

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam bisnis pada era globalisasi saat ini sangat sengit, di mana setiap sektor industri dituntut untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menciptakan produk yang unggul dan berbeda dengan pesaingnya. Industri yang didukung oleh sektor industri kecil dan kerajinan kini menjadi perhatian utama dalam era globalisasi. Oleh karena itu, perkembangan industri saat ini memainkan peran besar dalam pertumbuhan ekonomi, dengan tujuan meningkatkan pendapatan masyarakat, mengurangi ketimpangan ekonomi, dan kesenjangan sosial melalui peningkatan produktivitas, efisiensi, dan kualitas sumber daya manusia. Kerajinan anyaman di Indonesia berkembang di berbagai daerah sesuai dengan potensi wilayahnya dan diminati baik di dalam maupun di luar negeri. Terdapat beberapa jenis kerajinan anyaman, seperti anyaman bambu dan rotan, yang memiliki nilai jual tinggi karena keunikannya.

Kerajinan anyaman merupakan bentuk seni tradisional yang telah lama ada di Indonesia, awalnya digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sebagai hobi di waktu luang. Kerajinan anyaman merupakan bentuk kerajinan tradisional yang sudah lama tumbuh di Indonesia. Di Bali, masyarakat dikenal memiliki kreativitas tinggi dengan menciptakan berbagai macam kerajinan tangan yang bisa bermanfaat. Karya seni yang terdapat di Bali yaitu seperti ukiran, tenunan, dan

anyaman.

Anyaman bambu di Bali memiliki beragam bentuk unik dan menggunakan bahan yang mudah didapat serta memegang peranan yang sangat penting di kehidupan masyarakat sehingga bambu memiliki sifat yang bisa mendorong manusia untuk memanfaatkannya. Bambu adalah bahan yang penting dalam kerajinan anyaman di Indonesia, karena sifatnya yang kuat, mudah dibentuk, dan ringan. Selain itu, harga bambu juga relative murah dan memiliki nilai estetika yang tinggi sehingga bambu sudah banyak dijadikan kerajinan tangan (Utomo 2011). Meskipun demikian, minat konsumen terhadap kerajinan bambu untuk kebutuhan rumah tangga telah berkurang karena adanya alternatif yang dianggap lebih modern dan fungsional. Masyarakat Desa Tigawasa yang terlibat dalam penganyaman bambu memiliki peran penting dalam perekonomian keluarga mereka. Peningkatan peran masyarakat melalui pengembangan usaha ekonomi produktif adalah upaya pemberdayaan masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya di daerah mereka, yang berdampak pada peningkatan pendapatan rumah tangga pengerajin bambu.

Buleleng merupakan salah satu Desa tua di belahan utara pulau bali yang memiliki potensi beragam anyaman bambu yang hingga kini masyarakat masih tetap menggeluti pekerjaan sehari-harinya sebagai pengrajin. Desa Tigawasa, Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng merupakan salah satu kecamatan yang berada di Provinsi Bali yang desanya dijadikan sebagai tempat pengrajin bambu. Kerajinan tangan dari bambu merupakan ciri khas dari Desa Tigawasa, karena sebagian masyarakat di Desa Tigawasa mempunyai lahan bambu sendiri yang dimana memudahkan mereka dalam mencari bahan untuk membuat suatu kerajinan tangan. Kerajinan bambu ini sangat menarik untuk dibahas karena bambu bisa

diolah menjadi kerajinan dengan berbagai bentuk dan anyaman. Kerajinan bambu berkaitan dengan kearifan lokal yang masih sangat jarang peneliti membahasnya. Selain itu kerajinan bambu ini memiliki nilai estetika tersendiri bagi yang menyukai atau penggemar kerajinan tangan dari bambu. Kerajinan bambu seperti sokasi, tempat bunga dan tas keben merupakan salah satu kebutuhan bagi masyarakat di Bali terutama yang menganut agama Hindu. Sejak dulu masyarakatnya terkenal dengan keterampilan membuat anyaman bambu seperti membuat sokasi, bokor, tas keben dan lainnya lagi. Pekerjaan membuat anyaman bagi masyarakat Tigawasa merupakan kegiatan sehari-hari guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Bahkan keterampilan menganyam bambu di Desa Tigawasa bukan hanya dimiliki kalangan orang dewasa maupun orang tua tetapi juga dari kalangan anak-anak. Desa Tigawasa adalah salah satu contoh tempat di mana pengrajin bambu berperan penting dalam perekonomian desa, memanfaatkan potensi ekonomi daerah mereka untuk meningkatkan kesejahteraan salah satunya adalah kerajinan anyaman yang terbuat dari bambu.

Salah satu pengrajin anyaman bambu yang cukup terkenal adalah Bapak Putu Indrayana. Ketika saya melakukan wawancara kepada beliau dimana beliau ternyata sudah menekuni kerajinan anyaman bambu kurang lebih selama 20 Tahun menjual aneka produknya diantaranya ada peralatan untuk kegiatan keagamaan dan persembahyangan kemudian tas keben yang saat ini sangat banyak diminati oleh masyarakat. Dalam pembuatan kerajinan anyaman bambu tiap jenis kerajinan yang dibuat memang memiliki tingkat kesulitan yang berbeda-beda dalam pengerjaannya dan seperti yang kita ketahui dimana serat bambu yang digunakan memiliki sisi yang tajam sehingga harus lebih berhati-hati dalam pembuatan

kerajinan dari bambu. Proses kerajinan anyaman bambu ini diproses oleh pengrajin masing-masing dan pengrajin nantinya akan memberikan hasil produknya kepada pengepul kerajinan yang nantinya pengrajin akan diberikan upah sesuai dengan seberapa pengrajin bisa menyelesaikan produknya perhari. Pengepul kerajinan atau sering disebut sebagai *owner* inilah yang nantinya akan membawa produk kerajinan ini ke pelanggan. Dengan populernya penggunaan tas keben di Masyarakat semakin banyak munculnya pesaing yang memasarkan produk yang sejenis. Hal ini merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh pengepul kerajinan anyaman bambu untuk tetap mampu bertahan di pasaran dengan terus meningkatkan kualitas produk dan menjaga bauran promosinya. Seperti pengamatan yang langsung dilakukan dapat dilihat pada Tabel A.1

Tabel 1.1  
Data Penjualan Tas Keben di Desa Tigawasa Periode Bulan  
Januari-September 2023

Bulan	Total penjualan	Target Penjualan	Persentase
Januari	Rp. 4.500.000	Rp. 5.000.000	90%
Februari	Rp. 5.100.000	Rp. 5.000.000	102%
Maret	Rp. 5.700.000	Rp. 5.000.000	114%
April	Rp. 3.000.000	Rp. 5.000.000	60%
Mei	Rp. 2.400.000	Rp. 5.000.000	48%
Juni	Rp. 8.100.000	Rp. 5.000.000	162%
Juli	Rp. 3.000.000	Rp. 5.000.000	60%
Agustus	Rp. 10.800.000	Rp. 5.000.000	216%
September	Rp. 3.600.000	Rp. 5.000.000	72%

Berdasarkan data Tabel 1.1 menunjukkan bahwa terjadi fluktuasi tingkat penjualan kerajinan tas keben dari anyaman bambu periode bulan Januari-September tahun 2023. Pada bulan Agustus mengalami kenaikan penjualan yang sangat drastis hingga melebihi target penjualan dimana pada bulan tersebut merupakan hari raya Galungan dan Kuningan sehingga penjualan meningkat.

Namun data di atas juga menunjukkan bahwa terjadinya ketidakstabilan tingkat penjualan dimana beberapa kali tidak mencapai target penjualan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penurunan penjualan ini disebabkan karena banyaknya pesaing yang memasarkan produk Tas Keben yang sejenis sehingga membuat fokus pelanggan terpecah karena banyaknya pilihan, selain itu disebabkan karena pameran sebagai wadah untuk promosi juga tidak selalu diselenggarakan setiap bulan sehingga menyebabkan penjualan di bulan-bulan tertentu mengalami penurunan serta kurangnya promosi yang dilakukan melalui media sosial sehingga membuat produknya belum dikenal oleh masyarakat luar. Berdasarkan permasalahan diatas Maka dari itu pengepul harus terus meningkatkan bauran promosi dengan menggunakan media sosial (Instagram, Facebook, Tiktok) dan lain sebagainya agar produk yang dibuatnya bisa dikenal di seluruh Bali dan terus berupaya meningkatkan kualitas produk untuk bertahan dalam persaingan yang ketat agar pelanggan yang sudah pernah berbelanja selalu memutuskan untuk membelinya lagi.

Menurut Tjiptono (2015) minat beli konsumen mencerminkan hasrat dan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk. Minat beli merupakan suatu sikap yang terjadi bagaimana konsumen memberikan respon terhadap produk atau jasa yang akan dibeli sebelum konsumen benar-benar melakukan pembelian atau menunda untuk membeli ataupun tidak jadi membeli. Adapun menurut Kotler dan Keller (2009) minat beli adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek dan jasa atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya. Minat beli (*purchase intentio*) juga dapat diartikan sebagai keinginan yang muncul dari diri konsumen terhadap suatu produk

yang kemudian menimbulkan ketertarikan hingga mengambil tindakan dengan melakukan proses pembelian terhadap produk tersebut.

Kualitas produk memiliki pengaruh yang sangat penting terhadap minat beli. Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) kualitas produk adalah kemampuan produk tertentu untuk menjalankan fungsi yang dimaksudkan termasuk daya tahan, keheňangan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan pemeliharaan serta atribut bernilai lainnya. Kualitas akan suatu harus terus dijaga agar konsumen mampu menggunakan dan akan terus membeli produk tersebut. Hasil penelitian oleh Ediyanto dan Minullah (2023) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Produk dapat dikatakan berkualitas apabila dapat memberikan kepuasan kepada konsumen yang menggunakannya seperti ketahanan, kenyamanan, desain atau model yang menarik dan memberi nilai lebih dalam penggunaannya. Kualitas akan suatu produk harus terus dijaga agar konsumen mampu menggunakan dan terus membeli produk tersebut (Basso et al, 2019). Pada kerajinan tas keben dari anyaman bambu di Desa Tigawasa kualitas produk tentunya menjadi faktor penting yang mendukung penjualan dan sangat mempengaruhi minat beli konsumen. Akan tetapi kualitas produk dalam kerajinan anyaman bambu ini sudah bagus, namun belum konsisten karena jenis bambu yang digunakan untuk membuat produk anyaman tersebut sulit didapatkan oleh pengerajin, sedangkan untuk membuat produk anyaman bambu yang digunakan harus memiliki kualitas serat yang bagus untuk menciptakan produk yang maksimal dan desain produknya masih monoton, Serta adanya

pengrajin pemula yang ikut membuat produk tersebut sehingga menghasilkan produk yang masih kurang maksimal.

Selain kualitas produk bauran promosi juga dapat mempengaruhi minat beli pada konsumen. Saladin dan Buchory (2010) Bauran promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang di dayakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan. Menurut Koesmono (2011) Bauran promosi adalah cara yang di tempuh oleh perusahaan dalam usaha memberi informasi tentang produk atau jasa perusahaan, untuk mempengaruhi konsumen potensial melakukan pembelian, dan untuk membuat konsumen tetap ingat atau setia kepada produk yang di tawarkan perusahaan. Setiap perusahaan akan berbeda-beda dalam merancang bauran promosinya tergantung pada tujuan perusahaan, strategi promosi, karakteristik produk, dan karakteristik pasar sasarnya. Penelitian menurut Juanna, dkk (2022) Bauran promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dalam Kerajinan tas kebendaan dari anyaman bambu masih belum banyak dikenal oleh masyarakat luar karena promosi yang dilakukan oleh pengepul dalam mempromosikan kerajinannya masih sangat sederhana yaitu masih mengandalkan dari mulut ke mulut istilahnya masih dilakukan secara tradisional dengan menggunakan media secara offline. Selain itu, juga menggunakan promosi secara online yaitu melalui media sosial, namun promosi melalui media sosial tersebut belum maksimal.

Selain karena permasalahan yang terjadi di lapangan peneliti ini juga didasari karena adanya kesenjangan (*research gap*) dari penelitian-penelitian sebelumnya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ediyanto dan Minullah (2023) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan

terhadap minat beli. Hasil penelitian serupa juga diungkapkan oleh Setiawan (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal tersebut juga diperkuat dengan teori ini yang menyatakan bahwa minat beli juga dipengaruhi oleh kualitas produk dan bauran promosi. Dimana kualitas produk yang memenuhi harapan konsumen dan bauran promosi yang efektif dalam memberikan informasi dan dorongan kepada konsumen dapat berperan signifikan minat beli. Namun Adapun hasil penelitian berbeda yang diungkapkan oleh Hilmawan (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. .

Dalam bauran promosi terdapat juga kesenjangan hasil penelitian baik yang berpengaruh positif maupun negatif. Adapun hasil penelitian yang dilakukan oleh Juanna, dkk (2022) yang menyatakan bahwa bauran promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Selain itu, di dukung juga oleh penelitian serupa yang diungkap oleh Mubarok (2023) yang menyatakan bahwa bauran promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. karena sudah terlihat kolerasi buaran promosi terhadap minat beli yang sangat kuat , semakin tinggi tingkat bauran promosi yang dilakukan maka semakin tinggi juga tingkat minat beli dari masyarakat terhadap produk tersebut. Namun berbeda dengan hasil penelitian dari Susanto, dkk (2021) yang dimana menyatakan bahwa bauran promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Kerajinan Tas Keben Dari Anyaman Bambu di Desa Tigawasa”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan tersebut maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

- 1) Terjadi fluktuasi tingkat penjualan kerajinan Tas Keben dari anyaman bambu di Desa Tigawasa.
- 2) Kurangnya tingkat bauran promosi yang dilakukan oleh pengrajin Tas Keben dari anyaman bambu di Desa Tigawasa dalam meningkatkan penjualan.
- 3) Adanya kesenjangan hasil penelitian berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan bauran promosi terhadap minat beli.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan diatas, maka penulis hanya memfokuskan pada permasalahan mengenai variabel kualitas produk dan bauran promosi serta pengaruhnya terhadap minat beli kerajinan Tas Keben dari anyaman bambu di Desa Tigawasa.

## 1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, identifikasi dan pembatasan masalah, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli kerajinan tas keben dari anyaman bambu di Desa Tigawasa?
- 2) Apakah bauran promosi berpengaruh terhadap minat beli kerajinan taskeben dari anyaman bambu di Desa Tigawasa?
- 3) Apakah kualitas produk dan bauran promosi berpengaruh terhadap minat

beli kerajinan tas keben dari anyaman bambu di Desa Tigawasa?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah dipaparkan maka tujuandari penelitian ini adalah untuk:

- 1) Menguji pengaruh kualitas produk terhadap minat beli kerajinan taskeben dari anyaman bambu di Desa Tigawasa.
- 2) Menguji pengaruh bauran promosi terhadap minat beli kerajinan taskeben dari anyaman bambu di Desa Tigawasa.
- 3) Menguji pengaruh kualitas produk dan bauran promosi terhadap minatbeli kerajinan tas keben dari anyaman bambu di Desa Tigawasa.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu Manajemen Pemasaran khususnya dalam hal yang paling berkaitan dengan kualitas produk dan bauran promosi terhadap minat beli. Hasil penelitian ini diharapkan juga sebagai bahan referensi pada penelitian selanjutnya.

- 2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh kualitas produk dan bauran promosi terhadap minat beli. Sehingga, dapat digunakan oleh masyarakat Desa Tigawasa sebagai bahan dasar pertimbangan

dalam mengambil keputusan dalam melakukan pembelian kerajinan tas keben dari anyaman bambu di Desa Tigawasa.

