

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Budaya merupakan sebuah warna dalam suatu negara, didalamnya menggambarkan ciri khas dan karakter yang bersinar di setiap daerah. Negara Merah Putih adalah bangsa yang memiliki warisan budaya yang kaya dan beragam, mencakup berbagai konsep intelektual, praktik komunal, dan bentuk karya. Salah satu provinsi yang populer dengan objek budayanya yaitu Pulau Bali. Kearifan lokal menjadi salah satu sumber kebudayaan yang tidak bisa terpisahkan dari masyarakat yang terkait. Bali menarik bagi wisatawan karena beragam budaya yang dihasilkan penduduk setempat dalam upaya artistik mereka (Suardana, 2018). Salah satu keberagaman budaya di Indonesia adalah kain tradisional yaitu kain tenun seperti kain songket, kain batik, kain gringsing, dan kain tenun endek. Kain tenun endek memiliki daya pikat yang melekat dan menampilkan beragam motif yang estetis, menjadikannya sangat lazim dan disukai di kalangan masyarakat umum. (Putra, dkk., 2021).

Kabupaten Klungkung yang menjadi salah satu penghasil kain tenun terbaik yang terdapat di Pulau Bali, disetiap kain tenun memiliki makna yang tersimpan dalam motifnya. Menurut sejarahnya kain tenun Bali mulai berkembang sejak Kerajaan Gelgel di Klungkung. Kerajaan ini memiliki banyak peninggalan

contohnya berupa kain tenun endek khas Bali. Seni menenun memunculkan jenis kain khas yang dikhususkan untuk acara seremonial atau formal tertentu. Tenun endek sering dikenakan oleh masyarakat Bali pada berbagai acara penting seperti upacara potong gigi, kremasi, pernikahan, hari besar, dan berbagai upacara keagamaan Hindu. Secara historis, praktik menenun endek didominasi kalangan bangsawan. Namun pada zaman sekarang, pemanfaatan kain endek semakin meluas di kalangan masyarakat luas, meliputi berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Kain endek sukses merasuk ke ranah global *fashion* internasional. Menurut laporan dari VOA, perancang busana ternama Christian Dior memasukkan kain Endek Bali ke dalam koleksi musim semi dan musim panas 2021 miliknya.

Saat ini persaingan bisnis di dunia penampilan terutama *fashion* semakin lama makin mengalami perkembangan. Setiap bisnis harus mampu membangun keunggulan kompetitif jangka panjang atas pesaing yang beroperasi di pasar yang sama. Perkembangan terjadi karena kehadiran pelaku bisnis *fashion* berbakat yang tidak pernah habis membuat model *fashion* terbaru untuk menarik minat konsumen. Hal ini membuat semakin ketatnya persaingan tidak hanya untuk industri besar namun industri kecil harus bisa berinovasi. Begitu pula dengan pertenenan kain endek pun mengalami pergeseran dan perubahan mula dari bahan, model, dan *design*. Seiring berjalannya kemajuan teknologi membuat kerajinan tenun di Bali berangsur-angsur menurun. Salah satu faktor penyebabnya yaitu banyaknya kain tenun cetak atau *modern* yang dibuat mempergunakan mesin. Endek saat ini bukanlah simbol dan identitas tetapi sebagai *outfit* kekinian. Terlihat dari semakin banyaknya pertenenan *modern* yang menawarkan harga terjangkau dan motif yang lebih bagus.

Salah satu pengrajin endek yang sudah berdiri sejak tahun 2000 didirikan oleh Bapak Wayan Widhiantara dan Ibu Ketut Sriani, dari nama pemiliknya sehingga diberi nama Sri Widhi adalah seorang pengrajin terkemuka yang mengkhususkan diri dalam produksi kain endek di Klungkung. Wilayah ini terkenal dengan posisi geografisnya yang menguntungkan, hasil produksi yang luas, dan harga yang hemat biaya. Tenun Sri Widhi merupakan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang menyediakan jasa pembuatan kain tenun dan selalu mengedepankan kualitas dari produk yang dibuatnya. Tenun Sri Widhi berlokasi di Jl. Ki Hajar Dewantara, Semarapura Tengah, Kecamatan Klungkung, Kabupaten Klungkung. Dengan lokasi yang strategis dan masih di wilayah kota sehingga memudahkan para konsumen untuk menjangkau tempat tersebut. Kualitas kain yang dihasilkan rapi, dan menarik membuat konsumen puas setelah menggunakan produknya. Hal ini berdampak pada usaha yang dirintis dari nol pun semakin berkembang dan mulai dikenal banyak orang.

Kegiatan pemasaran dimanfaatkan sebagai patokan bagi setiap organisasi ketika mengirimkan barang ke pelanggan dan mencapai tujuan perusahaan (Kereh, dkk., 2018). Sesuai dengan observasi awal yang telah dilakukan bahwasannya pertenunan Sri Widhi memiliki ciri khas yaitu inovasi motif yang selalu baru. Kreatifitas dan inovasi dari segi motifnya yang terbaru menjadikan Sri Widhi sering mengikuti *event*, dan pernah meraih juara pertama lomba desain motif pada Pesta Kesenian Bali (PKB) tahun 2018. Kain endek tidak hanya digunakan saat upacara keagamaan saja, namun bisa digunakan sebagai pakaian sehari-hari seperti baju seragam anak-anak sekolah dan seragam pegawai, dan bisa dimodifikasi dengan *style* yang kekinian. Hal ini pun mengakibatkan kebutuhan akan kain endek

semakin meningkat. Kebutuhan akan kain endek inilah menyebabkan Sri Widhi lebih berfokus terhadap pembuatan kain endek dikarenakan potensi pasar yang lebih luas. Sri Widhi menghasilkan kain tenun sehari kurang lebih 20 kain dengan jumlah pegawai 50 tenaga kerja.

Sejak pandemi COVID-19 menyerang menyebabkan penjualan tenun ikat Sri Widhi mengalami penurunan yang cukup drastis, ini dikarenakan kebijakan pemerintah yang membuat usaha kain tenun mengalami penurunan. Akibat adanya penurunan omzet produksi kain pun tidak bisa dilakukan karena penjualan yang terhenti, hal ini pun dilakukan agar tidak terjadinya penumpukkan jumlah *stock*. Namun, seiring dengan berjalannya waktu perlahan COVID-19 sudah mereda, bisnis tenun ikat Sri Widhi mulai kembali dengan normal, karena kebutuhan masyarakat yang membutuhkan sandang. Konsumen yang telah melakukan pembelian produk Sri Widhi dan merasa puas biasanya akan membagikan pengalaman serta merekomendasikannya terhadap individu lainnya, hal tersebut yang mampu memicu konsumen lain untuk membeli.

Tabel 1. 1
Data Penjualan Pertenenan di Kota Klungkung

No.	Nama Pertenenan	Item Terjual		
		Agustus 2022	September 2022	Oktober 2022
1.	Tenun Ikat Sri Widhi	18%	25%	28%
2.	Pertenenan Astiti	15%	11%	12%
3.	Pertenenan Astini	16%	13%	13%

Sumber: Tenun Ikat Sri Widhi, Pertenenan Astiti, dan Pertenenan Astini di Kota Klungkung

Terlihat pada tabel 1.1 tenun ikat Sri Widhi mengalami peningkatan penjualan pada tenun ikat Sri Widhi pada rentang waktu berturut-turut. Sri Widhi tetap bisa meningkatkan penjualan ditengah gempuran pertenenan sejenis. Hal ini

menunjukkan bagaimana bahwa Sri Widhi terus mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, ditambah harga dari produk cukup terjangkau. Sri Widhi penjualannya lebih tinggi dibandingkan dengan pertenunan yang lainnya ini artinya Sri Widhi tetap diminati oleh masyarakat. Kualitas produk hasil produksi Sri Widhi pun tidak jauh berbeda dengan pertenunan yang lainnya. Perbedaan harga yang terjadi pada suatu produk namun memperoleh manfaat yang sama maka konsumen akan sangat mempertimbangkan beberapa pilihan ketika hendak melakukan pembelian. Harga yang terjangkau namun memberikan kualitas tinggi dan layanan terbaik akan mendorong pelanggan untuk membeli kembali produk karena mereka senang setelah menggunakannya.

Persaingan ketat ini yang menyebabkan Sri Widhi terus berinovasi dan telah mampu menjadi pemasok bagi pedagang kain tenun di pasar dan mampu meraih konsumen dari luar pulau Bali. Serta membuka satu pertokoan yang terletak di Kabupaten Gianyar. Dengan persaingan yang ketat tidak menutup kemungkinan Sri Widhi mengalami perubahan kedepan. Diantisipasikan Sri Widhi tetap menempatkan kualitas produk dan pelayanan untuk mendorong kepuasan pelanggan agar pelanggan merasa percaya diri membeli suatu produk dari tenun ikat Sri Widhi dan menjadikannya titik untuk menawarkan produk dan pelayanan dengan kualitas terbaik. Perusahaan jarang menyediakan layanan pelanggan yang berkualitas tinggi. Perusahaan yang berorientasikan terhadap kualitas layanan yang kuat dipercaya mampu menciptakan yang terbaik untuk industri (Sunarsi, 2020).

Intensitas pendapat memberikan wawasan tentang tingkat kepuasan manusia. (mengangkat pada hierarki Maslow), Yu dan Fang (2009) mengajukan bahwa seseorang berpenghasilan tinggi menganggap kualitas pelayanan menjadi elemen

penilai kepuasannya namun seseorang dengan penghasilan rendah biasanya akan menetapkan kualitas produk menjadi penentu utama kepuasannya. Pada dasarnya, jika pembeli belum membuktikan dan melakukan mekanisme pembelian terlebih dahulu mereka tidak akan puas. Dalam banyak bisnis, kepuasan pelanggan adalah salah satu elemen terpenting. Persepsi seseorang tentang perbedaan antara harapan mereka saat ini dan kinerja suatu produk dikenal sebagai tingkat kepuasan pelanggan yang menentukan puas tidaknya pelanggan (Adriano dan Wardhana, 2021). Pemenuhan klien dapat dipengaruhi oleh berbagai hal. Herlambang dan Komara (2021) menyatakan bahwa kualitas produk, pelayanan, dan iklan semuanya berdampak pada kepuasan pelanggan. Amelia, dkk (2021) menyampaikan bahwasannya kepuasan pelanggan terjadi disebabkan harga, citra merek dan kualitas layanan. Sehingga dapat disimpulkan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh aspek-aspek seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, citra merek, dan promosi. Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang menguntungkan dan cukup besar dalam penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Wulandari (2021) serta Umami, dkk (2019) sehingga penelitian memfokuskan menggunakan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan saja. Menurut penelitian Aulia dan Furyanah serta Ichsan dan Nasution masing-masing pada tahun 2022 menerangkan bahwasannya variabel kualitas pelayanan berdampak positif dan substansial bagi kepuasan konsumen.

Tingginya tingkat kepuasan yang dialami pelanggan juga dipengaruhi oleh kualitas produk. Mengacu pada teori Kotler dan Keller (2016), kualitas produk merupakan kapasitas sebuah benda dalam memenuhi bahkan melampaui harapan konsumen dalam hal kinerja atau hasil. Demikian juga penelitian Dewi dan

Wulandari (2021) yang menuturkan bahwasannya kualitas produk memiliki dampak yang menguntungkan cukup besar bagi kepuasan pelanggan. Sejalan pada riset yang dijalankan oleh Putri dan Anggraini (2020) yang mendapatkan bahwasannya kepuasan konsumen dipengaruhi dengan positif dan signifikan oleh kualitas suatu produk. Temuan dari Tandra, dkk (2021) yang menjelaskan bahwasannya kualitas produk tidak menyumbang pengaruhnya dengan positif bagi kepuasan pelanggan. Kajian studi lainnya dilaksanakan oleh Catherine dan Anggraini (2022) menerangkan bahwasannya kualitas produk berimbas negatif terhadap kepuasan.

Disamping kualitas produk, variabel beda yang menularkan kepuasan konsumen ialah kualitas pelayanan. Menurut Priansa (2017), kualitas pelayanan mencakup hal-hal seperti senyum, ucapan, gerak tubuh, dan cara berpakaian. Tenun ikat Sri Widhi ini mempunyai kendala pada jumlah karyawan yang menurun dikarenakan faktor umur sehingga untuk karyawan baru susah mencari dengan keahlian menenun sehingga mengurangi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yang jumlahnya meningkat setiap harinya. Dengan banyaknya jumlah pesanan yang diterima menjadikan kualitas pelayanan kurang optimal oleh sebagai konsumen. Untuk meningkatkan pangsa pasar produk, kualitas pelayanan akan menyogok pelanggan untuk berkomitmen tentang produk. Hal ini dibantu dengan penelitian Aulia dan Furyanah (2022) menerangkan bahwasannya kualitas layanan menyumbang pengaruhnya dengan positif dan signifikan bagi kepuasan pelanggan. Sejalan dengan riset Riri Oktarini (2019) memaparkan sesungguhnya mutu layanan menyumbang pengaruhnya dengan positif dan substansial bagi kepuasan pelanggan. Perolehan riset yang dijelaskan Tresiya, dkk (2018), sebaliknya

menyampaikan kualitas pelayanan tidak berpengaruh bagi kepuasan konsumen. Kajian studi lainnya juga dilaksanakan Andalusi (2018) menerangkan bahwasannya kepuasan pelanggan tidak terpengaruh oleh kualitas pelayanan.

Mempertimbangkan perbedaan dalam hasil penelitian di atas, diperlukan mengadakan riset dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Tenun Ikat Sri Widhi di Klungkung”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah penelitian terhadap tenun ikat Sri Widhi di Klungkung dapat dikenali berdasarkan informasi latar belakang yang diberikan yaitu sebagai berikut.

- (1) Penjualan pada tenun ikat Sri Widhi Klungkung mengalami peningkatan dikarenakan tingginya tingkat kepuasan pelanggan.
- (2) Munculnya persaingan yang kompetitif dengan industri yang beroperasi dibidang yang serupa.
- (3) Sulitnya mencari karyawan dan jumlah pelanggan yang tiap hari bertambah sehingga kualitas pelayanan di tenun ikat Sri Widhi menjadi kurang optimal dan kepuasan pun menurun.
- (4) Adanya kesenjangan hasil penelitian bertautan pada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan

1.3 Pembatasan Masalah

Tergantung pada identifikasi masalah yang ada di tenun ikat Sri Widhi di Klungkung, untuk memastikan diskusi yang terfokus dan terkelola, sangat penting untuk menetapkan parameter yang jelas untuk masalah yang dihadapi. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara kepuasan pelanggan, yang berfungsi sebagai variabel dependen, dan variabel independen kualitas produk dan kualitas layanan. Masyarakat yang pernah mengetahui dan memakai kain Sri Widhi minimal satu kali dan mengenal baik produk tersebut akan dijadikan sebagai subjek penelitian.

1.4 Rumusan Masalah

Terdapat pula rumusan permasalahan yang pengkaji ajukan, diantaranya.

- (1) Apakah kualitas produk berpengaruh bagi kepuasan pelanggan pada tenun ikat Sri Widhi di Klungkung?
- (2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh bagi kepuasan pelanggan pada tenun ikat Sri Widhi di Klungkung?
- (3) Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan bersama-sama berpengaruh bagi kepuasan pelanggan pada tenun ikat Sri Widhi di Klungkung?

1.5 Tujuan Penelitian

Berlandaskan penjelasan rumusan masalah, demikian bisa ditetapkan tujuan dari pelaksanaan kajian studi ini yakni diantaranya.

- (1) Menguji pengaruh kualitas produk bagi kepuasan pelanggan pada tenun ikat Sri Widhi di Klungkung.
- (2) Menguji kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan pada tenun ikat Sri Widhi di Klungkung.
- (3) Menguji pengaruh kualitas produk dan pelayanan bagi kepuasan pelanggan pada tenun ikat Sri Widhi di Klungkung.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Temuan ini diharap mampu menyumbangkan beberapa kegunaan yang bersifat membangun, diantaranya.

- (1) Manfaat Teoritis

Hasil pendalaman ini nantinya akan meningkatkan pemahaman ilmiah dan wawasan yang lebih luas, khususnya di bidang manajemen pemasaran dan lebih khusus lagi yang berhubungan pada kualitas produk dan kualitas layanan bagi kepuasan pelanggan.

- (2) Manfaat Praktis

Hasil penyelidikan harus dimanfaatkan oleh pihak-pihak terkait sebagai materi di dalam mempertimbangkan berbagai kegiatan maupun kebijakan terutama ketika memutuskan strategi pemasaran yang menghubungkan kualitas produk dan kualitas layanan bagi kepuasan pelanggan.