

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memberikan kontribusi yang signifikan dalam perekonomian nasional serta memiliki peran penting dan strategis dalam pembangunan perekonomian nasional. Perkembangan UMKM pada periode 2012-2017 mencapai 13,98 persen. Jumlah UMKM pada tahun 2017 diperkirakan mencapai angka 7.716.680 unit (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2017). Perkembangan jumlah UMKM didorong dari beberapa sektor antara lain sektor perdagangan, sektor pertanian, sektor pengolahan dan lain-lain.

Industri kain tenun merupakan salah satu industri yang termasuk pada sektor industri pengolahan. Kain tenun ikut menyumbang devisa negara yang dibuktikan dengan adanya minat beli konsumen dari luar negeri. Permintaan akan kain tenun dari luar negeri ini menjadikan kain tenun memiliki peran terhadap total ekspor hasil industri. Tahun 2016 kain tenun mampu berperan dalam total ekspor hasil industri sebesar 1.130.786,5 US\$ atau sebesar 1,03% (Kementerian Perindustrian dan Perdagangan, 2016).

Kain tenun merupakan salah satu kerajinan budaya khas Indonesia, hampir di setiap daerah memiliki tenun dengan ciri khas masing-masing. Seperti di Batak terdapat tenun ulos, Bali terdapat tenun Gringsing, dan di Jawa Timur terdapat tenun ikat. Daerah di Jawa Timur yang menghasilkan kain tenun ikat salah satunya adalah Kabupaten Lamongan. Adapun desa yang memiliki usaha kain tenun dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini.

Tabel 1.1
Jumlah Usaha Kain Tenun di Kabupaten Lamongan

No	Nama Desa	Jumlah Industri
1	Maduran	4
2	Jangkungsomo	1
3	Parengan	36
4	Pringgeboyo	4

Sumber : BPS Kecamatan Maduran Dalam Angka, 2018

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat diketahui jumlah usaha kain tenun terbanyak berada di Desa Parengan yakni sebanyak 36 usaha. Berbeda dengan data dari DISPERINDAG Kabupaten Lamongan (2017) usaha kain tenun yang

terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan hanya terdapat dua usaha yakni CV. Paradila dan CV. Bintang Mas yang berada di Desa Parengan, adapun jumlah produksi dari dua industri tersebut dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2
Jumlah Produksi Kain Tenun di Kabupaten Lamongan

Nama Industri kain tenun	Produksi/Bulan
CV. Paradila	1.500 meter
CV. Bintang Mas	4.180 meter

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab Lamongan, 2017

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa CV. Bintang Mas memiliki produksi kain tenun lebih banyak dibandingkan dengan CV. Paradila. Meskipun demikian CV. Bintang Mas tidak berfokus memasarkan produknya ke tangan konsumen secara langsung, sebagian besar produksinya didistribusikan langsung ke pengepul di Surabaya yang sudah bekerjasama dengan CV. Bintang Mas. Sebaliknya CV. Paradila lebih fokus memasarkan produksinya kepada konsumen secara langsung. Dunia fashion selalu berkembang seperti teknologi yang semakin hari semakin canggih, maka dari itu CV. Paradila juga mengikuti perkembangan fashion, karena CV. Paradila ingin selalu berinovasi mengembangkan kain tenun tradisional sesuai keinginan konsumen namun tetap mempertahankan ciri khas yang dimiliki. Maka dari itu CV. Paradila harus mengetahui keinginan konsumen yang nantinya akan terjadi timbal balik antara perusahaan dengan konsumen berupa informasi yang diinginkan oleh konsumen dan dapat dijadikan evaluasi bagi perusahaan supaya CV. Paradila terus berkembang. Setiap orang ingin tampil modis sesuai dengan eranya. Perusahaan terkemuka berusaha untuk mempelajari serta memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelangganya (Kotler dan Armstrong, 2008). Menurut Kotler dan Keller (2007) nilai konsumen didasarkan pada perbedaan antara apa yang didapatkannya dan apa yang perusahaan berikan untuk berbagai kemungkinan pilihan. Sehingga CV. Paradila harus mengetahui keinginan konsumen dan memberikan yang terbaik untuk konsumennya, Oleh karena itu perlu adanya penelitian mengenai persepsi dan preferensi konsumen terhadap produk kain tenun CV. Paradila.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap produk kain tenun CV. Paradila ?

2. Bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut produk dan level atribut dalam pembelian produk kain tenun CV. Paradila?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui persepsi konsumen terhadap produk kain tenun CV. Paradila.
2. Mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut produk dan level atribut dalam pembelian produk kain tenun CV. Paradila.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi;

1. Bagi Peneliti, adanya penelitian sebagai indikator untuk mengembangkan kemampuan dalam melakukan penelitian, menambah ilmu, serta sebagai bahan evaluasi bagi peneliti.
2. Bagi Akademisi, penelitian ini dapat memberikan informasi tentang persepsi dan preferensi konsumen terhadap produk kain tenun sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.
3. Bagi pengusaha, Penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai persepsi dan preferensi konsumen terhadap produk kain tenun, yang nantinya dapat menjadi bahan pertimbangan oleh pengusaha kain tenun untuk mengembangkan usahanya.