

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan olahraga futsal di Indonesia saat ini terus meningkat. Dikutip dari futsalwordranking.com (2022), Indonesia berada di posisi 39 ranking dunia, naik 9 peringkat dari Desember 2021. Di Asia, Indonesia berada di posisi 6, naik 4 ranking dari Desember 2021. Hal tersebut sejalan dengan prestasi timnas futsal Indonesia melaju ke Piala Asia 2022. Pada kompetisi nasional, Federasi Futsal Indonesia (FFI) juga menyelenggarakan liga futsal nasional secara reguler yang dapat memicu perkembangan penggemar olahraga futsal di Indonesia.

Dalam penyelenggaraannya, liga futsal nasional diikuti oleh 12 tim yang merupakan hasil penyisihan yang dilakukan secara nasional (skor.id, 2022). Sebelum bermain di liga futsal nasional, Federasi Futsal Indonesia (FFI) menyelenggarakan liga di setiap regional. Hal tersebut menjadi perbincangan bagi penggemar futsal dan berdampak pada meningkatnya minat pada olahraga futsal di setiap daerah, salah satunya di Kota Padang. Perkembangan futsal di Kota Padang ditandai dengan terbentuknya tim amatir dan banyaknya komunitas futsal di Kota Padang seperti Yofutsal Community, Sahobi, Adaga Futsal, Fun Futsal Community dan lainnya. Selain itu, penyelenggaraan liga antar pelajar, mahasiswa, dan umum juga terdapat di Kota Padang dengan memanfaatkan arena futsal yang tersedia.

Futsal merupakan olahraga yang banyak digemari masyarakat dari anak-anak, remaja, dan dewasa di Kota Padang. Terbukti dengan menjamurnya arena futsal di setiap sudut kota yang dapat memfasilitasi konsumen dalam bermain futsal. Banyaknya arena futsal mengindikasikan tingginya minat konsumen terhadap olahraga ini seperti yang telah dijabarkan pada tabel 1.1. berikut ini :

Tabel 1.1
Data Arena Futsal di Kota Padang

No.	Nama Arena Futsal	Alamat
1.	One Futsal	Jalan Raya Gadut No.8, Padang Besi, Kecamatan Lubuk Kilangan
2.	Arena Futsal	Jalan Koto Baru Nan XX, Kecamatan Lubuk Begalung
3.	Piai Futsal	Jalan Piai Atas, Cupak Tengah, Kecamatan Pauh.
4.	777 Futsal	Jalan Dr. Moh. Hatta No. 9, Ps. Ambacang, Kecamatan Kuranji
5.	Tata Futsal	Jalan Rawang, Kecamatan Padang Selatan
6.	Dallas Futsal	Jalan Andalas No.79, Andalas, Kecamatan Padang Timur
7.	Rafhely Futsal	Jalan Palembang No.12, Ulak Karang Selatan, Kecamatan Padang Utara
8.	Glory Futsal	Jalan Sei Sirah No. 6 Olo, Rimbo Kaluang, Kecamatan Padang Barat
9.	Salingka Futsal	Jalan Bungo Pasang, Kecamatan Koto Tengah
10.	Aya Futsal	Jalan Tj. Berok No.114, Kurao Pagang, Kecamatan Nanggalo
11.	Futsal Spot Senter	Teluk Kabung Tengah, Kecamatan Bungus Teluk Kabung

Sumber : Data diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa persebaran arena futsal merata di setiap kecamatan yang ada di Kota Padang. Arena futsal yang ada memiliki jenis lantai lapangan yang berbeda. Dikutip dari Indonesiana.com (2022) terdapat enam jenis lantai lapangan futsal yaitu *vynil*, *parquette*, *taraplex*, rumput sintetis, karpet plastik, dan semen. Banyaknya jenis lantai arena futsal disebabkan oleh biaya pembuatan yang berbeda. Perbedaan jenis ini akan berdampak pada harga sewa lapangan. Meskipun demikian, perbedaan harga sewa tidak menjadi penghambat bagi penggemar futsal untuk menyalurkan hobi mereka. Pada umumnya, penggemar futsal harus melakukan proses sewa lapangan beberapa hari sebelum digunakan agar menghindari risiko padatnya jadwal penggunaan arena futsal.

Dalam olahraga futsal, setiap pemain perlu melengkapi dirinya dengan perlengkapan futsal, salah satunya sepatu. Sepatu futsal adalah perlengkapan wajib bagi pemain futsal yang memiliki beragam merek dan spesifikasi sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dikutip dari tipologi (2021), merek sepatu futsal asing yang terdapat di Indonesia yaitu Mizuno, Adidas, Nike, Lotto, dan Puma. Sedangkan merek sepatu lokal yang terdapat di Indonesia yaitu:

Tabel 1.2
Data Sepatu Futsal Lokal di Indonesia

No.	Merek	<i>Brand ambassador</i>
1.	Eagle	-
2.	League	-
3.	Speed	-
4.	Mills	M. Albagir
5.	Calci	Eko Sanjaya Muhammad Obay
6.	Specs	Evan Soumilena Dewa Rizki Ardiansyah Runtuboy
7.	Ortuseight	Bambang Bayu Saptaji Andri Kustiawan

		Samuel Eko
		Rio Pangestu

Sumber : Data diolah peneliti (2022)

Berdasarkan pengamatan di lapangan, sepatu futsal merek Ortuseight banyak digunakan penggemar futsal di Kota Padang. Dikutip dari Atmoe.id (2022), Ortuseight merupakan produk yang lahir pada bulan Februari 2018 di bawah PT. Vita Nova Atletik, sebuah perusahaan yang beroperasi dibidang olahraga. Ortuseight didirikan oleh orang yang sudah berpengalaman puluhan tahun dalam industri olahraga Indonesia (ortuseight, 2022). Meskipun tergolong baru, Ortuseight menjadi pilihan bagi pemain futsal profesional dan mampu bersaing dengan merek sepatu lokal dan asing yang ada di Indonesia, sehingga banyak digunakan oleh penggemar futsal. Hal tersebut terbukti dengan penjualan produk sepatu futsal merek Ortuseight di salah satu marketplace, yaitu Shopee. Ortuseight adalah merek sepatu futsal yang paling banyak terjual.

Tabel 1.3

Data Penjualan Sepatu Futsal

No	Merek	Tahun bergabung	Periode	Terjual
1.	Ortuseight	2018	2018 – 2022	20.231
2.	Specs	2017	2017 – 2022	4.500
3.	Calci	2017	2017 – 2022	1.063
4.	Speed	2018	2018 – 2022	1.925
5.	Ardiles	2020	2020 – 2022	170
6.	League	2020	2020 – 2022	261

Sumber : Shopee (2022)

Banyak faktor yang dapat memicu penggemar futsal dalam melakukan *purchase decision*. Menurut Kotler dan Keller (2016), *purchase decision* merupakan bagian dari perilaku konsumen mengenai bagaimana seseorang, sekumpulan orang, dalam memilih, membeli,

menggunakan, dan bagaimana barang dan jasa dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Adapun faktor yang dipertimbangkan penggemar dalam membuat *purchase decision* adalah *product quality*. Menurut Kotler dan Keller (2016), *product quality* adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, dan ketelitian yang diperoleh produk secara keseluruhan. Dikutip dari ortuseight.id (2022), dalam menjaga kualitas produknya, Ortuseight menyatakan selalu berkomitmen untuk menawarkan desain terbaik dengan teknologi dan inovasi terbaru di setiap produk Ortuseight. Berikut ini adalah tabel rekomendasi merek sepatu futsal :

Tabel 1.4
Rekomendasi Merek Sepatu Futsal di Indonesia

No	Merek	Varian
1.	Mizuno	Mizuno Morelia IN MS-064
2.	Specs	Specs Accelerator Alpha Pro IN
3.	Ortuseight	Ortuseight Jogosala Rampage
4.	Nike	Nike Tiempo Legend 9 Academy IC
5.	Puma	Puma Ultra 3.1 IT
6.	Adidas	Adidas Predator Freak LL TF
7.	Kelme	Kelme Precision Forte
8.	Kipsta	Kipsta A100
9.	League	League Gioro 3 Premiere Advance

10.	Specs	Specs Metasala Nativ 2
11.	Mills	Mills Troya IN

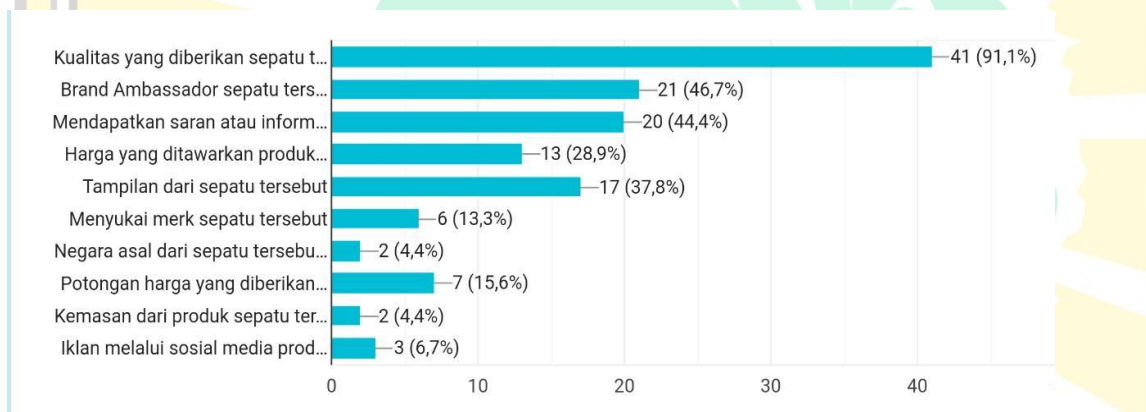
Sumber : Artikel (2022)

Selain *product quality*, faktor lainnya yang mempengaruhi *purchase decision* yaitu *Brand ambassador*. Menurut Lea Greenwood (2012), *Brand ambassador* adalah alat yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dengan publik untuk meningkatkan penjualan. Dalam mengiklankan produknya, ortuseight memiliki beberapa *Brand ambassador* yang menjadi pemain langganan timnas futsal Indonesia. Hal ini menjadi menarik karena sepatu futsal Ortuseight tergolong baru, tetapi sudah dipercaya oleh sebagian atlet futsal di Indonesia. Ortuseight membawa nilai utama dalam *brand* nya seperti mendampingi konsumen dalam mengejar impian, setia menemani dalam berlatih, bersaing, dan mencapai tujuan. Semua nilai utama dibawa Ortuseight ke dalam lapangan melalui *Brand ambassador* ternama di Indonesia. Dalam mempromosikan produknya, Ortuseight menggandeng pemain futsal profesional Indonesia yaitu Bambang Bayu Saptaji (BBS) untuk menjadi *brand ambassador* sepatu futsal mereka.

Bambang Bayu Saptaji (BBS) merupakan pemain futsal yang malang melintang di dunia olahraga futsal tanah air. Dikutip dari sportstar.id (2022), beberapa klub yang pernah dibela BBS yaitu Electric PLN, Tifosi Bashkara, Vamos Mataram, Halus FC, hingga kini membela Pendekar United. Pendekar United merupakan tim yang sedang naik daun karena mampu mendatangkan pemain futsal kelas dunia, yaitu Richardinho asal Portugal. Selain itu, Bambang Bayu Saptaji (BBS) merupakan pemain futsal Indonesia yang pertama berkarir di luar negeri bersama tim Liga Futsal China, Dalian Yuan Dynasty. Performa tersebut membuat Bambang Bayu Saptaji (BBS) menjadi pemain yang hampir tidak pernah absen membela timnas futsal Indonesia dari tahun 2012 hingga 2022. Oleh karena itu, banyak penggemar futsal yang membahas mengenai sepatu futsal merek Ortuseight yang digunakan Bambang Bayu

Saptaji (BBS. Hal tersebut terjadi karena Ortuseight membuat desain sepatu khusus untuk Bambang Bayu Saptaji (BBS).

Selain itu, faktor lainnya yang mempengaruhi *purchase decision* adalah *Word of Mouth*. Menurut Kotler & Keller (2016) *Word of Mouth marketing* adalah kegiatan pemasaran melalui komunikasi dari orang ke orang secara lisan, tulisan, dan alat komunikasi elektronik terkait dengan pengalaman penggunaan layanan atau pembelian produk. Kegiatan pemasaran tersebut dapat berupa komentar atau saran dari seseorang yang sudah membeli atau menggunakan barang atau jasa.



Gambar 1.1 Data yang diolah peneliti (2022)

Untuk mengetahui informasi lebih lanjut, maka dilakukan survei awal terhadap pengguna sepatu merek Ortuseight di Kota Padang. Dalam survei ini terdapat beberapa pernyataan umum mengenai faktor yang membuat konsumen memutuskan untuk membeli sepatu futsal merek Ortuseight dan diajukan kepada 45 responden. Pernyataan yang diajukan seperti kualitas yang ditawarkan produk, *Brand ambassador* dari produk, saran dari orang lain (*Word of Mouth*), harga dari sepatu, tampilan dari sepatu, citra merek sepatu, negara asal sepatu, potongan harga dari sepatu, kemasan dari sepatu, dan iklan melalui sosial media. Dari hasil survei, penulis mengambil 3 jawaban teratas yang akan diaplikasikan sebagai variabel dalam penelitian ini yaitu, kualitas produk yang ditawarkan Ortuseight, *Brand ambassador*

yang digandeng Ortuseight, dan *Word of Mouth* berupa saran dari konsumen lain terhadap produk sepatu futsal merek Ortuseight.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *product quality*, *Brand ambassador*, dan *Word of Mouth* terhadap *Purchase Decision* Sepatu Futsal Merek Ortuseight (Survei pada Pengguna Sepatu Futsal Merek Ortuseight di Kota Padang)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan di atas, rumusan masalahnya yaitu :

1. Bagaimana pengaruh *product quality* terhadap *purchase decision* pada sepatu futsal Ortuseight.
2. Bagaimana pengaruh *Brand ambassador* terhadap *purchase decision* pada sepatu futsal Ortuseight.
3. Bagaimana pengaruh *Word of Mouth* terhadap *purchase decision* pada sepatu futsal Ortuseight.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh *product quality* terhadap *purchase decision* pada sepatu futsal Ortuseight.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Brand ambassador* produk terhadap *purchase decision* pada sepatu futsal Ortuseight.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth* terhadap *purchase decision* pada sepatu futsal Ortuseight.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti, manfaat penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan di bidang pemasaran yang berkaitan dengan *product quality*, *Brand ambassador*, dan *Word of Mouth* pada sepatu futsal Ortuseight.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi peneliti lain ataupun produsen dalam mengatur strategi yang berdampak pada *purchase decision* konsumen.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini yaitu membahas mengenai pengaruh *product quality*, *Brand ambassador*, dan *Word of Mouth* terhadap *purchase decision* sepatu futsal merek Ortuseight pada konsumen di Kota Padang.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, manfaat penelitian, ruang lingkup, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Pada bab ini menjelaskan mengenai teori yang berkaitan dengan teori pada rumusan masalah, kesimpulan penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, skala pengukuran variabel, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai pengelolaan data, analisis data, dan pembahasan permasalahan yang diteliti. dalam penelitian ini.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan memuat bagian akhir yang terdiri dari kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian.

