

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Persaingan bisnis dalam era globalisasi saat ini sangat ketat, dimana setiap perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan suatu produk yang mempunyai keunggulan dan menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing. Dengan demikian usaha pengembangan produk yang berbeda, dapat menjadi suatu strategi yang efektif bagi perusahaan dalam memberikan penawaran produk yang inovatif sehingga tercapai suatu kepuasan masing-masing pihak, baik dari pembeli karena membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya dan selernya maupun bagi pihak perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan dari penjualan produk- produknya dan juga menjaga citra baik perusahaan di mata pelanggan. Perkembangan zaman pada saat ini menuntut pola pikir konsumen menjadi lebih pintar, efektif dan efisien untuk memilih sebuah produk yang diinginkan. Dalam kehidupan sehari-hari konsumen dihadapkan pilihan dengan berbagai kebutuhan yang mengakibatkan banyak permintaan macam produk dengan segala jenis kebutuhannya.

Dunia saat ini mulai terlihat suatu perubahan yang sangat cepat dimana ditandai dengan dimulainya era perdagangan yang tidak mengenal batas-batas wilayah maupun negara yang dikenal sebutan globalisasi. Semakin cepat perubahan yang terjadi dibandingkan sebelumnya. Kekuatan Global akan terus berdampak terhadap kehidupan masyarakat diseluruh penjuru dunia. Teknologi akan terus mengagumkan kita dan melakukan hal-hal yang tidak terpikirkan

sebelumnya yang mengakibatkan tidak ada pembatasan-pembatasan yang dapat melindungi kepentingan perdagangan suatu negara dengan negara lain.

Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat sangat dibutuhkan manajemen yang handal dan mampu mengantisipasi pada setiap persaingan yang dapat menjalankan perusahaan secara efektif dan efisien. Dengan demikian, maka seorang dituntut-untuk dapat memanfaatkan secara tepat sumber daya ekonomi yang ada dalam perusahaan sehingga dapat menghasilkan pengembalian yang maksimal atas pemakaian sumber daya ekonomi. Berbagai usaha untuk menciptakan produk yang unggul dalam kegiatan pemasaran, perusahaan membutuhkan suatu strategi untuk mempengaruhi pasar dengan cara mencari peluang usaha baik dalam bentuk produk maupun dalam bentuk jasa pelayanan.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Dewasa ini dikarenakan kemampuan ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat cenderung meningkat, sehingga sebagian masyarakat semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk berkualitas sesuai dengan harga yang dibayarkan. Walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.

**Tabel 1.1**

**Tabel data pelanggan yang menyukai produk batik pada batik dan kaligrafi anggel di mukomuko pada 35 orang pelanggan**

| No | Bahan        | Jumlah (%) |
|----|--------------|------------|
| 1  | Katun sutra  | 32,5       |
| 2  | Rayon        | 22,5       |
| 3  | Katun mbos   | 24,75      |
| 4  | Dasar pantai | 20,25      |
|    | Total        | 100        |

*Sumber : Usaha Batik dan kaligrafi anggel diolah peneliti,2022*

Data diatas hasil dari wawancara dengan pemilik usaha Batik dan Kaligrafi anggel Terjadi beberapa pendapat pada jumlah pelanggan, jika dilihat dari presentasinya lumayan jauh jarak perbedaan. Dari table diatas dapat dilihat bahwa diferensiasi produk ,kualitas produk, dan penetapan harga mempengaruhi daya saing terhadap pelanggan pada Usaha batik dan kaligrafi anggel. Ketidakstabilan pelanggan ini dari tahun ke tahun terbukti bahwa loyalitas pelanggan sangat tidak menentu.

Dilihat dari penurunan yang terjadi jumlah pelanggan belum optimalnya kualitas produk dan daya saing, sehingga kepuasan konsumen kurang memuaskan dimata pelanggan.diferensiasi produk dan kualitas produk mempengaruhi kepercayaan yang masih belum memberikan respon positif sehingga masih dilakukannya perubahan hingga memberikan efek yang loyal terhadap konsumen

Usaha Batik dan kaligrafi anggel selalu memberikan kualitas produk dengan kualitas yang lebih baik dan lebih baik dari produk saingannya, agar dapat menarik konsumen pada umumnya, khususnya pemakai produk tersebut dan tentunya dapat memenuhi kepuasan konsumen sebagai pemakai atau konsumen yang menggunakan produk tersebut. Usaha Batik dan Kaligrafi hampir setiap selalu menggunakan bahan katun sutra, rayon, katun mbos dan dasar pantai.

Perusahaan-perusahaan dewasa ini berusaha keras untuk mendapatkan posisi terkemuka di pasar, daripada harus menerima posisi di peringkat ke dua di pasar, maka perusahaan-perusahaan menekankan untuk mempertahankan pelanggan dan bukan sekedar mendapatkan pelanggan yang baru. Perusahaan juga harus memperluas bauran tawaran mereka dalam upaya untuk mendapatkan pangsa pelanggan serta bukan sekedar pangsa pasar.

**(Hutami & Octavia, 2019)** Diferensiasi merupakan strategi yang dapat digunakan setelah kita mengetahui positioning produk atau perusahaan di mata konsumen. Diferensiasi sendiri dapat diciptakan berdasarkan kekuatan perusahaan serta perbedaan dengan pesaing.

Diferensiasi diartikan sebagai *"any product or service benefit that is sufficiently desirable, deliverable, and differentiating can serve as point-of-difference for a brand"*. Menariknya, sebagian besar perusahaan justru menerjemahkan diferensiasi sebagai tampilan produk. Namun, untuk memahami pengertian diferensiasi, pemasar perlu mencocokkan keinginan konsumen dengan

kemampuan perusahaan untuk memberikan produk atau jasa (Menurut Kottler & Keller (2016),

Pentingnya pangsa pasar bervariasi dengan industri. Intuisi akan menyarankan bahwa saham akan menjadi yang paling penting dalam industri manufaktur dan produksi padat modal, di mana skala ekonomi diperlukan. Namun, database PIMS (dampak laba dari pangsa pasar) menunjukkan bahwa pangsa pasar memiliki dampak yang jauh lebih kuat pada profitabilitas di sektor-sektor inovatif, yaitu industri yang dicirikan oleh R&D yang tinggi dan / atau pengeluaran pemasaran. Ini menunjukkan bahwa efek skala lebih penting dalam R&D dan pemasaran daripada manufaktur (**Tidd & Bessant, 2018:501**)

Menurut (**Donaldson & Donaldson, 2016**) keunggulan bersaing dapat berasal dari ukuran ataupun kepemilikan asetnya. Ada banyak faktor mempengaruhi keunggulan dari daya saing suatu perusahaan, faktor tersebut dapat berasal dari internal perusahaan maupun dari eksternal perusahaan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Porter (1985: 25) yang menyatakan bahwa daya saing merupakan uraian dari cara-cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memilih dan menerapkan suatu strategi generik guna mencapai dan melestarikan keunggulan bersaing. Strategi generik berasal dari analisis keuntungan suatu perusahaan yang berada dalam suatu industri

Pendapat lain dikemukakan oleh **Vojtovic (2017: 37)** menyebutkan bahwa peningkatan daya saing dapat meliputi transfer inovasi dan teknologi baru, pertumbuhan produktivitas tenaga kerja, pengenalan pendekatan inovatif untuk

produksi, pertumbuhan nilai tambah dan investasi pada penelitian dan pengembangan. Inovasi menjadi faktor modal daya saing yang meliputi inovasi teknologi, pemasaran, manajemen, organisasi, komunikasi dan lain-lain.

*Modern theory and practice in business proves that in the existing market relationship, the level of company competitiveness is the main requirement (components) to ensure effective development and prospect formation. Competitiveness and investment company attractiveness is the most important industrial competitiveness locomotive and country, the basis of its **development** (Falciola, Jansen & Rollo, 2020), Maalouf, Abi Aad & El Masri, 2020). In order to ensure the competitiveness of the company, it is methodologically important to integrate and model company performance indicators according to new qualitative approach according to the strategy economic goals and achievements below certain spatio-temporal conditions.*

Peningkatan daya saing UMK dapat dilakukan dengan meningkatkan penerapan strategi bersaing yang tepat. Strategi bersaing yang tepat dapat diketahui ketika para pelaku usaha mengerti dan memahami lingkungan bisnis yang sedang dijalankan. Peningkatan daya saing UMK dapat dilakukan dengan meningkatkan strategi bersaing yang tepat. Strategi bersaing yang tepat dapat diketahui ketika para pelaku usaha mengerti dan memahami lingkungan

Persepsi kualitas produk bisa digunakan oleh produsen sebagai kriteria segmentasi untuk mengidentifikasi kelompok konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen dengan persepsi yang berbeda kualitas (rendah,

sedang, tinggi) berbeda pula dalam tingkat kepuasan dan niat pembelian. Dengan demikian segmentasi pasar digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dan merespon tantangan dari para pesaing.

**Wijaya (2018:9)** mengartikan : kualitas barang dan jasa adalah sebagai keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Kualitas merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap barang dan jasa yang diukur berdasarkan persyaratan atau atribut-atribut tertentu.

Bangsa Indonesia adalah bangsa yang besar dan terdiri dari banyak suku. Dari beragam suku tersebut muncullah beragam adat istiadat, budaya, dan kultur lainnya. Salah satu unsur budaya yang ada di Indonesia adalah batik.

Menurut **Koentjaraningrat 2016** kebudayaan adalah suatu sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan bagian dari manusia dengan cara belajar, dengan kemampuan akal budinya, manusia telah mengembangkan berbagai sistem tindakan, mulai dari yang sangat sederhana ke arah yang lebih kompleks sesuai kebutuhannya. Pemberdayaan sangat penting dilakukan agar pemberdayaan masyarakat memiliki penghasilan tambahan dengan melalui industri batik. Persoalan masyarakat dengan masalah kesejahteraan ini memang dapat mengundang rasa simpati yang cukup besar dari masyarakat luas terkhusus para akademisi.

Menyadari adanya berbagai persoalan yang dihadapi, para akademisi mendapat dorongan dari pemerintah daerah untuk melakukan pemberdayaan masyarakat dalam kondisi pandemi covid-19, sehingga menciptakan kemandirian ekonomi bagi masyarakat dengan melakukan program pemberdayaan tersebut dengan melakukan perencanaan kegiatan. Salah satunya dalam rangka menciptakan lapangan pekerjaan (usaha batik dan kaligrafi angel di mukomuko).

**Tabel 1.2**  
**Data usaha batik dan kaligrafi angel**  
**Tahun 2017-2021**

| <b>Tahun</b> | <b>Produksi<br/>Produk</b> | <b>Jumlah<br/>Penjualan</b> | <b>Jumlah</b> |
|--------------|----------------------------|-----------------------------|---------------|
| 2017         | 1.000 produk               | 810 Penjualan               | 190           |
| 2018         | 2.000 produk               | 1.230 Penjualan             | 770           |
| 2019         | 1.750 Produk               | 1.710 Penjualan             | 40            |
| 2020         | 1.500 produk               | 1.000 penjualan             | 500           |
| 2021         | 1.000 produk               | 560 penjualan               | 440           |
| Total        |                            |                             | 1.940         |

*Sumber : usaha batik dan kaligrafi angel*

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa penjualan batik dan kaligrafi angel mengalami penurunan dan kenaikan yang berbeda setiap tahun nya .pada tahun 2017 jumlah penjuln batik dan kaligrafi mengalami penurunan .pada tahun 2018 jumlah penjualan batik dan kaligrafi mengalami kenaikan sebesar 1230 penjualan.pada tahun 2019 penjualan batik dan kaligrafi angel mengalami

kenaikan sebesar 1710 penjualan dan pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 1000. Selanjutnya pada tahun 2021 mengalami penurunan terhadap penjualan batik dan kaligrafi sebesar 560. dikarenakan banyaknya pesaing dengan produk yang sama dan kemudian usaha batik dan kaligrafi anggel harus meningkatkan kualitas dari produknya dan harus bisa meyakinkan pelanggannya untuk mendapatkan kepercayaan serta loyal terhadap produk

Ketidak stabilan jumlah penjualan batik dan kaligrafi di sebabkan oleh covid-19 telah mewabah ke seluruh negara secara global, telah menyebabkan hancurnya tingkat perekonomian negara-negara yang terkena wabah, termasuk Indonesia. karena Di tengah pandemi virus corona baru, banyak yang mencoba membuka bisnis online untuk mencari penghasilan tambahan maupun terpaksa banting setir karena kehilangan pekerjaan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut diatas, maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Diferensiasi Produk, Penetapan Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Daya Saing”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang, peneliti memberikan identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian adalah sebagai berikut.

1. Semakin banyaknya Toko Batik di Mukomuko yang menyebabkan daya saing semakin tinggi
2. Semakin Banyaknya toko batik yang menjual secara online selama pandemi covid 19 yang menyebabkan berkurangnya pelanggan

3. Kurangnya promosi di sosial media yang membuat banyak masyarakat mukomuko yang belum mengetahui produk
4. Menurunnya tingkat penjualan batik dan kaligrafi oleh usaha Batik anggel di mukomuko?
5. Penetapan harga yang mengalami kenaikan dan penurunan
6. Semakin ketatnya persaingan bisnis dalam penjualan batik di mukomuko yang berlomba-lomba untuk mendapatkan pelanggan
7. Banyaknya produk yang serupa yang ditemukan di toko lain sehingga menyebabkan berkurangnya konsumen
8. Besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada usaha batik anggel

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk mencapai sasaran dan terfokusnya pada penelitian ini maka penulis akan membatasi masalah ini dengan pengaruh diferensiasi Produk (X1) penetapan harga (X2) dan kualitas produk (X3) terhadap daya saing (Y) (study kasus pada pembuatan batik dan kaligrafi anggel)

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah tersebut diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh diferensiasi produk(X1) terhadap daya saing(Y) pada usaha Batik dan kaligrafi anggel?

2. Bagaimana pengaruh Penetapan Harga(X2) terhadap daya saing(Y) pada usaha Batik dan kaligrafi anggel?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk(X3) terhadap daya Saing(Y) pada usaha batik dan kaligrafi anggel?
4. Bagaimana pengaruh diferensiasi produk(X1), penetapan harga(X2), kualitas produk(X3) secara bersama sama terhadap daya saing(Y) pada usaha batik dan kaligrafi anggel?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang dan perumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka maksud dan tujuan penulisan proposal ini adalah

1. Untuk dapat mengetahui pengaruh diferensiasi produk terhadap daya Saing pada usaha Batik dan kaligrafi anggel
2. Untuk dapat mengetahui pengaruh Penetapan Harga terhadap daya Saing pada usaha Batik dan kaligrafi anggel
3. Untuk dapat mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap daya Saing pada usaha batik dan kaligrafi anggel
4. Untuk dapat mengetahui pengaruh differensiasi produk, penetapan harga, dan kualitas produk secara bersama sama terhadap daya saing pada usaha batik dan kaligrafi anggel.

## 1.6 Manfaat Penelitian

### 1. Bagi penulis

Untuk menambah ilmu pengetahuan sehubungan dengan ilmu yang penulis dapat dan tekuni serta dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam menganalisa pengaruh diferensiasi produk, penetapan harga, dan kualitas produk terhadap daya saing (study kasus pada usaha batik dan kaligrafi anggel di mukomuko)

### 2. Bagi pabrik

Untuk dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan kepada usaha kerajinan batik dan kaligrafi berkaitan dengan pengaruh diferensiasi produk, penetapan harga, dan kualitas produk terhadap daya saing (study kasus pada usaha batik dan kaligrafi anggel di mukomuko). bagi karyawan agar mereka dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja dengan tujuan untuk dapat tercapainya tujuan organisasi seperti yang diinginkan.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi yang membacanya khususnya bagi yang sedang melakukan penelitian. Penelitian ini bisa menjadi dasar atau referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga dapat menambah pustaka bagi mereka yang mempunyai minat untuk mendalami ilmu pengetahuan didalam bidang manajemen pemasaran.

### 4. Bagi akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi bahan penelitian selanjutnya dalam menambah penelitian akademik sehingga berguna untuk pengembangan ilmu, khususnya dibidang manajemen pemasaran.