

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sepak bola adalah olahraga yang sangat berkaitan erat dengan kehidupan manusia. Ini dibuktikan tidak seorangpun yang tidak mengenal olahraga sepak bola baik dari kaum adam dan kaum hawa. Olahraga sepak bola tidak memandang usia maupun gender, semua orang bisa memainkan olahraga ini. Di era saat ini sepak bola bukan hanya untuk sekedar bersenang-senang tetapi juga untuk ajang perlombaan bergengsi antar kota atau negara. Menurut lembaga survey Nielsen Sport menyebutkan bahwa, pada tahun 2017, 77 % dari jumlah penduduk Indonesia merupakan penggemar berat sepak bola terutama ketika tim nasional Indonesia berlaga atau bertanding (CNN, 2017). Dari hasil surveynya, Indonesia kalah dari Nigeria, dimana sebanyak 83% jumlah penduduknya, mempunyai ketertarikan kepada sepak bola. Sedangkan Thailand dan Malaysia mempunyai persentase hanya 75% dan 70% dari penduduknya yang menyukai sepak bola.

Di Indonesia budaya menonton pertandingan sepak bola bersama komunitas dengan klub favorit yang sama merupakan hal yang wajib bagi para penggemar sepak bola. Para penggemar sepak bola sebagai pendukung klub sepak bola tertentu, tidak hanya menyaksikan melalui media elektronik, melainkan juga datang secara langsung ke lokasi pertandingan. Bahkan para penggemar klub sepak bola tersebut memesan tiket jauh – jauh hari sebelum pertandingan digelar agar bisa masuk ke lokasi pertandingan.

Atribut penggemar sepak bola sangatlah penting karena atribut merupakan bentuk dukungan secara fisik. Atribut dalam hal ini antara lain syal, topi, jaket terutama jersey bola. *Jersey* bola atau sering disebut baju bola bagi para penggemar sepak bola merupakan kebanggaan, ciri serta dukungan kepada klub kesayangan. Menurut Haryanto (2018) dalam sepak bola *jersey* lebih tepat diartikan sebagai kostum atau seragam, ini adalah syarat mutlak jika sebuah tim ingin ikut dalam pertandingan karena *jersey* sebagai penanda sebuah tim pertandingan.

Menurut Kardi dan Vetriciawizach (2015) di Indonesia *jersey* berdasarkan penggunaannya terbagi menjadi tiga model jersey yaitu : 1). *Jersey* negara, adalah *jersey* yang digunakan oleh pemain tim nasional sepak bola suatu negara, contohnya *jersey* timnas Indonesia, Jepang, Belanda, Inggris dan lain – lain, 2). *Jersey* internasional, adalah *jersey* yang digunakan oleh klub internasional, contohnya *jersey* klub internasional Chelsea, Juventus, Real Madrid, Manchester United dan lain – lain, 3). *Jersey* lokal, adalah *jersey* yang digunakan oleh klub lokal Indonesia, contohnya *jersey* klub Persebaya, Arema, Persija dan lain – lain

Di Indonesia *jersey* sudah mulai dilirik oleh *fashion* sebagai gaya tren berpakaian dari berbagai usia dan gender, ini menjadikan *jersey* sebagai peluang bisnis yang sangat menguntungkan (Haryanto, 2018). Terdapat 3 tipe *jersey* yang ada di Indonesia antara lain *jersey* lokal, *jersey* kw dan *jersey* original (Haryanto, 2018). Harganya juga bervariasi mulai dari 20ribuan hingga 100ribuan bahkan bisa lebih. Menurut Haryanto (2018) perkembangan *jersey* sekarang ini tidak hanya sebagai kostum pemain sepak bola atau sebagai identitas komunitas tim pendukung tetapi sudah menjadi *fashion* gaya berpakaian masyarakat, hal ini

ditandai dengan munculnya *jersey ladies* yang dikhususkan untuk para kaum hawa, karena jersey pada awalnya hanya menyediakan untuk pria. Dengan munculnya *jersey ladies* ini membuktikan bahwa memang penggemar sepak bola adalah semua kalangan tanpa mengenal kelas, ras, usia dan gender (Haryanto, 2018). Dengan lahirnya fenomena *jersey* bola maka tidak heran jika di Indonesia banyak orang yang memakai jersey atau baju bola di tempat yang sebenarnya tidak terkait dengan sepak bola tetapi orang memakai *jersey* kini bisa kita temukan di kampus, *caffe*, *jalam umum*, *mall* atau tempat umum lainnya (Haryanto, 2018).

Dalam pemasaran dan penjualan *jersey* di kabupaten Jombang, *jersey* dapat ditemukan di *sport store*. *Sport store* ini menyediakan berbagai macam *jersey*. Keberagaman jenis *jersey* yang disediakan menjadi magnet bagi para pembeli *jersey* untuk membeli di *sport store* tersebut. Semakin banyaknya *sport store* menunjukkan semakin ketat persaingan dalam penjualan *jersey* di kabupaten Jombang. Hal tersebut menuntut penjual untuk membuat *sport store*nya lebih unggul daripada yang lain, seperti *jersey* yang selalu *update*, strategi pemasaran yang digunakan, maupun harga yang kompetitif. Di kabupaten Jombang ada banyak *sport store*, ini terbukti dengan data pada tabel 1.1 berikut ini :

TABEL 1.1. Jumlah Sport Store Kota Jombang

No	Nama Sport Store	Alamat
1	Merdeka Sport Jombang	Depan Bank UOB, Jl.Gus Dur No.114/29 Candimulyo, Sebelah Selatan Borobudur, Candi Mulyo, Jombang
2	Persebaya Sport Store 1	Linggajati Plaza, Jl.KH. Wahid Hasyim No.3C, Jombang
3	Cahaya Sport	Jl. A Yani No.65-67, Jombang
4	Kedai Bola Sportwear	Jl. Brigjen Katamso, Pulo Lor Jombang

Lanjutan tabel 1.1
Jumlah *Sport Store* Di Kabupaten Jombang

No	Nama <i>Sport Store</i>	Alamat
5	A7 Omah <i>Sport</i>	Jl. Tugu Gg. IV No.8, Kepatihan, Jombang
6	Kedai Bola <i>Sport</i>	Jl. Jayanegara No.16, Kepanjen, Jombang
7	Afkar <i>Jersey</i>	Kemambang, Diwek,, Jombang
8	O – <i>Sport</i>	Jl. KH. Wahab Hasbulloh, Tambakberas, Jombang
9	<i>Fashion Sport</i>	Jl. Raya Sentul, Tembelang, Jombang
10	<i>Planet Sport 17</i>	Jl. Dr. Wahidin Sudirohusodo No.21, Sengon, Jombang
11	Kaisar <i>Sport</i>	Jl. Hayam Wuruk No. 33, Candi Mulyo, Jombang
12	Kampung Bola	Jl. Kusumabangsa – Jombang
13	Persebaya <i>Sport Store 2</i>	Jl. Kusumabangsa – Jombang

Sumber : Data diolah (2019)

Dari tabel 1.1 ini menunjukkan bahwa dengan banyaknya *sport store* yang ada di kota Jombang, peminat dari *jersey bola* di kabupaten Jombang cukup banyak. Di kabupaten Jombang penggemar klub Persebaya sangat banyak, bahkan penggemar klub Persebaya di kabupaten Jombang dikenal dengan sebutan “Bonek Jombang”. Berikut jumlah anggota bonek di kabupaten Jombang :

TABEL 1.2. Jumlah Anggota Bonek Di Kabupaten Jombang Tahun 2019

Nama Penggemar	Jumlah Anggota
Bonek Jombang Utara	523
Bonek Jombang Selatan	768
Bonek Jombang Barat	3.056
Bonek Jombang Timur	1.300
Jumlah	5.647

Sumber : Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel 1.2 data terakhir pada bulan agustus 2019 jumlah anggota penggemar klub Persebaya yang sering disebut bonek adalah sebanyak 5.647 orang yang tersebar ke 4 kelompok yaitu bonek jombang utara, selatan, barat dan timur. Dengan banyaknya penggemar Persebaya yang ada di kabupaten Jombang, maka tidak heran jika di kabupaten Jombang banyak pebisnis melihat peluang tersebut untuk mendirikan *sport store* khusus seperti Persebaya *sport store* 1 dan Persebaya *sport store* 2 seperti pada tabel 1.1.

Berdasarkan konsep pemasaran, bahwa orientasi pemasaran adalah bagaimana kebutuhan konsumen maupun keinginan konsumen dapat terpenuhi dalam produk yang dipasarkan (Permadi, 2016 : 50). Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan pemasar atau produsen dalam memasarkan atau memproduksi produk yang memiliki nilai unggul sangat penting (Permadi, 2016 : 50). Menurut Swasta terdapat tiga unsur pokok konsep pemasaran yaitu : 1) Berorientasi pada konsumen, 2) Penyusunan kegiatan secara integral, 3) Kepuasan konsumen (Permadi, 2016 : 50). Menurut Kotler dan Keller urutan dari penciptaan dan penghantaran nilai terbagi dalam 3 fase: *Pertama* adalah memilih nilai, artinya pemasar harus mampu memilih dan menentukan nilai-nilai dari produk yang menjadi keinginan utama konsumen. *Kedua* adalah menyediakan nilai, artinya pemasaran harus menentukan fitur dari produk tertentu, distribusi dan harga. *Ketiga* adalah mengkomunikasikan nilai, artinya dengan mendayagunakan tenaga penjualan, iklan, promosi penjualan, dan sarana komunikasi lainnya untuk mempromosikannya (Permadi, 2016 : 50).

Memahami konsumen merupakan informasi pasar yang penting bagi produsen bidang *fashion* agar dapat merencanakan, mengembangkan dan

memasarkan produk dengan baik sehingga pada akhirnya dapat memberikan rekomendasi pada strategi pemasaran yang lebih efektif sesuai dengan kebutuhan konsumen (Haryanto, 2018). Dalam memahami konsumen, termasuk di dalamnya memahami bagaimana preferensi konsumen terhadap suatu produk yang akan ditawarkan. Menurut Kotler *customer preference* adalah kesukaan konsumen dari berbagai macam pilihan produk barang atau jasa yang ada (Rahardi dan Wiliasih, 2016 : 185). Sedangkan Menurut Frank (2011 : 63) *customer preference* merupakan proses merengking seluruh hal yang dapat dikonsumsi dengan tujuan memperoleh preferensi atas suatu produk maupun jasa.

Dalam penelitian mengenai *customer preference* terhadap suatu produk telah dilakukan sebelumnya pada beberapa penelitian dengan objek produk yang berbeda - beda. Hal ini mengindikasikan bahwa *customer preference* ini penting bagi perusahaan karena bertujuan untuk meneruskan strategi pemasaran secara berkelanjutan agar barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen tetap diminati oleh konsumen. Penelitian mengenai *customer preference* yang dilakukan oleh Lestari (2017) dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pakaian Bekas Impor (Studi Kasus Pada Pasar Gedebage Bandung)”. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2017) menunjukkan bahwa urutan pertimbangan utama dalam membeli produk tersebut adalah yang pertama responden lebih mengutamakan model dan warna pakaian, yang kedua adalah harga dan yang ketiga adalah merek. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh Yusra (2019) dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Songket Aceh Menggunakan CA (Studi Kasus : Banda Aceh dan Aceh Besar)”. Dalam penelitian Yusra (2019) mengatakan bahwa kombinasi atribut produk

songket yang paling banyak disukai oleh konsumen adalah warna dasar songket hitam, warna motifnya emas, bahannya polister dan border serta mempunyai motif pinto aceh.

Dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk memilih judul penelitian yaitu “**Analisis Customer Preference Jersey Bola (Study Pada Pengguna Jersey Bola Persebaya Di Jombang) ”**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah “faktor-faktor apa yang membentuk *customer preference jersey* bola Persebaya di kota Jombang?”.

1.3 Batasan Masalah

Di dalam suatu penelitian, perlu diadakan pembatasan masalah. Hal ini dilakukan untuk memperfokus lingkup penelitian, selain itu hal ini dilakukan karena adanya keterbatasan waktu pelaksanaan penelitian. Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor atribut yang membentuk *customer preference jersey* bola Persebaya di kabupaten Jombang.
2. Dalam penelitian ini faktor atribut yang membentuk *customer preference jersey* bola Persebaya di kabupaten Jombang, antara lain adalah harga, warna, bentuk dan gambar.
3. Penelitian ini di lakukan kepada masyarakat yang membeli *jersey* bola Persebaya di kabupaten Jombang pada tahun 2019.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengetahui variasi atau kombinasi atribut yang membentuk *customer preference jersey* bola Persebaya di kabupaten Jombang.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan tambahan referensi sekaligus wawasan dalam mengembangkan ilmu tentang pemasaran khususnya mengenai Analisis *Customer Preference*.

2. Manfaat praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta pemahaman mengenai Analisis *Customer Preference Jersey Bola*.