

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang telah dikagumi dan dikenal luas di seluruh dunia. Batik merupakan karya seni yang begitu indah dan penuh dengan filosofi dalam setiap bentuk motifnya. Batik dapat digolongkan sebagai ekspresi budaya tradisional dari masyarakat lokal yang diwariskan secara turun-temurun dan merupakan warisan budaya yang sangat berharga. Oleh karena itu batik harus dijaga dan dilestarikan. Pada tahun (2009) UNESCO (United National Educational, Scientific, and Cultural Organisation) telah menyatakan bahwa batik sebagai warisan budaya tak benda yang dihasilkan oleh Indonesia. Hal ini yang membuat semangat para pengrajin untuk meningkatkan terus produk batik mereka.

Selain dari pada itu fungsi batik yang semakin berkembang turut serta menjadi motivasi para pengrajin batik. Batik telah mengalami banyak perkembangan karena pencampuran budaya, situasi sosial, dan pengaruh luar antar daerah. Semakin meningkatnya perkembangan terhadap batik dapat dilihat dari semakin banyaknya konsumen yang tertarik terhadap batik. Batik yang awalnya digunakan oleh keluarga keraton di Jawa, kini semakin diminati oleh masyarakat, bukan hanya kalangan menengah keatas, pejabat, ibu-ibu negara dan sebagainya, melainkan diminati juga berbagai kalangan termasuk juga remaja. Dengan demikian semakin banyaknya kalangan yang tertarik terhadap batik, maka permintaan terhadap batik semakin meningkat

sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Tjiptono (dalam Novel Apriyani Montolalu,dkk, 2021) Keputusan Pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mencari informasi mengenai suatu produk atau merek, lalu mempertimbangkan dengan baik sehingga dapat memutuskan untuk melakukan pembelian. Dalam memilih suatu produk, konsumen harus mempertimbangkan unsur-unsur yang terdapat pada sebuah produk, seperti desain, warna, ukuran, kemasan dan lain-lain, serta atribut yang tidak berwujud yaitu harga, pelayanan, dan kualitas. Pada masa sekarang, telah banyak modifikasi dan pengembangan teknik pembuatan batik dengan mengikuti perkembangan dan kemajuan teknologi. Namun demikian, masih ada sekelompok tertentu pengrajin batik yang masih mempertahankan teknik pembuatan secara tradisional.

Salah satu keunggulan dalam persaingan sebuah produk adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Kualitas produk adalah tingkatan mutu yang diharapkan untuk memberikan hasil yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan konsumen (Tjiptono (dalam Muhammad Afif,dkk.) 2022). Namun fenomena yang terjadi dengan kualitas produk pada Sanggar Batik Kembang Mayang adalah memiliki motif yang beragam serta memiliki variasi warna yang berbeda sehingga berpengaruh terhadap peningkatan keputusan pembelian.

Tabel 1.1 Daftar Alat dan Bahan Produk Sanggar Batik Kembang Mayang

No.	Alat dan Bahan	Keterangan
1.	Kompor	Digunakan untuk memanaskan malam (lilin) dengan panas.
2.	Wajan kecil	Digunakan sebagai wadah untuk melelehkan malam
3.	Canting	Digunakan untuk menulis/menorehkan malam cair pada kain. Ada 3 ukuran canting yang umum digunakan dalam membatik, yaitu: <ol style="list-style-type: none"> a. Canting Cekek, memiliki diameter cucuk yang kecil, digunakan untuk membuat isen-isen (garis/titik-titik). b. Canting Klowong, memiliki diameter cucuk sedang, digunakan untuk membuat kerangka motif batik. c. Canting Tembok, memiliki diameter cucuk yang besar, digunakan untuk nembok (menutup bidang yang luas dengan malam).
4.	Malam	Adalah lilin khusus yang digunakan untuk membatik sebagai perintang warna.
5.	Kain	Biasanya menggunakan kain yang berasal dari serat alam seperti katun atau sutera.

Tabel 1.2 Proses Membatik

No.	Keterangan
1.	Menggambar motif pada kain. Dilakukan dengan menjiplak motif yang sudah ada, dengan cara meletakkan gambar dibawah kain, lalu salin diatas kain.
2.	Mencanting. Dilakukan dengan cara menorehkan malam cair pada kain yang sudah digambar dengan menggunakan canting. Posisi memegang canting harus diperhatikan agar malam tidak menetes pada kain. Posisi duduk juga harus diperhatikan dengan tangan kanan yang memegang canting harus menghadap ke kompor.
3.	Mewarnai kain. Dilakukan dengan teknik colet (mengoleskan pewarna ke kain dengan kuas/melukis) dan teknik celup. Teknik colep bahan pewarna langsung dikuas pada permukaan kain, sedangkan teknik celup memasukkan kain ke dalam larutan pewarna.
4.	Mengunci warna (Fiksasi). Dilakukan untuk memastikan warna yang sudah ada di kain tidak luntur.
5.	Melepas warna (Ngelorod). Merupakan proses menghilangkan malam, dengan cara merebus kain dalam air mendidih sehingga semua malam terlepas dari kain.

Penelitian yang dilakukan oleh Shinta Prawita Sari (2017), menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Kumambang (2017), menyatakan bahwa variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sanggar Batik Kembang Mayang merupakan sebuah usaha industri batik dalam pembuatan batik di Tangerang yang terletak di Jl. Mayang II, RT.001/RW.007, Larangan Selatan, Kec. Larangan, Kota Tangerang. Batik yang dihasilkan yaitu batik tulis dan batik cap. Selain menjual kain batik, mereka juga menjadikan sanggar batik sebagai tempat edukasi bagi pelajar maupun orang dewasa untuk belajar membuat batik. Produk batik yang dihasilkan oleh sanggar batik kembang mayang saat ini masih dalam jumlah yang kecil. Hal ini karena kurangnya tenaga kerja untuk memproduksi batik dan persaingan usaha yang sama. Saat ini yang dilakukan oleh Sanggar Batik Kembang Mayang yaitu menyusun strategi pemasaran yang tepat agar sanggar batik kembang mayang tetap berjalan.

Pengaruh harga juga sangat penting bagi suatu produk selain dari segi kualitas produk. Harga bagi perusahaan adalah untuk menghasilkan keuntungan dari suatu produk yang dijual. Menurut Haryanto dalam Christy,, Jacklin Gerung,, Jantje Sepang,, Sjendry Loindong (2017) menyatakan bahwa harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan dalam memperdagangkan barang dan jasa guna memuaskan keinginan konsumen.

Tabel 1.3 Data Penjualan Batik Kembang Mayang

No.	Tahun	Penjualan		Total Penjualan
		Batik Tulis	Batik Cap	
1.	2018	9.600.000	13.450.000	23.050.000
2.	2019	19.750.000	26.950.000	46.700.000
3.	2020	27.250.000	32.050.000	59.300.000
4.	2021	17.300.000	23.800.000	41.100.000
5.	2022	36.150.000	42.600.000	78.750.000

(Sumber : Data Pengusaha Batik Kembang Mayang 2022)

Dari table diatas diperoleh fenomena bahwa ketidakstabilan jumlah penjualan yang berpengaruh pada pendapatan yang diperoleh. Pada tahun 2018, 2019, 2020 tingkat penjualan Batik Kembang Mayang selalu mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 penjualan sebesar Rp. 23.050.000 (dua puluh tiga juta lima puluh ribu rupiah). Pada tahun 2019 penjualan sebesar Rp. 46.700.000 (empat puluh enam juta tujuh ratus ribu rupiah). Pada tahun 2020 penjualan sebesar Rp. 59.300.000 (lima puluh Sembilan juta tiga ratus ribu rupiah). Sedangkan pada tahun 2021 penjualan mengalami penurunan yaitu Rp.41.100.000 (empat puluh satu juta seratus ribu rupiah) hal ini dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yang berdampak pada aktivitas dan penjualan di Sanggar Batik Kembang Mayang. Dan pada tahun 2022 penjualan kembali meningkat sebesar Rp. 78.750.000 (tujuh puluh delapan juta tujuh ratus lima puluh ribu rupiah). Dengan adanya peningkatan penjualan membuktikan bahwa Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Batik Kembang Mayang sangat mempengaruhi.

Untuk rata-rata penjualan per pcs untuk batik tulis dijual dengan harga Rp. 450.000 (empat ratus lima puluh ribu rupiah) sampai dengan Rp.850.000 (delapan ratus lima puluh ribu rupiah) sedangkan untuk batik cap dijual per pcs

dengan harga Rp. 150.000 (seratus lima puluh ribu rupiah) sampai dengan Rp. 350.000 (tiga ratus lima puluh ribu rupiah). Memang untuk peningkatan rata-rata penjualan tidak terlalu besar hal, ini disebabkan karena sumber daya manusianya yang sedikit yaitu hanya 5 orang.

Selain pada fenomena harga diatas, terdapat juga beberapa perbandingan harga di sanggar batik lainnya seperti tabel 1.4 sebagai berikut:

Tabel 1.4 Daftar Perbandingan Harga Sanggar Batik Kembang Mayang

No.	Nama Perusahaan	Harga	
		Batik Cap	Batik Tulis
1.	Batik Pekalongan	Rp. 210.000	Rp. 675.000
2.	Batik Amarillis	Rp. 200.000	Rp. 700.000
3.	Batik Palbatu	Rp. 200.000	Rp. 700.000
4.	Batik Kembang Mayang	Rp. 150.000	Rp. 450.000

Sumber: dikelola oleh peneliti, 2022.

Terlihat perbedaan harga dari berbagai macam penjual batik, dimana Sanggar Batik Kembang Mayang masih memegang harga yang sangat terjangkau untuk dapat menarik minat konsumen. Kebutuhan batik untuk saat ini memang cukup tinggi. Banyak karyawan yang saat ini memakai batik karena setiap perusahaan biasanya mewajibkan karyawannya untuk memakai batik di hari-hari tertentu dan batik banyak dipakai pula untuk acara-acara tertentu seperti: pernikahan, rapat besar, dan lain-lain. Hal itulah yang menyebabkan batik diminati oleh setiap orang, baik orang tua, remaja dan anak-anak. Sedangkan untuk harga dapat disesuaikan dengan kemampuan membeli si pemakai. Untuk batik-batik tersebut memiliki kualitas yang berbeda-beda semakin bagus bahan yang digunakan dan semakin tinggi tingkat kesulitan pembuatan maka batik tersebut akan semakin tinggi harganya, contohnya : batik tulis, batik ini hanya

dibuat berdasarkan pemesanan sedangkan untuk pembuatannya membutuhkan waktu antara 2 minggu - 4 minggu. Sedangkan batik yang memakai bahan biasa dan tidak memerlukan tingkat kesulitan tinggi dalam pembuatannya harga akan relative terjangkau, seperti batik cap. Banyak batik-batik yang disesuaikan dengan kualitas dan harga yang terjangkau, sehingga mudah untuk kita mendapatkan batik tersebut. Oleh karena itu sudah banyak kita lihat bahwa batik sudah banyak di pakai oleh masyarakat.

Unsur terakhir yang menentukan keputusan pembelian adalah promosi. Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi untuk memberikan penjelasan guna meyakinkan calon konsumen terkait suatu produk agar melakukan keputusan pembelian. Menurut Lakasana (2019:129), promosi merupakan suatu komunikasi terkait produk yang dijual untuk menyampaikan keunggulan dari produk tersebut. Fenomena terkait promosi sanggar batik kembang mayang, fenomena yang terjadi adalah meningkatnya penjualan melalui social media, meliputi media wa, media instagram, dan melalui event-event yang diadakan secara langsung kepada konsumen. Menurut hasil dan penelitian Harahap (2018) sebagai peneliti sebelumnya, menyimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian oleh April Sugianto (2019) menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena masalah dalam latar belakang penelitian ini dan masih terdapatnya perbedaan hasil penelitian sebelumnya, maka peneliti mengambil penelitian ini dengan judul: **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SANGGAR BATIK KEMBANG MAYANG.**

B. Rumusan Masalah

Sebagaimana yang telah dijelaskan di latar belakang, untuk dapat mencapai tujuan penelitian, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk, Harga dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Sanggar Batik Kembang Mayang?
2. Apakah Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Sanggar Batik Kembang Mayang?
3. Apakah Harga secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Sanggar Batik Kembang Mayang?
4. Apakah Promosi secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Sanggar Batik Kembang Mayang?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Sanggar Batik Kembang Mayang secara simultan.
- b. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Sanggar Batik Kembang Mayang secara parsial.
- c. Untuk mengetahui Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Sanggar Batik Kembang Mayang secara parsial.

- d. Untuk mengetahui Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Sanggar Batik Kembang Mayang secara parsial.

2. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

a. Bagi peneliti

Dalam penelitian ini peneliti berharap dapat menambah pengetahuan, serta menjadi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana.

b. Bagi Akademis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang baik dan bermanfaat bagi pembaca serta dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai keputusan pembelian konsumen.

c. Bagi Perusahaan

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Sanggar Batik Kembang Mayang, kiranya menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan penjualan produk batik.