

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik merupakan nilai filosofi yang tinggi karena motif batik yang terdiri dari flora dan fauna yang diambil dari *stilisasi* keadaan alam (Setiati, 2007:1). Batik adalah bahan kain tekstil hasil pewarnaan menurut corak-corak batik Indonesia, dengan menggunakan lilin batik sebagai zat perintang (Departemen Perindustrian Republik Indonesia, 1974:1). Kata batik secara etimologis merupakan istilah asli tradisional Jawa dari gabungan dua kata Bahasa Jawa: “*amba*” yang bermakna “menulis” dan “titik”. Istilah batik dalam Bahasa Jawa mengacu pada pengertian batik adalah teknik pewarnaan kain dengan menggunakan malam/lilin untuk mencegah pewarnaan sebagian dari kain (Kementerian Perindustrian RI Badan Pengkajian Iklim dan Mutu Industri: 2012).

Pada jaman dahulu perkembangan dunia usaha batik menjadi sangat besar. Prospek yang diberikan usaha tersebut membuat setiap orang berbondong-bondong mendirikan usaha batik tersebut. Usaha batik yang pada awalnya hanya digunakan oleh kaum kalangan atas dikarenakan batik jaman dulu hanya ada batik tulis yang memerlukan proses yang lama dalam pembuatannya bisa memakan waktu sampai sebulan untuk satu kain batik. Hal ini menjadikan harga batik menjadi mahal dan yang mampu membelinya hanya berasal dari kalangan atas. Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya kemajuan teknologi yang menyebabkan munculnya teknik pembuatan batik yang baru seperti batik cap atau printing. Proses pengerjaannya tidak memerlukan waktu lama dan dapat diproduksi dalam skala besar. Proses tersebut tidak terlalu memakan biaya yang

cukup tinggi dan dapat dijual tidak hanya untuk kalangan atas saja tetapi juga untuk kalangan menengah kebawah.

Terdapat berbagai macam jenis batik yang ada di Indonesia, seperti batik Kediri, batik Pekalongan, batik Yogyakarta, batik Mega mendung khas Cirebon, dan batik Madura yang memiliki ciri khas tersendiri. Batik Madura yang terkenal dengan motif, warna yang mencolok, dan proses produksinya. Diawali dari pemilihan kain, pencucian kain, pelorotan, menggambar motif pada kain, pembatikan pada kain, pelorotan atau pencucian, dan proses terakhir yaitu penjemuran. Ragam motif batik yang dimiliki Batik Madura antara lain belah ketupat, rajut, pucuk tombak, parang, dan aneka flora fauna. Terdapat beberapa industri batik yang berkembang di Madura, baik industri besar maupun industri kecil.

Madura memiliki beberapa jenis batik diantaranya batik Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep, dimana setiap kabupaten tersebut memiliki ciri khasnya masing-masing. Terdapat beberapa kecamatan dikawasan kabupaten Bangkalan yang menjadi sentra batik Bangkalan, salah satunya berada di kecamatan Tanjung Bumi.

Kecamatan Tanjung Bumi merupakan Kecamatan di Kabupaten Bangkalan yang menjadi sentra batik di kawasan Kabupaten Bangkalan. Sentra batik Tanjung Bumi terletak di beberapa desa diantaranya Desa Tanjung Bumi, Desa Paseseh, Desa Telaga Biru, dan Desa Macajah, keempatnya berada di wilayah Kecamatan Tanjung Bumi. Berdasarkan data dari Disperinaker, setidaknya terdapat 90 industri kecil batik Tanjung Bumi.

Tabel 1.1
Data *home industry* Batik di Kecamatan Tanjung Bumi

No.	Desa	Jumlah
1	Macajah	4

2	Telaga Biru	21
3	Paseseh	16
4	Tanjung Bumi	49
Jumlah		90

Sumber : Disperinaker Bangkalan, 2018

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa Tanjungbumi memiliki total 90 industri batik diataranya 4 di Desa Macajah, 16 di Desa Paseseh, 21 di Desa Telaga Biru, dan 49 di Desa Tanjung Bumi. Ini menunjukkan bahwa Tanjung Bumi merupakan salah satu sentra batik terbesar yang ada di kabupaten Bangkalan.

Banyaknya *home industry* yang berada di kecamatan Tanjung Bumi akan mendorong pihak UD. Merdeka Jaya bersaing mendapatkan calon pembeli melalui berbagai strategi yang tepat untuk memberi pengaruh lebih bagi para konsumen agar tidak kalah bersaing di pasaran. UD. Merdek Jaya menggunakan beberapa strategi, guna menarik konsumen agar melakukan pembelian. Salah satunya adalah meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen dan sesuai dengan kualitas produk tersebut, untuk mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Kotler dan Amstrong (2008) megatakan bahwa kualitas produk kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kualitas suatu produk mengandung berbagai tujuan, baik itu tujuan produsen maupun tujuan konsumen. Produsen menganggap kualitas suatu produk itu baik jika produk tersebut laku dan disukai di pasaran, sehingga mampu mendatangkan keuntungan yang optimal. Sedangkan konsumen akan menganggap kualiatls produk itu baik jika kebutuhan dan keinginannya terhadap produk tersebut dapat terpuaskan, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk hasil produksi suatu perusahaan merupakan

cerminan keberhasilan perusahaan dimata konsumen dalam melakukan usaha produksinya.

Bagi produsen harga adalah variabel untuk menghasilkan pendapatan dan hasil penjualan dan juga merupakan penentu bagi permintaan pasar. Dalam menentukan harga pokoknya, perusahaan harus melihat situasi pasar dan kualitas barang yang akan dijual. Harga merupakan suatu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya (Kotler dan Keller dialih bahasakan oleh Bob Sabran, 2011:4). Harga sudah menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha guna dapat memasarkan sebuah produk. Penetapan harga harus menyesuaikan dengan lingkungan demografi maupun perubahan yang terjadi pada saat persaingan begitu ketat.

Keputusan pembelian dari konsumen untuk membeli suatu barang merupakan bagian yang tidak dapat terpisahkan dari hasil produksi sebuah perusahaan. Kotler dan Amstrong (2002), menyatakan bahwa “Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk”. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Konsumen mempunyai persepsi yang beraneka ragam pada suatu produk, hal ini mendorong pemasar untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka meraih pangsa pasarnya. Keberhasilan strategi pemasaran tergantung dari kemampuan perusahaan mengkombinasikan keempat unsur *marketing mix* yaitu manfaat dari produk. Manfaat atau inti dari produk merupakan jasa hakiki yang memang dihendaki oleh konsumen.

Dari wawancara dengan pemilik UD. Merdeka Jaya ibu Sunarsih mengatakan awal dibentuknya industri ini pada tahun 2013. Tingkat penjualan toko batiknya sering mengalami penurunan, beberapa tahun terakhir ini penjualan terus menurun, banyaknya jenis motif atau corak batik yang sama dengan harga yang relatif tidak jauh berbeda dan juga banyaknya industri batik yang ada di Kecamatan Tanjung Bumi dan disekitarnya menyebabkan hal itu terjadi. Berikut bukti penjualan rumah industri batik UD. Merdeka Jaya 3 tahun terakhir.

Tabel 1.2
Data pendapatan UD.Merdeka Jaya

Bulan	2016	2017	2018
Januari	Rp 5.200.000	Rp 5.000.000	Rp 4.550.000
Februari	Rp 4.500.000	Rp 4.250.000	Rp 4.000.000
Maret	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000	Rp 4.750.000
April	Rp 4.800.000	Rp 4.450.000	Rp 4.000.000
Mei	Rp 4.800.000	Rp 4.300.000	Rp 4.100.000
Juni	Rp 4.500.000	Rp 4.150.000	Rp 3.900.000
Juli	Rp 5.600.000	Rp 5.100.000	Rp 4.600.000
Agustus	Rp 5.300.000	Rp 5.150.000	Rp 4.600.000
September	Rp 5.150.000	Rp 4.850.000	Rp 4.350.000
Oktober	Rp 6.000.000	Rp 5.700.000	Rp 4.850.000
November	Rp 5.400.000	Rp 5.250.000	Rp 4.950.000
Desember	Rp 4.000.000	Rp 3.700.000	Rp 3.450.000
Total	Rp 60.250.000	Rp 56.900.000	Rp 52.100.000

Sumber: UD. Merdeka Jaya 2019

Hasil yang ditunjukkan dari tabel laporan penjualan di atas adalah 3 tahun terakhir total penjualan batik Tanjung Bumi UD. Merdeka Jaya mengalami penurunan. Pada tahun 2016 UD. Merdeka Jaya mendapatkan total penjualan sebesar Rp.60.250.000. tahun 2017 menurun sebesar Rp.56.900.000. tahun berikutnya yaitu tahun 2018 mengalami lagi penurunan penjualan sebesar Rp.52.100.000,-

Manajemen UD. Merdeka Jaya telah meningkatkan kualitas produknya dan menyesuaikan harga dengan keadaan ekonomi yang terjadi saat ini guna meningkatkan daya saing dan untuk meningkatkan penjualan. Apabila konsumen telah merasa harga dari batik tersebut sesuai dengan kualitasnya maka akan mendorong konsumen melakukan keputusan pembelian.

Dari beberapa penjelasan yang telah disebutkan di atas, banyaknya pesaing dengan produk sejenis dengan harga yang sama mengakibatkan penjualan semakin menurun, sehingga kualitas produk dan harga dijadikan sebagai strategi untuk datangnya calon konsumen serta melakukan keputusan pembelian. Jadi hal ini menarik untuk diteliti, sehingga judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tanjungbumi UD. Merdeka Jaya”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka permasalahan yang menjadi rumusan adalah sebagai berikut:

Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian batik Tanjung Bumi UD. Merdeka Jaya?

- 1) Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian batik Tanjung Bumi UD. Merdeka Jaya?
- 2) Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian batik Tanjung Bumi UD. Merdeka Jaya?
- 3) Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian UD. Merdeka Jaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan di atas maka tujuan dan maksud dilakukannya penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui dan meneliti pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap keputusan pembelian batik Tanjung Bumi UD. Merdeka Jaya.
- 2) Untuk mengetahui dan meneliti pengaruh secara parsial harga terhadap keputusan pembelian batik Tanjung Bumi UD. Merdeka Jaya.
- 3) Untuk mengetahui dan meneliti pengaruh secara simultan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian batik Tanjung Bumi UD. Merdeka Jaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap hasil penelitian ini bisa memberikan manfaat yang berguna bagi semuanya, manfaat yang diperoleh antara lain:

- 1) Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat menambah literatur serta referensi yang dapat dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa yang akan mengambil permasalahan serupa dengan penelitian ini.
- 2) Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kualitas produk dan harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
- 3) Sebagai informasi atau masukan bagi pengelola UD. Merdeka Jaya dsalam melakukan inovasi yang berkaitan dengan kualitas produk dan harga sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen dan yang diinginkan konsumen