BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Olahraga merupakan salah satu gaya hidup sehat yang sangat dianjurkan untuk dilakukan setiap hari. Dengan rutin berolahraga, maka peredaran darah dalam tubuh menjadi lancar, menyehatkan organ jantung, meningkatkan daya ingat serta menurunkan tingkat stres. Untuk berolahraga pastinya kita harus mempunyai alat yang mendukung olahraga tersebut, salah satunya adalah sepatu olahraga. Manfaat dari sepatu olahraga ini tentu saja agar kita lebih aman dari resiko cedera ketika berolahraga. Apalagi saat ini teknologi semakin berkembang, menjadikan sepatu olahraga semakin beragam dan spesifik. Perkembangan ini ditujukan untuk mengurangi resiko cedera kaki serta memaksimalkan kemampuan pengguna. Namun, saat ini banyak sekali muncul sepatu olahraga palsu yang beredar di pasar yang kualitasnya sangat rendah dan dapat mengakibatkan resiko terhadap pengguna. Munculnya sepatu olahraga palsu ini dikarenakan mahalnya harga sepatu olahraga asli dan tingginya permintaan terhadap sepatu olahraga palsu.

Dalam terminologi internasional, istilah produk palsu bermacam-macam. Misalnya: *counterfeiting*, *piracy*, *imitation*, *grey product* dan *softlifting*. Secara umum, pemalsuan produk didefinisikan sebagai upaya mengkopi/memalsu produk, bungkus dan konfigurasi yang berkaitan dengan produk tersebut, sehingga seperti produk aslinya, serta memasarkannya untuk keuntungan sendiri tapi biasanya kualitasnya lebih rendah dalam hal kinerja, kehandalan, atau daya tahan (Chiu dkk.,

2014; Hidayat & Mizerski, 2005). Biasanya produk yang dikopi merupakan produk-produk terkenal dan yang dikopi adalah kemasan dan bahan bakunya yang dibuat sedemikian rupa sehingga menyerupai aslinya, termasuk juga didalamnya pemalsuan trademark beserta pelabelannya (Ekasasi & Diwasasri, 2014).

Meskipun pemalsuan produk berasal dari kategori seperti pakaian mewah dan aksesoris, pemalsuan sekarang mempengaruhi berbagai industri, dan hampir semua kategori produk (Chiu dkk., 2014). Berdasarkan hasil survei Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) mengenai produk palsu terhadap ekonomi nasional selama 2014 sudah mencapai Rp 65,1 triliun. Kerugian terdiri dari produk makanan dan minuman Rp 13,39 triliun, produk pakaian dan barang dari kulit Rp 41,58 triliun, produk obat-obatan dan kosmetik Rp 6,5 triliun serta produk software dan tinta Rp 3,6 triliun. Selain itu, MIAP juga mengungkapkan, pemerintah kehilangan pendapatan dari pajak tidak langsung sekitar Rp 424 miliar. Sementara barang-barang yang selama ini dipalsukan adalah tinta printer, pakaian, barang dari kulit, software, kosmetika, makanan dan minuman serta produk farmasi (Kemenperin, 2014).

Dalam situasi pembelian awal, konsumen melihat berbagai isyarat sebagai pertimbangan. Menurut *cue utilization theory* (teori utilisasi petunjuk), produk terdiri dari berbagai isyarat yang berfungsi sebagai indikator pengganti kualitas untuk pembeli (Liu, 2010). Isyarat dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu isyarat ekstrinsik dan intrinsik. Atribut ekstrinsik merupakan aspek yang berkaitan dengan produk tetapi tidak secara fisik bagian dari itu, seperti harga, merek, kemasan, tempat pembelian, asal produk dan sebagainya. Sedangkan indikator intrinsik

merupakan atribut produk yang melekat dalam fisik produk tersebut, seperti proses pembuatan, bahan baku, garansi, dan sebagainya (Fandos & Flavian, 2006; Ekasasi & Diwasasri, 2014). Adapun hal lain yang yang dapat mempengaruhi niat beli konsumen terhadap sepatu olahraga palsu, yaitu sikap menolak resiko (*risk aversion*). *Risk aversion* telah didefinisikan sebagai sejauh mana orang merasa terancam oleh situasi yang ambigu, dan menciptakan keyakinan dan perilaku yang mencoba untuk menghindari situasi ini. *Risk aversion* dalam penelitian ini adalah dalam kaitannya dengan toleran terhadap kerugian yang mungkin akan dihadapi jika konsumen melakukan pembelian produk palsu. Chiu dkk. (2014) menyatakan bahwa konsumen yang lebih menolak resiko akan kurang rentan untuk membeli produk palsu.

Nasermoadeli dkk. (2013) menegaskan bahwa niat untuk membeli adalah prediksi pembeli dari merek yang akan ia pilih untuk dibeli. Niat untuk membeli dapat diakui sebagai cerminan dari perilaku pembelian nyata. Semakin besar niat pembelian, keinginan konsumen yang lebih besar adalah dengan membeli produk. Para peneliti telah mengidentifikasi dua tipe pembeli produk palsu. Yang pertama adalah korban, yang tidak tahu dan tanpa sengaja membeli produk palsu karena produk palsu tersebut sangat mirip dengan yang asli. Konsumen yang sadar bahwa produk yang dibeli adalah produk palsu, maka konsumen akan mempertimbangkan dengan sadar harga, kualitas dan pasar tempat tersedianya produk tersebut. Yang kedua adalah konsumen yang rela membeli produk palsu walaupun mereka tahu bahwa perbuatan tersebut adalah ilegal. Mereka sangat sadar akan resiko yang diperoleh dengan produk palsu ini sehingga produk yang dibeli selalu

dipertimbangkan berkaitan dengan keselamatan konsumen (Phau & Teah, 2009; Ekasasi & Diwasasri, 2014).

Evaluasi paska pembelian terjadi setelah keputusan pembelian telah dibuat dan merupakan tahap di mana konsumen akan mengevaluasi apakah produk yang mereka beli memuaskan atau tidak. Pentingnya evaluasi paska pembelian adalah bahwa konsumen dapat memanfaatkan pengalaman setelah membeli dan menggunakan produk ketika mempertimbangkan keputusan pembelian masa mendatang tentang produk / merek atau jasa tertentu (Manley, 2013). Semakin banyak kesempatan konsumen mengevaluasi produk palsu, semakin besar niat konsumen untuk membeli produk palsu. Di sisi lain, ketika mereka jadi membeli produk palsu tersebut, penelitian sebelumnya mengatakan bahwa paska pembelian produk palsu ada sebagian konsumen yang memiliki perasaaan bersalah, tidak etis, dan ilegalitas yang terkait dengan persepsi dan sikap terhadap produk palsu (Maldonando & Hume, 2005).

Dan objek penelitian yang dipilih adalah sepatu olahraga palsu karena harga sepatu olahraga terbilang mahal dan tingginya permintaan akan sepatu olahraga palsu, dan hal itu mengakibatkan banyaknya sepatu olahraga palsu yang bermunculan di pasar dan menjadi problem serius bagi pemegang merek resmi dan pemerintah. Adapun judul penelitian yang diambil oleh peneliti adalah: “Peran Atribut Produk dan Sikap Menolak Resiko Terhadap Niat Beli Serta Perasaan Paska Beli Sepatu Olahraga Palsu”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah atribut intrinsik dan ekstrinsik produk memiliki pengaruh terhadap niat beli produk palsu?
2. Apakah sikap menolak resiko memiliki pengaruh terhadap niat beli produk palsu?
3. Apakah niat beli memiliki pengaruh terhadap perasaan paska beli produk palsu?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Menjelaskan pengaruh atribut intrinsik dan ekstrinsik produk terhadap niat beli sepatu olahraga palsu.
2. Menjelaskan pengaruh sikap menolak resiko terhadap niat beli sepatu olahraga palsu.
3. Menjelaskan pengaruh niat beli terhadap perasaan paska beli sepatu olahraga palsu.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Untuk menambah pengetahuan serta wawasan dan mempraktekan teori yang telah disampaikan di bangku kuliah. Serta untuk melatih berfikir kritis, cepat dan tanggap terhadap lingkungan khususnya di bidang pemasaran dengan pokok permasalahan *purchase intention* yang berhubungan dengan sepatu olahraga palsu.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan kepada perusahan dalam usaha untuk membuat strategi bisnis untuk memblokir atau mengurangi produk palsu yang dapat diakses konsumen di pasar.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang perlu pengembangan lebih lanjut dan dapat juga digunakan untuk perbandingan tehadap kasus-kasus serupa.