

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ragam budaya Indonesia merupakan perwujudan dari budaya daerah yang memperkaya budaya nasional. Keberagaman tersebut menunjukkan adanya berbagai kearifan lokal yang terkandung didalamnya. Kearifan lokal tersebut menjadi warisan yang harus diturunkan secara bergenerasi. Neonuny (2001) mengatakan kebudayaan yang dimiliki oleh masing-masing daerah merupakan pertanda bahwa perlu adanya pelestarian mengenai makna dan arti dalam kesatuan masyarakat adat. Tenun ikat merupakan salah satu warisan budaya yang harus dilestarikan karena merupakan kearifan lokal yang menunjukkan identitas suatu daerah atau wilayah. Rohmah *et al.*, (2001) mengatakan tenun ikat merupakan salah satu keberagaman warisan budaya Indonesia yang harus dilestarikan karena dapat memperkaya corak khas bangsa Indonesia dengan motif dan coraknya yang beraneka ragam.

Warisan budaya tenun ini dapat terus dilestarikan tanpa menghilangkan unsur aslinya. Kain tenun di masyarakat Kabupaten Timor Tengah Utara memiliki banyak arti dan fungsi secara budaya, seperti pakaian yang dipakai dalam acara keagamaan, ritual-ritual adat seperti, acara adat kawin-mawin, penjemputan tamu, dan sebagai alat penghargaan pemberian perkawinan (mas kawin), dan masih banyak yang lain. Seni tenun berkaitan erat dengan sistem pengetahuan, budaya, kepercayaan, lingkungan alam, dan sistem organisasi sosial dalam masyarakat, di Indonesia kain tenun terdapat di hampir seluruh pelosok nusantara yang memiliki corak dan ciri khasnya sendiri. Hal ini membuat tenun sebenarnya tidak kalah dengan batik dalam hal keberagamannya, yang merupakan cerminan dari kehidupan sehari-hari, kebudayaan, keadaan alam, serta masyarakat setempat, (Setihardjo, 2014). Namun tidak semua orang dapat membedakan asal daerah dari suatu motif kain tenun tertentu, hal ini dikarenakan sulitnya mendefinisikan karakteristik dari motif kain tenun dari suatu daerah dan beragamnya motif kain tenun yang ada, serta dengan komposisi warna yang

beragam pula, hal ini yang membangun persepsi masyarakat bahwa kain tenun hanya memiliki motif yang terbatas.

Motif tenun bagi masyarakat Kabupaten Timor Tengah Utara diyakini mempunyai nilai dan kandungan makna tertentu. Motif tidak hanya membedakan seni budaya dan adat istiadat masing-masing suku, yang terhimpun dalam kerajaan-kerajaan Biinmafo, tetapi mempunyai kaitan dengan pralambang status dan kedudukan sosial seseorang dalam kehidupan bermasyarakat. Dengan menggunakan busana bermotif tertentu orang dapat mengetahui bagaimana latar belakang kehidupan pemakaiannya. Letak keindahan tenunan ada pada motif dan pilihan warnanya.

Motif tenunan insana diartikan sebagai identitas yang tak pernah berubah dari zaman dahulu yang berbeda dengan suku yang lain dan memiliki sebuah nilai estetika yang tinggi. Memiliki nilai estetika dan ekonomis yang tinggi, inilah yang menjadi alasan pakaian tenunan hanya digunakan dalam ritual-ritual adat dan acara-acara resmi walaupun ada beberapa yang masih menggunakannya sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa mengenakan pakain adat hanya untuk acara-acara adat dan acara-acara resmi lainnya

Tenunan insana dihargai cukup mahal selain nilai estetika dan ekonomis juga relatif sulit dalam pembuatannya. Jenis tenunan insana terdapat tiga jenis tenunan yaitu Buna, Sotis dan Futus. Dari tiga (3) motif yang ada masyarakat dapat mengetahui asal usul seseorang yang mengenakan sarung bermotif tersebut. Salah satu kelompok usaha tenun ikat di desa Letneo yang terletak di Kecamatan Insana Barat yang juga sebagai pengrajin tenun ikat. Bahkan sebagian besar pendapatan masyarakat didapatkan dari hasil berjualan tenun ikat. Berikut ini jenis-jenis kain tenun ikat yang ada di Desa Letneo, Kabupaten Timor Tengah Utara, pada tabel 1.1 sebagai berikut

Tabel 1.1
Data kain tenun Ikat pada Kube Motif di desa Letneo, Kec. Insana Barat
Kabupaten Timor Tengah Utara .

No	Jenis Kain Tenun Ikat
1	Buna
2	Futus/Ikat
3	Sotes/ lotis biasa
4	Sotes 3 warna / kuib teno
5	Sotes 4 warna / kuib ha

Sumber : Kube Motif Di Desa Letneo Kec. Insana Barat 2022.

Pada tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa di Desa Letneo Selatan dapat memproduksi berbagai jenis atau varian tenun ikat, kualitas tenun ikat juga penting bagi kepuasan konsumen dalam menentukan produk yang di beli atau pakai oleh konsumen.

Upaya meningkatkan kualitas ketahanan warna yang dilakukan untuk tenun ikat buna , futus, sotes/lotis biasa, sotes 3 warna/ kuib teno, sotes 4 warna/ kuib ha di Kube Motif dalam meningkatkan ketahanan warna dari luntur dan pudar agar warna kain tetap bagus dan menjadi lebih awet. Suheryanto (2010) menyatakan bahwa ketahanan warna menjadi salah satu faktor penting penentu kualitas dari suatu tekstil sehingga perlu ditingkatkan. Upaya tersebut adalah menggunakan pewarna yang bagus yaitu memiliki daya serap yang baik dan memiliki daya ikat warna untuk menempel atau terikat pada benang.

Kualitas ketahanan warna yang dilakukan tenun ikat di Kube Motif tidak hanya sebatas menggunakan pewarna yang berkualitas namun dilengkapi dengan mengedukasi konsumen mengenai cara merawat kain tenun ikat yang baik dan benar agar warna tetap terlihat bagus dan tahan lama. Dengan mengedukasi cara merawat kain tenun diharapkan konsumen menjadi lebih memperhatikan cara menggunakan kain tenun yang lebih baik.

Bentuk perawatan kain tenun ikat meliputi proses pencucian, penjemuran, penyetrakaan, dan penyimpanan kain.

Soemarni dan Soeprihanto (2010), mengungkapkan bahwa “ marketing mix adalah kombinasi variabel inti sistem pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi oleh perusahaan guna mempengaruhi tanggapan konsumen. Dari penjelasan Soemarni dan Soeprihanto tentang marketing mix maka dapat ditarik kesimpulan bahwa di dalam marketing mix terdapat perangkat atau alat yang digunakan agar dapat mencapai target suatu perusahaan. Salah satu alat yang digunakan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaannya dalam target pasar yaitu bauran pemasaran atau disebut juga marketing mix. Dengan kata lain marketing mix adalah kumpulan dari variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat mempengaruhi tanggapan konsumen.

Dalam Konsep marketing mix pada dasarnya adalah serangkaian dari variabel marketing yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam mencapai target pasar. Variabel dalam marketing mix terbagi dalam berbagai unsur, unsur tersebut yaitu; product (produk), price (harga), promotion (promosi), place (saluran distribusi). Keempat variabel ini sangat menentukan bagaimana produk yang dijual dapat dibeli oleh konsumen ataupun tidak. Kerena masing-masing variabel memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan bagaimana produk tersebut akan dijual kepada konsumen.

Dalam era modern seperti sekarang ini, pemasaran kain tenun ikat mempunyai produk yang bagus dan mempunyai kelengkapan yang memadai tetapi tidak pernah ditawarkan pada pembeli , akibatnya pembeli tidak pernah mengetahui barang yang berupa kain tenun ikat, dengan demikian usaha kube mengkomunikasikan suatu yang sangat penting. Selain di komunikasikan kepada masyarakat, tenun ikat tersebut dikenal dalam hal pengrajin, Kain tenun ikat merupakan komunikator yang menyampaikan kepada audiens melalui barang yang ditawarkan. Dapat dilihat pada tabel 1.2 dibawah ini

Tabel 1.2

Data penjualan kain tenun ikat di Desa Letneo Tahun 2018-2022

Tahun	Jenis Kain Tenun Ikat					Jumlah peminat
	Buna	Futus/Ikat	Sotis Biasa	Sotis 3 Warna	Sotis 4 Warna	
2018	160	130	200	155	140	785
2019	120	140	220	110	155	745
2020	110	125	120	111	160	626
2021	120	130	125	120	125	620
2022	155	121	125	145	155	701

Sumber: Kube Motif Di Desa Letneo Kecamatan Insana Barat Tahun 2022

Pada tabel 1.2 merupakan data penjualan kain tenun ikat. Pada kube tiap tahun mengalami fluktuasi: pada tahun 2018 penjualan kain tenun ikat meningkat sebesar 785 kain yang terjual, di tahun 2019 penjualan kain tenun ikat menurun yaitu 745. dan pada tahun 2020 kain tenun ikat menurun 620, dan di tahun 2021 penjualan kain tenun ikat mengalami peningkatan yang sebanyak 626 dan pada tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar 701 kain tenun ikat yang terjual dalam pasaran.

Perkembangan Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Motif ini mengalami berbagai kendala atau permasalahan yaitu persaingan tidak sehat yang dapat menurunkan harga jual dan permintaan kain tenun ikat itu sendiri. Selain itu tidak memiliki konsistensi dalam menjaga kualitas barang, hal ini terbukti ketika permintaan pasar tinggi, pengrajin mengambil jalan pintas dengan mengganti bahan dengan kualitas lebih rendah guna mendapat untung yang lebih besar. Hal ini membuat pasar kurang percaya dengan kualitas kain tenun ikat. Selain itu berbagai keterbatasan kendala yang dimiliki KUBE Motif tenun ikat antara lain: lemahnya permodalan, kurangnya kemampuan wirausahaan, teknik produksi masih sederhana, serta terbatasnya kemampuan manajemen.

Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“Pengaruh Eksplorasi Pengetahuan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kain Tenun Ikat (Studi Kasus pada Kube di Desa Letneo Kecamatan Insana Barat)”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Eksplorasi Pengetahuan (X_1) berpengaruh terhadap Minat Beli Kain Tenun Ikat Pada Kube Motif di Desa Letneo (Y)?
2. Apakah Kualitas Produk (X_2) berpengaruh terhadap Minat Beli Kain Tenun Ikat (Y)?
3. Apakah Eksplorasi Pengetahuan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) berpengaruh terhadap Minat Beli Kain Tenun Ikat (Y)?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Eksplorasi (X_1) terhadap Minat Beli Kain Tenun Ikat (Y)
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X_2) terhadap Minat Beli Kain Tenun Ikat (Y)
3. Untuk mengetahui pengaruh Eksplorasi Pengetahuan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Minat Beli Kain Tenun Ikat pada Kube Motif di Desa Latneo (Y)?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
Sebagai salah satu kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.
2. Manfaat Praktis
 - a. Sebagai masukan bagi pelaku usaha dalam mencari informasi mengenai minat beli

- b. Sebagai bahan informasi bagi pihak lain yang ingin mengadakan penelitian lanjutan yang relevan dengan masalah ini.