

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Masyarakat di Negara Indonesia dikenal sebagai masyarakat yang penuh dengan budaya dan kaya akan keberagaman, salah satunya keberagaman cara berpakaian dan bahan dasar pakaian. Kita sebut masyarakat Jawa terdapat batik, sedangkan di masyarakat Nusa Tenggara Timur (NTT) terdapat kain tenun ikat. Kain tenun di NTT dikenal dengan nama Tenun Ikat NTT.

Tenun ikat merupakan kain tenun tradisional asli Nusa Tenggara Timur (NTT). Kain tenun ikat NTT dibuat dari proses menenun oleh tangan masyarakat NTT sendiri. Di era modern sekarang, pesona kain tenun ikat NTT tak tergerus zaman lantaran masih diproduksi hingga kini. Motif dan pewarna yang bervariasi itu yang membuat salah satu kain NTT unik dan sangat dipengaruhi oleh suku, etnis, bahan dan juga kondisi daerah masing-masing. Dan dari 22 kabupaten/kota memiliki kain tenun ikat yang beragam dari motif, warna, dan ukuran.

Adapun kabupaten/kota di NTT yakni kota Kupang, kabupaten TTS, kabupaten TTU, kabupaten Belu, kabupaten Malaka, kabupaten Rote, kabupaten Sabu, kabupaten Sumba Barat, kabupaten Sumba Timur, kabupaten Sumba Tengah, kabupaten Sumba Barat Daya, kabupaten Flores Timur, kabupaten Lembata, kabupaten Sikka, kabupaten Ende, kabupaten Ngada, kabupaten Nageo,

kabupaten manggarai timur, kabupaten manggarai barat, kabupaten manggarai. Setiap daerah memiliki keunikan khusus motif tenun ikat NTT.

Nama tenun ikat sendiri merupakan kegiatan membuat kain dengan cara memasukan benang pakan secara horizontal pada benang-benang lungsin, biasanya telah diikat dahulu dan sudah di celup kepewarna alami, pewarna alami tersebut biasanya dibuat dari akar-akar pohon dan ada pula yang menggunakan dedaunan. Dan balakangan ini untuk menjawab kebutuhan pasar dan modernisasi, proses pewarna tidak hanya di lakukan dengan bahan alami tetapi juga dari bahan kimia.

Jika dulu Tenun Ikat NTT hanya digunakan untuk acara adat dengan cara dililitkan ke pinggang, kini Tenun Ikat NTT sudah sudah di buat menjadi berbagai macam produk. Beberapa produk tenun ikat di antaranya, baju, gaun, tas, kemeja, jaket, aksesoris, tas wanita, tas rensel, gelang, sepatu, bandana, tempat pensil dan lainnya. Bahwa kini aparatur sipil negara (ASN) diwajibkan untuk menggunakan tenun ikat NTT seminggu dua kali.

Seperti menurut Philip Kotler dan Garry Armstrong “promosi penjualan adalah insentif–insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa”. Menurut Levy dan Weitz promosi penjualan memberikan nilai lebih dan insentif kepada pelanggan untuk mengunjungi toko atau melakukan pembelian dalam periode waktu tertentu. Alat–alat promosi penjualan berupa diskon, event khusus, demonstrasi dalam toko, kupon dan kontes.

Promosi penjualan kain tenun sekarang mulai ramai di perbincangkan masyarakat, baik masyarakat sumba timur maupun luar sumba timur. Maka seorang pemilik usaha tenun ikat sumba timur harus gencar melakukan suatu promosi penjualan lewat berbagai cara seperti brosur, peragaan busana serta media sosial yang saat ini sudah banyak digunakan seluruh kalangan masyarakat, sehingga yang belum mengenal kain tenun dapat mengetahui ciri khas daerah tersebut. Hampir diseluruh daerah nusantara memiliki kain tenun dengan motif/corak tenun yang penuh kandungan makna budaya. Perkembangan kain tenun secara keseluruhan beberapa tahun terakhir termasuk cepat, walaupun belum secepat perkembangan yang sudah digunakan sehari-hari. Tenun ikat sumba timur merupakan jenis tenun tradisional masyarakat sumba timur, sehingga kain tenun ikat sumba timur menjadi pakaian dalam kegiatan adat seperti acara perkawinan atau acara kebangsawanan. Seiring dengan perjalanan waktu, kain songket sudah menjadi bagian dalam kehidupan bermasyarakat yang digunakan oleh semua lapisan masyarakat.

Tenun ikat sumba timur merupakan merupakan usaha industri yang memiliki unsur budaya di dalamnya serta memiliki makna dalam setiap corak yang menjadikan nilai suatu penjualan. Dilihat dari peningkatan penjualan serta minat masyarakat terhadap kain tenun ikat saat ini. Berikut tabel penjualan kain tenun ikat sumba timur di prailiu:

Tabel 1.1

Penjualan Kain Tenun Ikat Dari Pewarna Kimia Sumba Timur
Tahun 2016-2020 Di Prailiu

NO	Tahun Penjualan	Target penjualan	Realisasi penjualan
1	2016	70 Set	73 Set
2	2017	75 Set	80 Set
3	2018	90 Set	100 Set
4	2019	110 Set	105 Set
5	2020	130 Set	126 Set

Sumber: hasil wawancara pada pemilik kain tenun ikat sumba timur di prailiu.

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa jumlah target penjualan kain tenun ikat sumba timur di prailiu dari tahun ke tahun terus meningkat penjualan mulai dari 2016-2020, berarti kita bisa katakan stok persediaan permintaan tenun ikat sumba timur di prailiu banyak. Di prailiu tidak hanya menjual kain tenun dari pewarna kimia saja tetapi ada juga kain tenun ikat dari pewarna alami atau kain asli perminatan tidak begitu banyak karna harga kain sangat mahal karna bahan bahan berasal dari pewarna alami yang susah di jangkau sehingga persediaan terbatas. Penelitian terdahulu di lakukan oleh Ade Doris Noval (2017). Pengaruh biaya promosi terhadap penjualan, menyatakan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan hingga dapat di simpulkan bahwa variabel X dapat berpengaruh terhadap Variabel Y.

Berikut tabel penjualan kain tenun ikat pewarna alami sumba timur di prailiu.

Tabel 1.2

Penjualan Kain Tenun Ikat Dari Pewarna Alami Sumba Timur

Tahun 2016-2020 Di Prailiu

NO	Tahun Penjualan	Target Penjualan	Realisasi Penjualan
1	2016	10 Set	13 Set
2	2017	15 Set	10 Set
3	2018	20 Set	12 Set
4	2019	25 Set	22 Set
5	2020	35 Set	20 Set

Sumber: hasil wawancara pemilik kain tenun ikat sumba timur di prailiu.

Dari tabel 1.2 terlihat bahwa jumlah penjualan tenun dari tahun ke tahun 2016-2019. Sedangkan di tahun 2020 penjualan kain menurun. Kain Tenun ikat sumba timur dari bahan alami ini tidak terlalu banyak terjual berarti bisa di katakan permintaan kain tenun ikat sumba timur dari bahan alami sangat sedikit, tetapi tidak menutup kemungkinan akan memiliki banyak peminat dengan harga yang masih bisa di jangkau oleh kalangan atas. Dalam penjualan pastinya mengalami tingkat penetapan harga, guna sebagai daya tarik suatu produk. Berbagai haega tenun yang di tetapkan harga oleh Ibu Imelda H. Hau di prailiu mulai dari harag tertinggi sampai yang terendah dalam penetapan harga terdapat kualitas dan kuatitas suatu produk maka harga merupakan salah satu faktor utama konsumen dalam mempertimbangkan keputusan belinya.

Konsep permintaan menjelaskan bahwa permintaan di atas suatu produk di pengaruhi oleh harga produk itu sendiri. Seperti yang di kemukakan oleh Adam Smith dalam hukum permintaan yang berbunyi jika semakin turun harga maka semakin banyak jumlah yang tersedia dan sebaliknya semakin tinggi maka semakin sedikit jumlah barang yang tersedia.

Menurut Ibnu Khaldun sebagai toko ekonomi mengatakan di dalam bukunya *Al-Muqaddimah* menulis khusus suatu bab yang berjudul “ harga – harga di kota” ia membagi jenis barang kepada dua macam, pertama barang kebutuhan pokok, kedua barang mewah. menurutnya, bila suatu kota berkembang dan populasinya bertambah, maka pengadaan barang-barang kebutuhan pokok mendapat prioritas, sehingga penawaran meningkat dan harga menjadi turun. Sedangkan untuk barang-barang mewah, permintaan akan meningkat, sejalan dengan perkembangan dan perubahan gaya hidup. Akibatnya harga barang mewah menjadi naik tetapi faktanya tidak sama dengan yang di kemukakan oleh Adam Smith, fakta sebenarnya semakin tinggi harga maka semakin tinggi juga harga suatu produk. Pada dasarnya konsumen tidak melihat dari mahal atau tidaknya harga kain tenun ikat tersebut, melainkan kualitas seta kepuasan yang di dapat oleh konsumen untuk mengomsumsi suatu produk yang memiliki nilai jual bahkan nilai beli konsumen.

Maka konsumen akan melakukan pembelian sesuai dengan harga yang telah ditemukan oleh si penjual. Berikut ini adalah tabel harga pada penjualan kain tenun ikat sumba timur di prailiu:

Tabel 1.3

Tabel Perbandingan Harga Penjualan Kain Tenun Ikat Sumba Timur
Bahan Alami Dan Kima Di Prailiu

NO	Nama Motif Kain Tenun Ikat Sumba Timur	Harga Kain Tenun Ikat Sumba Timur Dari Pewarna Kimia	Harga Kain Tenun Ikat Sumba Timur Dari pewarna Alami
1	Kain sumba motif ayam	800.000/ Set	8.000.000/ Set
2	kain sumba motif kuda	700.000/ Set	8.000.000/ Set
3	Kain sumba motif rusa	800.000/ Set	7.000.000/ Set
4	Kain sumba motif manusi	600.000/ Set	6.000.000/ Set
5	Kain motif mamuli	700.000 /Set	6.000.000/ Set
6	Kain motif garis	600.000 /Set	5.000.000/ Set

Sumber: hasil wawancara pemilik kain tenun ikat sumba timur diprailiu

Dari tabel 1.3 di atas merupakan harga yang diterapkan pada masing-masing kain tenun yang sesuai dengan kuantitas dan kualitas. Tertera jelas perbedaan harga yang diterapkan. Lupiyoadi menyatakan dalam bambang purwanto bahwa harga suatu produk sangat signifikan dalam membeli value kepada konsumen dan mempengaruhi produk serta keputusan konsumen untuk membeli suatu produk.

Dalam membuat keputusan tentunya mempertimbangkan banyak faktor seperti faktor-faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi

yang mempengaruhi keputusan pembeli. Dengan adanya informasi dan masukan tersebut maka di jadikan pertimbangan bagi pemilik usaha tenun ikat. setelah pemilik usaha tenun mengetahui apa yang di pertimbangkan oleh konsumen maka, pemilik usaha tenun dapat memperbaharui strategi pemasaran yang di terapkan supaya sasaran penjual dapat tercapai.

Berdasarkan uraian teori serta penjabaran diatas maka penelitian ini bertujuan dalam rangka mengukur berapa pengaruh yang di beri oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembeliterhadap suatu produk. Sehingga penelitian ini berjudul : **“Analisis Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kain Tenun Ikat Sumba Timur Di Prailiu”**

1.2. Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini Adalah **“Analisis Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kain Tenun Ikat Sumba Timur Di Prailiu”**

1.3. Persoalan Penelitian

Berdasarkan masalah penelitian di atas, maka rumusan persoalan akan dibahas dalam penelitian yaitu:

Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada kain tenun ikat sumba timur di prailiu ?

1.4. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian kain tenun ikat sumba timur di prailiu.

4.1.2. Kemanfaat Penelitian.

1) Kemanfaatan akademik

Dari hasil penelitian di harapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman akan teori yang berhubungan dan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di Fakultas Ekonomi khususnya di prodi manajemen.

2) Kemanfaatan Praktis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan dan jadikan bahan pertimbangan terkait dengan Analisis pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan konsumen pembelian kain tenun ikat sumba timur di prailiu.