

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. INTRODUKSI

Dalam penelitian ini akan dibahas tentang perilaku pembelian *spare part* sepeda pada penggemar sepeda *downhill* di Indonesia khususnya di Daerah istimewa Yogyakarta (DIY). Faktor-faktor yang mendorong komunitas pecinta downhill khususnya di DIY dalam melakukan pembelian *spare part* atau dalam hal ini dikenali dengan istilah *upgrade/mengganti part* sepeda lama dengan *part* baru yang memiliki harga lebih mahal dan memahami pemicu terjadinya hasrat pembelian *spare part* sepeda *downhill* yang ditimbulkan oleh *brand* atau merek dagang favorit akan dipaparkan dalam beberapa bab dalam skripsi ini.

1.2. LATAR BELAKANG MASALAH

Mountain Bike (MTB) atau “sepeda gunung” adalah istilah yang diberikan untuk jenis sepeda yang tersebar secara global di berbagai negara di dunia, termasuk di Indonesia. Fenomena ini diikuti dengan banyaknya perhatian masyarakat terhadap olahraga bersepeda, seperti misalnya bersepeda melalui *trek on road* atau *road bike* (bersepeda di jalan-jalan dalam kota) dan melalui *trek off road* atau *extreme bike* (bersepeda melalui medan jalan tanah dan bergunung). Di

Indonesia saat ini, fenomena bersepeda menjangkiti hampir semua generasi yang pada umumnya sangat menyenangi olahraga bersepeda yang dikutip dari (<http://lailiaidi.wordpress.com> on September 27,2011).

Sepeda *off road* atau *extreme bike* biasanya disukai oleh para pecinta olahraga sepeda yang berjiwa *adventure* atau “petualang” dan pada sepeda tipe ini biasanya *track* yang digunakan adalah pada medan jalan tanah, terjal dan bergunung. Karena medan yang dilalui relatif sulit, tidak heran jika klasifikasi *spare part* pada sepeda ini lebih lengkap dan memiliki harga yang tidak murah. Salah satu cabang olahraga yang paling populer dari sepeda ini adalah **downhill** atau “turun bukit”.

Downhill, adalah jenis olahraga populer yang berasal dari daerah perbukitan di San Francisco, Amerika Serikat pada tahun 70-an. Jenis sepeda ini pada umumnya dirancang secara khusus untuk melaju cepat, aman dan nyaman dalam menuruni bukit dan gunung. Sepeda ini mampu untuk menikung dengan stabil pada kecepatan tinggi dan selalu dilengkapi suspensi belakang untuk meredam benturan yang sering terjadi. Sepeda jenis ini tidak mengutamakan kenyamanan mengayuh karena hanya dipakai untuk turun gunung.

Untuk spesifikasi dari jenis sepeda *downhill*, biasanya menggunakan *spare part* khusus yang mempunyai klasifikasi harga yang sangat mahal, mengingat olahraga ini memiliki resiko yang sangat tinggi dan medan yang dijelajahi sangat sulit dan terjal. Sepeda jenis ini mempunyai ciri, berjenis *full suspension bike* atau memiliki peredam kejut di bagian depan dan belakang, sistem pengereman dengan

rem cakram, dll. Dengan tuntutan spesifikasi khusus ini, komponen sepeda *downhill* menjadi berharga sangat mahal, dan bila dihitung-hitung, harga satu set sepeda yang siap dipakai untuk bermain harganya mulai dari Rp 16 juta-an dan bahkan bisa mencapai harga Rp 50 juta-an. Selain itu seorang *rider* sepeda *downhill* harus melengkapi dirinya dengan alat-alat keamanan yang juga memiliki kualitas yang bagus dan pastinya berharga sangat mahal mengingat resiko yang dihadapi (<http://lailiaidi.wordpress.com> on September 27,2011).

Berawal dari terbentuknya sebuah komunitas *downhill* di Indonesia yang bernama *Unifikasi Komunitas Downhill Indonesia* (UKDI) pada akhir tahun 2008, semakin lama semakin banyak komunitas *downhill* di Indonesia mulai berkembang dan memiliki banyak peminat. Di bawah naungan UKDI inilah kemudian terbentuk berbagai kejuaraan *downhill* nasional yang memiliki berbagai lokasi di tanah air. Karena alasan mencari kenyamanan dalam berkendara, kebanyakan para “*downhiller*” tanah air ramai “memburu” sepeda *downhill* dan *spare part*-nya. Walaupun harga yang ditawarkan tidak murah, kebanyakan dari pecinta hobi atau olahraga ini tidak tanggung-tanggung mengeluarkan uang yang banyak untuk merakit sepedanya. Berbagai merek *spare part* dan sepeda *downhill* yang namanya sudah tenar di seluruh dunia mulai banyak di temukan di tanah air karena banyaknya permintaan yang datang, sebut saja *spare part* merek SHIMANO, SRAM, E*THIRTEEN, FOX dan berbagai merek sepeda seperti SANTA CRUZ, KHS, PIVOT, GIANT, GT, SPECIALIZED,dll.

Demam olahraga *downhill* juga membuat banyak anak muda maupun tua di Indonesia menaruh minat. Banyak diantara mereka yang tidak segan untuk mengeluarkan uang yang besar untuk membeli sebuah sepeda bahkan rutin melakukan *upgrade* pada *spare part* yang lebih baik lagi. Model sepeda dengan spesifikasi perlombaan seperti yang digunakan atlit-atlit papan atas dunia di aplikasikan oleh banyak konsumen pecinta sepeda *downhill* di indonesia.

Demam olahraga bersepeda ini pun membuat bertumbuhnya toko-toko baru di berbagai tempat yang menjual *spare part* atau bahkan perlengkapan hingga sepeda *downhill* yang harganya sangat mahal. Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sudah banyak toko-toko yang menyediakan *spare part*, sepeda, dan perlengkapan olahraga *downhill*, dan hal inilah yang menjadi dasar para penggemar sepeda *downhill* di Yogyakarta untuk melakukan *upgrade* terhadap sepedanya karena alasan mudahnya mencari *spare part* sepeda yang diinginkan. Bahkan hingga saat ini banyak dari mereka yang membuat komunitas ataupun forum tertentu bagi para pecinta olahraga *downhill* untuk sekedar berbagi cerita bahkan melakukan transaksi jual beli perlengkapan dan *spare part* sepeda *downhill*, dan dari sinilah muncul berbagai hasrat untuk membeli kebutuhan untuk sepeda yang belum terpenuhi (model proses motivasi oleh Leon Sciffman & Kanuk).

Di Indonesia, khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), para penggemar sepeda *downhill* dalam beberapa tahun terakhir ini banyak yang dapat dikategorikan sebagai konsumen yang “loyal” terhadap pembelian berbagai *spare*

part bermerek dan tergolong berharga sangat mahal. Mereka banyak yang menggemari berbagai merek *spare part* yang berkelas karena berbagai alasan masing-masing. Tidak sedikit dari mereka merupakan golongan yang memiliki antusias yang sangat tinggi terhadap berbagai hal yang berhubungan dengan dunia bersepeda, khususnya sepeda *downhill*.

Oleh karena itu, perlunya memahami perilaku pembelian pada penggemar sepeda *downhill* akan sangat penting untuk di bahas karena mereka dapat menjadi lahan pemasaran yang efektif bagi pihak-pihak terkait seperti perusahaan sepeda, perusahaan majalah-majalah mengenai pembelian *spare part* sepeda *downhill* dan berbagai hal yang mempunyai keterkaitan dengan olahraga *downhill* serta toko-toko sepeda.

Dengan memahami hal ini, para distributor yang menyalurkan *spare part* sepeda khususnya sepeda *downhill* di Indonesia juga dapat terbantu dalam memasarkan barang-barang yang dijual sehingga dapat sukses dan memiliki pendapatan yang besar.

1.3. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan Uraian yang telah disampaikan dalam bagian latar belakang, maka rumusan masalah yang telah disusun dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor apa saja yang mendorong sekelompok orang penggemar sepeda di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) menggemari olahraga sepeda *downhill*?

2. Faktor apa saja yang mendorong sekelompok orang penggemar sepeda *downhill* di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) untuk membeli *spare part* sepeda *downhill* dengan tingkat harga yang tinggi?
3. Bagaimana ikatan emosional antara penggemar sepeda *downhill* dengan merek dagang yang digemari?

1.4. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengidentifikasi faktor yang mendorong sekelompok orang di Indonesia, khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) untuk menggemari olahraga sepeda *downhill*.
2. Untuk mengidentifikasi faktor yang mendorong sekelompok orang penggemar sepeda *downhill* di Indonesia, khususnya Daerah Istimewa Yogyakarta untuk membeli *spare part* sepeda *downhill* favorit dengan tingkat harga yang tinggi.
3. Untuk menelaan ikatan emosional antara penggemar sepeda *downhill* dengan merek dagang yang digemari.

1.5. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk memaparkan aktivitas yang dilakukan komunitas penggemar *downhill*, sebab sampai sejauh ini belum banyak ditemui literatur tentang komunitas merek di Indonesia.

2. Manfaat manajerial

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang peran komunitas Penggemar sepeda *downhill* bagi perkembangan masuknya produk-produk berupa *spare part* atau sepeda *downhill* dari luar negeri di Indonesia, serta untuk memberikan rangsangan kepada produsen sepeda di Indonesia untuk dapat menjaga kualitas produk *spare part* dan sepeda *downhill* agar dapat bersaing dengan perusahaan asing yang masuk.

1.6. SISTEMATIKA PENULISAN

Bab I Pendahuluan

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi teori-teori yang dapat digunakan sebagai dasar penelitian, dan manfaat penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini terdiri dari pendahuluan, konteks riset, data dan sumber data, lokasi penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis data, batasan operasional, dan prosedur penelitian.

Bab IV Analisis dan Interpretasi Data

Pada bab ini, data telah dikumpulkan kemudian dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian dengan menggunakan teknik analisis yang telah ditentukan.

Bab V Penutup

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil dan saran untuk penelitian selanjutnya.