

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Home industri merupakan industri rumahan yang dikelola sendiri oleh suatu keluarga atau juga disebut dengan perusahaan kecil yang tergolong sektor informal yang memproduksi suatu produk secara unik dan mengedepankan buatan tangan. Banyaknya *home* industri saat ini mulai dari *home* industri besar, menengah sampai dengan industri kecil. Dimana semakin bersaing menarik pelanggan dan saling berlomba-lomba untuk memproduksi barang yang beragam dan berbeda dari yang lainnya. Seiring berjalannya waktu kebutuhan dan keinginan pelanggan terhadap suatu barang atau produk selalu berubah dan semakin selektif.

Pada umumnya manusia selalu tertarik dengan suatu hal yang baru yang unik dan berbeda dari yang lainnya. Melihat hal ini produsen pun berlomba untuk memproduksi atau menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan agar pelanggan tetap bertahan dan tidak beralih ke pesaing. Oleh karena itu didalam tingginya persaingan bisnis yang semakin ketat ini, strategi pemasaran yang tepat sangat dibutuhkan. Salah satunya adalah dengan mengembangkan produk dan nilai lebih produk untuk membedakan diri dan bersaing dengan para usaha bisnis lainnya agar dapat bertahan di pasar serta dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Handayani (2012:2) loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan dengan waktu yang

lama melalui proses pembelian yang berulang-ulang tersebut. Pelanggan yang loyal akan menggunakan produk secara berulang atau bahkan akan memperluas kesetiiaannya pada produk-produk lain buatan produsen yang sama dan secara tidak langsung pelanggan yang loyal dapat membantu dalam mempromosikan produk kepada orang lain secara mulut ke mulut. Hal ini akan sangat membantu produsen untuk mendapatkan pelanggan baru.

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan dalam kegiatan suatu usaha. Dengan adanya tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi, maka pelanggan akan melakukan pembelian secara terus menerus dan membawa dampak yang menguntungkan bagi suatu usaha. Maka dari itu produsen harus tetap menawarkan berbagai keunggulan dalam menghadapi persaingan tersebut dengan cara membuat produk yang inovasi sesuai keinginan pelanggan, serta menonjolkan keunikan dari fitur produk dan kelebihan produk yang berbeda atau disebut dengan diferensiasi. Menurut Hanyani dan Fadillah (2013:237) Diferensiasi adalah upaya dari sebuah perusahaan untuk membedakan produknya dari produk pesaing dalam suatu sifat yang membuatnya lebih diinginkan. Dengan begitu sebuah produk akan lebih mudah dikenali dan memberikan daya tarik tersendiri bagi para konsumen.

Diferensiasi produk dapat dilakukan melalui bentuk, kualitas kinerja, kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, gaya dan rancangan, sehingga nilai yang diciptakan tersebut diyakini mampu untuk menciptakan loyalitas pelanggan karena pelanggan merasa puas terhadap kesesuaian spesifikasi kegunaan dari produk yang

diharapkan serta memberikan dampak pada peningkatan penjualan.

Strategi untuk melakukan diferensiasi ini agar tetap dapat mempertahankan posisi produk dan tidak mengalami penurunan dalam penjualan. Dengan demikian, pelanggan tidak akan lari ke produk pesaing yang lain dan akan membuat pelanggan tetap setia terhadap produk tersebut. Disamping itu strategi yang dilakukan produsen untuk mempengaruhi loyalitas pelanggan dan untuk menjaga usahanya agar tetap bertahan dalam persaingan adalah menciptakan inovasi produk. West (2000:18) dikutip dari pendapat Chyntia dan Hendra (2014:1217) dalam Primayanti (2017) Inovasi merupakan pengenalan dan aplikasi yang disengaja dalam pekerjaan, tim kerja atau organisasi mengenai ide, proses, produk atau prosedur yang baru dalam pekerjaan yang dirancang untuk menguntungkan pekerjaan atau organisasi tersebut. Adapun Inovasi produk menurut Putu dkk. (2013:66) dalam Primayanti (2017) merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya.

Inovasi produk berkaitan erat dengan terciptanya sebuah produk baru. Hal ini dikarenakan inovasi produk merupakan penerapan dari gagasan atau ide baru ke dalam suatu produk. Dengan demikian produk yang berhasil adalah produk yang dapat diterima oleh pelanggan dengan atribut dan tampilan yang memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Begitu pula dengan inovasi produk yang dilakukan dapat memberikan peranan penting bagi keberlangsungan aktivitas penjualan melalui pelanggan yang tetap loyal. Inovasi produk di terapkan karena pelanggan

menginginkan sesuatu yang berbeda dengan beberapa inovasi yang diberikan oleh produsen.

Inovasi memiliki arti yang sangat penting bukan hanya untuk mempertahankan suatu usaha melainkan juga unggul dalam suatu persaingan. Produk yang monoton dan begitu-begitu saja akan dipandang sebagai produk yang membosankan dan mengalami kejenuhan, oleh karena itu inovasi sangat dibutuhkan untuk pengembangan sebuah produk agar tetap mendapatkan inspirasi para pelanggan. Selain inovasi, produsen harus mempertimbangkan aspek seperti fitur yang akan mendukung posisi produk dipasaran. Handayani (2012:2) menulis bahwa atribut produk dapat diartikan sebagai karakteristik yang melekat pada produk dan sebagai pelengkap dari fungsi dasar produk tersebut. Atribut produk dapat dikelompokkan dalam tiga unsur penting, yaitu kualitas produk, desain produk dan fitur produk. Menurut Suatma (2013:20) fitur produk merupakan sarana kompetitif untuk membedakan produk satu dengan produk-produk pesaing. Artinya fitur adalah alat untuk bersaing yang membedakan produk suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya.

Fitur produk identik dengan sifat dan sesuatu yang unik, khas dan istimewa yang tidak dimiliki oleh produk lainnya. Salah satu cara yang paling efektif bagi produsen dalam mengungguli produk pesaingnya adalah dengan menjadi produsen pertama yang memperkenalkan fitur baru yang memiliki keunikan dan nilai lebih di mata pelanggan. Produsen dapat menawarkan sebuah produk dalam berbagai macam fitur dengan tingkat model yang tinggi dan berkualitas.

Desa wedoro kecamatan waru kabupaten sidoarjo dulunya terkenal sebagai pusat *home* industri sandal. Desa ini berkembang sebagai pusat penjualan sandal sejak lama. Banyak penduduk di desa ini mayoritas penduduknya adalah memproduksi sandal dan hampir sebagian besar penduduknya memilih bekerja sebagai pengrajin sandal untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Karena dengan membuka sebuah usaha *home* industri sandal dapat membantu mengurangi angka pengangguran didaerah sekitarnya dengan dibukanya lapangan pekerjaan. Jumlah pengrajin sandal tercatat sekitar 600 pengrajin oleh Asosiasi Pengusaha Sepatu dan Sandal. Perkembangan desa wedoro sebagai industri kerajinan sandal mulai berkembang pesat sejak tahun 2000. Selain adanya *home* industri sandal, juga ada banyak toko-toko yang bermunculan dan menjual berbagai jenis sandal. Dan semenjak berdirinya pertokoan sandal wedoro pun ramai dan banyak dikunjungi. Namun seiring berjalannya waktu jumlah *home* industri di desa wedoro semakin berkurang dan pertokoan pun banyak yang tutup dikarenakan tingginya persaingan dan banyak bermunculan produk dari luar seperti china yang memperburuk pasar yang membuat *home* industri sandal wedoro mengalami penurunan penjualan.

Produk sandal dari wedoro dinilai kualitasnya rendah dibanding dengan produk dari luar. Model sandal yang monoton dan ketinggalan zaman mengakibatkan jumlah pengunjung pun mengalami penurunan dan menyebabkan beberapa *home* industri sandal mengalami kesulitan dalam penjualan serta berdampak pada penurunan pendapatan. Banyak toko-toko yang dulunya berjajar kini mulai tutup, seperti yang terlihat dulunya ramai dipadati

oleh pengunjung kini sepi dan banyak yang memilih beralih usaha. Tahun 2010 jumlah pengrajin mencapai 600 orang, tiga tahun kemudian pada tahun 2013 mengalami penurunan hingga tersisa 125 pengrajin dan pada tahun 2014 hanya 102 pengrajin yang terhitung masih melanjutkan usaha sandal tersebut (Permana, 2015). Meskipun banyak *home* industri sandal ataupun pertokoan yang menghentikan usahanya, namun ada beberapa *home* industri sandal yang masih melanjutkan dan masih bertahan sampai saat ini. Salah satu *home* industri yang sampai sekarang masih bertahan adalah *home* industri Satria. *Home* industri Satria ini berdiri sejak tahun 1995. Usaha ini berjalan secara turun temurun hingga saat ini. Dimana *home* industri yang memproduksi berbagai jenis sandal mulai dari sandal Untuk remaja, dewasa dan anak-anak dengan berbagai model yang dijual secara grosir. Menurut Abdurrahman (2015) dalam bukunya Manajemen Strategi Pemasaran, perdagangan grosir (wholeselling) adalah semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang dan jasa kepada pihak yang membeli untuk dijual kembali atau pemakaian bisnis.

Banyak pelanggan yang datang langsung untuk membeli sandal di *home* industri Satria dan ada pula pedagang yang membeli sandal di *home* industri satria ini untuk dijual kembali. Tidak hanya itu, *Home* industri ini juga mendistribusikan produknya ke sejumlah pasar grosir, seperti Pasar turi, DTC, Pusat Grosir Surabaya dan bahkan sampai luar kota. *Home* industri ini dituntut untuk selalu memberikan produk terbaiknya sesuai dengan permintaan dan keinginan pelanggan. Sementara itu *home* industri satria telah melakukan berbagai upaya penciptaan produk dengan banyak pilihan dan berbagai keunikan untuk menarik

perhatian banyak pelanggan. Begitu pula dalam penciptaan produk baru *home* industri satria telah melakukan inovasi produk dengan berbagai rancangan yang unik dalam segi fitur dan memiliki nilai unggul untuk menarik perhatian agar menjadi gaya tersendiri dan berbeda dari produk pesaing.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan diatas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana diferensiasi, inovasi dan fitur produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *home* industri sandal satria. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Diferensiasi, Inovasi dan Fitur Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Home Industri Sandal Satria Wedoro Waru Sidoarjo”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan pada uraian latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah diferensiasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *Home* Industri Sandal Satria Wedoro Waru Sidoarjo?
2. Apakah inovasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *Home* Industri Sandal Satria Wedoro Waru Sidoarjo?
3. Apakah fitur produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *Home* Industri Sandal Satria Wedoro Waru Sidoarjo?
4. Apakah diferensiasi, inovasi dan fitur produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *Home* Industri Sandal Satria Wedoro Waru Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh diferensiasi terhadap loyalitas pelanggan *Home* Industri Sandal Satria Wedoro Waru Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap loyalitas pelanggan *Home* Industri Sandal Satria Wedoro Waru Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fitur produk terhadap loyalitas pelanggan *Home* Industri sandal Satria wedoro Waru Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh diferensiasi, inovasi dan fitur produk terhadap loyalitas pelanggan *Home* Industri Sandal Satria Wedoro Waru Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis
Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta pengalaman bagi peneliti khususnya di bidang manajemen pemasaran mengenai pemasaran produk serta peneliti dapat mengimplementasikan teori yang sudah di dapat selama masa kuliah.
2. Bagi Universitas
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dalam dunia ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh diferensiasi, inovasi dan fitur

produk terhadap loyalitas pelanggan. Serta menjadi bahan-bahan bacaan untuk mahasiswa di universitas.

3. Bagi Pengusaha

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberi manfaat kepada pihak *Home* Industri sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan usahanya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui penciptaan diferensiasi, inovasi dan fitur produk.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan informasi tambahan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya, terutama bagi yang ingin melakukan penelitian pada permasalahan yang berkaitan dengan diferensiasi, inovasi dan fitur produk terhadap loyalitas pelanggan.

Halaman sengaja dikosongkan