduyut. Besides impact on the reduction of labor and industrial capacity it creates a perception that the image of footwear products SIS Cibaduyut suffered a setback. The purpose of this research is to find a product development strategy so that SIS Cibaduyut can compete in the MEA. The author examines some elements of product differentiation, the three elements of product differentiation: 1). Shape 2) Durability 3) Features. Researchers used the price attributes (Anandia, 2015) and based on market observations the authors add attributes outsole and shoe material as an attribute of research.

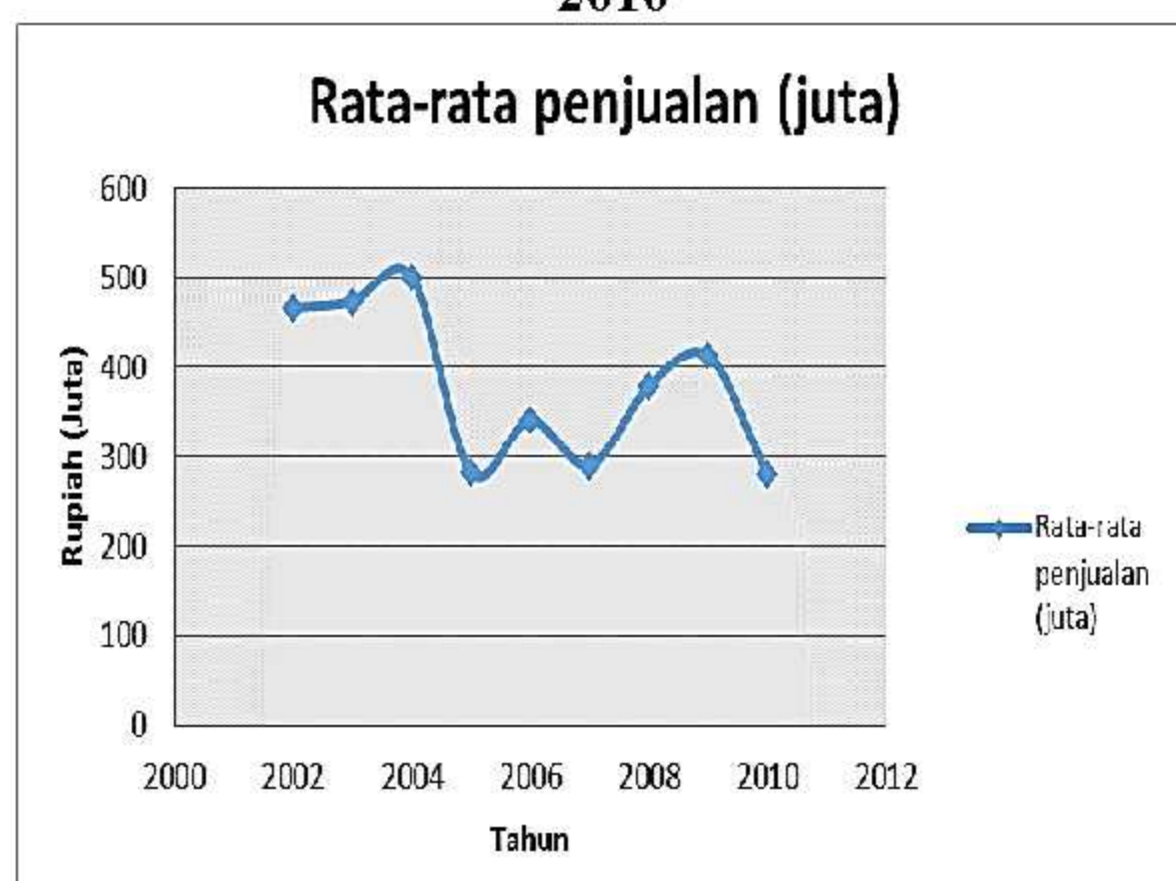
Attributes used to answer the problem of consumer preferences. In this study, measuring consumer preferences conducted by using conjoint analysis. Population: Respondents know the SIS Cibaduyut, ever use and have the desire to use the product. The sample in this research counted 400 respondents. Based on the exposure the six attributes of research, generate the specification of footwear based on the preferences of consumers with the level of interest showed, the most influential factor in evaluating footwear products; the price, shoe materials, design, outsole material, durability. Based on the six attributes, are obtained the specifications of footwear based on the preferences of consumers: price > Rp.300,000, leather lacquers, design: boots (w) -sneakers (p), sponge outsole, durability 3-4 years, extra light.

Keywords: *Differentiation Products, Consumer Preferences, Conjoint*

1. PENDAHULUAN

Kapasitas produksi sepatu di SIS Cibaduyut mengalami perubahan. Penurunan yang terjadi diakibatkan karena banyaknya pemasok sepatu berasal dari luar SIS cibaduyut. Selain berdampak pada pengurangan tenaga kerja dan kapasitas industri hal ini menimbulkan persepsi bahwa image produk sepatu cibaduyut menurun. Digambarkan pada data penjualan rata-rata pada tabel 1.

Tabel 1. Rata-Rata Penjualan Sentra Industri Sepatu Cibaduyut Tahun 2002 – 2010



Sumber: *Instansi Pengembangan UKM Persepatuan Cibaduyut 2013*

Terlihat bahwa tahun 2004 penjualan mencapai angka Rp 501.000.000,- dan pada tahun 2005 penjualan mengalami penurunan yang cukup signifikan, yaitu berada di angka Rp 282.000.000,-. Penurunan tersebut jika dipersentasikan mencapai 50%. Kondisi ini terulang kembali pada periode tahun 2009 sampai dengan tahun 2010. Pada tahun 2009 penjualan berada di angka Rp 413.000.000,- dan pada tahun 2010 hanya berkisar Rp 281.000.000,-.

Selain itu, kondisi yang terjadi di sentra industri sepatu cibaduyut saat ini bersumber dari berbagai faktor seperti keahlian tenaga kerja yang semakin berkurang atau salah satu faktor lainnya yaitu masih memiliki keterbatasan dalam hal pengembangan produk. Jika hal ini berlangsung dalam jangka waktu yang lama bukan tidak mungkin sentra sepatu cibaduyut kehilangan kendali atas pengembangan produknya. Sehingga sentra industri sepatu cibaduyut kehilangan ciri khas dan karakter

yang kuat yang menjadi point pembeda antara produk luar dengan produk asli produksi cibaduyut. Oleh karena itu sentra industri sepatu cibaduyut perlu menentukan strategi-strategi pembeda (diferensiasi) terkait dengan melakukan produk differensiasi guna meningkatkan kemampuan bersaing.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan strategi pengembangan produk sehingga sentra industri sepatu cibaduyut dapat bersaing dalam Masyarakat Ekonomi Asean, pengembangan teori ilmiah yang dapat mendukung berkembangnya kemampuan bersaing para pelaku usaha di sentra industri sepatu cibaduyut, meningkatkan kemampuan peneliti dalam meneliti dan mempublikasikan karya ilmiah. Atribut digunakan untuk menjawab permasalahan preferensi konsumen.

2. KERANGKA TEORITIS

Kerangka Teoritis

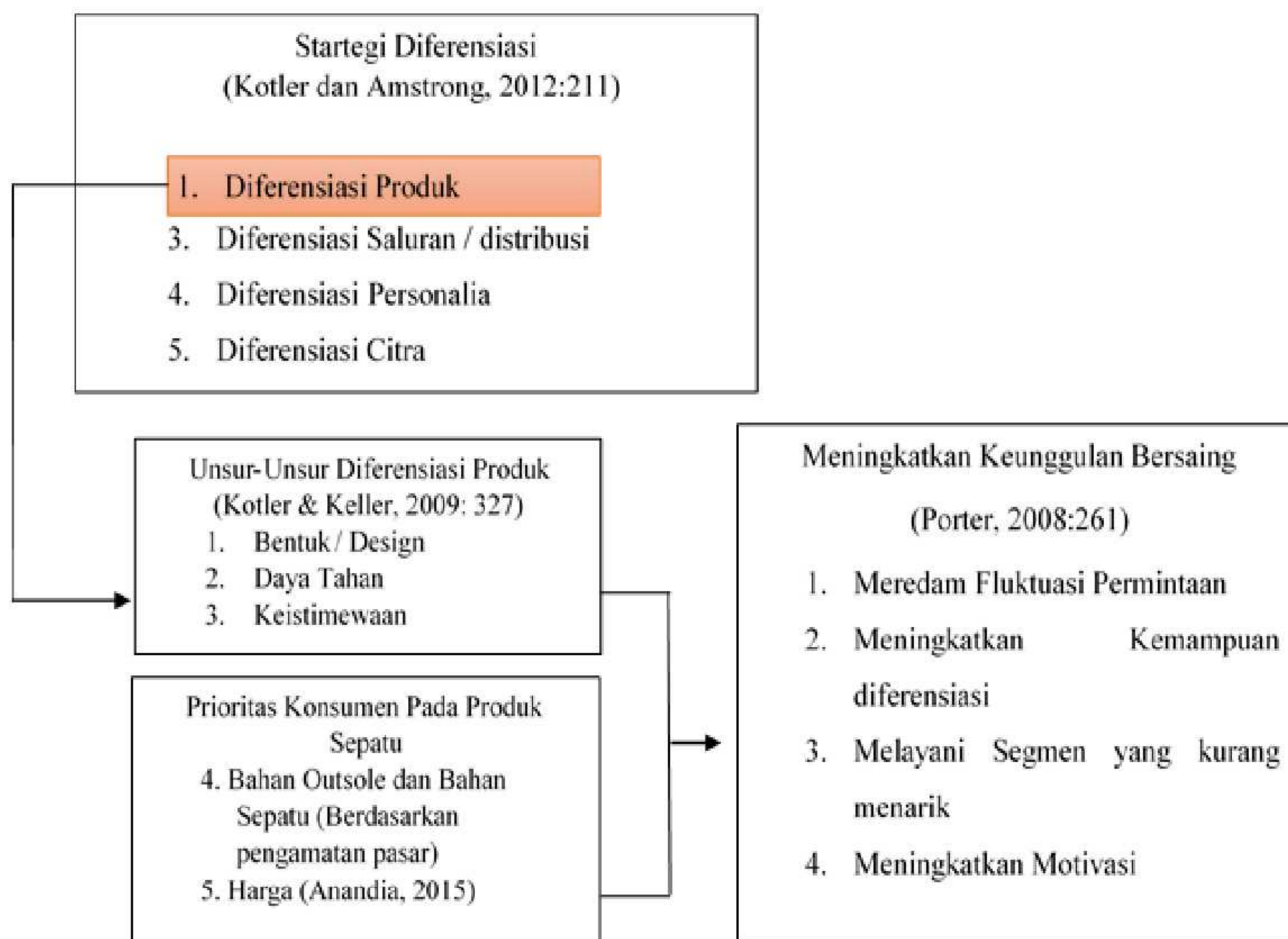
Pengembangan kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori diferensiasi produk yang dijelaskan Kotler dan Keller (2009:327-330) dan teori segmentasi yang dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2007:301). Teori diferensiasi produk yang dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2009:327-330) dapat dilakukan melalui beberapa parameter rancangan diantaranya melalui bentuk, keistimewaan, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, gaya, rancangan (design). Dalam penelitian penulis hanya meneliti sebagian unsur diferensiasi produk, terdapat tiga unsur diferensiasi produk (Kotler dan Keller, 2009:327-330) antara lain: Bentuk : Banyak bentuk yang didiferensiasikan berdasarkan bentuk, ukuran, model, atau struktur fisik sebuah produk. Selain itu dapat pula didasarkan pada ukuran dosis, lapisan luar, maupun masa fungsi. Sebuah produk harus memiliki struktur atau bentuk fisik sehingga dapat dirasakan oleh panca indra konsumen. Dengan adanya bentuk fisik dari produk ini diharapkan dapat menarik minat konsumen. Daya Tahan : Ketahanan produk ataupun lamanya waktu usia manfaat dari produk yang diperoleh konsumen atas sebuah produk. Produk yang tahan lama atau tidak mudah rusak harus diperhatikan perusahaan

sehingga konsumen tidak perlu berfikir kembali dalam memutuskan untuk membeli produk tersebut karena memiliki jaminan ketahanan dari produk yang dibelinya. Keistimewaan/Fitur: Merupakan alat persaingan yang digunakan untuk membedakan satu produk dengan produk lainnya karena fitur dipakai untuk melengkapi fungsi dasar dari suatu produk. Upaya untuk menjadi yang pertama dalam memperkenalkan keunikan baru yang berharga merupakan salah satu dari cara yang paling efektif untuk bersaing. Keistimewaan disini dimaksudkan guna memuaskan konsumen yang telah menggunakan produk perusahaan. Selain itu, keistimewaan lain perlu ditambahkan lagi dari produk tersebut sehingga konsumen tidak berpaling kepada pesaing seiring keistimewaan lain yang ditawarkan oleh pesaing. Pada penelitian ini penulis menambahkan atribut kenyamanan produk dan harga. Berdasarkan hasil pengamatan pasar secara langsung, peneliti

menambahkan dua atribut yaitu : atribut bahan outsole dan atribut bahan sepatu, kedua attribute ini sangat berpengaruh terhadap kenyamanan produk. Dan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anandia (2015), variable harga memiliki pengaruh positif terhadap citra merek dan kemudian mempengaruhi minat beli konsumen terhadap suatu produk. Seperti yang sudah dijelaskan di atas, diferensiasi produk ini dapat dijadikan oleh perusahaan untuk membedakan produknya dengan produk dari perusahaan lain yang sejenis dalam persaingan di pasar.

Paradigma Penelitian

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Metode Penelitian, Desain Penelitian dan Model Analisis

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data berupa analisis conjoint. Pada analisis conjoint variabel disebut dengan atribut, sedangkan sub variabel disebut dengan level. Hair et al (2010), menjelaskan level merupakan nilai nonmetrik yang menggambarkan faktor. Setiap faktor harus diwakili oleh dua level atau lebih, namun jumlah level biasanya tidak pernah melebihi empat atau lima. Teknik analisis data berupa analisis conjoint digunakan untuk mendapatkan gambaran preferensi konsumen terhadap atribut produk sepatu di SIS Cibaduyut, Bandung. Dalam menyelesaikan permasalahan preferensi, menggunakan jenis penelitian survei yang tidak dilakukan untuk menguji hipotesis. Atribut atau variabel yang digunakan dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab permasalahan preferensi konsumen terhadap produk sepatu di SIS Cibaduyut. Atribut diperoleh dari penelitian terdahulu dan teori yang berlaku serta melihat spesifikasi dari produk sepatu yang terdapat dipasaran. Operasional variable ini sering disebut dengan atribut produk dan kelompok. Atribut atau variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1 Atribut Penelitian untuk Analisis Preferensi

Atribut	Level	Skala Pengukuran
Bentuk Sepatu Wanita	1. Flat Shoes	Ordinal
	2. Stiletto Heels	
	3. Wedges Heels	
	4. Sneakers	
	5. Boots	
Bentuk Sepatu Pria	1. Sepatu Oxford	Ordinal
	2. Monk Strap	
	3. The Derby and Blucher	
	4. Man Boots	
	5. Man Sneakers	
Daya Tahan	1. 1 tahun hingga 2 tahun	Ordinal
	2. 3 Tahun hingga 4 tahun	
Keistimewaan	1. Tahan Air	Ordinal

	2. Ekstra Ringan	
Bahan Outsole	1. Rubber sole	Ordinal
	2. PU (Polyurethane)	
	3. TPR (Thermo Plastic Rubber)	
	4. PVC (Polyvinyl Chloride)	
	5. Sponge Outsole	
Bahan Sepatu	Kulit Asli	Ordinal
	Kanvas	
	Denim	
	Suede	
	Kulit Sintetis Kulit lak	
Harga	Rp 160.000 – Rp 200.000	Ordinal
	Rp 210.000 – Rp 250.000	
	Rp 260.000 – Rp 300.000	
	>Rp 300.000	

Skala pengukuran ordinal yang digunakan untuk menganalisis preferensi dapat dilihat pada tabel 3.

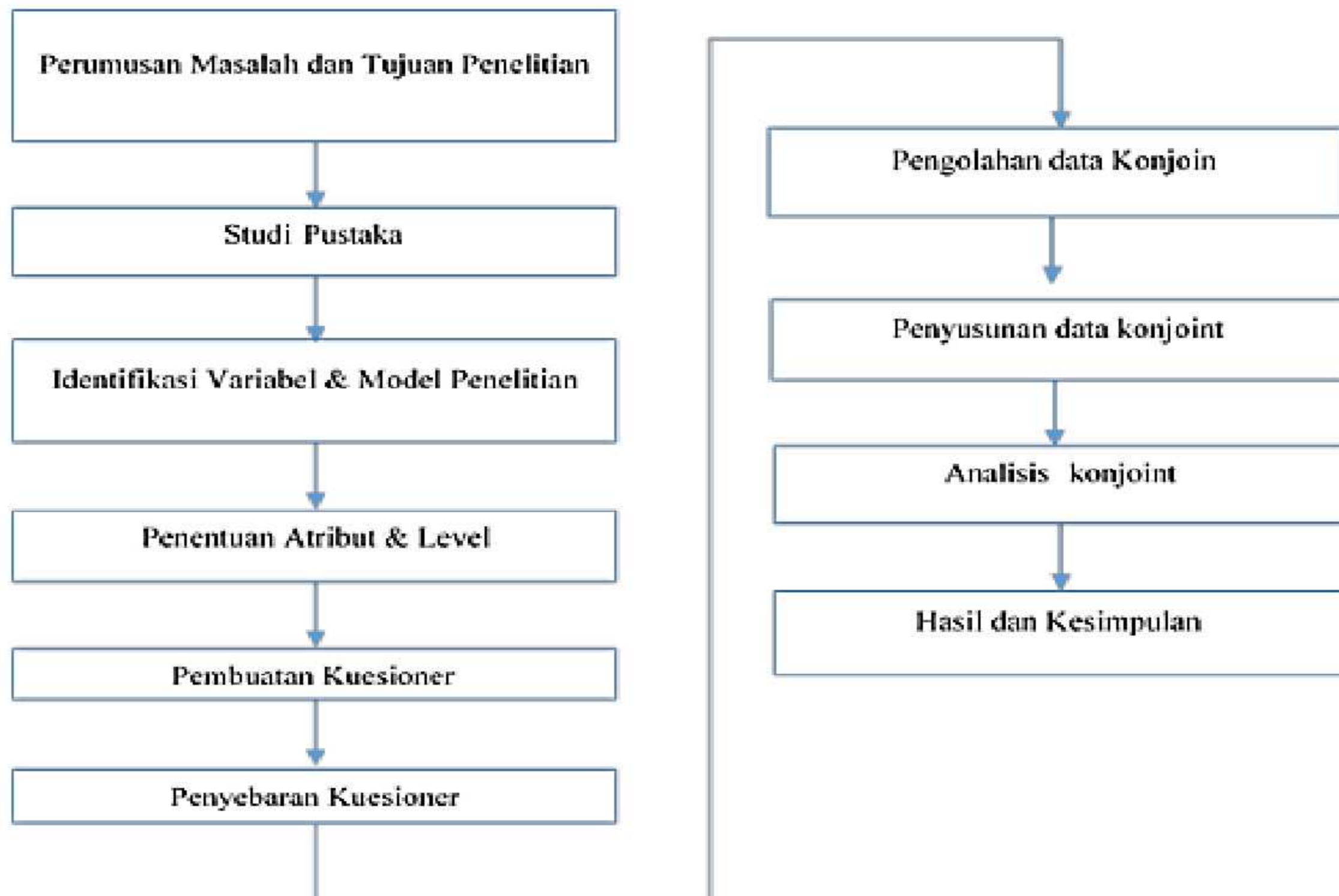
Tabel 2.2 Skala Pengukuran

Skor	Arti
1	Sangat Tidak Suka
2	Tidak Suka
3	Suka
4	Sangat Suka

Penelitian ini melalui beberapa proses dari awal permasalahan hingga hasil akhir dari penelitian ini. Tahapan penelitian yang digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini adalah :

Populasi yang berpartisipasi dalam penelitian ini dikategorikan sebagai berikut, yaitu:

- (1) Responden yang mengetahui SIS Cibaduyut.
- (2) Responden yang pernah mengonsumsi produk alas kaki di SIS Cibaduyut.
- (3) Responden yang memiliki keinginan untuk mengonsumsi produk alas kaki di SIS Cibaduyut.



Gambar 2.2 Tahapan Penelitian



Sumber: Supranto, 2010: 200

Gambar 2.3 Tahapan Analisis Konjoin

Jumlah sampel yang harus diambil adalah 385 orang. Namun, peneliti menambahkan jumlah sampel menjadi 400 responden.

Penelitian ini dilakukan dengan cara *Convenience Sampling*. *Convenience sampling* menunjang pengumpulan data karena *sampling unit* mudah dijangkau, kemudahan, tidak memerlukan daftar

populasi dan tidak memerlukan biaya yang besar.

Dalam penelitian ini, pengukuran preferensi konsumen dilakukan dengan menggunakan analisis konjoin. Menurut Hair dkk (2006) Analisis konjoin adalah multivariat yang dikembangkan secara khusus untuk mengetahui bagaimana perkembangan preferensi konsumen terhadap beberapa macam barang seperti produk, jasa

atau ide. Metode ini tergolong metode tidak langsung, kesimpulan diambil berdasarkan respons subjek terhadap perubahan sejumlah atribut (Simamora, 2005). Analisis konjoin sering digunakan untuk menganalisis preferensi konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa. Dengan menggunakan metode ini, penulis dapat mengetahui atribut yang dianggap penting yang mendasari konsumen dalam memilih produk atau jasa. Tahapan analisis konjoin dapat dilihat pada gambar 2. 3.

Merumuskan Masalah : Penulis harus mampu mengidentifikasi atribut pada tingkatan masing-masing yang digunakan untuk membentuk stimulus. Atribut yang digunakan harus mampu mempengaruhi preferensi konsumen. Atribut dapat diidentifikasi melalui diskusi dengan manajemen dan expert, menganalisa data sekunder, riset kualitatif dan pilot survey. Setelah atribut diidentifikasi, maka tingkatan level perlu dipilih. Banyaknya level atribut menentukan banyaknya parameter yang akan diperkirakan dan mempengaruhi banyaknya stimulus yang dievaluasi oleh responden. Atribut dan level dari produk Sepatu di SIS Cibaduyut dapat dilihat pada Tabel 4

Tabel 2.3. Atribut dan Level dari Produk Sepatu SIS Cibaduyut

Atribut	Taraf	Level
Design Sepatu Wanita	1	Flat Shoes
	2	Stiletto Shoes
	3	Wedges Heels
	4	Sneakers
	5	Boots
Design Sepatu Pria	1	Sepatu Oxford
	2	Monk Strap
	3	The Derby and Blucher
	4	Man Boots
	5	Man Sneakers
Daya Tahan	1	1 Hingga 2 Tahun
	2	3 Hingga 4 Tahun
Keistimewaan	1	Tahan Air
	2	Ektra Ringan
Bahan Outsole	1	Rubber sole
	2	PU (Polyurethane)
	3	TPR (Thermo Plastic Rubber)
	4	PVC (Polyvinyl Chloride)
	5	Sponge Outsole
Bahan Sepatu	1	Kulit Asli
	2	Kanvas
	3	Denim
	4	Suede
	5	Kulit Sintetis
	6	Kulit lak
Harga	1	Rp 160.000 – 200.00

2	Rp 210.000-250.000
3	Rp 260.000 – 300.000
4	>Rp 300.000

Bentuk Stimuli : Stimuli digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat keputusan mengenai suatu produk. Pada penelitian ini, menggunakan pendekatan *Orthogonal Array*. Rancangan kombinasi atribut produk sepatu dibentuk dengan bantuan SPSS 16.0 dengan konsep *orthogonal*. Menurut Hair (2010, 289) menjelaskan, "The proses of selecting a subset of all posible profile must be done in a manner to preserve the orthogonality (no corelation among level of an atribut) and balanced design aspect (each level in faktor appears the same number of time)". Artinya: Proses dalam memilih kombinasi dari profil yang memungkinkan menggunakan aturan *orthogonal* (tidak ada korelasi diantara level dari seriap atribut) dan *balanced* (setiap level dari faktor kelihatan sama). Langkah selanjutnya adalah menentukan kombinasi dari atribut. Pengolahan kombinasi atribut atau yang dikenal sebutan *card list* atau kartu diolah menggunakan SPSS16.0. Hasil yang diperoleh dari hasil pengolahan ini adalah 49 kartu. Setelah kartu terbentuk, kartu tersebut perlu dilakukan reduksi. Menurut Hair (2010:291) cara mereduksi kartu adalah yang memiliki kombinasi dengan level tertinggi dan terendah, konsep minimal kartu dihitung dengan cara berikut ini:

$$\text{Konsep minimal} = (\text{Jumlah Level}) - (\text{Jumlah Atribut}) + 1$$

$$\text{Konsep Minimal} = 31 - 7 + 1 = 25$$

Maka, jumlah kartu yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 25 Card List.

3 HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Tahapan pertama adalah melakukan analisis preferensi konsumen dalam memilih produk Alas kaki hasil produksi SIS Cibaduyut Bandung. Tahapan ini dilakukan untuk menjawab rumusan permasalahan pertama dalam penelitian ini. Data yang digunakan dalam analisis ini menggunakan data rating dari setiap kartu alas kaki SIS Cibaduyut. Pengolahan data analisis preferensi

konsumen menggunakan analisis konjoin yang dibantu menggunakan software SPSS 16.0. Hasil data yang diperoleh berupa uji predictive dan accuracy, tingkat kepentingan dan fungsi utilitas baik secara individu atau secara keseluruhan. Analisis tingkat individu menunjukkan preferensi dari masing-masing konsumen terhadap produk alas kaki. Sedangkan analisis secara keseluruhan menunjukkan bagaimana preferensi konsumen secara keseluruhan terhadap produk alas kaki.

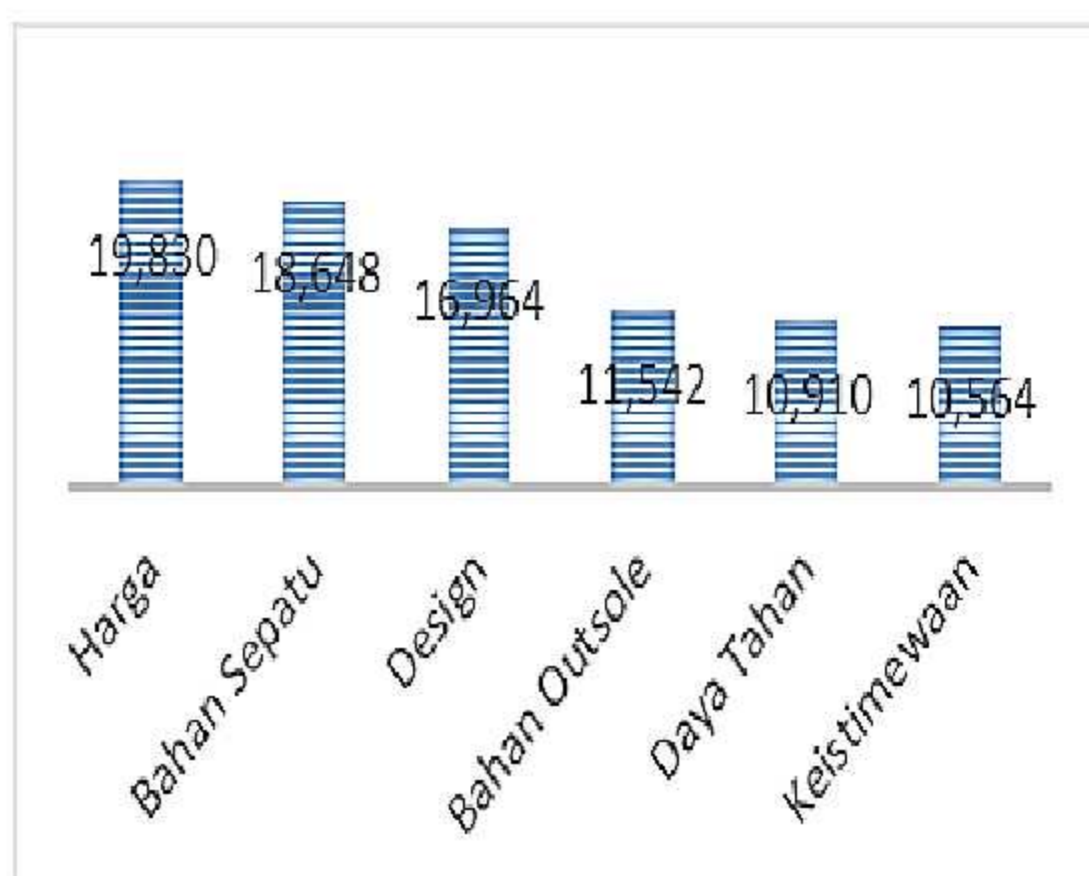
Untuk analisis konjoin uji Predictive dan Accuracy dilakukan dengan menggunakan pengujian R Pearson's dan Tau Kendall's. Hasil korelasi menggunakan R Pearson's dan Tau Kendall's adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 R Pearson dan Tau Kendall's Correlations^a

	Value	Sig.
Pearson's R	.752	.000
Kendall's tau	.500	.000

Hasil R Pearson's dan Tau Kendall's saling berkorelasi positif mendekati 1, yaitu bernilai 0.752 dan 0.5. Serta nilai p-value (signifikansi) bernilai lebih kecil dari $\alpha=0.05$ (derajat signifikansi). Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara utilitas prediksi dan utilitas aktual atau ketepatan dalam memprediksi.

Penjelasan nilai kepentingan atribut alas kaki dapat dilihat pada grafik berikut ini.



Grafik 3.1 Nilai Kepentingan Atribut Alas Kaki

Tujuan melakukan analisis konjoin adalah untuk mengetahui nilai utilitas dari tiap level faktor yang diujikan. Dengan nilai utilitas dapat diketahui preferensi konsumen dalam mengevaluasi ketertarikan mereka dalam membeli produk alas kaki. Penafsiran nilai utilitas dilakukan dengan cara memperhatikan faktor penyusunan rating yang dilakukan oleh responden. Dalam mengevaluasi, responden dapat melakukan penilaian rating dari yang paling disukai hingga paling tidak disukai. Sehingga ditemukan nilai utilitas yang bernilai negatif. Nilai utilitas adalah selisih antara rata-rata faktor dengan nilai konstan. Nilai utilitas dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 3.2 Nilai Utilities Tiap Level

		Utility Estimate	Std. Error
Design Sepatu Wanita	Flat	-.012	.021
	Stiletto	-.024	.041
	Wedges	-.036	.062
	Sneakers	-.048	.083
	Boots	-.060	.103
Design Sepatu Pria	Oxford	-.016	.021
	Monk Strap	-.032	.041
	The Derby and Blucher	-.048	.062
	Boots	-.064	.083
	Sneakers	-.080	.103
DayaTahan	1 Hingga 2 Tahun	.072	.067
	3 Hingga 4 Tahun	.144	.133
Keistimewaan	Tahan Air	.069	.064
	Ekstra Ringan	.138	.127
Bahan Outsole	Rubber Sole	-.027	.021
	PU	-.055	.043
	TPR	-.082	.064
	PVC	-.110	.085
	Sponge Outsole	-.137	.107

Berdasarkan hasil analisis konjoin yang ditampilkan nilai tingkat kepentingan dan utilitas dari masing-masing atribut dan level. Nilai-nilai tersebut dapat dijadikan

masukannya bagi perusahaan alas kaki untuk menciptakan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen. Berdasarkan nilai tingkat kepentingan dan utilitas dari masing-masing faktor dan level, maka rekomendasi alternatif produk alas kaki berdasarkan preferensi responden di Bandung, adalah:

Tabel 3.3 Spesifikasi Alas Kaki Berdasarkan Preferensi Konsumen

Spesifikasi Alas Kaki Berdasarkan Preferensi Konsumen	
Harga	>Rp 300.000
Bahan Sepatu	Kulit Lak
Design	Wanita : Boots Pria : Sneakers
Bahan Outsole	Sponge Outsole
Daya Tahan	3 Hingga 4 Tahun
Keistimewaan	Ekstra Ringan

Spesifikasi alas kaki yang didapatkan berdasarkan preferensi konsumen merupakan gambaran secara nyata terhadap kesukaan pengguna serta harapan calon pengguna untuk alas kaki yang diinginkan. Berdasarkan hasil analisis conjoint yang dilakukan, dapat diartikan bahwa pengguna dan calon pengguna memilih harga diatas Rp 300.000, dan harga tersebut bukan suatu hambatan yang berdampak pada pemilihan produk alas kaki. Harga tersebut dinilai wajar dengan tambahan benefit lain yaitu daya tahan hingga 4 tahun dan alas kaki yang ekstra ringan, sehingga alas kaki nyaman digunakan dan tahan lama.

4 KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dikemukakan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:
 Berdasarkan hasil analisis konjoin diketahui atribut yang paling mempengaruhi konsumen dalam memilih produk alas kaki yaitu: harga (19.830) bahan sepatu (18.648), design (16.964), bahan outsole (11.542), daya tahan (10.910). Sedangkan Atribut yang terakhir yang memiliki bobot terkecil adalah keistimewaan (10.564).

Harga merupakan atribut yang sangat diperhatikan oleh para pengguna ataupun calon pengguna dari produk alas kaki. Tingkat harga produk alas kaki yang ditawarkan oleh SIS Cibaduyut dinilai sudah memenuhi harapan dan kesukaan para pengguna dan calon pengguna. Harga memiliki keterikatan secara langsung terhadap kualitas yang di persepikan, sehingga atribut harga menjadi tolak ukur sebuah kualitas.

Atribut yang penting kedua setelah harga adalah bahan sepatu yang digunakan. Bahan sepatu dianggap penting oleh calon pengguna dikarenakan memiliki dampak secara langsung pada kenyamanan penggunaan produk alas kaki tersebut.

Atribut penting ketiga setelah bahan adalah design alas kaki. Design merupakan atribut yang sangat mempengaruhi kesukaan calon pengguna dan pengguna produk alas kaki. Design dapat mewakili karakter seseorang dan image penggunanya.

Saran

Saran untuk Perusahaan

Perusahaan harus mampu menyampaikan keunggulan produk alas kaki yang dihasilkan kepada konsumen, karena produk alas kaki memiliki banyak produk pesaing. Konsumen sudah mengetahui keinginan dan kebutuhan akan produk yang diinginkan. Oleh karena itu perusahaan hanya perlu mengedukasi berbagai produk diferensiasi yang dimiliki kepada konsumen. Proses edukasi dilakukan dengan pendekatan *communication channel* yang disesuaikan dengan kebijakan dari masing-masing perusahaan dan dapat melalui metode tradisional berupa *word of mouth*. Akan lebih baik jika produsen mengedukasi para konsumen agar menciptakan persepsi positif mengenai produk.

Saran untuk penelitian lanjutan

- Pendekatan two step cluster lebih baik digunakan untuk penelitian yang menggunakan orientasi pasar. Karena variabel kategorikal menjadi perhatian utama dalam melakukan identifikasi segmen.
- Penelitian ini masih bisa dikembangkan dengan menganalisis segmentasi dari produk dan positioning dari produk. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat

melakukan analisis dengan menggunakan metode *cluster analysis* dan *multidimensional scalling*, sehingga dapat diketahui positioning dari produk.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Hair, J.F., William C.B., Barry J.B., Rolph E.A., and Ronald L.T. (2006). *Multivariate Data Analysis Sixth Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hair Joseph F., William C. Black., Babin J. Babin., Rolph E. Anderson. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th Ed)*. America: Pearson.
- Keegan, Warren J. (1996). *Manajemen Pemasaran Global*, Edisi Revisi, Bahasa Indonesia. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas. Dialih bahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. Kevin Lane Keller. (2009). *Marketing Management, Thirteen Edition*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Porter, Michael. (1980). *Competitive Strategy*. First Edition: Free Press, New York.
- Porter, Michael E. Alih Bahasa Tim Penerjemah Binarupa Aksara. (1998). *Keunggulan Bersaing; Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Porter, Michael E. (2008). *Competitive Advantage (Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggulan)*. Jakarta: Kharisma Publishing Grup.
- Simamora, B. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Spulber, Daniel F. (2004). *Management Strategy*. New York: Mc.Graw Hill Companies Inc.
- Sugiyono. 2008. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy (2008). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi II. Yogyakarta: C. V Andi Offset.
- Zimmerer, Thomas W. & Norman M. Scarborough. (2002). *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Jakarta: Prenhallindo.
- Profil Sentra Industri Alas Kaki Cibaduyut oleh Unit Pelayanan Teknis (UPT) Industri AlasKaki Cibaduyut. (2013). Unit Pelayanan Teknis (UPT) Industri Alas Kaki Cibaduyut: Bandung.

Artikel dalam Jurnal Publikasi

- Arief M., Rahayu M., & Thoyib A. (2002). Analisis Strategi Diferensiasi Yang berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing Pada Industri Hotel melati III di Kota Malang. *Jurnal Manajemen*, 49-71.
- Bronnenberg, Bart J. (2007). *Consumer Packaged Goods in the United States: National Brands, Local Branding*, *Journal of Marketing Research*, 44, 4-13.
- Fauzi, Raditya Ahmad. (2014). Keberlanjutan Sentra Industri Alas Kaki Cibaduyut Sebagai Pusat Pengembangan Ekonomi Lokal. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota A SAPPK V1N3*, 117-126.
- Handayani, Sri, R. Intan Shaferi & Alisa Tri Nawarini. (2013). *Entrepreneurship Orientation And Business Strategies Role To Achieve Competitive Advantage In The Small And Medium Enterprise*. *Jurnal Ekonomi: Jendral Soedirman*, pp: 12
- Megawati, Dewi. (2010). Analisis Persepsi dan Preferensi Konsumen Wanita terhadap Produk Sepatu Di Kota Bogor. *Jurnal Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis Institute Pertanian Bogor*.

Disertasi/tesis/skripsi

- Siswanto, Felix. (2012). Analisa Preferensi Konsumen Untuk Pengembangan Produk Wafer Samba Di Jakarta. Tesis. Universitas Esa Unggul: Jakarta.
- Sulistiani, Dwi. (2014). Mencapai Keunggulan Bersaing Dengan Strategi Diferensiasi. Tesis S2. Program Studi Akuntansi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Website / laman

- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2015). [online]. Tersedia: <http://bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1072> [Diakses pada September 2015].

- Caroline. (2015). [online]. Tersedia: <http://regional.kompas.com/read/2015/01/27/14115301> [Diakses pada September 2015].
- Farid. (2014). [online]. Tersedia: <http://regional.kompas.com/read/2014/10/20/17283931> [Diakses pada September 2015].
- Indonesia Kreatif. (2015). [online]. Tersedia: <http://www.indonesiakreatif.net> [Diakses pada September 2015].
- Miftahuddin. Diferensiasi Produk, Strategi Jitu Memenangkan Persaingan. (2011). [online]. Tersedia: <http://bisnisukm.com/diferensiasi-produk-strategi-jitu-memenangkan-persaingan> [Diakses pada September 2015].