

# **Bab I**

## **Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang**

Garmen merupakan salah satu industri di Indonesia yang membantu pertumbuhan negara. Namun berdasarkan Industri.co.id (2022) diketahui pada tahun 2020 berdasarkan kementerian perindustrian, industri garmen mengalami penurunan sebesar 8,89% dan pada tahun 2021 turun sebesar 3,31%. Hal ini disebabkan ekspor garmen masih dibayangi oleh pandemi yang belum selesai di seluruh dunia. Berjalannya waktu pada tahun 2022 berdasarkan kementerian perindustrian, diperkirakan industri garmen pada periode awal akan mampu tumbuh di level 10,44% dan pertumbuhan tersebut akan didorong dari lonjakan permintaan pada saat Hari Raya (Industri.co.id, 2022).

Perilaku konsumen diartikan sebagai pembelajaran bagaimana pribadi, kelompok dan organisasi ketika menentukan, belanja, memanfaatkan materi, dan jasa untuk memuaskan permintaan konsumen (Kotler dan Keller, 2008). Pada saat melakukan pembelian pakaian olahraga setiap konsumen memiliki perilaku yang berbeda-beda. Menurut Abraham-Murrall dan Littrell (1995) terdapat empat faktor dalam membeli pakaian yaitu tampilan fisik, performa fisik, ekspresif, dan ekstrinsik. Berdasarkan hasil riset Katadata yang diterima Alinea.id (2020) diketahui bahwa generasi Z dan milenial berkontribusi hampir semua produk termasuk produk *fashion* mengalami peningkatan transaksi rata-rata *e-commerce* sebesar 85%, dengan rentang 18-25 tahun sebanyak 36%.

Industri olahraga di Indonesia terus berkembang pesat. Industri olahraga terdiri dari banyak hal yaitu kegiatan olahraga, produk olahraga, dan jasa olahraga yang sangat luas. Selama masa pandemi industri perlengkapan atau produk olahraga mengalami penurunan disebabkan pandemi. Hal ini disebabkan karena industri pakaian olahraga merupakan sektor yang harus melakukan pendekatan yang intensif untuk menambahkan daya tarik lebih bagi pasar dan konsumen. Berdasarkan Bisnis.com

(2020) mengutip dari Ken Research, sepanjang 2013 hingga 2018 pasar perlengkapan olahraga di Indonesia bertumbuh dengan rata-rata 8,3% per tahun, dan diproyeksikan hingga 2023 peningkatan 6,6% per tahun.

Setiap pakaian olahraga yang diproduksi memiliki aspek dimensi yang berbeda dan memiliki kesan kualitas yang berbeda. Aspek dimensi tersebut berhubungan dengan bahan, ukuran, kebutuhan akan mempengaruhi konsumen untuk membeli pakaian olahraga. Salah satu contoh yaitu ketika konsumen ingin membeli pakaian untuk olahraga renang, maka konsumen akan memilih pakaian renang dengan bahan *lycra*, *polyester*, dan *nylon*. Pakaian renang dengan bahan tersebut tidak mudah luntur, tahan terhadap paparan zat kimia yang digunakan untuk menjernihkan kolam. Maka dari itu aspek dimensi merupakan hal yang penting agar konsumen dapat memilih pakaian yang sesuai. Kemudian berdasarkan dari penelitian sebelumnya oleh Cindy (2019) terdapat aspek-aspek yang digunakan untuk merancang jaket olahraga jenis *running water repellent* yaitu aspek material, aspek fungsi, dan aspek pengguna. Aspek material digunakan untuk merancang jaket dengan menggunakan material parasut, *mesh*, dan *reflector*. Aspek fungsi digunakan untuk merancang jaket dengan fungsi untuk menciptakan desain baru terhadap perkembangan *fashion* jaket. Aspek pengguna digunakan untuk menentukan perancangan produk jaket ditujukan pada pria dan wanita dengan usia 17 hingga 28 tahun yang *fashionable*, aktif beraktivitas luar ruangan khususnya olahraga. Dari penelitian diatas maka diketahui bahwa aspek dimensi tiap pakaian bisa berbeda-beda.

Menurut Assael (1992) perilaku konsumen memiliki implikasi terhadap pemasar, dan keputusan pembelian konsumen dipengaruhi beberapa faktor yaitu kebudayaan, kelas/golongan, kelompok, dan keluarga. Pengaruh dari faktor tersebut dapat secara langsung atau tidak langsung. Berdasarkan hal tersebut selain sifat pengaruhnya yang berbeda, ukuran dari kelompok juga berbeda, kebudayaan yang menyangkut ras dan suku ukurannya lebih besar daripada keluarga. Setiap negara memiliki kebudayaan, kelas, sosial, kelompok dan keluarga yang berbeda-beda. Oleh sebab itu faktor budaya juga mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian

dapat dikatakan mengenai perilaku pakakaian di negara Indonesia bisa juga berbeda dengan negara lain.

Di Indonesia, belum ada penelitian yang menjelaskan mengenai aspek-aspek apa saja yang harus melekat pada suatu jenis pakaian olahraga. Dengan adanya perbedaan persepsi tentang pakaian olahraga pada tiap konsumen, produsen juga harus memperhatikan kebutuhan pelanggan demi mengembangkan dan menjual pakaian dengan model atau desain yang berbeda untuk berbagai kelompok konsumen.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aspek dimensi yang harus ada pada suatu pakaian olahraga. Teknik *Data Mining* diaplikasikan untuk mendapatkan aspek dimensi serta kebutuhan pembeli potensial. *Data Mining* digunakan, karena dapat digunakan untuk menghasilkan informasi dari sejumlah besar data (Kusrini dan Taufiq, 2009). Dengan demikian diharapkan dapat membantu bisnis pakaian olahraga untuk membuat strategi yang dibutuhkan untuk memproduksi pakaian olahraga pada target konsumsi tertentu.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dengan berbagai macam jenis pakaian olahraga yang tersedia di toko pakaian. Perilaku setiap orang dalam berpakaian memiliki model dan kebiasaan yang berbeda-beda. Dengan perbedaan tersebut, perlu diketahui aspek-aspek yang harus dimiliki pada setiap jenis pakaian olahraga. Selain itu, perilaku pembelian juga berbeda-beda, kemudian dari segi produsen perlu mengetahui jenis baju dan celana olahraga yang sering dibeli oleh pembeli.

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden dituju pria dan wanita.
2. Rentang usia yang dijadikan target untuk responden dengan usia 18 hingga 25 tahun.
3. Jenis pakaian yang diteliti adalah pakaian olahraga renang, sepeda, dan jogging

4. Bahan baju dan celana olahraga yang diteliti adalah *polyester*, *cotton*, *dryfit*, *nylon*, dan *spandex*.

#### **1.4 Perumusan Masalah**

Berikut rumusan masalah dari tugas akhir sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku pembelian baju dan celana olahraga oleh responden?
2. Aspek-aspek apa saja yang dibutuhkan dalam baju dan celana olahraga oleh responden?
3. Bagaimana pola hubungan yang terjadi saat konsumen melakukan pembelian Pakaian?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berikut merupakan tujuan penelitian dari tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Mengetahui perilaku pembelian baju dan celana olahraga oleh konsumen dengan menggunakan metode klasifikasi *Data Mining*.
2. Mengetahui aspek-aspek yang diinginkan konsumen dalam pembelian baju dan celana olahraga dengan menggunakan metode klasifikasi *Data Mining*.
3. Mengetahui pola hubungan yang terjadi saat konsumen membeli pakaian olahraga dengan menggunakan metode asosiasi *Data Mining*.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Berikut adalah manfaat penelitian dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui perilaku, aspek-aspek yang diinginkan, dan jenis yang paling sering dibeli oleh konsumen.
2. Diharapkan dapat membantu bisnis pakaian olahraga untuk membuat strategi pemasaran.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Pembahasan akan dilakukan sesuai dengan sistematika penulisan. Berikut ini adalah sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini:

### Bab I: Pendahuluan

Bab pendahuluan akan dilakukan penjabaran latar belakang dari permasalahan yang diangkat, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, luaran, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian yang akan menggambarkan secara umum mengenai pembahasan bab pelaksanaan yang akan dilakukan.

### Bab II: Tinjauan Pustaka

Bab tinjauan pustaka berisikan tentang penjelasan mengenai dasar teori, referensi atau rujukan yang digunakan sebagai acuan dalam proses penelitian serta ulasan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini sebagai pembanding, pendukung teori, maupun pengambilan keputusan atas penelitian yang dilaksanakan.

### Bab III: Metode Penelitian

Bab metode penelitian berisikan tentang penjelasan mengenai urutan dari langkah-langkah penelitian yang akan dilaksanakan saat melaksanakan penelitian dengan menggambarkan dalam *flowchart* serta diikuti dengan penjelasan secara rinci.

### Bab IV: Pengolahan Data dan Analisis Hasil

Bab pengolahan data dan analisis hasil berisikan data-data yang didapat selama penelitian, penjelasan tentang cara pengolahan data, dan pembahasan atau analisis dari hasil pengolahan data.

### Bab V: Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan penjelasan tentang kesimpulan yang menjawab tujuan dari penelitian. Kesimpulan didapatkan dari pengolahan data dan analisis hasil. Bab ini juga akan memuat saran untuk penelitian sejenis yang dilakukan di masa yang akan datang.