



Vol. 05 No. 02 Tahun 2023

Musamus Journal of Physical Education and Sport (MJPES)
<http://ejournal.unmus.ac.id/index.php/physical>

Loyalitas Atlet Bulutangkis Tarkam Kecamatan Piyungan Menggunakan Sepatu Merek Li-Ning

Afif Khoirul Hidayat

**Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Musamus**

e-mail: afif@unmus.ac.id

Zikrur Rahmat

**Pendidikan Jasmani, , Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Bina Bangsa
Getsempena**

e-mail: zikrur@bbg.ac.id

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima : Mei 2023

Disetujui Mei 2023

Dipublikasikan: Mei 2023

*Keywords: Loyalitas,
Bulutangkis, Tarkam, Sepatu,
Li-Ning*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat loyalitas atlet bulutangkis tarkam di Kecamatan Piyungan menggunakan sepatu merek Li-Ning. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan sepatu bulutangkis lokal dalam mengembangkan produk dan strategi pemasaran agar dapat ikut bersaing dan memperoleh loyalitas pelanggan di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif, dengan menggunakan angket atau kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Populasi dalam penelitian ini adalah atlet bulutangkis tarkam Kecamatan Piyungan yang kemudian ditarik sampelnya menggunakan teknik purposive sampling sehingga diperoleh 60 orang atlet tarkam. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif, karena data yang diperoleh berupa kasus-kasus, fenomena-fenomena, dan argumen-argumen yang memerlukan pemikiran dalam penyelesaian masalah. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada tanggal 21–25 Maret 2023, diperoleh hasil bahwa loyalitas atlet bulutangkis tarkam di kecamatan Piyungan dalam menggunakan sepatu merek Li-Ning termasuk dalam kategori tinggi, yaitu dengan rincian kategori sangat tinggi adalah sebanyak 8 atlet atau sebesar 14%, kategori tinggi sebanyak 32 atlet atau sebesar 53%, kategori sedang sebanyak 18 atlet atau sebesar 30%, kategori rendah sebanyak 2 atlet atau sebesar 3%, dan tidak ada yang masuk pada kategori sangat rendah atau sebesar 0%. Berdasarkan hasil diskusi, wawancara dan analisis data hasil penelitian diperoleh informasi bahwa mayoritas responden 85% akan terus membeli dan menggunakan sepatu Li-Ning di masa depan.

Abstract

This study aims to determine the level of loyalty of tarkam badminton athletes in Piyungan District who use Li-Ning brand shoes. This research is expected to provide input for local badminton shoe companies in developing products and marketing strategies to compete and gain customer loyalty in Indonesia. The method used in this study is descriptive quantitative method, using a questionnaire as a data collection tool. The population in this study is tarkam badminton athletes in Piyungan District, and the sample was drawn using purposive sampling technique, resulting in 60 tarkam athletes. The data analysis technique used is qualitative data analysis technique, as the data obtained are cases, phenomena, and arguments that require thinking in problem solving. Based on the research conducted on March 21-25, 2023, the results showed that the loyalty of tarkam badminton athletes in Piyungan District who use Li-Ning brand shoes is categorized as high, with details that 8 athletes or 14% fall into the very high category, 32 athletes or 53% fall into the high category, 18 athletes or 30% fall into the moderate category, 2 athletes or 3% fall into the low category, and none fall into the very low category or 0%. Based on the discussion, interview, and data analysis of the research results, it was found that the majority of respondents, 85%, will continue to buy and use Li-Ning shoes in the future.

© 2023 Universitas Musamus Merauke

✉ Alamat korespondensi: Penjaskesrek, Universitas Musamus
E-mail: afif@unmus.ac.id

ISSN 2622-7835 (online)
ISSN 2622-7827 (print)

PENDAHULUAN

Bulutangkis merupakan salah satu olahraga yang sangat populer di Indonesia, baik sebagai olahraga rekreasi maupun kompetitif. Maulina, M. (2018) menyatakan bahwa bulutangkis merupakan salah satu cabang olahraga yang sangat populer di Indonesia dan telah menjadi olahraga bergengsi andalan Indonesia. Banyak klub bulutangkis di seluruh Indonesia yang menyediakan fasilitas untuk para pemain bulutangkis. Selain itu, turnamen bulutangkis sering diadakan di Indonesia dan selalu menarik perhatian penggemar olahraga. Turnamen bulutangkis yang mempertandingkan atlet-atlet profesional biasanya diikuti oleh para pemain bulutangkis terbaik di dunia dan menjadi ajang untuk menunjukkan kemampuan mereka. Salah satu turnamen bulutangkis paling bergengsi di Indonesia adalah Indonesia Open. Pada tahun 1982 turnamen bulutangkis Indonesia Open telah diresmikan oleh BWF sebagai kejuaraan tingkat dunia dengan hadiah yang sangat fantastis (Ningsih, S. 2022)

Namun, selain turnamen tingkat profesional, ada juga banyak turnamen bulutangkis yang diadakan di tingkat lokal atau kampung. Harahap, A. S. (2020) turnamen bulutangkis di Indonesia aktif diselenggarakan pada level lokal, nasional, hingga internasional. Pada turnamen tingkat lokal biasanya diikuti oleh para pemain bulutangkis yang kurang terkenal atau hanya dimainkan untuk bersenang-senang. Meskipun turnamen ini tidak sebesar turnamen tingkat profesional, tetapi tetap menjadi acara yang seru dan menarik untuk diikuti oleh para penggemar bulutangkis. Turnamen ini tidak hanya menjadi ajang untuk bersenang-senang dan menunjukkan kemampuan bermain bulutangkis, tetapi juga menjadi sarana untuk mempromosikan gaya hidup sehat dan aktif.

Tingginya minat masyarakat untuk berlatih dan bermain bulutangkis dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian. Widyakto, A., & Putra, Y. P. (2023) menjelaskan bahwa tingginya minat masyarakat terhadap olahraga bulutangkis membuat banyak pengusaha tertarik untuk mendirikan bisnis yang berkaitan dengan olahraga bulutangkis. Kebutuhan akan peralatan dan perlengkapan olahraga seperti baju, raket, shuttlecock, hingga sepatu dapat meningkatkan permintaan dan konsumsi di sektor industri yang terkait. Dalam jangka panjang, permintaan yang meningkat untuk peralatan bulutangkis dapat mendorong pertumbuhan bisnis dan industri olahraga, termasuk produsen, distributor, dan penjual peralatan olahraga.

Sejak tahun 2010, Li-Ning telah menjadi merek sepatu yang banyak digunakan oleh atlet bulutangkis Indonesia. Awan, S. H. (2014) Li-Ning adalah perusahaan yang memproduksi berbagai peralatan olahraga yang berasal dari negara China. Banyak inovasi yang dilakukan agar tetap digemari oleh semua lapisan masyarakat dan dapat bersaing dengan merek lain. Saat ini produk sepatu Li-Ning tidak hanya ditujukan untuk atlet bulutangkis profesional, namun juga untuk masyarakat umum yang gemar bermain bulutangkis. Salah satu upaya Li-Ning untuk menjangkau konsumen dari berbagai lapisan masyarakat adalah dengan memproduksi sepatu bulutangkis yang lebih terjangkau. Selain itu, Li-Ning juga menghadirkan desain-desain sepatu yang lebih casual dan modern, sehingga dapat digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna sepatu merek Li-Ning menimbulkan sebuah loyalitas yang tinggi pada merek tersebut. Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Banyak atlet bulutangkis lokal atau kampung, yang saat ini sering disebut atlet bulutangkis tarkam jatuh hati pada produk sepatu Li-Ning, tak terkecuali atlet bulutangkis tarkam di kecamatan piyungan. Para atlet bulutangkis tarkam di kecamatan piyungan yang menggunakan sepatu

Vol. 05 No. 02 /Musamus Journal of Physical Education and Sport (MJPEs) Tahun 2023

Li-Ning dan merasa puas dengan performanya, cenderung akan membeli produk dari merek yang sama untuk digunakan dalam waktu yang lebih lama. Mardalis, A. (2006). Menjelaskan bahwa unsur-unsur dari loyalitas adalah aksesibilitas, kualitas produk, urutan pilihan, proporsi pembelian, preferensi dan komitmen.

Selain faktor kualitas, sejatinya terdapat banyak faktor dapat memengaruhi loyalitas atlet bulutangkis tarkam di kecamatan piyungan terhadap merek sepatu Li-Ning. Diantaranya adalah faktor harga, Kemudahan pembelian, Promosi dan pemasaran, Citra merek. Dalam persaingan global yang begitu keras dan kompetitif Li-Ning berusaha terus berinovasi untuk menghadirkan sepatu yang berkualitas. Saat ini Li-Ning telah mengeluarkan banyak produk dengan berbagai tingkatan kualitas dan harga agar dapat menjangkau semua kalangan mulai dari kalangan menengah ke bawah hingga kalangan menengah ke atas. Anastasia, U., & Nurendah, Y. (2014) menjelaskan bahwa kualitas produk yang baik harus memiliki merek atau citra merek yang baik juga. Selain itu, Li-Ning juga menjaga citra mereknya dengan berpartisipasi dalam event bulutangkis besar seperti Olimpiade dan Kejuaraan Dunia Bulutangkis. Hal ini membuat merek Li-Ning semakin dikenal dan dihargai oleh para atlet bulutangkis dan penggemar bulutangkis di seluruh dunia.

Li-Ning juga terus melakukan promosi dan pemasaran yang efektif dengan menggandeng atlet bulutangkis terkenal sebagai duta mereknya. Magdalena, P. A. (2015) menyampaikan bahwa salah satu bentuk promosi yang dominan dilakukan oleh perusahaan adalah iklan (advertising) melalui Duta Merek (brand ambassador) ataupun celebrity endorser. Selain itu, Li-Ning juga menjalin kerjasama dengan berbagai toko olahraga dan toko online sehingga memudahkan konsumen dalam membeli produk Li-Ning. Dengan strategi dan inovasi yang terus dilakukan, Li-Ning berhasil mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumennya dan menjadi salah satu merek sepatu bulutangkis ternama di Indonesia, tak terkecuali para atlet bulutangkis tarkam di Kecamatan Piyungan.

Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul “Loyalitas Atlet Bulutangkis Tarkam Kecamatan Piyungan Menggunakan Sepatu Merek Li-Ning”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat loyalitas atlet bulutangkis tarkam di kecamatan Piyungan menggunakan sepatu merek Li-Ning. Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan lokal dalam mengembangkan produk dan strategi pemasaran agar dapat ikut bersaing dan memperoleh loyalitas pelanggan di pasar bulutangkis Indonesia, khususnya di kecamatan Piyungan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian serupa atau terkait di masa depan.

METODE

Dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif deskriptif, dengan menggunakan angket atau kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Rohmatunisha, S., Wahyudi, U., & Yudasmara, D. S. (2020). Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Metode deskriptif digunakan untuk menjelaskan dan menggambarkan dengan teliti tentang fakta-fakta atau fenomena yang terjadi di lapangan terkait dengan loyalitas atlet bulutangkis tarkam Kecamatan Piyungan menggunakan sepatu merek Li-Ning. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode deskriptif dalam bentuk survei untuk mengumpulkan data dari responden.

Populasi adalah keseluruhan unit observasi yang memenuhi persyaratan atau fenomena yang sudah ditentukan lebih dahulu, sehingga populasi merupakan sumber suatu penyimpulan atas suatu fenomena. (Nur, S., 2013). Populasi dalam penelitian ini merujuk pada wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini, populasi adalah atlet bulutangkis tarkam Kecamatan Piyungan yang berasal dari 4 klub bulutangkis yaitu PB. Wiralang, PB. Bugar, PB What Whet, dan PB Satria yang berjumlah 60 orang atlet. Alasan penggunaan 4 klub bulutangkis sebagai objek penelitian adalah karena 4 klub tersebut selalu mengirimkan wakil nya pada setiap kejuaraan tarkam yang di selenggarakan di Kecamatan Piyungan. Sedangkan jumlah 60 orang atlet yang diteliti adalah hasil dari penarikan sampling dengan teknik purposive sampling. Akbar, D. A. (2013) menjelaskan bahwa metode purposive sampling merupakan metode pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria tertentu. Dalam penelitian ini kriteria yang di maksud adalah atlet yang menggunakan sepatu bulutangkis merek Li-Ning, atlet yang menyimpan sepatu bulutangkis merek Li-Ning dirumahnya dan atlet yang pernah memiliki sepatu bulutangkis merek Li-Ning. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket, di mana responden diminta untuk menjawab seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis. Namun, jika diperlukan, teknik pengumpulan data melalui wawancara juga akan dilakukan untuk mengetahui informasi lebih lanjut dari responden. Angkat dalam penelitian ini terdiri dari 6 indikator yaitu, aksesibilitas, kualitas produk, urutan pilihan, proporsi pembelian, preferensi dan komitmen.

Setelah berhasil mengumpulkan data-data yang dibutuhkan, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Dalam teknis analisis data, terdapat dua jenis utama yaitu teknik analisis data kualitatif dan teknik analisis

Vol. 05 No. 02 /Musamus Journal of Physical Education and Sport (MJPEs) Tahun 2023

data kuantitatif. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif, karena data yang diperoleh berupa kasus-kasus, fenomena-fenomena, dan argumen-argumen yang memerlukan pemikiran yang teliti dalam menyelesaikan masalah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Loyalitas Atlet Bulutangkis Tarkam Kecamatan Piyungan Menggunakan Sepatu Merek Li-Ning, dan data yang diperoleh melalui angket akan diuji dengan menggunakan persentase. Uji persentase diuji dengan menggunakan Rumus: $P = (F/N) \times 100 \%$, Adapun yang dimaksud dengan: P = persentase, F= jumlah yang diperoleh, dan N=jumlah responden (Wasilah, E. B., 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Gedung Serba Guna (GSG) yang beralamatkan di Dusun Mungur RT.01, Dusun Mungur, Kelurahan Srimartani, Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, 55792. Adapun waktu penelitian adalah pukul 19.00 – 23.00 WIB, Selasa 21 Maret 2023 untuk PB. Bugar, Rabu 22 Maret 2023 untuk PB What Whet, Kamis 23 Maret 2023 untuk PB Satria, dan Sabtu 25 Maret 2023 untuk PB. Wiralang. Proses penelitian dilakukan dengan cara membagikan angket penelitian yang terdiri dari 30 pertanyaan dengan komposisi 20 pertanyaan positif dan 10 pertanyaan negatif, hal tersebut dilakukan agar tingkat objektivitas data yang diperoleh tinggi. Apabila dipisahkan berdasarkan indikator, maka dapat dijelaskan bahwa angket dalam penelitian ini terdiri dari 6 indikator dan masing-masing indikator diwakili oleh 5 pertanyaan, yang kesemuanya telah dilakukan uji validitas dan realibilitas dalam bentuk expert judgment, yaitu ahli bahasa dan ahli olahraga bulutangkis. Berikut adalah pemaparan hasil penelitian Loyalitas Atlet Bulutangkis Tarkam Kecamatan Piyungan Menggunakan Sepatu Merek Li-Ning,

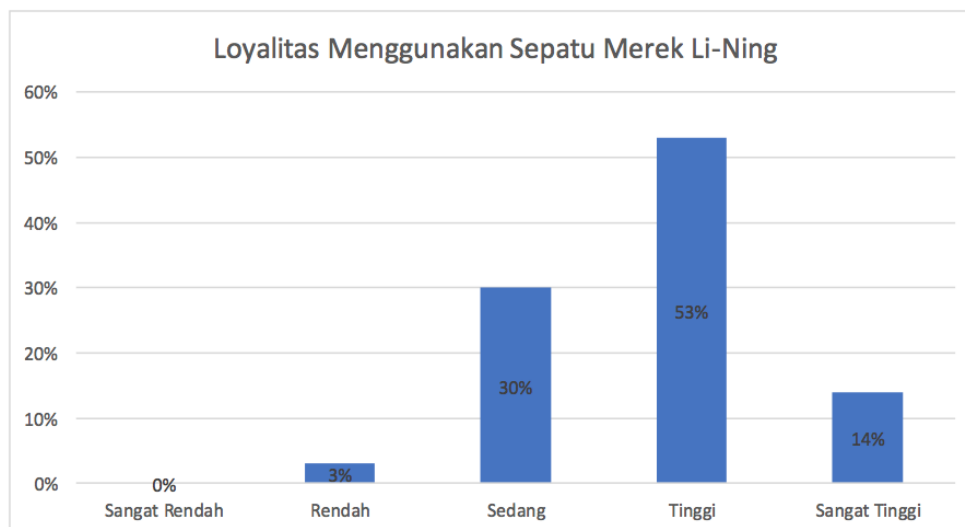
HASIL PENELITIAN

Langkah selanjutnya yang harus dilakukan setelah diperoleh data tentang loyalitas atlet bulutangkis tarkam Kecamatan Piyungan menggunakan sepatu Merek Li-Ning, adalah dengan memaparkan dalam bentuk tabel dan diagram batang. Berikut adalah pemaparan data hasil penelitian loyalitas atlet bulutangkis tarkam Kecamatan Piyungan menggunakan sepatu Merek Li-Ning dalam bentuk tabel,

Tabel 1. Loyalitas Atlet Bulutangkis Tarkam Kecamatan Piyungan Menggunakan Sepatu Merek Li-Ning

No	Interval Nilai	Kategori	Jumlah	Presentase
1	1-30	Sangat Rendah	0	0%
2	31-60	Rendah	2	3%
3	61-90	Sedang	18	30%
4	91-120	Tinggi	32	53%
5	121-150	Sangat Tinggi	8	14%
Jumlah Total			60	100%

Berdasarkan data pada tabel di atas maka dapat dijelaskan bahwa dari 60 atlet bulutangkis Tarkam Kecamatan Piyungan memiliki loyalitas untuk menggunakan sepatu merek Li-Ning dengan kategori sangat tinggi adalah sebanyak 8 atlet atau sebesar 14%, kategori tinggi sebanyak 32 atlet atau sebesar 53%, kategori sedang sebanyak 18 atlet atau sebesar 30%, kategori rendah sebanyak 2 atlet atau sebesar 3%, dan tidak ada yang masuk pada kategori sangat rendah atau sebesar 0%. Apabila data pada tabel di atas dipaparkan dalam bentuk diagram batang, maka akan tampak seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Diagram Batang Loyalitas Atlet Bulutangkis Tarkam Kecamatan Piyungan Menggunakan Sepatu Merek Li-Ning

Dalam rangka memperjelas paparan data di atas, yaitu hasil penelitian tentang loyalitas untuk menggunakan sepatu merek Li-Ning. Maka data tersebut diuraikan menjadi 6 indikator, yaitu aksesibilitas, kualitas produk, urutan pilihan, proporsi pembelian, preferensi dan komitmen. Berikut adalah pemaparan data hasil penelitian dari masing-masing indikator dalam penelitian ini,

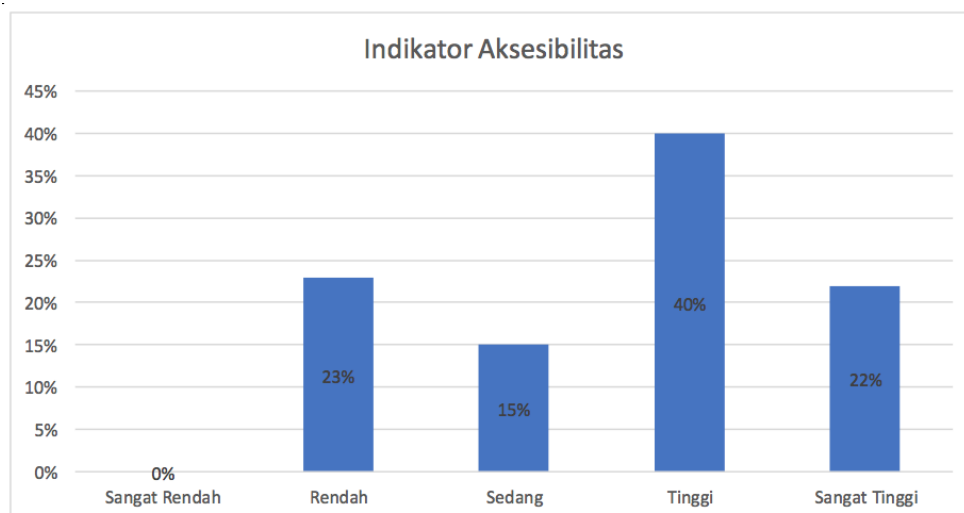
Aksesibilitas

Berikut adalah pemaparan data dalam bentuk tabel hasil penelitian loyalitas atlet bulutangkis tarkam Kecamatan Piyungan menggunakan sepatu Merek Li-Ning dilihat dari sudut pandang indikator Aksesibilitas,

Tabel 2. Indikator Aksesibilitas

No	Interval Nilai	Kategori	Jumlah	Presentase
1	1-5	Sangat Rendah	0	0%
2	6-10	Rendah	14	23%
3	11-15	Sedang	9	15%
4	16-20	Tinggi	24	40%
5	21-25	Sangat Tinggi	13	22%
Jumlah Total			60	100%

Berdasarkan data pada tabel di atas maka dapat dijelaskan bahwa apabila loyalitas atlet bulutangkis tarkam Kecamatan Piyungan dalam menggunakan sepatu Merek Li-Ning hanya dilihat dari indikator aksesibilitas saja, maka dipaparkan bahwa terdapat 13 atlet atau sebesar 22% yang masuk dalam kategori sangat tinggi, terdapat 24 atlet atau sebesar 40% yang masuk dalam kategori tinggi, terdapat 9 atlet atau sebesar 15% yang masuk dalam kategori sedang, terdapat 14 atlet atau sebesar 23% yang masuk dalam kategori rendah, dan tidak ada atlet atau sebesar 0% yang masuk dalam kategori sangat rendah. Apabila data pada tabel di atas dipaparkan dalam bentuk diagram batang, maka akan tampak seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. Diagram Batang Indikator Aksesibilitas

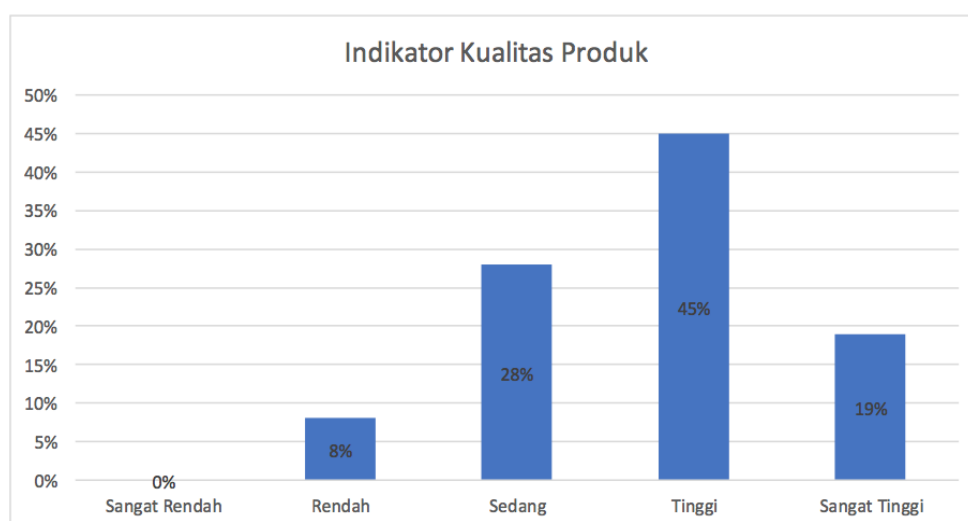
Kualitas Produk

Berikut adalah pemaparan data dalam bentuk tabel hasil penelitian loyalitas atlet bulutangkis tarkam Kecamatan Piyungan menggunakan sepatu Merek Li-Ning dilihat dari sudut pandang indikator kualitas produk,

Tabel 3. Indikator Kualitas Produk

No	Interval Nilai	Kategori	Jumlah	Presentase
1	1-5	Sangat Rendah	0	0%
2	6-10	Rendah	5	8%
3	11-15	Sedang	17	28%
4	16-20	Tinggi	27	45%
5	21-25	Sangat Tinggi	11	19%
Jumlah Total			60	100%

Berdasarkan data pada tabel di atas maka dapat dijelaskan bahwa apabila loyalitas atlet bulutangkis tarkam Kecamatan Piyungan dalam menggunakan sepatu Merek Li-Ning hanya dilihat dari indikator kualitas produk saja, maka dipaparkan bahwa terdapat 11 atlet atau sebesar 19% yang masuk dalam kategori sangat tinggi, terdapat 27 atlet atau sebesar 45% yang masuk dalam kategori tinggi, terdapat 17 atlet atau sebesar 28% yang masuk dalam kategori sedang, terdapat 5 atlet atau sebesar 8% yang masuk dalam kategori rendah, dan tidak ada atlet atau sebesar 0% yang masuk dalam kategori sangat rendah. Apabila data pada tabel di atas dipaparkan dalam bentuk diagram batang, maka akan tampak seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 3. Diagram Batang Kualitas Produk

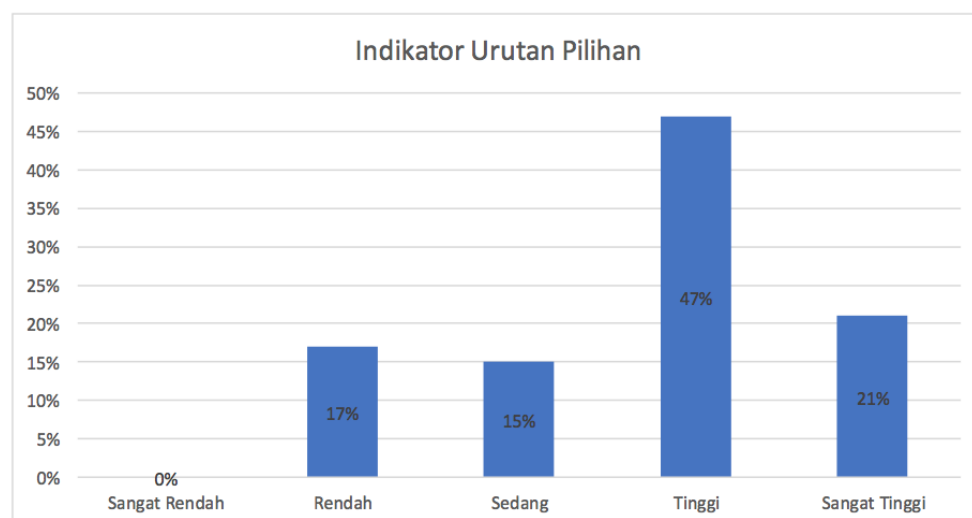
Urutan Pilihan

Berikut adalah pemaparan data dalam bentuk tabel hasil penelitian loyalitas atlet bulutangkis tarkam Kecamatan Piyungan menggunakan sepatu Merek Li-Ning dilihat dari sudut pandang indikator urutan pilihan,

Tabel 4. Indikator Urutan Pilihan

No	Interval Nilai	Kategori	Jumlah	Presentase
1	1-5	Sangat Rendah	0	0%
2	6-10	Rendah	10	17%
3	11-15	Sedang	9	15%
4	16-20	Tinggi	28	47%
5	21-25	Sangat Tinggi	13	21%
Jumlah Total			60	100%

Berdasarkan data pada tabel di atas maka dapat dijelaskan bahwa apabila loyalitas atlet bulutangkis tarkam Kecamatan Piyungan dalam menggunakan sepatu Merek Li-Ning hanya dilihat dari indikator urutan pilihan saja, maka dipaparkan bahwa terdapat 13 atlet atau sebesar 21% yang masuk dalam kategori sangat tinggi, terdapat 28 atlet atau sebesar 47% yang masuk dalam kategori tinggi, terdapat 9 atlet atau sebesar 15% yang masuk dalam kategori sedang, terdapat 10 atlet atau sebesar 17% yang masuk dalam kategori rendah, dan tidak ada atlet atau sebesar 0% yang masuk dalam kategori sangat rendah. Apabila data pada tabel di atas dipaparkan dalam bentuk diagram batang, maka akan tampak seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 4. Diagram Batang Indikator Urutan Pilihan

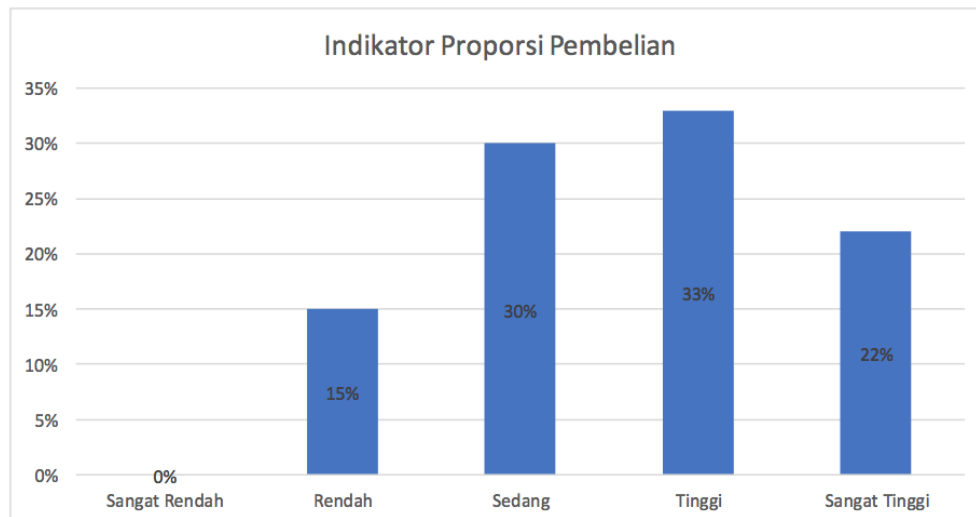
Proporsi Pembelian

Berikut adalah pemaparan data dalam bentuk tabel hasil penelitian loyalitas atlet bulutangkis tarkam Kecamatan Piyungan menggunakan sepatu Merek Li-Ning dilihat dari sudut pandang indikator proporsi pembelian,

Tabel 5. Indikator Proporsi Pembelian

No	Interval Nilai	Kategori	Jumlah	Presentase
1	1-5	Sangat Rendah	0	0%
2	6-10	Rendah	9	15%
3	11-15	Sedang	18	30%
4	16-20	Tinggi	20	33%
5	21-25	Sangat Tinggi	13	22%
Jumlah Total			60	100%

Berdasarkan data pada tabel di atas maka dapat dijelaskan bahwa apabila loyalitas atlet bulutangkis tarkam Kecamatan Piyungan dalam menggunakan sepatu Merek Li-Ning hanya dilihat dari indikator proporsi pembelian saja, maka dipaparkan bahwa terdapat 13 atlet atau sebesar 22% yang masuk dalam kategori sangat tinggi, terdapat 20 atlet atau sebesar 33% yang masuk dalam kategori tinggi, terdapat 18 atlet atau sebesar 30% yang masuk dalam kategori sedang, terdapat 9 atlet atau sebesar 15% yang masuk dalam kategori rendah, dan tidak ada atlet atau sebesar 0% yang masuk dalam kategori sangat rendah. Apabila data pada tabel di atas dipaparkan dalam bentuk diagram batang, maka akan tampak seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 5. Diagram Batang Indikator Proporsi Pembelian

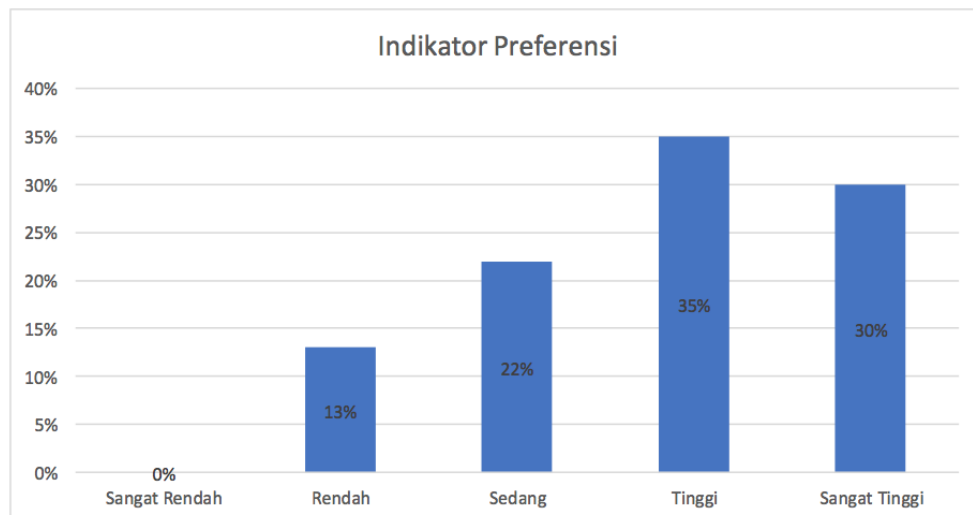
Preferensi

Berikut adalah pemaparan data dalam bentuk tabel hasil penelitian loyalitas atlet bulutangkis tarkam Kecamatan Piyungan menggunakan sepatu Merek Li-Ning dilihat dari sudut pandang indikator preferensi,

Tabel 6. Indikator Preferensi

No	Interval Nilai	Kategori	Jumlah	Presentase
1	1-5	Sangat Rendah	0	0%
2	6-10	Rendah	8	13%
3	11-15	Sedang	13	22%
4	16-20	Tinggi	21	35%
5	21-25	Sangat Tinggi	18	30%
Jumlah Total			60	100%

Berdasarkan data pada tabel di atas maka dapat dijelaskan bahwa apabila loyalitas atlet bulutangkis tarkam Kecamatan Piyungan dalam menggunakan sepatu Merek Li-Ning hanya dilihat dari indikator preferensi saja, maka dipaparkan bahwa terdapat 18 atlet atau sebesar 30% yang masuk dalam kategori sangat tinggi, terdapat 21 atlet atau sebesar 35% yang masuk dalam kategori tinggi, terdapat 13 atlet atau sebesar 22% yang masuk dalam kategori sedang, terdapat 8 atlet atau sebesar 13% yang masuk dalam kategori rendah, dan tidak ada atlet atau sebesar 0% yang masuk dalam kategori sangat rendah. Apabila data pada tabel di atas dipaparkan dalam bentuk diagram batang, maka akan tampak seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 6. Diagram Batang Indikator Preferensi

Komitmen

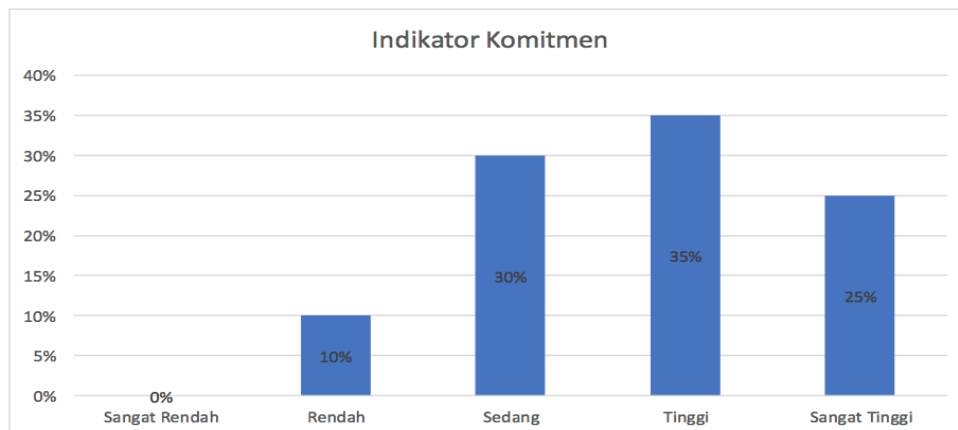
Berikut adalah pemaparan data dalam bentuk tabel hasil penelitian loyalitas atlet bulutangkis tarkam Kecamatan Piyungan menggunakan sepatu Merek Li-Ning dilihat dari sudut pandang indikator komitmen,

Tabel 7. Indikator Komitmen

No	Interval Nilai	Kategori	Jumlah	Presentase
1	1-5	Sangat Rendah	0	0%
2	6-5	Rendah	6	10%
3	11-15	Sedang	18	30%
4	16-20	Tinggi	21	35%
5	21-25	Sangat Tinggi	15	25%
Jumlah Total			60	100%

Berdasarkan data pada tabel di atas maka dapat dijelaskan bahwa apabila loyalitas atlet bulutangkis tarkam Kecamatan Piyungan dalam menggunakan sepatu Merek Li-Ning hanya dilihat dari indikator komitmen saja, maka dipaparkan bahwa terdapat 15 atlet atau sebesar 25% yang masuk dalam kategori sangat tinggi, terdapat 21 atlet atau sebesar 35% yang masuk dalam kategori tinggi, terdapat 18 atlet atau sebesar 30% yang masuk dalam kategori sedang, terdapat 6 atlet atau sebesar 10% yang masuk dalam kategori rendah, dan tidak ada atlet atau sebesar 0% yang masuk dalam kategori sangat rendah. Apabila data pada tabel di atas dipaparkan dalam bentuk diagram batang, maka akan tampak seperti pada gambar di

bawah ini.



Gambar 7. Diagram Batang Indikator Komitmen

PENUTUP

Untuk dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan besar seperti Li-Ning, perusahaan sepatu lokal di Indonesia perlu mengambil langkah-langkah strategis seperti melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen, serta dengan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Selain itu, perusahaan sepatu lokal juga dapat mempertahankan harga yang kompetitif dengan mengoptimalkan biaya produksi. Hal ini dapat dilakukan dengan cara meminimalkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya transportasi. Data hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa agar dapat bersaing dengan perusahaan besar seperti Li-Ning, perusahaan sepatu lokal di Indonesia perlu memperluas pasar mereka dengan membuka toko online atau kerja sama dengan toko-toko online terkemuka. Selain itu, perusahaan sepatu dapat meningkatkan desain produk mereka agar lebih menarik dan sesuai dengan tren terkini. Proses meningkatkan produk yang inovatif dan memenuhi kebutuhan konsumen dapat membantu perusahaan sepatu lokal di Indonesia untuk tetap bersaing dan mempertahankan pangsa pasarnya di industri bulutangkis yang sangat kompetitif di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, D. A. (2013). Analisis pengaruh ukuran perusahaan, kecukupan modal, kualitas aktiva produktif (KAP) dan likuiditas terhadap kinerja keuangan. *Jurnal Ilmiah Stie Mdp*, 3(1), 66-82.
- Anastasia, U., & Nurendah, Y. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(2), 181-190.
- Awan, S. H. (2014). Negara Asal Merek (Country of Origin) dan Hubungannya dengan Persepsi Kualitas Serta Kepercayaan Pada Merek Produk Sepatu Olah Raga. In *Forum Manajemen Indonesia 6 Enterpreneurial Management* (p. 268). Forum Manajemen Indonesia (FMI) dan Universitas Sumatra Utara Medan.
- Harahap, A. S. (2020). Overview Of Athlete Badminton Game Patterns. *Jurnal Ilmiah STOK Bina Guna Medan*, 8(1), 1-6.
- Junita, A., Hasbulla, I. I. K., & Azhmy, M. F. (2020). Survei Pasar Online: Strategi Riset Pasar Untuk Mengembangkan Usaha Mikro Wanita Di Kelurahan Pekan Labuhan Kecamatan Medan Labuhan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(4), 205-214.
- Njoto, T. K. (2016). Pengaruh desain kemasan, cita rasa, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen bumi anugerah. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 455-463.
- Magdalena, P. A. (2015). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada pengguna smartphone Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23 (1).
- Mardalis, A. (2006). Meraih loyalitas pelanggan. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 111-119.
- Maulina, M. (2018). Profil antropometri dan somatotipe pada atlet bulutangkis. *AVERROUS: Jurnal Kedokteran dan Kesehatan Malikussaleh*, 1(2), 69-74.
- Ningsih, S. (2022) Sektor Privat sebagai Otoritas Moral: Alasan dibalik Kepatuhan PBSI terhadap Peraturan anti-doping WADA. *Jurnal Hubungan Internasional*, XV(1), 129-146
- Nur, S. (2013). Konflik, stres kerja dan kepuasan kerja pengaruhnya terhadap kinerja pegawai pada Universitas Khairun Ternate. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312-318.

- Rohmatunisha, S., Wahyudi, U., & Yudasmar, D. S. (2020). Survei minat siswa dalam mengikuti kegiatan ekstrakurikuler bolabasket pada peserta sekolah menengah pertama. *Sport Science and Health*, 2(2), 119-129.
- Sudjarmika, F. V. (2017). Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia.com. *Agora*, 5(1).
- Wasilah, E. B. (2012). Peningkatan kemampuan menyimpulkan hasil praktikum ipa melalui penggunaan media kartu. *Jurnal Pendidikan IPA Indonesia*, 1(1).
- Widyakto, A., & Putra, Y. P. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Lapaga Bulutangkis PB SABA Semarang. *Journal of Management, Entrepreneur and Cooperative*, 2(1), 19-27.