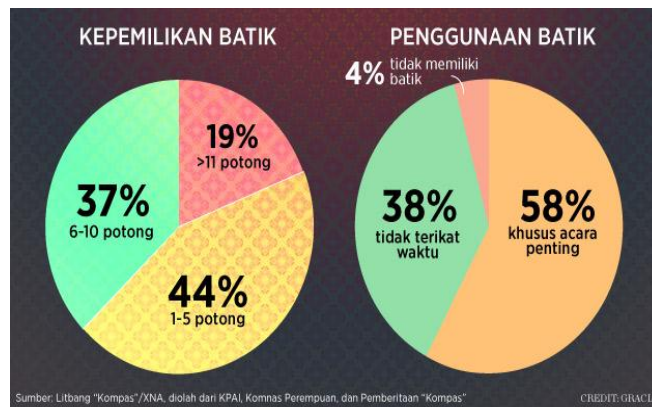


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Batik merupakan salah satu budaya asli Indonesia yang telah ditetapkan oleh UNESCO sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Herittage of Humanity*) sejak 2 Oktober 2009. Batik Indonesia memiliki beragam corak dan memiliki ciri khas daerah. Oleh karena itu, masyarakat Indonesia harus mulai memperhatikan tentang batik, agar budaya Indonesia dapat dilestarikan. Berikut merupakan data pengguna batik dan kepemilikan batik di daerah Yogyakarta (sumber:litbang, “kompas”).



Gambar 1.1 kepemilikan dan penggunaan batik

Berdasarkan gambar 1.1 diketahui bahwa pengguna batik meningkat. Namun, permasalahan yang kini dihadapi adalah diketahui 58% pengguna batik hanya khusus acara penting, seperti perkawinan dan acara formal lainnya. Sedangkan pengguna batik yang tidak terikat waktu hanya 38%. Pulau Madura sebagai salah satu sentra batik di Indonesia harus dapat mengatasi permasalahan tersebut agar produk batik dapat dipakai diberbagai situasi dan kondisi.

Perkembangan dunia *fashion* sekarang ini mengalami kemajuan pesat. Hal tersebut dapat mempengaruhi penggunaan dan pemakaian batik. Secara usia, orang tua di Indonesia cenderung lebih merasa nyaman menggunakan pakaian tradisional seperti batik, tetapi untuk usia muda lebih sering menggunakan gaya *fashion* barat atau korea. Remaja cenderung bergaya hidup dengan mengikuti mode masa kini. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut mengeluarkan berbagai cara yang kreatif dan inovatif, agar dapat mengangkat kain batik menjadi lebih

trendi sehingga para remaja dapat tertarik dan menyukai produk batik. Banyak kalangan remaja beranggapan bahwa produk batik tersebut identik dengan acara tradisional, tua, dan kuno.

Persaingan pasar yang semakin ketat akan mempengaruhi pelaku usaha dalam mempelebar pangsa pasar. Untuk dapat mempertahankan persaingan tersebut maka produsen dituntut untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Penelitian ini difokuskan pada “Keputusan Pembelian Produk Batik Pada Pangsa Pasar Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Remaja dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura yang berusia 19 tahun hingga 23 tahun. Untuk menyelesaikan permasalahan penelitian ini menggunakan regresi logistik. Analisis regresi logistik digunakan untuk mengetahui variabel yang mempengaruhi signifikan dalam keputusan pembelian produk batik tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disimpulkan masalah pokok yang terdapat dalam penelitian adalah:

1. Apa saja faktor-faktor yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian produk batik di Bangkalan Madura?
2. Faktor manakah yang berpengaruh paling signifikan pada keputusan konsumen dalam pembelian produk batik di Bangkalan Madura?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk batik di Bangkalan Madura
2. Mengetahui faktor yang paling signifikan dalam keputusan konsumen dalam pembelian produk batik di Bangkalan Madura.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi UKM penelitian ini diharapkan dapat mengetahui faktor- faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan

pembelian batik, sehingga dapat menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan minat konsumen (Remaja) pada batik.

2. Memberikan pengetahuan tentang batik sebagai warisan kebudayaan Indonesia yang perlu dilestarikan

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Trunojoyo Madura tahun ajaran 2016/2017.
2. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berusia 19 tahun sampai 23 tahun dan pernah membeli produk batik.