

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Tingkat persaingan di dunia usaha pada era globalisasi sekarang ini semakin ketat, dimana setiap perusahaan senantiasa selalu berusaha untuk meraih konsumen dan berusaha meningkatkan pangsa pasar mereka. Perusahaan dituntut untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan bisa memenangi persaingan yang muncul. Pada dasarnya dalam dunia bisnis, jika semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk mana yang akan sesuai dengan harapannya. Masalahnya persaingan yang ketat atau banyaknya pemain dalam pasar dengan segala macam keunggulan produk yang ditawarkan, menuntut inovasi dan kreatifitas terhadap produk yang berkualitas untuk menjadi produk yang dapat diterima, dan ini terjadi di setiap lini industri termasuk juga industri kerajinan Tenun Tais adalah produk Tenun tradisional Timor Leste yang sering di produksi oleh kaum wanita Timor Leste yang tidak mampu dan tidak punya pekerjaan, Tenun Tais sendiri belum menjadi produk lokal yang berkualitas sehingga dampaknya pada Tenun Tais kurang menjadi minat bagi pembeli lokal.

Tenun Tais adalah kain tradisional dari adat tradisional Timor Leste, selembur kain Tenun Tais itu dimaknai untuk mengikat tali persahabatan, persaudaraan dan penghormatan kepada tamu yang baru saja datang dan juga sebagai mahar atau mas kawin dalam sebuah perkawinan, dan sebagai harga yang harus ditebus untuk meminang anak orang. Namun ditinjau dari sisi nilai ekonomi, Tenun Tais dirasakan perlu melakukan pengembangan dan inovasi yang mendasar , terutama dari segi kualitas, pilihan warna dan

disain etnis tradisional yang diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen baik oleh pembeli lokal maupun pembeli asing / turis.

Berikut adalah gambar dari beberapa pilihan Tenun Tais yang saat ini berada di Tais Market Dili, Timor – Leste.



(Sumber : Tais Market Dili, 2017)

**Gambar 1.1** Pilihan Tenun Tais di Timor Leste.

Oleh karena itu variabel minat beli merupakan kegiatan yang terpadu untuk mengembangkan rencana – rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli pada Teunun Tais, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba.

Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat memperoleh laba serta suatu usaha memikat minat beli konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil suatu produk yang dihasilkan (Kotler 2003 , 457). Penetapan harga yang merupakan bagian dari marketing mix merupakan salah satu alternatif bagi manajemen perusahaan untuk memperkuat posisi daya saingnya di kancah persaingan yang tajam dengan perusahaan lain, sehingga posisi produk perusahaan di pasar kuat dan mampu meningkatkan pendapatan perusahaan. Hal tersebut sebagaimana dikemukakan oleh Kotler (2003 ; 141), yang mengungkapkan bahwa, variabel harga merupakan salah satu faktor yang memberikan pendapatan atau laba bagi perusahaan.

Adapun ketidakpuasan yang sering menjadi hambatan bagi konsumen untuk melakukan pembelian bagi produk Tenun Tais, dikarenakan Tais dari tahun ke tahun tidak mengalami perubahan. Kepuasan pelanggan Menurut Philip Kotler (2002 ; 42), Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Sedangkan menurut Zulian Yamit (2005 ; 78), Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Dalam konsep kepuasan konsumen, terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu harapan dan kinerja. Kinerja adalah persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk. Harapan adalah pikiran konsumen tentang apa yang akan diterimanya apabila ia mengkonsumsi produk. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang yang merupakan hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya.

Maka dari situ peneliti ingin mengembangkan Inovasi dan diferensiasi bagi Industri Kecil Menengah (IKM) di pasar tradisional Dili Timor Leste, karena sangat berpengaruh terhadap penjualan – penjualan produk tradisional, terkait itu juga pembimbingan terhadap penenun Tenun Tais yang mayoritas ibu – ibu pedesaan yang sangat minim pengetahuan tentang kreatifitas untuk kemajuan suatu produk, standardisasi kualitas dan pilihan disain etnik yang lebih menarik. Konsumen lokal sendiri sering mengeluh atas kualitas yang tidak sesuai dengan pilihan harga yang relatif mahal . Penduduk lokal mengharapkan adanya pengembangan inovasi dan pembenahan manajemen untuk Tenun Tais ini supaya lebih di kenal dan lebih berkualitas, sehingga bisa tercipta daya tarik bagi para konsumen baik itu dalam negeri maupun luar negeri.

Dari semua produk Tenun Tais yang berada di pasar hampir keseluruhan terlalu monoton dan kurang beragam. Dibawah ini gambar dari produk Tenun Tais yang yang realtif sama :



(Sumber : Tais Market Dili, 2017)

**Gambar : 1.2** Disain Produk Tenun Tais yang kurang diminati.

Ditinjau dari nilai penjualan, data penjualan dari tahun 2002 sampai 2017 produk lokal Tenun Tais menunjukkan penurunan penjualan. Hal ini diduga akibat kurangnya inovasi akan menyebabkan pelanggan kurang puas dan pada akhirnya tidak melakukan pembelian terhadap Tenun Tais. Data penjualan Tenun Tais dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel. 1.1** Data penjualan Tenun Tais dari tahun 2015 – 2017.

| TAHUN | RATA - RATA PENJUALAN |           | GROWTH (%) |
|-------|-----------------------|-----------|------------|
|       | DALAM UNIT            | DALAM USD |            |
| 2015  | 33.3                  | 831.3     |            |
| 2016  | 28.6                  | 714.6     | -14,00%    |
| 2017  | 22.8                  | 568.8     | -20,40%    |

(Sumber : Data diambil di lokasi Tais Market Dili, 2017)

Dari data di atas menunjukkan data dari keseluruhan penjualan Tenun Tais pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2016 dan 2017, Tenun Tais mengalami penurunan penjualan.

Maka dengan ini berdasarkan prasurvey yang dilakukan peneliti pada 190 partisipan di kota Dili, menunjukkan bahwa rentang pembeli Tenun Tais mayoritas dari turis luar,

maka kesimpulan peneliti menyatakan bahwa, konsumen lokal menunjukkan ketidak tertarikan atau minat pada Tenun Tais, dikarenakan Tenun Tais kurang berinovasi dan pilihan yang tidak banyak, relatif sangat berpengaruh pada kurangnya konsumen lokal untuk melakukan pembelian ulang.

## **1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka identifikasi masalahnya adalah kurangnya pengaruh diferensiasi produk yang tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas, konsumen terhadap Tenun Tais. Berdasarkan identifikasi tersebut, maka dibuat thesis yang terkait dengan latar belakang diatas yakni, **PENGARUH PRODUK TENUN TAIS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI.**

Berdasarkan pokok permasalahan ini akan menjadi rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh produk Tenun Tais terhadap kepuasan pelanggan.
2. Seberapa besar pengaruh produk Tenun Tais terhadap minat beli.
3. Seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan Tenun Tais terhadap minat beli.
4. Seberapa besar pengaruh produk Tenun Tais terhadap minat beli melalui kepuasan pelanggan

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan mengetahui :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh produk Tenun Tais terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh produk Tenun Tais terhadap minat beli.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh produk Tenun Tais terhadap minat beli melalui kepuasan pelanggan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Kegunaan hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Peneliti
  - a) Untuk meningkatkan wawasan pemahaman masalah yang berhubungan dengan kualitas produk dan inovasi kewirausahaan.
  - b) Untuk lebih mengerti dan menerepakan dan mengetahui lebih dalam masalah yang telah diteliti.
  - c) Untuk menerepkan dan mengetahui lebih dalam ilmu yang telah dipelajari selama masih kuliah.
  - d) Sebagai harapan bagi perempuan Timor Leste yang tidak mempunyai penghasilan dan juga bisa mengembangkan karya tangan yang mereka ciptakan sebagai kualitas tenun yang berkualitas.

## 2. Praktisi

- a) Berdasarkan dari penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi pihak – pihak yang tertarik untuk mengetahui lebih jauh informasi – informasi yang dihasilkan.
- b) Memberikan harapan bagi masyarakat untuk lebih mengenal arti kualitas dari produk.
- c) Dan juga sebagai acuan bagi pengusaha Industri Kecil Menengah (IKM).

### 1.5 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.

Lokasi penelitian dilakukan di Dili - Tais Market Timor Leste., Kegiatan penelitian dilakukan kurang lebih 3 bulan, yang meliputi studi pustaka, pembuatan dan penyebaran kuesioner, analisis hasil penelitian, pembuatan laporan penelitian, dan penarikan kesimpulan dan saran.

### 1.6 Sistematika Penulisan Tesis

Tesis ini terdiri dari enam bab, yang sebelumnya diawali oleh Kata Pengantar dan Abstrak. Berikut ini adalah penjelasan mengenai pembagian bab beserta isinya :

#### 1. Bab I: Pendahuluan

Berisi latar belakang penelitian, identifikasi dan perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tesis.

#### 2. Bab II: Tinjauan Kepustakaan

Berisi kajian atas penelitian-penelitian serupa yang dilakukan sebelumnya mengenai pengaruh produk serta dampaknya terhadap minat beli.

3. Bab III: Rerangka Pemikiran, dan Hipotesis Penelitian

Berisi penjelasan mengenai pengaruh produk serta dampaknya terhadap minat beli.

4. Bab IV: Metode Penelitian

Berisi penjelasan mengenai prosedur penelitian, administrasi *survey*, *sample* penelitian, alat ukur penelitian, operasionalisasi variabel – variabel model penelitian dan metode analisis.

5. Bab V: Pembahasan Hasil Penelitian

Berisi Pembahasan atas hasil dari penelusuran untuk menguji semua hipotesis penelitian dan implikasi manajerial dari penelitian

6. Bab VI: Kesimpulan dan Saran

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian, selain itu juga terdapat kekurangan dan kelemahan penelitian beserta saran untuk penelitian mendatang. Dan pada bagian akhir diberikan Daftar Kepustakaan dan Lampiran. Daftar kepustakaan berisi daftar sumber – sumber yang dikutip dan dijadikan referensi dalam penelitian, sedangkan lampiran berisi kuesioner penelitian serta hasil pengolahan data statistik yang mendukung analisis penelitian.