

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Batik adalah bentuk kerajinan yang mempunyai nilai seni tinggi dan telah menjadi bagian dari budaya Indonesia sejak lama. Batik memiliki nilai filosofi yang tinggi karena motif batik yang terdiri dari flora dan fauna yang diambil dari stilisasi keadaan alam “(Setiati, 2007)”.

Batik merupakan salah satu dari jenis dari seni grafis tradisional dalam seni terapan dimana hal ini menggunakan media kain, lilin sebagai baha dasar dan zat pewarna dari alam untuk mempercantik tampilan unsur batik batik itu sendiri. Menurut etimologi kata batik berasal dari bahasa jawa yaitu “ambhatik” dimana kata “amba” yang berarti lebar, luas, kain; sedangkan kata titik berarti titik atau “matik”. Istilah batik yang berarti menghubungkan titik-titik menjadi suatu gambarpada kain yag luas atau lebar. Batik juga memepunyai pengertian segala sesuatu yang berhubungan denga membuat titik-titik tertentu pada kain mori. Dalam bahasa jawa sendiri batik ditulis dengan “bhatik” yang mengacu pada huruf “tha” yang menunjukkan bahwa batik adalah rangakaian dari titik-titik yang membentuk gambar tertentu. Batik sangat identik dengan suatu tehnik atau proses dari mulai penggambaran motif hingga pelodoran. Salah satu cri khas batik adalah dengan penggambaran motif pada kain yang menggunakan proses pemalaman, yaitu denga cara menggoreskan malam (lilin) yang ditempatka pada wadah yang bernama canting dan cap. Batik dalam bahasa jawa yang mengacu pada pengertian batik adalah teknik (proses) pewarnaan kain dengan menggunakan

malam (lilin) untuk mencegah pewarnaan sebaigia dari kain. “(Kementerian Perindustrian RI Badan Pengkajian Iklim dan Mutu Industri:2012)”.

Perkembangan batik di Indonesia yang awalnya merupakan kebanggaan kraton atau kerajaan sehingga akhirnya menyebar luas hingga kini. Pada tanggal 02 Oktober 2009, yaitu merupakan salah satu hari yang penting untuk kebudayaan Indonesia, terutama batik. Karena pada hari itu batik di akui secara langsung sebagai warisan budaya yang berasal dari Negara Indonesia. Pengakuan batik sebagai warisan dunia berlaku sejak Badan PBB untuk penidikan, keilmuan dan kebudayaan atau UNESCO menetapkan batik sebagai salah satu warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan Nonbendawi. (*Masterpiece of The Oral and Intangible Heritage of Humanity*). UNESCO juga mengakui bahwa batik sebagai warisan dunia karena memenuhi kriteria, anatara lain kaya dengan simbol serta makna filosofi kehidupan rakyat Indonesia. Dengan adanya pengakuan dari UNESCO membuat batik menjadi semakin diakui oleh dunia. Citra batik semakin terangkat. Sejak itu batik tidak dilihat sebelah mata mata dan merupakan pakaina adat atau pakaian yang bersifat formal, tua dan kaku, lebih jauh batik saat ini digemari oleh semua kalangan mulai dari anak – anak hingga usia dewasa.

Pada zaman dulu perkembangan usaha dunia batik semakin besar. Karena prospek yang dihasilkan usaha batik tersebut membuat stiap orang berbondong-bondong untuk mendirikan usaha batik tersebut. Sehingga usaha batik pada awalnya hanya digunakan kaum kalangan atas dikarenakan batik pada jaman dulu hanya ada batik tulis yang proses pembuatannya memerlukan waktu yang cukup lama dan bisa memakan waktu satu bulan untuk satu kain batik. Hal ini yang menyebabkan harga batik saat itu sangat mahal dan orang yang mampu membelinya hanya berasal dari kalangan atas.

Seiring berkembangnya teknologi, saat ini telah tersedia jenis *printing* bermotif batik, yaitu bahan tekstil bermotif batik yang dihasilkan melalui proses sablon dimana batik *printing* lebih memiliki warna warni yang lebih mencolok dibandingkan batik tulis yang memiliki warna lebih muda karena proses perintang dengan canting yaitu menutup pola motif kain dengan lilin atau malam. Sistem produksi ini dapat menghasilkan tekstil bermotif batik secara massal dalam waktu singkat, dan mampu dijual dengan harga yang relatif murah dibandingkan batik cap atau batik tulis. Sehingga semua kalangan bisa membelinya dari semua kalangan yaitu kalangan atas, menengah dan kalangan bawah.

Terdapat berbagai macam dan jenis batik yang ada di Indonesia, seperti batik Yogyakarta, batik Pekalongan, batik Kediri, batik Mega Mendung khas Cirebon dan batik Madura yang memiliki ciri khas tersendiri. Yaitu banyaknya garis yang mendominasi desainnya. Batik tulis Madura yaitu memiliki cerita dan filosofi unik yang merepresentasikan kehidupan sehari-hari masyarakat Madura. Dengan keanekaragaman motif batik tulis dan warna yang khas dan berbeda dengan daerah lainnya yang menjadikan batik tulis Madura sebagai media masyarakat untuk menunjukkan identitasnya.

Madura memiliki beberapa jenis batik tulis, diantaranya batik tulis Kabupaten Bangkalan Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan dan Kabupaten Sumenep, dimana setiap kabupaten tersebut memiliki ciri khas tersendiri. Di Kabupaten Bangkalan sendiri terdapat beberapa kecamatan yang memproduksi dan menjual batik tulis, diantaranya berada di kecamatan Tanjung Bumi dan kecamatan Burneh. Hal tersebut bisa dilihat semakin menjamurnya toko batik tulis di sepanjang jalan menuju kota Bangkalan dari arah Surabaja. Rata-

rata toko batik menawarkan beragam motif batik tulis dari semua jenis batik tulis yang ada di Madura.

Tabel 1. 1 Data *home industry* Batik di kecamatan Burneh

No	Desa	Jumlah
1	Burneh	9
2	Tonjung	6
Jumlah		15

Sumber : Badan Pusat Statistik Bangkalan 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahawa kecamatan Burneh memiliki total 15 *home industri* batik tulis yang tersebar didua desa, 9 di Desa Burneh dan 6 di Desa Tonjung. Berdasarkan keterangan diatas menunjukkan bahwa kecamatan Burneh adalah salah satu kecamatan yang memproduksi dan menjual batik tulis yang berada di Kabupaten Bangkalan.

Banyaknya toko batik tulis yang ada di kecamatan Burneh akan mendorong pihak manajemen UD. Belva Batik Tulis Madura untuk bersaing mendapatkan calon pembeli dengan menggunakan berbagai strategi yang tepat untuk dapat mempengaruhi para calon pembeli atau konsumen untuk melakukan pembelian dan juga tidak kalah bersaing dalam pemasaran. UD Belva Batik Tulis Madura melakukan beberapa strategi, untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian. Oleh karena itu untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan salah satu strategi yang digunakan yaitu meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen dan dengan kualitas produk yang baik atau sesuai untuk mendorong konsumen agar dapat melakukan keputusan pembelian.

UD. Belva Batik Tulis Madura terletak di jalan Raya Tunjung kecamatan Burneh kabupaten Bangkalan, salah satu toko batik Madura yang mampu menjual serta mampu memabawa hasil karya pengrajin batik sampai mencuat kepasar nasional maupun internasional yang ada di Kabupaten Bangkalan. Disana menyediakan berbagai jenis batik tulis khas Madura. Tidak sedikit wisatawan lokal bahkan wisatawan internasional yang singgah untuk membeli batik tulis di UD. Belva batik tulis madura, karena disana menyediakan berbagaimacam batik dari seluruh kabupaten yang ada di Madura. UD. Belva batik tulis madura selain menjual, memproduksi dan juga membuka kursus membatik untuk usian dini dikawasan kecamatan Burneh dan sekitarnya atau sebagai pengrajin batik tulis sendiri, hal tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen yang diharapkan. Banyak kalangan pejabat yang sudah mengetahui dan mengunjungi UD. Belva batik tulis madura salah satunya yaitu keluarga besar Presiden Jokowi Widodo dan juga keluarga bapak Tito Karnavian Kapolri Republik Indonesia.

Hasil dari wawancara dengan pendiri atau pemilik UD. Belva Batik Tulis Madura yaitu: Ibu Husnun Hikmah mengatakan awal beridirinya toko batik Madura ini pada tanggal 10 Juni 2009. Tingkat penjualan toko batik belakangan ini mengalami penurunan, untuk tahun ini penjualan batik sangat berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya, dan banyaknya penjual batik di Kecamatan Burneh dan sekitarnya dengan corak, motif yang sama dan harga yang tidak jauh berbeda mengakibatkan terjadinya penurunan penjualan tersebut. Berikut adalah bukti penjualan toko batik Madura UD. Belva Batik Tulis Madura dalam kurun waktu 3 tahun terakhir.

Tabel 1. 2 Data pendapatan UD.Belva Batik Tulis Madura

Bulan	2018	2019	2020
Januari	Rp 132.750.000	Rp 79.330.000	Rp 104.663.000
Februari	Rp 91.750.000	Rp 103.251.000	Rp 98.708.000
Maret	Rp 98.897.000	Rp 83.780.000	Rp 311.761.000
April	Rp 115.268.000	Rp 72.581.000	Rp 21.580.000
Mei	Rp 141.576.000	Rp 109.354.000	Rp 15.020.000
Juni	Rp 102.155.000	Rp 97.050.000	Rp 16.055.000
Juli	Rp 130.618.000	Rp 88.251.000	Rp 78.731.000
Agustus	Rp 98.268.000	Rp 159.300.000	Rp 119.595.000
September	Rp 106.057.000	Rp 203.804.000	Rp 136.431.000
Oktober	Rp 95.190.000	Rp 232.974.000	Rp 117.307.000
November	Rp 121.960.000	Rp 101.280.000	Rp 197.181.000
Desember	Rp 156.371.000	Rp 86.025.000	Rp 106.489.000
Total	Rp 1.390.560.000	Rp 1.416.980.000	Rp 1.323.489.000

Sumber: UD Belva Batik Batik Tulis Madura 2021

Tabel diatas adalah hasil laporan penjualan dalam 3 tahun terakhir ini dengan total penjualan batik Madura UD. Belva batik tulis Madura mengalami penurunan pada tahun 2021. Pada tahun 2018 UD. Belva batik tulis Madura mendapatkan total penjualan Rp 1.390.560.000. pada tahun 2019 UD. Belva batik tulis Madura mengalami peningkatan penjualan dengan pendapatan total penjualan Rp 1.416.980.000. sedangkan pada tahun 2020 UD Belva Batik Batik Madura mengalami penurunan pendapatan dengan total penjualan Rp 1.323.489.000

Dari uraian diatas penyebab terjadinya penurunan pendapatan pada tahun 2020 UD. Belva batik tulis Madura disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya diantaranya musim nikah, musim wisuda dan pesanan kain batik untuk seragam dinas pemerintahan dan menurunnya kunjungan wisata batik oleh masyarakat yang di akibatkan pandemi covid-19 dan pembatasan berskala besar yang dikeluarkan peraturan pemerintah Nomor 21 tahun 2020 yang membatasi pergerakan masyarakat dan barang yang mengharuskan berdiam diri dirumah.

Hal ini juga berdampak terhadap terbatasnya operasional UMKM seperti UD. Belva batik tulis Madura yang berkurangnya konsumen berbelanja secara langsung dibandingkan hari-hari biasa. Pandemi covid-19 sangat berdampak dengan adanya pergeseran dan perubahan pola pembelian konsumen. Namun sekarang ini karena adanya pembatasan dan peraturan pemerintah untuk tidak keluar rumah, maka secara langsung konsumen tidak memungkinkan untuk berlama-lama diluar rumah. Pelaku usaha juga harus menyesuaikan diri dan mengkondisikan produk dan jasa. Perlu adanya perbaikan kualitas produk dan harga untuk dapat menarik konsumen.

Kualitas produk juga menjadi bagian dari strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Perusahaan yang menggunakan kualitas produk sebagai alat strategi akan mempunyai keunggulan dalam bersaing terhadap pesaing-pesaingnya dalam menguasai pasar. Karena tidak semua perusahaan mampu mencapai superioritas. Salah satu usaha yang dilakukan pihak manajemen UD. Belva batik tulis Madura untuk mempertahankan konsumennya yaitu dengan cara meningkatkan kualitas produknya baik dalam segi motif batik dan pewarnaannya sehingga konsumen akan tetap melakukan pembelian produk batik yang dihasilkan tersebut.

Kotler dan Amstrong (2008) “mengatakan 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 memandang bahwa kualitas dari suatu produk dikatakan baik jika produk tersebut laku dan disukai dipasaran, sehingga mampu mendatangkan keuntungan yang

tinggi. Sedangkan konsumen akan memandang jika produk itu mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya terhadap produk tersebut dapat terpuaskan, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk hasil dari produksi suatu perusahaan merupakan salah satu cerminan keberhasilan perusahaan diamata konsumen dalam melakukan kegiatan 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 para pelaku usaha, penetapan harga harus disesuaikan dengan lingkungan demografis dan proses persaingan yang sangat sempit atau bisa dikatakan persaingan yang ketat sehingga menghasilkan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian yaitu perilaku konsumen yang digunakan untuk merencanakan barang-barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhannya. Bagi produsen keputusan konsumen merupakan pertimbangan yang sangat penting untuk diperhatikan, karena kegagalan menangkap informasi dapat mempengaruhi sukses atau tidaknya penjualan produk yang dihasilkan produsen tersebut. 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 beberapa permasalahan diatas, dengan banyaknya pesaing produk batik dan harga yang sama mengakibatkan penjualan batik UD Belva Batik Tulis Madura yang mengalami peningkatan dan penurunan penjualan, sehingga kualitas produk dan harga dijadikan sebagai strategi untuk menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Maka hal ini menarik untuk diteliti, sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Madura UD. Belva Batik Batik Madura”**.

1.2 Rumusan Masalah

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

- 1) Apakah kualitas produk berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian batik tulis madura UD. Belva Batik Tulis Madura?
- 2) Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian batik batik tulis madura UD. Belva Batik Tulis Madura?
- 3) Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian UD. Belva Batik Tulis Madura?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dipaparkan di atas maka tujuan dan maksud dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui dan meneliti pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap keputusan pembelian batik tulis madura UD. Belva Batik Tulis Madura.
- 2) Untuk mengetahui dan meneliti pengaruh secara parsial harga terhadap keputusan pembelian batik tulis madura UD. Belva Batik Tulis Madura.
- 3) Untuk mengetahui dan meneliti pengaruh secara simultan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian batik tulis madura UD. Belva Batik Tulis Madura.

1.4 Manfaat penelitian

Secara teoritis dan praktis, penelitian ini diharapkan agar dapat bermanfaat untuk:

1. Manfaat teoritis
 - a. Memberikan informasi yang bermanfaat kepada pelaku usaha yang memiliki permasalahan yang terkait dengan penelitian ini.
 - b. Memberikan ilmu dan pengetahuan terutama dibidang pemasaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.
 - c. Memberikan kontribusi berupa informasi dan masukan untuk peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Manfaat praktis

- a. Penelitian dapat memberikan informasi tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan atau melakukan pembelian UD. Belva Batik Tulis Madura.
- b. Penelitian ini dapat memberikan masukan untuk pemilik UD. Belva Batik Tulis Madura yang berupa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan atau melakukan pembelian di UD. Belva Batik Tulis Madura tersebut, sehingga dapat meningkatkan pendapatan.