

Narasumber masih bergantung pada tokoh yang berpengaruh di bidang sepatu lokal apabila membeli sepatu, ketika sepatu yang ingin narasumber beli diulas oleh tokoh sepatu, maka narasumber merasa termotivasi akan membeli dan memakai sebuah sepatu merek lokal disamping berkaca dengan pengalaman mereka ketika membeli sepatu lokalnya, mereka merasa senang dengan kualitasnya sehingga hendak menambah koleksi sepatu dengan membeli sepatu lokal dengan merek yang berbeda dan pencapaian yang mereka raih ketika memakai sebuah sepatu merek lokal, salah satunya adalah dengan menjadi pembeda diantara teman – teman lainnya ketika memakai sepatu lokal dengan edisi khusus.

BAB IV

KESIUMPULAN DAN SARAN

Pada penutup ini penulis akan memberikan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang sudah ada di bab sebelumnya. Penelitiannya adalah motivasi *sneakerhead* pada saat memakai sepatu lokal.

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan wawancara mendalam oleh peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

Motivasi untuk memakai sepatu lokal pada sneakerhead dipengaruhi oleh *psychological need* atau untuk memuaskan kebutuhan ego yaitu mereka akan memperlihatkan sepatu lokal yang ia punyai untuk ditunjukkan ke lingkungan eksternal. Dalam penelitian ini lingkungan eksternalnya adalah teman – teman kampus dan pengaruh dari kolega di pekerjaannya, sehingga mereka memakai sepatu lokal untuk menunjukkan diri mereka ke lingkungan eksternal bahwa para *sneakerhead* ini memakai berbagai *sneakers* merek lokal yang edisi umum ataupun edisi yang terbatas. Proses setelah mereka membutuhkan sebuah sepatu lokal adalah perilaku saat mereka memakai dan membelinya, terdapat perilaku yang dipengaruhi oleh beberapa orang berpengaruh di bidang sepatu lokal seperti Aji Handoko & Dr Tirta yang membuat para *sneakerhead* yakin untuk memakai ataupun membeli sebuah sepatu lokal dengan melihat ulasan yang diberikan oleh kedua orang berpengaruh tersebut.

Harga dan kualitas pada sepatu lokal juga jadi pertimbangan mereka akan membeli dan akhirnya memakai sepatu tersebut, seperti narasumber 1 yang termotivasi untuk memakai sepatu lokal berpacu pada kualitas sepatu yang awet sehingga ia menjadikannya sebagai sepatunya dalam beraktivitas di lapangan pada saat ada tugas praktek kampus yang membutuhkan mobilitas yang tinggi. Motivasi lain yang mendasari narasumber untuk memakai sepatu lokal adalah goals yang mereka ingin capai, yaitu ingin berbeda dengan orang lain, sebagai sepatu harian dan mengoleksi sepatu lokal agar bisa berganti – ganti untuk mencocokkan sepatu dengan pakaian yang sedang dipakai.

2. Saran

2.1 Akademis

Saran untuk akademik adalah perlu dilakukan penelitian berkelanjutan untuk melihat perilaku orang pada saat memakai sepatu lokal dengan berbagai faktor lain untuk melihat beberapa motivasi lain selain faktor yang sudah dituliskan oleh peneliti sehingga dapat menggali lebih dalam motivasi lainnya seorang *sneakerhead* memakai sepatu lokal asli Indonesia dan diperlukan penelitian di daerah lain selain Yogyakarta.

2.2 Praktis

Hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan penulis menunjukkan bahwa motivasi seorang *sneakerhead* dalam memakai sepatu lokal mampu memberikan beberapa informasi kepada pemilik *brand* sepatu yang ada di Indonesia untuk membuat sepatu yang dapat membuat penggunanya agar semakin percaya diri untuk memperlihatkan sepatu lokal miliknya ke teman – teman dengan salah satu caranya adalah dengan memperbanyak edisi terbatas. Berinovasi meningkatkan kualitas, harga, dan visibilitas dari sepatu lokal agar bisa dikenal oleh banyak kalangan masyarakat, tidak hanya sebatas *sneakerhead*. Seperti saran dari narasumber 3 yang mempertanyakan keberadaan toko fisik yang memberikan opsi kepada konsumen untuk melihat secara langsung bentuk dari sepatu lokal, tidak harus merasa *gambling* akibat hanya membaca deskripsi secara online seperti yang dilakukan narasumber 2 dalam mencari sepatu lokal.



DAFTAR PUSTAKA

Aruma, & Hanachor, M. E. (2017). Abraham Maslow's Hierarchy of Needs and Assessment o (Hendroyono, 2019) Needs in Community Development.

International Journal of Development and Economic Sustainability, 5(7),
15-27.

Afriyadi, A. (2022). Fenomena Sneakers Lokal 'Penantang' Nike Cs. Diakses pada
16 April 2022, dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4752899/fenomena-sneakers-lokal-penantang-nike-cs#>

BEKRAF. (2018). Retas. Jakarta: Kompas Gramedia.

BEKRAF, & BPS. (2017). Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif.
Jakarta: Direktorat Riset dan Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Cahya, K. D. (2018, Agustus 25). Cerita Jokowi Pakai Sneaker Bandung "NAH
Project", Seharga Rp 415 Ribu. Diakses pada 24 November, 2021, dari
Lifestyle Kompas:
[https://lifestyle.kompas.com/read/2018/07/25/073000220/cerita-jokowi-
pakai-sneaker-bandung-nah-project-seharga-rp-415-ribu?page=all](https://lifestyle.kompas.com/read/2018/07/25/073000220/cerita-jokowi-pakai-sneaker-bandung-nah-project-seharga-rp-415-ribu?page=all)

Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra
Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui
Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang).
Jurnal Studi Manajemen & Organisasi, 13(1), 67-79.

Dewi, N. P., & Aksari, N. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Perceived Benefit, Dan Perceived Risk Terhadap Niat Menggunakan Kartu Kredit Di Indonesia. E-Jurnal Manajemen, 8(11), 6598-6617.

Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri. (2021). F.A.Q diakses pada 29 Oktober 2021, dari Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri: <http://ditjenpdn.kemendag.go.id/detail/faq>

Faisal, M. (2017). *Generasi Phi: Memahami Milenial Pengubah Indonesia*. Jakarta: Republika Penerbit.

Fauziah, S. W., Riyanto, S., & Sofyan, A. N. (2020). Kata Majemuk Pada Jargon Sneakers Berbahasa Inggris Dalam Komunitas Sneakerhead Ist (Indonesia Sneakers Team) Bandung. *Sosiohumaniora - Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora*, 105-113.

Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.

Hendroyono, H. (2019). *Artisan Brand*. Jakarta: POP.

Iprice. (n.d.). The Map of E-commerce in Indonesia. Diakses pada 23 September 2021, dari Iprice Insights: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>

PT Katadata Indonesia. (2020). Top 50 Merek Lokal. Jakarta Selatan: Katadata.

Kemendag/Baparekraf RI. (2021, April 9). Sneaker Lokal Jadi Identitas Anak Muda Kekinian. Diakses pada 23 November 2021, dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia: <https://kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Sneaker-Lokal-Jadi-Identitas-Anak-Muda-Kekinian>

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2019, April 7). *Produksi Industri Alas Kaki RI Pijak Posisi 4 Dunia*. Retrieved Desember 10, 2021, from Siaran Pers: <https://kemenperin.go.id/artikel/20538/Produksi-Industri-Alas-Kaki-RI-Pijak-Posisi-4-Dunia>

Khairani, Z., & Abdillah, M. R. (2018). Sikap Terhadap Kampanye 100% Cinta Indonesia, Etnosentrisme Konsumen, Dan Kesiapan Membeli Produk Lokal Indonesia. *Jurnal Daya Saing*, 269-275.

Larasati, R. D. (2021, November 23). 21 Brand Sepatu Lokal Indonesia Berkualitas dan Keren (Updated 2021). Diakses pada 11 Desember 2021, dari BukaReview: <https://review.bukalapak.com/mens-style/brand-sepatu-lokal-indonesia-107827>.

Leon G. Schiffman, J. L. (2015). *Consumer Behavior*. New York: Pearson.

Neuman, W. L. (2016). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: PT Indeks.

Nurchaya, I., & Rastini, N. M. (2020). Sikap Etnosentrisme Memoderasi Pengaruh Product Knowledge, Citra Merek, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 56-60.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Ramadhan, M. A. (2019, October 1). *Strategi Branding Sang Sepatu Ghaib: "Sepatu Compass."* Jurnal Kepri. Diakses pada 31 Januari 2022, dari <https://jurnalkepri.com/strategi-branding-sang-sepatu-ghaib-sepatu-compass/>

Sharma, P. (2014). Consumer ethnocentrism: Reconceptualization and cross-cultural validation. *Journal of International Business Studies*, 1-9.

Smith, N. (2018). *Kicks The Great American Story of Sneakers*. New York : Crown Publishing.

Sudjarmiko, T. (2021, Mei 26). SOLEVACATION 6.0 Hadirkan Puluhan Brand Lokal diakses pada 9 April 2022, dari KR Jogja: <https://www.krjogja.com/angkringan/gaya-hidup/belanja/solevacation-6-0-hadirkan-puluhan-brand-lokal/3/>

Sugiono, P. D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta.

Tokopedia. (2021, Desember 2). *Sepatu Compass Official Store*. Diakses pada 2 Desember 2021, dari Tokopedia: <https://www.tokopedia.com/sepatucompass?source=universe&st=product>

Wahba, M. A., & Bridwell, L. G. (1976). Maslow Reconsidered: A Review of Research on the Need Hierarchy Theory. *Organizational Behavior And Human Performance*, I(15), 212-240.

Wahyuni, D. U. (2008). Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek “Honda” di Kawasan Surabaya Barat. *Jurusan Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi*, 10(1), 30-37.

Yildiza, H., Heitz-Spahn, S., & Belaud, L. (2018). Do Ethnocentric Consumers Really Buy Local Products? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 139-148.

Yusuf, M.Pd., A. P. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.



LAMPIRAN

Pedoman Wawancara

Tujuan Wawancara		Narasumber Wawancara	
Mengetahui proses motivasi seorang <i>sneakerhead</i> pada saat memakai sepatu merek lokal	Kategori usia, demografi		Ketentuan
	<i>Sneakerhead</i>		Memiliki sepatu dengan brand lokal minimal 3 pasang
	Laki laki dan perempuan		
No	Proses	Pertanyaan	
1	Kebutuhan Psikologis	1. Apakah kamu pernah berbelanja sepatu karena terpengaruhi orang lain?	
		2. Apa yang membuat kamu ingin membeli atau memakai sepatu lokal itu?	
		3. Apa yang kamu rasakan ketika sudah memakai sepatu lokal tersebut?	

2	Gaya Hidup	1. Kegiatan apa yang sering kamu lakukan bersama komunitasmu?
		2. Apakah kamu mempunyai sepatu brand lokal?
		3. Brand lokal apa yang kamu suka?
		4. Bagaimana pendapatmu tentang sepatu brand lokal?
3	Citra	1. Bagaimana citra produk sepatu lokal didalam benak mu?
		2. Apa produk lokal yang membuat kamu ingin membeli itu?
4	Product Knowledge	1. Apakah kamu mempunyai pengalaman sebelumnya terhadap produk lokal?
		2. Produk dalam negeri apa yang sering kamu beli?

		3. Brand lokal apa yang paling membekas di benakmu?
5	Etnosentrisme Konsumen	1. Pendapatmu tentang brand lokal dan brand luar bagaimana?
		2, Bagaimana persaingan antara sepatu lokal dan sepatu luar menurut anda?
6	Teori Sikap	
	<i>Behavioral preference</i>	2. adakah tata cara saat kamu hendak membeli dan akhirnya memakai sebuah sepatu merek lokal?
	Kognitif	3. Apa yang membuat kamu percaya terhadap sebuah merek lokal dan ingin mengoleksinya.
	Afektif	4.apakah ada pengalaman yang akhirnya membuat kamu menjadi jatuh hati terhadap merek lokal?

Transkrip Wawancara

Narasumber 1: Andreas Advenda (Venda)

A: Pewawancara

B: Narasumber

A: halo halo mas venda

B: halo halo ker

A: ven, kamu punya sepatu merek lokal apa aja?

B: johnson, warrior, larocking, kodachi, sama Piero ker

A: kamu kalo beli sepatu terpengaruh sama orang lain ga?

B: kadang kadang nih, terutama yang larocking itu ya. Pertamanya temenku kan beli tuh sepatu merek nya larocking, terus aku di omongin tuh sama dia, ada sepstu murah nih. Tapi aku rada skeptis sih 99 ribu buat sepasang sepatu, yakin nih sepatu semurah ini? Terus pas barang nya dateng ternyata barangnya kualitasnya bagus, sepatunya ringan, karena menurutku separu murah itu biasanya barang nya tu berat tu lo ker, lem nya juga ga kuat. Terus ku pegang pegang lumayan nih lem nya reket

dan kalo engga pandemi bisa dibuat ngampus nih, tapi gara gara pandemi ya masih kupake kalo ke gereja. Soalnya kalo buat main aku jarang pake sepatu lokal ker

A: lho kenapa tu ven?

B: sepatu lokal itu kan cenderung panjang, sedangkan kaki ku lebar. Jadi aku pakainya Nike AIR Force 1, soalnya sepatu itu lebar jadi kalo diliat orang tu dengan badan ku yang lebar masih oke, sedangkan kalo merek merek lokal yang tak punya kaya warrior atau kodachi itu sepatunya cenderung panjang. Jadi agak ga cocok buat rada *stylish*.

A: berarti tujuan mu beli sepatu lokal sampai 5 pasang lebih itu buat apa ven?

B: aku biasanya pakai sepatu lokal itu buat pergi ke kampus ker, karena aku banyak kegiatan praktek ya, rada ga rela buat pake sepatu mahal nih, jadi sekalian sepatu lokalanku itu ibarat tak jadiin sepatu tempur lah.

A: apa yang membuat kamu ingin membeli dan memakai sepatu lokal ven?

B: yang jelas tu murah ker, menurutku sepatu dikatakan murah itu kalo dibawah 400 ribu. Habis murah terus aku tertarik sama konsep yang di usung sama merek lokalnya itu ker.

A: contoh konsepnya?

B: aku kan lagi tertarik beli compass nih, karena kan dia lagi kolaborasi sama seniman seninan kan, contohnya kemaren itu dia sama UNKL, aku pengen banget tuh dari desain nya bagus banget kalo aku pake, walaupun aku ga dapet ya, tapi Compass bakal tak beli jadi sepatu lokalku yang ke-6 sih ker, kemaren yang UNKL

aku gadapet ker. Sama ngincer yang compass kolaborasi sama Jason Ranti, yang slip on tapi ya nggak dapet juga. Sulit tuh loh dapet sepatu Compass nya. Emang konsep brand nya compass itu, kesannya eksklusif jadi Cuma buat beberapa pcs, biar orang juga pada rebutan dan kalo menurutku juga memilah pasar mereka juga.

A: compass kok bisa rame tuh kenapa ya ven?

B: menurutku dia riding the wave sih ker, banyak sepatu lokal di Indonesia tuh masih ngambil siluet nya dari Converse sama Vans, nah si Compass ini ngehadirin desain yang beda dari dua brand tersebut jadi lebih unggul dari brand lokal di Indonesia lainnya. Reseller nya juga gak masuk akal sih ker sepatu yang dulu dijual 300an ribu di resell bisa sampe angka 700 ribuan.

A: background pekerjaan mu tuh sebagai apa sih ven?

B: mahasiswa dan nyambi – nyambi sebagai pekerja kreatif ker aku

A: kenapa kamu sangat antusias sama sepatu?

B: Karena aku memahami sepatu itu sebagai branding diri ker. Kamu mesti pernah liat masyarakat atau orang pake sepatu Nike Jordan 1 terus mesti yang ada di pikiran orang-orang itu kaya “wah ini orang pasti orang punya nih” padahal kan kita gatau sebenarnya dia pinjem temennya atau beli palsu kan? Jadi aku ngeyakinin kalo sepatu itu jadi branding diri sih kaya aku ini pake sepatu lokal ya aku membranding diri kalo aku pake sepatu lokal, aku pengen ngebuat kalo orang yang liat aku tuh “wah si vendu pake sepatu lokal” terus agak kagum gitu liatnya hahaha.

A: apa yang kamu rasain ketika kamu tuh pake sepatu merek lokal ven?

B: engga tanggung tanggung, soalnya aku juga engga sayang juga kalo pake sepatu lokal ker, karena sepatu tempur ku. Kalo rusak ya aku bisa cari lagi sepatu lokal lainnya yang mudah dan bagus kualitasnya.

A: citra sepatu lokal menurutmu gimana ven?

B: sepatu murah sih, dengan kualitas nya juga bagus.

A: sepatu lokalmu yang paling membekas buat kamu apa ven?

B: Johnson, karena udah 3,5 tahun itu aku pakai sampe sekarang belum rusak, belum ada jebol dan jahitannya belum ada yang rusak rusak, sampai belum ku servis sama sekali tu sepatu. Mungkin Cuma aku cuci doang.

A: pendapatnya temenmu ketika ngeliat kamu pake sepatu lokal gimana?

B: jarang notice sih temen temenku, kecuali ada orang pakai compass ya, mesti mereka kaya ngomong “ada yang pake compass nih” dan orang pakai geoff max, itu juga banyak di notice sama temenku.

A: keseharianmu ngapain aja ven kalo aku boleh tau?

B: tidur, makan, ngerokok terus ngafe, ketemu orang, terus kalo udah sampai rumah nulis novel. Aku lagi nulis, pengen buat kaya digital novel.

A: kalo sepatu mu yang lokal nantinya rusak kamu bakal beli jenis yang sama ga?

B: wah engga sih ker, soalnya tu kalo sepatu lokal yang murah itu desainnya cenderung hampir sama. Tapi tetep keren Aerostreet sih.

A: menurutmu persaingan brand lokal dengan brand luar kaya gimana?

B: brand lokal mulai menyusul brand luar sih ker. Dan lokal punya pasarnya sendiri yang udah sedikit besar.

A: yang bikin brand luar beda sama brand indonesia gimana tuh?

B: citra nya sih ker, soalnya kalo kualitas menurutku lokal juga bagus kok buktinya johnson ku tak pake udah 3 tahun lebih dibandingin sama air force ku udah rusak aja nih baru tak pake setahun.

A: kenapa orang masih enggan buat beli sepatu lokal ya ven?

B: lingkungan orang juga sih, kalo lingkungannya orang orang kelas menengah bawah mereka lebih milih lokal daripada luar karena harga lebih murah. Kalo orang orang yang udah kaya gitu mereka kayanya bakal lebih milih brand luar sih.

A: kalo pengen beli sepatu lokal yang kamu liat itu apa dulu?

B: pertama modelnya dulu, dia kira2 inspirasinya apa dulu? Terus reviewnya dulu terus harganya.

A: ada contoh ga?

B: warrior ker, temen2 kampus awalnya, terus yy high kan bagus, jaman segitu aku ga mampu beli Converse, aku nyoba tuh sepatunya temenku sehari buat ngerasain enak ga sih sebenarnya tu sepatunya, udah tau enak terus liat harganya. 120an tuh hargane dan aku belinya offline soalnya online aku belum percaya kan pada jaman itu. Aku beli nya warna abu abu ada aksen birunya dan yang high.

A: apa yang membuat kamu percaya sama merek lokal dan akhirnya membeli apa?

B: mata dan kaki ku sendiri ker, aku harus liat bentukannya secara nyata dulu bukan dari gambar. Makanya aku sampe sekarang belum beli aerostreet karena belum ada storenya di Jogja.

Narasumber 2 : Andreas Agung (AG / Tegeng)

A: Pewawancara

B: Narasumber

A: halo Selamat siang mas Tegeng

B: halo halo siang pak ker, *pie pie langsung po?*

A: geng, kamu itu punya sepatu lokal berapa kalo boleh tau?

B: sepatu yang lokal ya? Lokal aku punya 3 pasang, itu ada *all made for all*, paulmay collection, terus *aerostreet*, terus aku beli satu lagi tapi aku lupa Namanya, eh aku punya 4 deh kayanya, oh Johnson.

A: merek sepatunya yang jarang – jarang gitu ya, kaya compass, Geoff max atau vantela

B: itu kan udah jelas sepatu yang bagus ya, aku nyoba sepatu yang baru muncul itu, selain aerostreet gimana sih keadaannya. Gimana vulcannya, jahitannya gimana terus diliat apakah yang salah itu di merek atau pekerjanya

A: setelah kamu beli?

B: setelah aku beli, ya dua sepatuku aerostreet dan all made itu nyaman, tapi ada satu yang solnya keras. Harganya rata rata juga sama disekitar seratusan

A: berarti kamu beli sepatu lokal dengan melihat harganya?

B: salah satunya, kalo memang ada sepatu kaya compass dan desain nya bagus aku bakal beli kok itu

A: kalo yang kamu rasakan setelah kamu pake lokal gimana?

B: ada beberapa sepatu yang sol nya kurang, dan secara pribadi lebih pede karena desainnya yang beda, dan mencari sepatu yang mix match dengan atasan

A: dari sisi lingkungan pengen menunjukan ngga kalo kamu punya lokal?

B: ya jelas, tapi aku enggak menunjukan seperti kakinya aku majuin buat nunjukin ke orang orang, Cuma kalo interest nya lebih ke kaos atau kepala, ya interest nya sih

A: menurutmu citra produk lokal bagi mu gimana geng?

B: citra produk sepatu lokal itu biasanya produksi baru, biasanya perusahaannya itu tidak sustainability, maksudnya itu di bagian limbahnya. Citra nya bisa ke limbah dengan baik. Ada beberapa sepatu juga dengan pakai model bule, kenapa enggak mengambil pasar yang orang Indonesia enggak pede. Contoh nya kaya orang yang ga pede beli sepatu karena badannya itu gede, kebanyakan orang ga pede pake sepatu yang kaya vans, karena nanti kakinya kaya bebek. Padahal tergantung sama look nya lagi. Jadi citra brand lokal itu yang membuat orang ga pede menjadi tambah ga pede. (06:24)

A: kalo dari mata masyarakat atau lingkungan sekitar citra brand lokal itu seperti apa geng?

B: dari kebanyakan orang yang aku temuin ragu sih untuk pakai sepatu lokal, walaupun merek terkenal seperti patrobas atau compass sudah ada di marketplace seperti shopee mall atau Tokopedia mall tapi anggapan orang itu masih “hmm kayanya aku mending pakai sepatu merek luar aja ngikutin warga warga nih”. Aku selama ini belum nemu orang yang merasa ngehype banget sama sepatu lokal. Mungkin karena murah ya? Dan gengsi juga kalau dipake. Kalau aku sih pertimbangan milih sepatu kalau look nya bagus, proses produksinya bagus, dan harganya cocok ya aku ambil.

A: dari keempat sepatu lokalmu itu yang kamu senengin apa aja?

B: aku seneng semua tergantung looknya, soalnya beda beda dan sering aku mix and match in sama pakaianku. Kaya misal nih aku pake sepatu All Made ku warna putih, terus aku padu padanin sama beenie ku yang warna kuning sama baju warna putih, ya tetep harus liatin warna yang cocok kan kalo sama sepatu.

A: kalau yang paling membekas atau dari keempat itu paling kamu senangi banget?

B: aku jatuh cinta pertama pada sepatu lokal gara gara iklannya aerostreet. Dulu merek sepatu itu tu masih belum populer, tapi sekarang iklannya sekarang dah besar dan brandingnya juga bagus, tidak dipungkiri juga kualitasnya juga bagus. Mereka mainin banyak desain dan kantitasnya dikit. Sama halnya kaya bro.do itu sepatu kulit yang udah populer dan murah. Ketika orang ingin sepatu kulit yang asli, balik lagi ke citra tadi mending beli bro.do yang udah bagus citranya dan udah banyak di

dikenal orang. Mending bro.do lah daripada kita harus beli produk luar kaya bro.do kalo diliat dari harga dan kualitas loh menurutku.

A: kalau pandangan mu persaingan antara brand lokal dan brand luar di Indonesia nih kaya gimana secara persaingan? (11:32)

B: kalo menurutku tidak bisa dibandingkan juga ya, brand luar udah menang model bisnis, nama, dan menang jualan ga Cuma di Indonesia. Tapi pasti dari segi bahan baku dan mesin jahitnya tu sebenarnya sama lho, kalo orang Indonesia bisa kuat beli mesin jahit, semua bisa lah teratasi itu, tapi balik lagi, kalo orang Indonesia masih ngomongin harga sih jadi lokal itu masih identik dengan harga murah sedangkan luar itu mahal. Bedanya di masalah harga itu tadi. Tapi tergantung juga sama brandingnya juga, aku itu suka sepatu luar kaya Vans, dan aku baru kalo dibandingin sama brand lokal kaya Paul Made sepatuku juga, pertama tama baru sadar kok ada sepatu yang lebih bagus menurutku dari Vans. Soalnya mah Vans tinggal promosi dikit atau kolaborasi dengan beberapa seniman lokal pasti lakunya.

A: Kalo kamu beli sepatu, hal hal apa aja sih yang kamu liat geng?

B: jelas artikelnnya, siluetnya, dan nonton YouTube, selain itu *gambling*. Aku liat tuh detail detailnya, dari jahitan insolenya. Tapi selama ini aku belum kecewa sih beli beberapa sepatu lokalku.

A: Kenapa kamu tadi ngomong *gambling* saat memilih sepatu lokal?

B: karena mereka tidak punya informasi yang jelas tentang sepatu yang mereka jual. Dan aku sering juga sampai nge-dm mereka untuk tanya tanya seputar detail sepatu yang aku pengen beli, apakah bahanya vulcanized atau bukan, soalnya kan kalo

sepatu merek luar kan banyak yang mengulas produknya, sedangkan sepatu lokal itu biasanya gaada jadi aku inisiatif buat nge-dm mereka.

A: aku boleh tau ga pekerjaan mu itu seperti apa? Soalnya setahu ku kamu ini ngoleksi sepatu juga iya dan pekerjaanmu bergerak dibidang ini juga.

B: pekerjaanku adalah konten kreator di salah satu brand cat sepatu nih ker, jadi sebelum kerja disini tu aku ngga liatin outfitku tuh, tapi jadi paham bahan bahan sepatu kaya mesh, kulit, kanvas. Terus aku jadi paham juga sepatu lokal yang ternyata mantap mantap kualitasnya dari siluetnya atau desainnya artikel artikelnya yang biasa disebut sepatu yang udah jadi.

A: kenapa outfit sangat penting ketika kamu jadi konten kreator?

B: aku ini sering tampil di depan layar ker, jadi pakaian itu sangat penting buat kebutuhan konten. Nggak dipungkiri saat do belakang layar aku juga suka ketemu sama client buat brand cat sepatu lokalku kan, jadi menurutku nggak etis kalau aku nggak pakai sepatu lokal buat ketemu mereka, aku sebagai garda depan kan biar mereka juga percaya sama *brand* ku ini.

A: kalo sepatu lokal dari koleksimu, yang paling sering kamu pake yang mana geng?

B: akhir akhir ini tu aku sering pake paul made collection yang seri Bogota ker, warnanya itu putih terus midsole nya kaya air force 1 nya Nike, tapi uppersole nya beda dan cocok buat formal, karena midsole nya informal nih kaya tempat Nike, terus uppersole nya bisa buat formal jadi fleksibel buat aktivitas apa aja ker.

A: apa yang buat kamu percaya sama sepatu lokal dan sampe kamu punya niatan buat mengkoleksi sepatu merek lokal tu apa geng?

B: menurutku ketika kita punya tugas untuk bergerak dibidang lokal nih dan mitra kita juga kebanyakan merek lokal juga, maka kesempatan untuk saling percayanya juga dapet tuh. Misi ku tu sebenarnya ada dua sih ker, pertama ya walaupun agak klise sih, aku pengen membantu orang orang yang bekerja dibidang sepatu lokal itu agar tetap sustain sih, yang kedua juga pengen bikin orang orang tu mikir dan akhirnya juga beli sepatu lokal dan menggantikan brand brand luar nih, sama sama saling membantu toh juga aku kerja di cat sepatu lokal jadi kalau bisa ya saling berkembang.

A: kamu udah pernah belum, pengen beli sepatu lokal tapi karena terpengaruh sama orang lain?

B: terpengaruh pasti, kepo aja sih ini ketika liat temenku punya sepatu lokal terus aku cari cari tuh di Instagram, terus kalo emang desainnya bagus aku beli tapi pasti beda dong desainnya dari dia. Tapi aku kadang sepatu lokal ngertinya dari Instagram dan ngobrol sharing sama temen sih apa yang lagi rame sama ada yang langka ga nih, masih di kepo, kalo duit nya cukup aku beli, kalo kurang ya aku nabung dulu ker hahaha.

A: mantap, udah sih geng itu tadi pertanyaan terakhir. Nuwun tenan ya

B: siap ker.

Narasumber 3

Kalis Darubeksi (Kalis)

A: Pewawancara

B: Narasumber

A: halo mas kalis, aku pengen wawancara kamu tentang motivasi orang buat make sepatu brand lokal nih. Sebenarnya orang itu bangga ga sih sama brand sepatu lokal?

B: Sebenarnya gini sih, kalo dulu brand lokal dianggep masih kurang, orang nganggep brand impor kaya converse dan yang lain lain itu lebih diutamakan, tapi sekarang dengan adanya influencer yang pakai sepatu kaya Dr. Tirta (cipeng), dan Aji handoko itu jadi suka.

A: Kalis kalo dihitung punya sepatu brand lokal apa aja?

B: Aku tu punya Compass, jelas punya banyak , patrobas ada satu, terus habis itu ventela yang low dan Sage Denim yang low, itu aja sih, tapi overall aku masih suka sama Compass dan punya network untuk buat jadi murah.

A: kalo Compass punya yang apa aja mas?

B: aku punya Compass yang Research and Destroy, terus Compass Gazelle, yang terakhir aku punya yang Compass darahku biru yang warna coklat bahanya kulit.

A: Tujuanmu mengoleksi sepatu adalah?

B: pertama adalah sepatu itu laku keras dipasaran, kedua adalah aku suka sama modelnya, suka kualitasnya walaupun dia cepet yellowing ya.

A: kalau dari bahan dan kenyamanan?

B: sebenarnya biasa aja kalau Compass, kalau nyaman aku lebih pilih Ventela, karena dia juga udah besar pabrikannya dan pemain lama, sedangkan Compass itu pabriknya masih mengandalkan manual, jadi gabisa bagus. Ventela kan setahu saya dulu mereknya Dallas terus ganti nama jadi Ventela, ya menurutku si Ventela udah bagus dari segi peralatan, kalau Compass masih pengen memperliatkan kalau mereka pakai tenaga manual dan mengayomi masyarakat sekitar dengan membuka lapangan pekerjaan. Makanya ketika kita beli sepatu Compass dapat label – label kan, intinya Compass menawarkan produk dengan mengayomi itu tadi. Kalau Patrobas aku Cuma ikut ikut aja sih karena modelnya aku suka sih.

A: Sering sharing sama temen juga ngga mas?

B: beberapa sih orang yang dekat aja tapi, temen – temen kampus tu, mereka juga beli sepatu Compass diaku juga kok kaya temenmu Jere itu beli sepatu Compass yang pink itu di aku. Terus kadang juga sharing – sharing sama orang yang ga kenal yang sama – sama pakai Compass, kaya tanya dapet harga berapa? Karena kebetulan aku pake sepatu yang modelnya sama kaya dia, walaupun agak kesel sih, pengen ku kan orang liat aku kaya beda gitu dengan pake sepatu Compass karena ngga semua bisa dapet sepatu ini.

A: Background mu tu apa sih mas? Apakah kamu penjual sepatu juga?

B: kalo penjual sepatu engga sih, karena aku suka pake sepatu aja, ya emang impor juga sih kaya converse, terus keluarlah produk – produk sepatu lokal yang bagus kaya Ventela & Compass, berawal dari model kaya Converse aku suka tuh kaya Ventela & Compass kan sama tuh jadi mulai Sukanya dari situ daripada sepatu yang olahraga.

A: biasanya kalau pakai sepatu waktu kapan?

B: Kuliah tak pake, main juga tak pake, kalau ngomongin sepatu lokal ya mas, jujur aku lebih suka kalau sepatu lokal itu ghoib mas, males kalau udah banyak yang pake tu.

A: brand lokal yang membekas dan suka banget apa mas?

B: masih compass sih, dari gimmick nya mereka dan juga bentuk dan desainnya juga sih. Aku kagum dengan marketingnya mereka sih. Kaya mereka ngebentuk sepatunya dari desain dan menggaet masyarakat nya tu loh kaya waktu mereka Kerjasama sama BCA Expresi, masyarakat yang desain dan realisasikan sama Compass.

A: pendapatmu terhadap persaingan *brand* lokal dan *brand* asing gimana?

B: menurutku persaingannya Indonesia masih kalah bahan sih, karet – karetnya. Walaupun Indonesia tetep produksi karet, tapi di Indonesia ekspor ke Cina dan nantinya orang indo beli dari Cina lagi. Kaya engga efektif gitu. Padahal semua itu Indonesia tapi harus ngolah di Cina. Masih kekurangan alat dan sumber daya manusia sih. Sepatu lokal dengan harga seperti Compass belum worth it dengan bahan yang ditawarkan oleh Compass. Terutama yang Gazelle sih gampang banget

yellowing dan pecah pecah. Tapi Ventela bagus loh, walaupun murah tapi kualitas oke.

A: apa aja faktor yang akhirnya buat kamu beli?

B: aku membeli itu ngga mesti barang baru, bekas tapi like new. Asal kondisinya masih bagus belum yellowing, tak beli tu sepatunya, sama modelnya juga.

A: yang bikin kamu percaya sama sepatu lokal tu apa mas?

B: sebenarnya bukan percaya sih, aku tertarik beli dan pake sepatu lokal tu karena pengaruh influencer seperti Tirta dan Aji Handoko itu tadi. Karena mereka penggiat sepatu dan lebih paham dari aku. Akhirnya aku membeli dan tak coba, aku cari yang desainnya bagus, kalo dipake enak kaya Vantela, walaupun sudah banyak yang pake ya. Aku pake ventela itu empuk banget.

A: kalo aku denger kata – kata mu dari tadi, kayanya kamu kalo pake sepatu yang jarang orang pake ya?

B: aku pengennya gitu, ketika aku pake produk ghoib, aku jadi ada rasa unggul dan bangga diantara orang lain.

A: ini kan kondisinya pandemi kan mas, kamu kalo pake lokalan waktu kegiatan apa aja?

B: aku pake kalau lagi main aja kalo sekarang

A: kesibukan sekarang apa mas?

B: aku sekarang jadi wiraswasta nih, setelah lulus aku ngediriin toko masker dua cabang, dan masih belajar tentang ekspor impor juga aku.

A: kamu bangga ga sama produk Indonesia?

B: aku bangga sih, karena mulai saat ini banyak produk Indonesia yang udah berkembang. Terlepas dari sepatu ya, kaya Erigo yang udah sampe ke New York Fashion Week dan Roughneck juga udah meluas jualannya. Dan itu tadi sepatu lokal banyak diminati masyarakat.

A: menurutmu kenapa dijalan masih dikit orang pake sepatu lokal?

B: menurutku gini, sepatu lokal itu belum di distribusikan dengan luas di Indonesia secara offline ya. Kaya ada etalase sepatu lokal di sport station atau punya store khusus sepatu lokal tu masih jarang jadi ya kesadaran masyarakat masih kurang. Aku malah berharapnya dari *brand* sepatu lokal itu malah pengennya mereka buat yang stok nya terbatas karena orang lebih memandang *brand* itu lebih eksklusif dan bisa menumbuhkan prestige mereka, seperti aku pakai Compass itu ker.

A: Citra produk lokal di pikiranmu gimana?

B: dibilang baik, tapi kalau kurang jelas, harga masih banyak yang kurang menarik jadi menurutku *brand* lokal agar diminati tu harus dilihat bahan bahannya lagi dan kualitasnya. Citra nya sangat lebih baik dari sebelumnya dan udah terekspose oleh adanya media sosial.

A: udah sih mas wawancaranya

B: wah oke mas semoga membantu ya

Tabel Analisis Data

Tahapan	Inti Temuan	Teori
1. Kebutuhan	<p>a. Kebutuhan Fisik</p> <p>Narasumber 1 memiliki kebutuhan primer yaitu sepatu sebagai pakaian hariannya untuk kuliah dan bermain dengan teman</p>	<p>Physiological needs merupakan kebutuhan primer yang membantu memenuhi kebutuhan biologis manusia, seperti <i>sandang, pangan, papan</i> (pakaian, makanan, dan tempat tinggal).</p>
	<p>b. Kebutuhan Psikologi</p> <p>Narasumber 2 dan 3 lebih membutuhkan sepatu sebagai cara mereka menunjukkan <i>style</i> mereka kepada orang terdekatnya.</p>	<p>Psychological needs adalah kebutuhan yang ada akibat dari lingkungan masyarakat, sosial budaya, dan pengaruh dari orang lain seperti kasih sayang, kekuasaan, harga diri, dan gengsi.</p>
2. Behavior	<p>a. Gaya hidup</p> <p>Gaya hidup yang dipunyai oleh ketiga narasumber berbeda, sebagai mahasiswa yang punya kegiatan yang</p>	<p>Gaya Hidup Merupakan cara hidup seseorang untuk membentuk sebuah minat, opini dan aktivitas</p>

		<p>mengharuskan narasumber 1 untuk praktek lapangan, sebagai pekerja kreatif dan <i>sales</i> cat sepatu lokal yang ada di Yogyakarta yang selalu bertemu dengan pelanggan dan tampil di depan layar untuk pengambilan konten. Terakhir sebagai <i>reseller</i> sepatu Compass dan penjual masker.</p>	
	<p>b. Citra</p>	<p>Citra yang sudah ada dibenak ketiga narasumber mengatakan bahwa merek sepatu lokal adalah sepatu lokal itu biasanya berharga murah, walaupun narasumber 3 mempunyai sepatu lokal dengan harga yang mahal seperti merek Compass</p>	<p>Asosiasi yang muncul pada konsumen pada sebuah merek (Nurcaya & Rastini, 2020)</p>

	<p>c. Etnosentrisme Konsumen</p>	<p>Ketika mereka memakai sepatu lokal, hal pertama yang membuat narasumber bangga dengan produk lokal adalah kualitas dari sepatu itu sendiri, beberapa narasumber juga membandingkan sepatu merek luar dengan sepatu lokal secara kualitas lebih bagus.</p> <p>Namun mereka sedikit menyayangkan material – materil sepatu masih impor.</p>	<p>Tindakan individu yang menolak suatu budaya yang berbeda dengan keyakinan mereka dan lebih memilih untuk setuju dan menjunjung tinggi budaya yang senilai dengan dirinya (Yildiza, Heitz-Spahn, & Belaud, 2018)</p>
	<p>d. <i>Product Knowledge</i></p>	<p>Pengalaman yang didapatkan oleh narasumber antara lain terdiri dari 3 faktor yaitu subjektif, paparan dari tokoh berpengaruh di bidang sneakers</p>	<p>Sebuah persepsi yang diciptakan oleh konsumen terhadap sebuah produk berdasarkan pengalaman yang mereka punya (Nurcaya & Rastini, 2020)</p>

		<p>di media sosial yang mengulas sepatu. pengalaman ketika memakai produk juga mempengaruhi mereka dalam membeli lagi, harga yang potensial akan naik dari waktu ke waktu seperti yang dilakukan oleh narasumber 3. pada objective knowledge pengalaman yang paling membekas oleh ketiga narasumber menganggap bahwa kualitas sepatu lokal sangat bagus dan tahan lama ketika pemakaian sehari hari.</p>	
--	--	--	--

	<p>e. Sikap</p>	<p>Para narasumber ketika ingin membeli sepatu lokal mereka merasa gambling, karena toko fisik yang menjual merek sepatu lokal sangat terbatas terutama di wilayah Yogyakarta. sikap percaya mereka terhadap sepatu lokal juga terbentuk ketika banyak teman teman mereka mengenakan dan dari sisi kualitas juga bersaing dengan merek luar negeri</p>	<p>Sikap dapat dikaitkan dengan perilaku yang dihasilkan oleh pembeli pada saat pengalaman seorang pembeli tersebut terhadap produk barang atau jasa.</p>
<p>Goals / Achievement</p>		<p>Ketiga partisipan memiliki pencapaian yang berbeda beda</p>	<p>Pencapaian pada seseorang yang sudah termotivasi</p>

	<p>walaupun dua diantaranya memiliki hasil pencapaian yang mirip yaitu mereka lebih mencapai <i>generic goals</i>, yaitu ketika mereka berorientasi pada pemenuhan kebutuhan psikologi mereka.</p> <p>Sedangkan narasumber 1 lebih ke <i>product specific goals</i>, karena tujuan ia membeli sebuah sepatu lokal adalah untuk mencapai hasil keawetan ketika dipakai.</p>	<p>untuk melakukan suatu kegiatan (Firmansyah, 2020, hh 155-156).</p>
--	--	---

