

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini telah mengalami kemajuan, perkembangan tersebut dilihat dari banyaknya industri *fashion* yang muncul sehingga mengakibatkan tingkat persaingan bisnis. Potensi dari industri *fashion* sangat tinggi untuk dapat mendongkrak perekonomian di Indonesia. Salah satu bentuk usaha industri *fashion* yang berada di Indonesia yaitu kerajinan batik. Batik berasal dari bahasa jawa yaitu amba dan titik. Amba dalam bahasa jawa dapat diartikan menulis dan titik, teknik pewarnaan yang menggunakan malam dengan cara titik – titik. Dalam perkembangan batik saat ini batik tidak hanya dibuat dengan cara tulis saja tetapi dapat menggunakan cap dan *printing* dengan memanfaatkan teknologi. Proses pembuatan batik memiliki kualitas baik yang berbeda, sehingga berpengaruh terhadap harga jual batik. Jadi tidak heran jika batik memiliki harga jual yang tinggi.

Batik adalah salah satu warisan budaya milik Indonesia oleh UNESCO (*United Nations Educational Science and Cultural Organization*). Dengan adanya hal tersebut tentu saja dapat menaikkan citra batik pada dunia terhadap karya seni asli milik Indonesia. Batik tidak hanya digunakan oleh orang tua saja tetapi banyak anak muda yang saat ini tertarik menggunakan batik karena corak atau motif batik mulai beragam dan *modern*. Penggunaan batik bisa digunakan dalam berbagai macam kegiatan dan acara, mulai dari acara *formal* hingga *informal*. Kegiatan pemasaran batik harus mampu bersaing dengan para pesaing batik lainnya supaya tidak mengalami kerugian dalam berbisnis.

Salah satu industri *fashion* di Kabupaten Sampang yang bergerak dalam bidang kerajinan batik yaitu Batik Shalempang. Batik Shalempang berdiri pada tahun 2000, pemilik dari usaha Batik Shalempang ini adalah ibu Hj Imania, usaha yang dijalankan oleh beliau merupakan usaha turun temurun dari orang tua. Batik Shalempang merupakan penjual kain batik yang menyediakan berbagai pilihan batik yang lengkap dan bervariasi. Toko Batik Shalempang berada di Jl. Jaksa Agung Suprpto, Pliyang, Tanggumong, Kecamatan Sampang, Kabupaten Sampang, Jawa Timur. Lokasi dari Batik Shalempang strategis dikarenakan berada di pinggir jalan raya dan berada di pusat kota sehingga tempat tersebut mudah dijangkau.

Kualitas produk menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan kegiatan pemasaran. Kotler dan Keller (2016:37) menjelaskan kualitas produk, “Produk memiliki kemampuan melakukan manfaatnya termasuk keandalan, daya tahan, ketelitian, dan keuntungan suatu produk secara keseluruhan”. Dalam hal ini menuntut perusahaan untuk lebih meningkatkan kualitas produk karena produk yang berkualitas dapat membuat konsumen merasa puas sehingga mempengaruhi pelanggan melakukan keputusan pembelian. Menurut Fatmaningrum et al., (2020:177) kualitas produk adalah “Semua yang dapat memuaskan kebutuhan pasar untuk dibeli, dikonsumsi dan digunakan”.

Batik Shalempang merupakan salah satu industri kecil menengah (IKM) batik yang hasil produknya sudah dipatenkan sesuai surat sertifikat merek dengan nomer pendaftaran IDM000397983 dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia atas nama Negara Republik Indonesia. Saat ini batik Shalempang menjadi rekomendasi toko batik di Kabupaten Sampang yang memiliki kualitas batik yang bagus dan sering menjadi rujukan bagi masyarakat yang berasal dari

dalam maupun luar kota Sampang yang ingin mencari produk batik berkualitas di Kabupaten Sampang. Batik Shalempang menyediakan batik tulis dan batik cap yang memiliki beragam motif dan warna. Dalam proses pembuatan produk, batik tulis merupakan batik yang ditulis secara manual dengan menggunakan canting dan dalam proses pembuatannya membutuhkan waktu berbulan – bulan sedangkan batik cap merupakan batik yang menggunakan media cetak seperti *stempel* dan proses pembuatannya lebih cepat dibandingkan dengan batik tulis.

Pemilik Batik Shalempang selalu mengawasi dalam proses produksi dari setiap tahapan ke tahapan lain, mulai dari tahap persiapan, pengkentalan, *mendesign* pola motif, mencanting, mewarnai, melorot dan *finishing*. Hal tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa batik yang akan dipasarkan memiliki kualitas baik yaitu dari jenis kain, *design* motif, pewarnaan dan kehalusan cantingan.

Jenis kain yang digunakan oleh Batik Shalempang berbeda – beda yaitu menggunakan kain sutra, kain katun dan kain mori. Batik Shalempang mempunyai berbagai macam motif dalam berbagai warna dengan pewarnaan sintetis dan warna alam. Motif – motif yang dimiliki oleh Batik Shalempang yaitu antara lain motif batik sekar jagad, batik sier - sier, batik rangkerang, batik bhengjeru', batik olle ollang, batik trunojoyo, batik ngaisongai, dan masih banyak motif batik lainnya. Alasan Batik Shalempang memiliki banyak varian motif dikarenakan agar konsumen bisa memilih motif sesuai keinginan. Keistimewaan produk batik tulis yang dimiliki oleh Batik Shalempang yaitu dari warnanya yang semakin lama semakin bagus dan cerah setelah mencucinya beberapa kali.

Citra merek juga menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan kegiatan pemasaran. Sangadji dan Sopiah (2013:327) menjelaskan citra merek “Asosiasi unik tersebut muncul dalam bentuk pemikiran yang dikaitkan dengan

suatu merek”. Dalam hal ini citra merek menjadi suatu penentu konsumen melakukan pembelian, asosiasi ini berupa serangkaian atribut produk, keunikan produk dan pengalaman. Membangun citra merek yang positif bukan hal yang mudah, oleh karena itu suatu merek harus dikaitkan dengan sesuatu yang positif sehingga konsumen akan menghubungkan merek dengan hal yang positif. Kotler dan Keller (2016:274) menjelaskan “Citra merek adalah persepsi konsumen terhadap suatu produk atau perusahaannya”. Citra merek suatu produk atau perusahaan tercipta dari keyakinan pemikiran konsumen. Penciptaan kesan baik dalam konsumen merupakan hal yang paling penting bagi kelangsungan suatu perusahaan dimana sangat berpengaruh terhadap seluruh elemen yang berada di perusahaan tersebut. Tingkat keyakinan keputusan pembelian suatu produk semakin meningkat apabila suatu produk memiliki citra merek yang positif.

Batik di wilayah Kabupaten Sampang didominasi oleh motif tumbuhan dan hewan. Motif tumbuhan yang banyak digunakan yaitu daun mengkudu sedangkan motif hewan banyak menggunakan burung merak. Batik Shalempang sendiri memiliki ciri khas dari batiknya yaitu dari segi warna yang mencolok seperti warna merah, biru, kuning, hijau, coklat dan hitam. Sebagaimana motif yang dimiliki oleh Batik Shalempang tetap menonjolkan khas Sampang dengan memasukkan motif burung merak, buah jambu air, daun mengkudu, rumput – rumputan, dan kembang.

Menurut pemilik Batik Shalempang meskipun masing – masing kerajinan batik di Kabupaten Sampang memiliki motif yang sama tetapi setiap pembatik mempunyai goresan gambar dan keluwesan yang berbeda sehingga batik tetap tidak terlihat sama antara satu sama lain. Batik Shalempang juga menjadi salah satu IKM yang dipercayai untuk memproduksi seragam batik dalam jumlah banyak, biasanya untuk seragam dinas di kabupaten Sampang, contohnya yaitu batik motif

Trunojoyo yang sekarang menjadi salah satu seragam dinas di pemerintahan daerah Kabupaten Sampang.

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Batik Shalempang Tahun 2022

Bulan	Total Penjualan	Terjual
Januari	Rp. 8.450.000	32 potong batik
Februari	Rp. 7.500.000	28 potong batik
Maret	Rp. 6.500.000	23 potong batik
April	Rp. 10.350.000	30 potong batik
Mei	Rp. 6.650.000	24 potong batik
Juni	Rp. 7.200.000	24 potong batik
Juli	Rp. 5.350.000	20 potong batik
Agustus	Rp. 5.150.000	21 potong batik
September	Rp. 5.000.000	20 potong batik

Sumber : Batik Shalempang, diolah.

Berdasarkan tabel 1.1 yang didapatkan melalui hasil wawancara dengan pemilik Batik Shalempang dapat diketahui bahwa total penjualan Batik Shalempang selama tahun 2022 mengalami fluktuasi. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti adanya pemesanan seragam batik dengan jumlah banyak dan musim nikah yang dapat menaikkan jumlah penjualan sedangkan penurunan penjualan batik dikarenakan pemesanan batik tidak sesuai dengan permintaan motif batik yang diinginkan oleh konsumen dan pemesanan tidak selesai tepat waktu dikarenakan proses pengerjaan batik tulis membutuhkan waktu yang cukup lama. Penyebab lain terjadinya fluktuasi pada penjualan dikarenakan Batik Shalempang belum dikenal dengan baik oleh masyarakat luas karena kurangnya pengenalan merek sehingga hanya sebagian orang tertentu yang mengenal Batik Shalempang, maka dari itu pemilik Batik Shalempang terus berupaya

menghasilkan batik yang mempunyai kualitas produk yang unggul dan membangun citra merek yang baik dibenak konsumen dengan cara memperkenalkan merek Batik Shalempang melalui media sosial instagram serta mengikuti pameran batik yang diselenggarakan di kota Surabaya, Yogyakarta, Jakarta, Nganjuk, Semarang dan di Kabupaten Sampang.

Sangadji dan Sopiah (2013:120) menjelaskan “Keputusan pembelian adalah proses pemilihan dan penilaian pada suatu produk sesuai dengan kepentingan dengan menentukan pilihan yang paling menguntungkan”. Proses pemilihan produk yang dianggap paling memiliki manfaat dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pengambilan keputusan konsumen dapat mencakup keputusan bentuk produk, keputusan manfaat dan jenis, keputusan merek, keputusan jumlah, keputusan penjualnya dan yang terakhir keputusan waktu pembeliannya dan membayarnya. Keputusan pembelian konsumen bersifat unik dikarenakan kebutuhan setiap orang berbeda – beda (Soegoto dan Karamoy, 2020:122). Konsumen memiliki karakter tersendiri dalam melakukan keputusan pembelian selain itu juga memiliki segmen yang tidak sama, sehingga apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan juga berbeda.

Penelitian terdahulu terdapat faktor – faktor yang dapat, mempengaruhi keputusan pembelian, yang dilakukan oleh beberapa peneliti, diantaranya yaitu Soegoto & Karamoy (2020); Syarifah et al., (2018); Fatmaningrum et al., (2020); Magdalena & Wilzarwan (2020); Rosanti et al., (2021) yang menyatakan bahwa, kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selain itu hasil peneliti dari Solihin (2021); Habibah et al., (2018); Djatmiko & Pradana (2016); Nilasari & Saudi (2019); La Ode & Titin (2022) menyatakan bahwa, citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil berbeda

ditunjukkan oleh peneliti Supriyadi et al., (2020) dan Alfian & Dewantara (2020) menyatakan bahwa, kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selain itu hasil dari peneliti Yenni Sofiana Tambunan (2019) menyatakan hasil bahwa, citra merek tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut, berdasarkan fenomena, teori dan penelitian terdahulu yang telah dikemukakan dari latar belakang tersebut, penulis mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BATIK SHALEMPANG DI KABUPATEN SAMPANG”**

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang muncul berdasarkan latar belakang tentang pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Batik Shalempang di kabupaten sampang adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Batik Shalempang di Kabupaten Sampang ?
2. Apakah citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Batik Shalempang di Kabupaten Sampang ?
3. Apakah kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Batik Shalempang di Kabupaten Sampang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Batik Shalempang di Kabupaten Sampang.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Batik Shalempang di Kabupaten Sampang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Batik Shalempang di Kabupaten Sampang.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Untuk mengetahui sejauh mana teori yang diterima selama menempuh perkuliahan yang dapat diterapkan dalam dunia kerja dan kehidupan di masyarakat. Selain itu penelitian ini sebagai dasar studi penelitian selanjutnya

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini memberikan manfaat dan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan panduan perusahaan untuk perbaikan saat ini dan masa depan.

c. Bagi Universitas

Penelitian sebagai bahan informasi untuk penelitian selanjutnya bagi mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.

d. Bagi Peneliti lain

Memberikan gambaran dan acuan serta informasi bagi pembaca lain agar menjadi tambahan wawasan dan juga sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut.