

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Semua di kota-kota seluruh dunia mengenal olahraga futsal terutama kali dipopulerkan di Montevideo, Uruguay pada tahun 1930, oleh Juan Carlos Ceriani. Keunikan futsal mendapat perhatian di seluruh Amerika Selatan, terutamanya di Brasil¹. Umumnya olahraga ini sangat digemari oleh anak-anak kecil, anak-anak muda dan juga orang dewasa tapi tidak menutup kemungkinan bahwasanya banyak diantara orang-orang tua yang juga menggemari olahraga ini, bukan hanya pria bahkan zaman sekarang wanita juga menggemari olahraga ini, hingga terbentuk juga tim olahraga futsal yang beranggotakan wanita. Dengan berkembangnya olahraga futsal di Indonesia membuat para pesaing sepatu futsal menciptakan produk-produk baru serta mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya.

Futsal adalah olahraga bola yang dimainkan oleh dua tim, yang masing-masing beranggotakan 5 orang pemain. Tujuannya adalah memasukkan bola ke gawang lawan, dengan menggunakan kaki, kepala, dan semua bagian tubuh kecuali tangan².

Futsal turut juga dikenali dengan berbagai nama lain. Nama [futsal](#) sendiri berasal dari bahasa Spanyol yakni *Futbol* (sepakbola) dan *sala* (dalam ruangan).³

¹ Admin. (2015, April 2). *Sejarah Olahraga Futsal*. Sejarah Olahraga Futsal – Komite Olahraga Nasional Indonesia Kota Depok :: KONI Depok. Diambil di tanggal 5 Oktober 2021, dari <http://konidepok.or.id/sejarah-olahraga-futsal/>.

² Bukhori, M., Orlando, D., & Futsal. (2017, November 16). *Pengertian Futsal + peraturan futsal Dan Ukuran lapangan futsal*. Karya Pemuda. Diambil di tanggal 5 Oktober 2021, dari <http://karyapemuda.com/pengertian-futsal/>.

³ Sport, V. (2021, Mei 17). *Sejarah Futsal Dan Federasi futsal dunia*. kumparan. Diambil 5 Oktober 2021, dari <https://kumparan.com/viral-sport/sejarah-futsal-dan-federasi-futsal-dunia-1viqEAC9t2b/3>.

Meskipun sebenarnya futsal sudah dikenal di tanah air sejak era 1998-1999, namun secara resmi sejarah futsal Indonesia dimulai pada tahun 2002 ketika Indonesia di daulat AFC (*Asian Football Confederation*) untuk menyelenggarakan putaran final kejuaraan futsal tingkat Asia di Jakarta⁴

Berikut ini dijelaskan peringkat futsal dunia berdasarkan poin pertandingan resmi antarnegara :

Tabel 1.1. Peringkat Futsal Dunia

Peringkat	Negara	Poin
1	Spanyol	1813
2	Brazil	1803
3	Argentina	1698
4	Rusia	1657
5	Portugal	1622
6	Iran	1609
7	Kazakhstan	1582
8	Kroasia	1500
9	Italia	1497
10	Paraguay	1483
...
49	Indonesia	1000

Sumber : *futsalworldranking.com*⁵

Sesuai peringkat diatas peneliti menjelaskan bahwa negara teratas dengan poin 1813 yaitu Spanyol disusul Brazil dengan poin 1803 kemudian Argentina dengan poin 1698 merupakan negara-negara yang melakukan pertandingan resmi paling banyak dan memenangkan banyak pertandingan, mengingat negara-negara tersebut sepakbolanya memang dikenal seluruh dunia serta sudah menjadi tradisi atau budaya setiap wilayah, dan Indonesia berada diurutan 49 dengan poin 1000.

Dengan maraknya penggunaan media sosial, diantara pengguna banyak yang memanfaatkan media sosial salah satunya yaitu instagram untuk menyalurkan hobi dan mendatangkan uang. Bahkan banyak yang sukses berbisnis

⁴ Sport, V. (2021, Mei 17). *Sejarah Futsal Dan Federasi futsal dunia*. kumparan. Diambil 5 Oktober 2021, dari <https://kumparan.com/viral-sport/sejarah-futsal-dan-federasi-futsal-dunia-1viqEAC9t2b/3>.

⁵ Futsal World Ranking. (n.d.). Diambil 5 Oktober 5, 2021, dari <https://www.futsalworldranking.com/>.

di usia muda berkat media sosial, banyak orang dari masyarakat menghabiskan waktunya bermain media sosial, memasarkan dan membeli produk secara online. Mereka yang dikatakan sebagai atlet profesional banyak pengikut. Atlet juga bisa memberikan pengaruh kepada *followers*-nya untuk mendukung atau menolak suatu hal. Sejak kepopuleran Instagram di Indonesia memicu munculnya akun-akun online shop media sosial. Banyak para *atlet* yang memiliki akun media sosial pribadi dan memiliki banyak pengikut. Hal ini pun dimanfaatkan untuk mempromosikan akun online shop. Mereka menggunakan sistem *endorse*⁶

Saat itu, sistem *endorse* belum berbayar. Para pemilik online shop hanya tinggal mengirimkan barang yang ingin mereka promosikan saja ke para *atlet*. Namun seiring perkembangan dan waktu, ada tarif yang dikhususkan untuk melakukan *endorse*. Tentu masing-masing *atlet* beda harga tergantung dari jumlah pengikutnya.⁷

Banyak yang akhirnya tertarik dengan sistem *endorse*. Baik dari sisi penjual dan pemasarnya. Mereka para atlet yang memiliki banyak pengikut tentunya tidak akan menyia-nyaiakan hal ini, tapi semenjak sistem *endorse* dilirik perusahaan, tarif para *endorser* langsung melejit pesat. Saat itu juga persaingan sangat sedikit sekali, berbeda pada hari ini.

Contohnya adalah Evan Soumilena dan Marvin Alexa mereka berdua adalah punggawa Tim Nasional Indonesia dan berprestasi di club nya masing-masing, dengan menjadikan punggawa Tim Nasional sebagai *endorser* bisa membawa perubahan besar terhadap pasar sebab mereka berdua mempunyai pengaruh yang besar terhadap pasar olahraga khususnya olahraga *futsal*.

⁶ *Apa Itu Selebgram? Ini Dia Asal-Usulnya*. iBig Academy. (2019, Februari 25). Diambil 5 Oktober 2021, dari <https://www.ibigacademy.com/apa-itu-selebgram-asal-usul-endorse/>.

⁷ *Apa Itu Selebgram? Ini Dia Asal-Usulnya*. iBig Academy. (2019, Februari 25). Diambil 5 Oktober 2021, dari <https://www.ibigacademy.com/apa-itu-selebgram-asal-usul-endorse/>.

Tabel 1.2. 10 Atlet Dengan *Endorse* Termahal

	<i>Atlet</i>	<i>Tarif Endorse</i>
1	Cristiano Ronaldo (Sepakbola)	784 ribu <i>pounds</i> (Rp 13,6 M)
2	Neymar (Sepakbola)	580 ribu <i>pounds</i> (Rp 10,1 M)
3	Lionel Messi (Sepakbola)	521 ribu <i>pounds</i> (Rp 9 M)
4	David Beckham (Sepakbola)	287 ribu <i>pounds</i> (Rp 4,9 M)
5	Lebron James (Basket)	219 ribu <i>pounds</i> (Rp 3,8 M)
6	Ronaldinho (Sepakbola)	206 ribu <i>pounds</i> (Rp 3,5 M)
7	Gareth Bale (Sepakbola)	175 ribu <i>pounds</i> (Rp 3 M)
8	Zlatan Ibrahimovic (Sepakbola)	161 ribu <i>pounds</i> (Rp 2,8 M)
9	Virat Kohli (Kriket)	158 ribu <i>pounds</i> (Rp 2,7 M)
10	Luis Suarez (Sepakbola)	148 ribu <i>pounds</i> (Rp 2,5 M)

Sumber : *bola.com*⁸

Maka demikian para produsen akan terpacu membuat iklan dari para *atlet* agar berbeda dari para pesaing. Setelah melihat adanya *atlet endorser*, konsumen dengan sendirinya akan membandingkan harga yang ditawarkan dengan harga yang ditawarkan pesaing, setelah itu konsumen akan membandingkan kualitas dari produk yang ditawarkan.

Kemudian ada kualitas produk, menurut Tjiptono (2017:67) menyatakan bahwa “kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”. Sehingga kualitas produk yang baik adalah produk yang mempunyai kemampuan yang baik dalam menjalankan fungsinya, fungsi dari produk tersebut mempunyai beberapa dimensi, yaitu: bentuk, fitur, kinerja, ketepatan, daya tahan, kendala kemudahan perbaikan, gaya, desain, sehingga kualitas produk tersebut dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Jika konsumen tidak mendapatkan kepuasan atas produk yang di beli, maka konsumen akan dengan mudah berubah pikiran untuk menggunakan produk dengan tawaran yang lebih baik.

Kualitas produk merupakan faktor penting dalam keputusan membeli suatu produk, karena setiap konsumen pasti akan memperhatikan kualitas dari produk yang akan di beli. Persaingan merek yang tajam belakangan ini memaksa

⁸ Lestari, H. P. (2021, Maret 13). *10 Atlet Dengan Tarif Endorse termahal di instagram, Cristiano Ronaldo Mencapai RP13,6 miliar*. *bola.com*. Diambil 5 Oktober 2021, dari <https://www.bola.com/dunia/read/4020345/10-atlet-dengan-tarif-endorse-termahal-di-instagram-cristiano-ronaldo-mencapai-rp136-miliar>.

para produsen untuk memberikan daya tarik yang lebih dari pada pesaingnya. Adanya merek membuat konsumen diuntungkan, konsumen memilih produk melalui suatu merek. Kualitas produk tidak diragukan lagi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen⁹.

Perkembangan sepatu futsal di Indonesia sangat pesat. Seiring dengan kemajuan teknologi dan tren olahraga, dunia bisnis sepatu futsal dan perlengkapan futsal mengalami perubahan dan perkembangan yang pesat. Konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera, dan daya beli mereka. Keadaan dan situasi ini dimanfaatkan para produsen sepatu futsal untuk memenuhi keinginan konsumen.

Selain kualitas produk perusahaan perlu memperhatikan faktor lain yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, faktor tersebut adalah penetapan harga, menurut Tjiptono (2017:369) “harga merupakan satu- satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pendapat bagi organisasi” Sehingga harga yang baik adalah harga yang kompetitif, serta harga yang bisa dijangkau oleh pelanggan, maka harga tersebut dapat mempengaruhi keputusan membeli.

Berdasarkan sudut pandang pemasaran, harga merupakan satu-satunya unsur dalam berbagai unsur bauran pemasaran yang akan mendatangkan laba bagi produsen.¹⁰

Jadi sangat wajar jika harga mempunyai pengaruh yang tidak kecil terhadap pendapatan dan laba bersih perusahaan serta berpengaruh pula terhadap konsumen.

⁹ AZIZ, F. A. Q. I. H. A. B. D. U. L. (2017, September 30). *Analisis Pengaruh kualitas produk, Harga, Promosi Dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs (Studi Pada Mahasiswa Anggota UKM olah raga Dan Mahasiwa fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Semarang)*. Repository Universitas Muhammadiyah Semarang. Diambil 8 Oktober 2021, dari <http://repository.unimus.ac.id/810/>.

¹⁰ *Bab II landasan teori A. Penetapan harga 1. Pengertian Harga.* (n.d.). Diambil 8 Oktober 2021, dari http://repository.radenintan.ac.id/1117/3/BAB_II.pdf.

1.2. Perumusan Masalah

Di penelitian ini setelah membahas tentang latar belakang maka penulis dapat merumuskan pertanyaan penelitian berikut:

1. Apakah pengaruh *atlet endorser* terhadap keputusan membeli sepatu futsal Specs ?
2. Apakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan membeli sepatu futsal Specs ?
3. Apakah pengaruh harga terhadap keputusan membeli sepatu futsal Specs ?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

1. Untuk mengetahui pengaruh *atlet endorser* terhadap keputusan membeli sepatu futsal Specs.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan membeli sepatu futsal Specs.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan membeli sepatu futsal Specs.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen mengambil keputusan membeli sepatu futsal Specs di wilayah Cakung.

2. Kegunaan Praktis

Bagi pihak Specs, diharapkan penelitian ini dapat memberi informasi dan masukan, sehingga lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli sepatu futsal Specs di wilayah Cakung, seperti faktor *atlet endorser*, kualitas produk, dan harga.