

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pengembangan sektor pertanian di Timor Leste merupakan prioritas utama. Hal ini karena sebagian besar penduduk Timor Leste, yaitu sekitar 80%, menggantungkan hidup mereka pada sektor pertanian (Tsukamoto, 2011). Survey mengatakan bahwa terdapat 25,82% tanah subur menjadi salah satu sumber daya alam milik Timor Leste dan sektor yang paling memberikan kontribusi langsung yakni pertanian yang menjadi andalan utama dari pembangunan ekonomi Timor Leste menyumbang sekitar lebih dari 30% dari total PDB negara. Dengan revolusi teknologi di era 4.0 telah mengubah paradigma masyarakat dalam hal komunikasi, cara orang berkomunikasi dan cara menyampaikan informasi. salah satu platform komunikasi elektronik, dalam beberapa tahun terakhir dengan pengembangan kecerdasan buatan dan tekanan dari kekuatan persaingan global yang terus meningkat telah membawa perubahan dalam cara pertanian Timor Leste mendekati pemasaran berbasis elektronik.

Loyalitas pelanggan adalah kunci kesuksesan perusahaan. Loyalitas dapat dicapai dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan secara konsisten. Pelanggan yang loyal akan terus membeli produk atau jasa perusahaan, bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. perusahaan mengharapkan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Loyalitas adalah kepercayaan dan kesetiaan kepada seseorang atau lembaga yang bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan dan perilaku terbaik. Loyalitas didefinisikan sebagai komitmen pelanggan yang kuat untuk berlangganan kembali atau membeli barang atau jasa secara teratur di masa mendatang (Nopriani, 2017). Loyalitas tinggi diharapkan menggambarkan perilaku sehubungan dengan produk atau jasa. Loyalitas pelanggan akan meningkat apabila produk atau jasa dinilai mampu memberikan kepuasan tertinggi. Ini mencegah konsumen beralih ke merek pesaing karena ketidakpuasan mereka dengan produk atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan.

Kepuasan pelanggan adalah salah satu dari banyak hal yang harus diperhatikan perusahaan karena dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dalam melakukan kegiatan bisnisnya, setiap perusahaan mengutamakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan ekspektasi pelanggan terhadap produk yang dibeli, menurut Larasati (2018). Perbandingan ini kemudian menentukan apakah pelanggan senang atau kecewa.

Dalam dunia bisnis, konsep yang sangat penting adalah kepuasan pelanggan, yang menggambarkan apakah pelanggan senang atau kecewa dengan barang atau jasa yang mereka terima. Secara sederhana, kepuasan pelanggan ditentukan oleh perbandingan antara apa yang mereka harapkan dari produk atau jasa tersebut dan apa yang sebenarnya terjadi. Ketika persepsi dan harapan sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi, pelanggan merasa puas. Sebaliknya, jika kinerja sebenarnya kurang dari harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Kepuasan pelanggan dapat meningkatkan kesetiaan pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung berlangganan lebih lama, membeli barang atau jasa lainnya, dan menyarankan orang lain untuk membeli barang atau jasa tersebut (Trihudiyatmo dan Nafiah, 2021).

Selain faktor-faktor yang telah disebutkan, perusahaan juga harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat, yang akan digunakan selama menjalankan bisnis. Strategi *experiential marketing* digunakan dalam konteks penelitian yang sedang dilakukan peneliti. Menurut Smilansky (2018), pemasaran pengalaman adalah proses yang digunakan untuk menemukan, memenuhi, dan memenuhi keinginan konsumen, dan melibatkan mereka melalui komunikasi. Pengalaman pelanggan sangat penting dalam strategi pemasaran eksperimen, yang berfokus pada pengalaman pelanggan. Strategi ini memiliki elemen yang membuat pelanggan merasakan pengalaman mereka dan melihat barang atau jasa. Konsep ini dinilai efektif apabila diterapkan di zaman sekarang, sejalan dengan perkembangan dan perkembangan teknologi. Ini dapat menekankan kualitas layanan dan nilai tambah yang dapat membuat perusahaan berbeda dari pesaing.

Efendi (2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa dengan peningkatan faktor pengalaman pemasaran, loyalitas pelanggan akan meningkat. Studi ini mengajarkan konsumen tentang pendekatan emosional, salah satunya adalah pendekatan *experiential marketing* yang mengemas emosional secara komersial.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Chiao lee dan Ping peng (2021), ditemukan bahwa emosi dan pengalaman yang dirasakan pelanggan sebagai hasil dari pendekatan experiential marketing (value, trust, commitment, dan satisfaction) meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan.

Survei yang dilakukan oleh KOICA-PMC pada tahun 2023 untuk mengenal peluang dan sistem pasar dengan tujuan membantu memahami perilaku pembelian pelanggan serta permintaan dari individu dan bisnis untuk menemukan dan membangun kolaborasi baru antar petani dan pasar. Timor Leste memiliki banyak potensi dan sumber daya alam yang menarik investor asing, studi pasar di Timor Leste sudah membangun beberapa platform e-commerce besar dengan layanan sederhana namun beragam dan pengembangan sistem pembayaran di Timor Leste, terdapat beberapa aplikasi yang digunakan di Timor Leste yang berkaitan dengan program petani seperti: *Halo Dili, FarmPro Fresh dan My-Timor*.

FarmPro Fresh menawarkan dua jenis langganan mingguan untuk produk yang akan ditawarkan pada konsumen. 25 USD dan 18 USD merupakan harga yang ditawarkan oleh Perusahaan. Perbedaan antara harga tersebut adalah variasi sayuran dan buah-buahan yang bisa didapatkan. Perusahaan juga menawarkan layanan pengambilan sendiri atau pengantaran ke rumah dengan biaya tambahan. Untuk studi pasar, KOICA-PMC "Projetu Hadala" memutuskan untuk mencoba kotak percobaan FarmPro Fresh seharga 25 USD. *FarmPro Fresh* menyediakan berbagai produk, termasuk 14 jenis sayuran, 5 jenis buah-buahan dan 1 protein. Sebagian besar tersedia di pasar lokal selain kembang kol, kemangi, buah dan mangga yang sulit ditemukan.

Berdasarkan data yang ada total biaya yang dibutuhkan untuk membeli produk tersebut adalah sekitar 17,50 USD dan 7,50 USD untuk biaya transportasi dan tenaga kerja. Berdasarkan halaman resmi Facebook, *FarmPro Fresh* memiliki lebih dari 1.000 bunga, tetapi mengidentifikasi jumlah pelanggan cukup sulit. *FarmPro Fresh* mencakup sebagian besar layanan pengiriman ke rumah para ekspatriat di Dili dan beberapa restoran milik orang asing seperti Castaway dan El legendario. Secara keseluruhan pelayanan yang diberikan oleh *FarmPro Fresh* cukup baik, hanya saja beberapa produk belum siap untuk dipanen.

Gambar 1.1 FarmPro Fresh Box dan sistem pengemasan



Halo Dili adalah platform *e-commerce* yang menyediakan layanan pengiriman untuk makanan, belanja kebutuhan rumah tangga, bahan makanan, pengisian pulsa, dan banyak lagi. Halo Dili sedang mempertimbangkan platform *e-commerce* besar dengan lebih dari 1.000 pengunduh di google play. Layanannya sederhana dan beragam. Pengembangnya memahami sistem pembayaran di Timor Leste. Meskipun Timor Leste memiliki bank dan masyarakat sudah sering menggunakan dan memanfaatkan bank untuk transaksi, namun tidak semua Masyarakat memahami untuk melakukan pembayaran atau transaksi secara online.

Dili adalah ibu kota Timor Leste dan pusat ekonomi dan budaya negara tersebut. Oleh karena itu, banyak orang yang tinggal di Dili yang menggunakan aplikasi Hallo Dili untuk berkomunikasi dengan orang lain di kota dan di seluruh dunia. Aplikasi Hallo Dili tersedia dalam bahasa Tetun, bahasa resmi Timor Leste. Hal ini memudahkan orang Timor Leste untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Aplikasi Hallo Dili menawarkan berbagai fitur yang bermanfaat, seperti panggilan suara dan video, pesan teks, dan berbagi file. Fitur-fitur ini membuat aplikasi Hallo Dili menjadi pilihan yang populer bagi pengguna di Timor Leste. Berikut adalah beberapa fitur yang ditawarkan oleh aplikasi Hallo Dili: Panggilan suara dan video. Aplikasi Hallo Dili memungkinkan pengguna untuk melakukan panggilan suara dan video berkualitas tinggi dengan pengguna lain. Pesan teks Aplikasi Hallo Dili memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan teks ke pengguna lain. Berbagi file. Aplikasi Hallo Dili memungkinkan pengguna untuk berbagi file, seperti foto, video, dan dokumen, dengan pengguna lain.

Halo Dili menyediakan beberapa pilihan bagi pengguna untuk memilih Paypal, kartu kredit internasional, Alipay dan pembayaran tunai. Dalam hal bahan makanan, Halo Dili menyediakan lebih banyak pilihan produk impor dibandingkan dengan produk lokal yang segar. Sebagian besar produk impor berasal dari Indonesia,

Singapura dan Cina. Sedangkan untuk produk lokal segar, staf Halo Dili mendapatkannya dari *Loja Agriculture*. Halo Dili tersedia dalam dua format, yaitu situs web dan aplikasi. Untuk melakukan pemesanan melalui Halo Dili, pengguna harus memilih waktu pengiriman, seperti halnya pembelian secara langsung (*cash on delivery*). kurangnya infrastruktur dan sistem pemetaan di Timor Leste dan untuk pemesanan lanjut Tim Dili akan menghubungi pengguna melalui Whatsapp untuk mendapatkan lokasi yang tepat dan informasi lebih lanjut.



Gambar 1.2 Aplikasi Halo Dili, pilihan bahan makanan.

Meskipun di Timor leste memiliki bank, namun tidak kemungkinan bagi masyarakat lokal melakukan pembayaran online karena minimnya pemahaman dan pengetahuan akan teknologi. Oleh karena itu, beberapa aplikasi Program Petani di Timor Leste menyediakan beberapa pilihan bagi konsumen untuk memilih metode pembayaran yang berbeda-beda seperti: paypall, kartu kredit internasional, Alipay dan pembayaran Tunai. Untuk melakukan pemesanan pengguna harus memilih waktu pengiriman. Setiap aplikasi berfokus pada pengiriman barang langsung dari pertanian atau distributor ke rumah tangga dan supermarket atau perusahaan lainnya. Salah satu aplikasi juga menyediakan transportasi yang dapat diandalkan, membantu konsumen untuk menavigasi kota setempat dan mengirimkan paket. Selain itu aplikasi ini juga memungkinkan pengguna untuk melakukan pemesanan makanan dan bahan makanan atau melakukan penjemputan di toko tersebut.

Berdasarkan data yang terkumpul dan survey dari KOICA-PMC tahun 2023 menunjukkan bahwa persentasi yang pernah mendapatkan layanan pengiriman sayuran segar baik dari kerabat yang sedang berpergian, petani perorangan atau layanan aplikasi seperti *Farmpro Fresh*, Halo Dili, dan *My Timor* : 70% dari peserta bersedia mencoba jika ada layanan pengantaran yang dapat diandalkan dengan kualitas produk yang dijanjikan. Dengan perspektif tersebut, 59,8% lebih memilih

media sosial (Facebook, Instagram, dan Whatsapp) dan aplikasi seperti *Farmpro Fresh*, *Halo Dili*, dan *My Timor* sebagai cara yang ideal untuk melakukan pemesanan pengiriman, dalam survey yang dilakukan KOICA- PMC perusahaan catering, restoran, supermarket dan rumah tangga merupakan konsumen yang paling sering menjadi konsumen tetap.

Dengan aplikasi seperti; *Farmpro Fresh*, *Halo dili* dan *My Timor* dapat membantu permasalahan yang muncul adalah dimana munculnya ketersediaan bisnis sayur segar di Timor leste yang sangat luas, sektor swasta, LSM dan pemerintah setempat dapat memainkan peran yang berbeda di dalam rantai nilai dengan tujuan yang sama yaitu membantu meningkatkan kehidupan petani lokal dan mengurangi ketergantungan pada barang impor, dengan terbatasnya akses ke alat pertanian, kurangnya infrastruktur dan konsistensi dari produksi pertanian dan sedikit pengetahuan dan akses pasar, semua itu menunjukkan bagaimana cara mengatasi masalah ini dan mempertahankan aliran produksi untuk jangka Panjang melalui aplikasi program petani di Timor Leste.

Loyalitas pelanggan itu mahal, untuk tetap menjaga loyalitas pelanggan terhadap aplikasi program petani di Timor leste serta menjaga ekspektasi konsumen dalam menggunakan aplikasi maka Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami lebih baik lagi tentang kualitas layanan dan pengalaman pemasaran serta kepuasan pelanggan kemudian akan menganalisis dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. Dengan memahami berbagai persepektif dari sisi pelanggan dalam menggunakan aplikasi program petani di Timor leste dan mengetahui mengapa masih terdapat besar persen yang belum menggunakan aplikasi tersebut dan memahami berbagai bentuk keluhan atau kekecewaan, keterbatasan yang dialami konsumen yang diharapkan dapat dijadikan acuan bagi aplikasi program pertanian ini untuk dapat mengelola nilai dan pengalaman pengguna untuk meningkatkan kepuasan penggunaan aplikasi Program Petani dan membantu meningkatkan kehidupan petani lokal dan mengurangi ketergantungan konsumen pada barang impor.

Penelitian ini menggunakan variabel *Experiential marketing* dan Kepuasan pelanggan sebagai variabel independen dan variabel dependen Loyalitas pelanggan maka dari itu penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu yang dilakukan Abadi et al., (2020). Dengan fokus penelitian pada “*Effect of Customer Value and Experiential Marketing to Customer Loyalty with Customer Satisfaction as*

Intervening Variable (Case Study on Gojek Makassar Consumers)". berdeda dari sebelumnya adalah bahwa kepuasan pelanggan digunakan sebagai variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan daripada variabel intervensi. Ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Abd Rahman & Fitri, 2022) "Pengaruh Marketing Experiential dan Kepuasan Pelangga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bri Unit Wuring," di mana kepuasan pelanggan digunakan sebagai variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Karena itu, penelitian ini berfokus pada pengalaman pemasaran dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna program petani di Timor Leste. Pengukuran data dilakukan menggunakan SPSS.

1.2 Rumusan Masalah

Sejalan dengan perkembangan yang ada Timor Leste mulai mengikuti revolusi teknologi di era 4.0 semenjak Covid- 19 telah mengubah cara orang dalam hal berkomunikasi. Kemajuan teknologi juga berdampak positif terhadap pertanian dan pemanfaatan teknologi untuk pertanian. Halo Dili Salah satu platfrom komunikasi elektronik dalam beberapa tahun terakhir dengan pengembangan kecerdasan buatan dan tekanan dari kekuatan persaingan global yang terus meningkat telah membawa perubahan dalam cara pertanian Timor Leste mendekati pemasaran berbasis elektronik.

Halo Dili dengan berbagai fitur yang berfokus pada bidang pertanian yang diperuntukan untuk membantu konsumen atau pelanggan dalam memasarkan produk hasil pertanian. Dengan pengalaman konsumen pada aplikasi *FarmproFresh* dan Halo Dili dapat membantu permasalahan yang muncul yaitu ketersediaan bisnis sayur segar di Timor leste yang sangat luas, sektor swasta, LSM dan pemerintah dapat memaikan peran yang berbeda di dalam rantai nilai dengan tujuan yang sama yaitu membantu meningkatkan kehidupan petani lokal dan mengurangi ketergantungan meraka pada barang impor, dengan terbatasnya akses ke alat pertanian, dan konsistensi dari produksi pertanian dan sedikit pengetahuan dan akses pasar, semua itu menunjukkan bahwa bagaimana cara mengatasi masalah ini dan mempertahankan aliran produksi untuk jangka Panjang melalui aplikasi program petani di Timor Leste.

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui pengaruh dari *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan dengan terdiri dari beberapa faktor

pengalaman (*sense, feel, think, action dan relate*) dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna aplikasi program petani di Timor Leste. Ada beberapa rumusan masalah yang dapat diajukan berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya. Rumusan masalah yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengalaman pemasaran (perasaan, pemikiran, tindakan, dan hubungan) mempengaruhi kepuasan pelanggan?
2. Apakah loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini :

1. untuk mengevaluasi dan menentukan pengaruh pengalaman pemasaran (perasaan, pikiran, tindakan, dan hubungan) terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengevaluasi dan menentukan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menyampaikan beberapa manfaat bagi beberapa pihak sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan sebagai referensi dan pengetahuan baru bagi kaum akademisi yang ingin melanjutkan atau melakukan penelitian yang terkait dengan pengaruh *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi program petani di Timor Leste.

2. Manfaat Praktik

a. Bagi pemerintahan :

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada pemerintah mengenai aplikasi pertanian Halo Dili dan mensosialisasikan kepada pelanggan mengenai dampak positif penggunaan aplikasi pertanian Halo Dili. Kurangnya sarana dan prasarana yang membantu petani dalam mengakses informasi dan pemanfaatan aplikasi

pertanian Halo Dili menjadi tanggung jawab pemerintah dan dan semua pihak yang terlibat aktif dalam proses pengembangan Halo Dili.

b. Bagi petani lokal :

Dengan penelitian ini diharapkan petani memiliki pengetahuan mengenai pemanfaatan aplikasi Halo Dili untuk memasarkan hasil pertanian dalam rangka meningkatkan kinerja dan kualitas hasil pertanian.

c. Bagi konsumen :

Dengan penelitian ini diharapkan penelitian ini dapat di gunakan sebagai sebuah wacana yang akan menambah pengetahuan pembaca tentang pengembangan dan kinerja aplikasi program petani di Timor Leste dan dapat menjadi dasar untuk mengadakan penelitian sejenis yang lebih baik.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini terdapat hasil penelitian disusun berdasarkan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pendahuluan menjelaskan tentang pembahasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan bagian terakhir adalah sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka menjelskan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model penelitian (kerangka penelitian).

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Metode Penelitian menggambarkan tentang desain penelitian, identifikasi, definisi operasional, dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, hingga analisis data.

BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Memaparkan hasil analisis data yang diteliti oleh peneliti dan pembahasan mengenai gambaran umum objek, deskripsi data, hasil analisis data dan pembahasan.

BAB 5 : SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Bab terakhir dalam penelitian yang mencakup pembahasan mengenai kesimpulan, keterbatasan selama penelitian dilaksanakan dan saran dan manfaat bagi peneliti selanjutnya yang ingin menggunakan Objek pertanian.

