

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Semakin berkembangnya usaha saat ini, kemampuan perusahaan dituntut untuk lebih cermat dalam persaingan bisnis. Jika perusahaan ingin tetap eksis dalam persaingan, maka perusahaan harus memperhatikan salah satu fungsi pokoknya yaitu pemasaran. Fenomena persaingan di era globalisasi akan semakin mengarahkan sistem perekonomian negara maupun ke mekanisme pasar yang pada akhirnya memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut pangsa pasar. Dalam melaksanakan pemasaran yang baik, produsen harus mengetahui dahulu apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga produk yang ditawarkan akan sesuai dengan permintaan konsumen.

Pada dasarnya kebutuhan dan keinginan konsumen selalu mengalami perubahan bahkan cenderung meningkat dari waktu ke waktu maka perusahaan perlu mengadakan suatu riset pemasaran dalam usahanya untuk mengetahui produk apa yang sebenarnya dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan banyak dipengaruhi oleh persepsinya terhadap *price*, *product*, *promotion*, *place* (*marketing mix*) yang telah diterapkan oleh perusahaan selama ini (Kotler, 2005:214).

Produk merupakan hal yang penting dalam menjalankan perusahaan, karena tanpa produk perusahaan tidak dapat menjalankan apapun dari bisnis itu sendiri. Tidak lepas dari strategi perusahaan dalam menciptakan produk yang

berkualitas dimata konsumen. Kualitas produk adalah hal yang paling diperhatikan oleh konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Kualitas produk berhubungan dengan upaya pengembangan produk yang tepat bagi pasar dan konsumen. Dalam menjalankan sebuah bisnis, produk barang harus memiliki kualitas yang baik dan dengan harga yang sesuai.

Harga memiliki hubungan dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi (Kotler dan Amstrong, 2005:187), oleh karena itu para pengusaha harus jeli dalam menetapkan harga produknya ke pasar agar produk tersebut sukses di pasar.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan membeli adalah inovasi, dimana inovasi produk merupakan pusat dari keberhasilan suatu bisnis, dimana sebagai perusahaan yang menerapkan struktur dan strategi yang memusatkan pemilihan waktu pengembangan teknologi persaingan (Cooper dalam Suseno, 2004:11). Di era perdagangan bebas dan persaingan global ini, memaksa setiap perusahaan untuk siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat dan konsumen yang semakin kritis dalam memilih produk, menuntut perusahaan untuk lebih inovatif dalam menghasilkan suatu produk, dengan kata lain perusahaan harus mampu menawarkan produk baru yang berbeda dan jauh lebih baik dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk, inovasi akan menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen. Inovasi harus mampu membuat produk berbeda di mata konsumen sehingga

konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk pesaing. Jika perusahaan dapat memperhatikan desain serta membuat inovasi baru maka pelanggan akan merasa puas dalam menggunakan produk tersebut. Penelitian yang dilakukan Charles, et al. (2002: 30) menunjukkan bahwa inovasi merupakan bagian dari kerangka kerja yang menghubungkan aspek budaya perusahaan dengan kemampuan berinovasi serta meningkatkan kinerja perusahaan melalui keputusan membeli konsumen. Demikian juga penelitian Tamamudin (2012:283) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan inovasi produk terhadap keputusan membeli, semakin tinggi inovasi produk maka semakin tinggi keputusan membeli.

Persaingan dalam usaha batik saat ini semakin ketat. Hal tersebut ditandai dengan perdagangan bebas AFTA ditahun 2003 dan pemberlakuan perjanjian perdagangan bebas (FTA) ASEAN-China sejak Januari 2010 lalu, kini sudah mulai berdampak. Membanjirnya produk tekstil batik China membuat produk batik tulis, printing dan cetak para pengusaha batik lokal terjepit. Dampak dengan adanya pemberlakuan perjanjian perdagangan bebas (FTA) ASEAN-China dirasakan pula pada usaha batik tulis Madura.

Batik merupakan salah satu warisan budaya bangsa Indonesia yang mempunyai nilai seni tinggi. Penetapan batik sebagai warisan budaya asli Indonesia oleh UNESCO membuat masyarakat Indonesia mulai tertarik kembali untuk menggunakan batik. Kondisi ini, mendorong para produsen batik berlomba-lomba untuk menciptakan desain, dan serta motif batik yang bervariasi. Sementara itu konsumen semakin jeli dalam memilih batik terutama dari kualitas. Kualitas dapat dilihat dari ketahanan warnanya yang tidak mudah luntur. Ada beberapa daerah penghasil batik di Indonesia seperti batik Pekalongan, batik

Madura, batik Solo, batik Jogja dan masih banyak lagi. Motif batik pun mempunyai ke khasan dari masing-masing daerah di Indonesia, begitu pula dengan batik Madura.

Menurut DISPERINDAG Jawa Timur (2013) “Batik telah memiliki nilai ekonomi yang tinggi,” Total industri kerajinan batik Jawa timur yang tercatat di Disperindag sebanyak 191 sentra industri kecil dan menengah yang tersebar di kabupaten atau kota. Industri batik dikelompokkan dengan industri bordir, tenun dan produk tekstil. Jumlah unit usaha tercatat sebanyak 5.926 tenaga kerja sebanyak 21.000 orang lebih. Total nilai produksi tidak kurang Rp 243 miliar setahun. Komoditi pengungkit perekonomian Jawa Timur menurut Disperindag salah satunya adalah industri kecil batik, beberapa kota yang berpotensi sebagai industri kreatif batik adalah kabupaten Magelang, Pacitan, Trenggalek, dan Bangkalan. Dari beberapa kota atau kabupaten yang berpotensi sebagai industri kecil batik di Madura adalah Kabupaten Bangkalan.

Batik tulis Madura juga merupakan salah satu identitas budaya Madura. Madura memiliki 4 kabupaten yaitu Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep. Yang mempunyai sentra batik dan memproduksi batik ada 3 Kabupaten yaitu Bangkalan, Pamekasan dan Sumenep. Dari ketiga daerah tersebut mempunyai ciri khas batik dari daerah masing-masing. Berikut adalah data sentra batik yang ada di Madura :

Tabel 1.1
Data Sentra batik di Madura
Tahun 2015 – 2016

Tahun	Kabupaten	Jumlah usaha (unit)	Jumlah lembar batik
2015	Sumenep	39	620
	Pamekasan	378	435.700
	Bangkalan	560	870.000
2016	Sumenep	45	750
	Pamekasan	550	480.900
	Bangkalan	649	900.900

Sumber: Disperindag Jawa Timur

Data di atas menunjukkan jumlah sentra batik yang tersebar di tiap Kabupaten yang ada di Madura. Jumlah unit usaha batik terbesar di Madura berada di Kabupaten Bangkalan pada Tahun 2016 yaitu berjumlah 649 unit usaha batik tulis. Dari tahun 2015 sampai 2016 data pengrajin batik mengalami peningkatan. Sentra batik di Kabupaten Bangkalan tersebar di beberapa kecamatan yaitu kecamatan Tanjung Bumi, Kecamatan Kokop, Kecamatan Burneh, Kecamatan Blega, Kecamatan Socah dan beberapa daerah yang lain.

Secara umum karakteristik batik Madura cenderung menyajikan warna yang cerah dan tajam seperti warna biru, kuning, merah dan hijau daun. Warna yang dihasilkan pada kain terbuat dari bahan pewarna alami yang berasal dari alam, seperti mengkudu dan tingi digunakan sebagai warna merah. Sedangkan daun tarum digunakan untuk pewarna biru, serta kulit munda yang ditambah tawas memberikan efek warna hijau pada kain batik Madura. Proses perendaman kain batik Madura dilakukan untuk menentukan tingkat terang dan gelapnya warna dihasilkan, lama perendaman kain batik Madura biasanya antara

1-3 bulan. Selain untuk menentukan gelap terang kain juga bertujuan untuk membuat warna kain batik Madura lebih tahan lama.

Ragam motif batik Madura diambil dari motif binatang, tumbuhan, juga motif kombinasi merupakan kreasi para pembatiknya. Batik Madura memiliki 2 jenis motif batik, yaitu motif batik pesisiran dan motif batik pedalaman. Motif batik pesisiran mempunyai motif dan warna yang cenderung berani, disisi lain batik pedalaman cenderung bergaya klasik dengan ornamen utama warna gelap. Salah satu ciri khas lain yang dimiliki batik Madura adalah munculnya garis-garis dominan yang tersaji dalam satu desain batiknya. Setiap desain batik Madura memiliki makna cerita dan filosofi unik untuk mempresentasikan kehidupan sehari-hari batik Madura.

Di wilayah Pamekasan motif batiknya menggunakan warna yang relatif cerah dan tajam seperti motif batik *Sekarjagat*, *matahari*, *Keong Mas* dll. Beberapa motif batik Pamekasan sudah didaftarkan hak paten seperti motif batik *Sakereh*, *Keraben Sapeh*, *Padih-kepa*, *Kempeng Saladeri* dan *Manik-manik*. Di wilayah Sumenep motif batiknya kebanyakan menggunakan satu warna saja meskipun tetap memiliki nuansa warna yang cukup cerah. Pada tahun 1970 batik Sumenep mulai bangkit kembali dengan motif unggulan yaitu motif ayam dengan warna dasar merah untuk menunjukkan ciri khas dari batik Madura itu sendiri. Di wilayah Bangkalan terkenal dengan motif batik pesisiran tepatnya di daerah Tanjung Bumi. Dikarenakan Tanjung Bumi merupakan salah satu kecamatan yang ada di wilayah pantai utara kabupaten Bangkalan. Eksotisme batik Madura yang diciptakan menggunakan teknik khusus dengan nama Batik gentongan. Lebih dari 1000 motif batik tercipta di Bangkalan, nama motif yang tercipta

sangat erat kaitannya dengan ciri khas warga Madura dengan nama batiknya seperti *banjar ramo, rongterong, rawan, perkaper, panca warna dan serat kayu*.

Dahulu batik hanya digunakan saat ada acara tradisional atau acara adat, pernikahan atau hari-hari tertentu. Seiring berkembangnya zaman batik mulai dikenal luas dan dimodifikasi sedemikian rupa mengikuti zaman. Seperti dijadikan pakaian, hiasan dinding, taplak meja, bahkan sudah banyak peragaan model yang mengharuskan mengkreasikan batik sedemikian rupa hingga diperagakan dan diperlombakan. Bahkan pemerintah sudah menetapkan tanggal 2 Oktober sebagai Hari Batik Nasional. Sekarang batik sudah di apresiasi dan dijaga kelestariannya. Batik sekarang menjadi sebuah kebanggaan bagi semua orang. Hal ini menunjukkan bahwa batik sudah menjadi kebanggaan bagi orang yang menggunakannya. Dengan banyaknya permintaan pasar yang meningkat penghasil batik dan penjual batik semakin banyak, peningkatan penjualan yang terjadi tiap tahunnya perlu dimanfaatkan produsen untuk meningkatkan produksi batik tulis Madura. Kualitas produk setiap lembar batik harus diperhatikan oleh produsen agar konsumen dapat melakukan pembelian ulang atas produk yang dijual. Karena jika kualitas produk baik maka konsumen juga tidak akan ragu mengeluarkan uangnya untuk membeli batik dengan kualitas terbaik. Dilapangan harga batik sangat bervariasi mulai dari harga terendah yaitu Rp. 75.000,- sampai yang tertinggi yaitu Rp.10.000.000,-. Maka para produsen harus hati-hati dalam menetapkan harga produknya ke pasar agar produk tersebut sukses di pasaran.

Responden dalam penelitian ini adalah Dosen dan karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Setiap dosen atau karyawan pasti memiliki baju Batik sebagai seragam kantor. Dosen dan karyawan di

Fakultas Ekonomi dan Bisnis rata-rata umurnya diatas 25 tahun. Di usia yang dewasa selera untuk menggunakan Batik lebih besar dibandingkan anak muda. Bapak-bapak atau ibu-ibu mempunyai minat yang tinggi untuk membeli sebuah batik dengan kualitas terbaik. Hal itu dikarenakan batik seperti menjadi identitas si pemakai. Batik juga pas saat dipakai menghadiri pesta atau acara resmi lainnya maka dari itu memiliki batik adalah salah satu kebutuhan sandang masyarakat Indonesia.

Hasil wawancara terhadap seorang bapak yang bernama Sunaryo seorang PNS yang bekerja di salah satu kantor pemerintahan Kabupaten Bangkalan beliau berpendapat bahwa harga tidak jadi masalah jika kualitas produk dari Batik Tanjung Bumi memang benar-benar bagus dan memuaskan. Seorang perempuan yang saya temui bernama ibu Satiya berpendapat bahwa menginginkan Batik yang kualitas bagus dengan inovasi yang terbaru dan bisa didapat dengan harga yang tidak terlalu mahal.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK MADURA” (*Survey pada Dosen dan Karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura*)

1.2 RUMUSAN MASALAH

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik Madura?
2. Apakah Inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik Madura?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik Madura?
4. Apakah Kualitas produk, Inovasi produk, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian batik Madura?
5. Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik Madura?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik Madura.
2. Untuk mengetahui apakah Inovasi Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik Madura.
3. Untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik Madura.
4. Untuk mengetahui apakah Kualitas produk, Inovasi produk, dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian batik Madura.
5. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling Dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik Madura.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1. Penelitian ini diharapkan bagi penulis dapat menambah wawasan pengetahuan dan pola pikir penulis untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah kualitas produk, inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian.