

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan perekonomian di Indonesia menjelang diberlakukannya AFTA/NAFTA ( Asian Free Trade Area / North America Free Trade Area ) akan menarik terutama di sektor ritel dengan persaingan yang akan semakin tinggi karena dimungkinkannya pesaing dari luar negeri untuk melakukan kegiatannya di Indonesia. Pengusaha Indonesia saat ini secara agresif melakukan ekspansi untuk memperluas wilayah usahanya untuk menyaingi pengusaha ritel dari luar negeri dan ini menjadi salah satu indikator bahwa perkembangan industri ritel memiliki prospek yang cukup baik.

Semakin hari makin banyak industri-industri ritel yang didirikan. Industri-industri tersebut tentunya akan mengalami persaingan yang ketat di antara satu sama lainnya. Salah satu bidang industri ritel yang berkembang pesat sekarang ini khususnya di kota Bandung adalah industri ritel dalam bidang konveksi pakaian. Industri yang sedang menjamur tersebut biasanya lebih dikenal dengan *Clothing Industries*. *Clothing industries* adalah perusahaan yang khusus untuk memproduksi pakaian jadi dengan khusus segmen remaja.

Banyaknya perusahaan *Clothing* yang didirikan menyebabkan terjadinya persaingan yang cukup besar di antara perusahaan tersebut dalam memasarkan produk kepada pasar sasaran. Adalah suatu tantangan bagi produsen untuk selalu kreatif dan inovatif untuk dapat menarik perhatian konsumen.

Banyaknya produk tertentu. Oleh karena itu, untuk dapat mempertahankan konsumennya, produsen harus dapat memahami kebutuhan dari konsumen, melakukan pengembangan produk dengan menciptakan produk-produk yang baru, meningkatkan mutu dan kualitas produk, keistimewaan produk, harga, saluran pemasaran dan lainnya, sehingga produk-produk tersebut tetap diminati oleh pasar. Selain itu, diperlukan strategi pemasaran yang baik seperti pembentukan

dan penguatan *image* terhadap merek sehingga memberikan kepercayaan kepada konsumen untuk membeli merek yang sama.

Braten-Fox sebagai salah satu pelopor industri *clothing* Indonesia, khususnya di Bandung, memiliki konsep disain tersendiri yang membedakannya dengan *clothing-clothing* yang lain dan selalu terkini setiap waktu atau sesuai stok. Artinya setiap barang yang stoknya habis tidak akan diproduksi lagi dan akan diganti dengan produk yang baru yang memiliki ciri khas yang lain. Konsep disain yang diusung Braten-Fox adalah desain kontropetor, yaitu sebuah konsep disain modern yang melihat kehidupan, khususnya kehidupan anak muda dalam sebuah perspektif baru. Konsep disain ini mencakup dunia *musik, olah raga, lifestyle, culture, serta* modernisme akhirnya setiap kejadian ditangkap dan dituangkan sebagai ide dari konsep desain produk yang dibuat menjadikan setiap produk Braten-Fox sebagai suatu karya seni yang dapat dinikmati.

Merek Braten-Fox menawarkan produk-produk yang berupa baju kaos dengan gambar disain yang menarik, kemeja, celana panjang, celana pendek, tas, sepatu, sandal, topi, dan aksesoris-aksesoris. Produk-produk tersebut kebanyakan ditargetkan untuk pangsa pasar remaja. Untuk itu desain dari produk-produk tersebut dibuat secara unik agar menarik perhatian remaja. Di antara produk-produk Braten-Fox tersebut, baju kaos adalah produk yang paling diproduksi dan paling banyak diminati konsumen.

Upaya memperkenalkan merek Braten-Fox melalui berbagai media termasuk televisi merupakan suatu usaha dalam memperluas pemasaran dan membentuk atau menciptakan suatu citra/kesan tersendiri mengenai merek Braten-Fox. Melalui cara ini, persepsi konsumen dapat terbentuk mengenai merek Braten-Fox dan nantinya akan menghasilkan kesan/*image* mengenai merek Braten-Fox. Dengan memiliki pengetahuan mengenai suatu merek, maka konsumen dapat membedakan antara suatu produk dengan merek tertentu dengan produk yang sejenis yang memiliki merek berbeda.

Merek tidak hanya memberikan identitas bagi produk tetapi merupakan sesuatu hal yang biasa memberikan suatu kebanggaan bahkan fanatisme sehingga merek yang terpercaya diyakini mampu meningkatkan kekuatan ekuitas dari

merek tersebut. Saat ini yakni dapat menggambarkan produk, pelayanan, distribusi bahkan perusahaan. Merek dapat memberikan *image* tersendiri. *Image* mengenai suatu merek dapat terbentuk dari hasil persepsi seseorang terhadap suatu merek tertentu berdasarkan pengalamannya, informasi dari teman ataupun informasi komersial yang didapatkan dari media massa.

Berdasarkan dari uraian di atas, maka penulisan merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh dari Ekuitas Merek agar konsumen tertarik melakukan pembelian sekaligus memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Penelitian ini penulis fokuskan pada masalah;

**“ Analisis Ekuitas Merek Pada Prusahaan Braten-Fox “.**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dapat dikatakan, bahwa setiap perusahaan memiliki banyak permasalahan tersendiri dalam menjalankan mobilitas perusahaan. Penulis menetapkan beberapa permasalahan yang berhubungan dengan Ekuitas Merek Braten-Fox, diantaranya adalah:

1. Aspek mana dari unsur-unsur ekuitas meek pada Braten-Fox yang dapat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Apa faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam penggunaan merek pada Braten-Fox
3. Upaya-upaya apa yang dilakukan dalam mengatasi hambatan dalam merek pada Braten-Fox.

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dan tujuan penulis dalam mencari, serta mengolah data-data yang didapatkan adalah sebagai bahan penelitian dalam laporan tugas akhir (LTA), dalam rangka mengikuti Ujian Sidang Diploma III (D3), dengan bidang studi Bisnis dan Manajemen. Sedangkan tujuan penulis antara lain :

1. Mengetahui unsur-unsur ekuitas merek pada Braten-Fox yang dapat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Mengetahui upaya-upaya yang dilakukan dalam mengatasi masalah dalam hubungan merek dengan keputusan pembelian konsumen.
3. Mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan menghambat dalam penggunaan merek pada Braten-Fox

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan dapat bermanfaat ditinjau dari :

1. Aspek Teoritis

Dilihat dari aspek teoritis, penelitian yang dilaksanakan diharapkan dapat berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dan ilmu pengetahuan manajemen pada umumnya.

2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan atau informasi bagi perusahaan mengenai pengaruh penetapan merek (*brand*) atau sebagai sumber bacaan, referensi bagi yang memerlukannya dan diharapkan informasi yang diperoleh dari penelitian itu dapat dijadikan dasar pemikiran untuk pengembangan penelitian lebih lanjut.

#### **1.5 Metode Tugas Akhir**

Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini adalah metode deskriptif yaitu suatu metode yang menuliskan, memaparkan dan melaporkan suatu keadaan, objek atau peristiwa. Dengan kata lain merupakan metode yang menggambarkan, menjelaskan dan menganalisa data yang diperoleh dari lokasi penelitian dan kemudian membuat kesimpulan untuk melengkapi data yang diperlukan maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1) Penelitian Lapangan (*Field research*).

Yaitu penelitian yang langsung dilakukan oleh penulis pada Braten-Fox Bandung mengenai permasalahan yang menjadi objek penelitian guna memperoleh data yang dibutuhkan. Untuk melengkapi data yang diperlukan maka penulis menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- Wawancara  
Suatu percakapan yang diarahkan kepada suatu masalah tertentu dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan terlebih dahulu.
- Observasi  
Merupakan pengamatan langsung kepada objek yang akan diteliti dengan mengunjungi pelaksanaan-pelaksanaan penelitian pada suatu perusahaan.

2) Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu mencari data dan menempatkan bahan atau data, yang dapat dipergunakan dalam kinerja praktik ini yang dikumpulkan dari sumber-sumber.

- Data Primer  
Yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber penelitian, seperti data yang diperoleh langsung dari wawancara, penelitian langsung ke perusahaan atau melakukan kerja praktek di perusahaan.
- Data Sekunder  
Yaitu data tidak langsung. Seperti, data yang berasal dari kepustakaan, data yang diperoleh dari laporan perusahaan ataupun hal-hal lain yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

### **1.6 Lokasi dan waktu penelitian**

Untuk menyusun laporan tugas akhir ini penulis mengadakan penelitian pada:

Braten-Fox yang beralamat Jalan Sasak Gantung V no 58 Bandung 40261. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Maret 2006 sampai dengan selesai.

