

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki keberagaman budaya. Indonesia tercatat sebagai salah satu negara paling kaya akan ragam budaya di dunia. Beberapa budaya Indonesia yang sudah diakui oleh dunia dan sudah tercatat oleh UNESCO adalah wayang, angklung, keris, tari saman, reog ponorogo, tari kecak, tari barong dari bali, sendra tari ramayana, tari pendet, batik, lagu sayang-sayange, dan lagu jali-jali (Badriya, 2017). Diantara banyaknya budaya Indonesia yang telah diakui dunia, salah satu aspek budaya tersebut adalah batik. Batik adalah sehelai kain yang dibuat secara tradisional dan terutama juga digunakan dalam mantra tradisional, memiliki beragam corak hias dan pola tertentu yang pembuatannya menggunakan teknik celup rintang dengan lilin batik sebagai bahan perintang warna (Dullah, 2002).

Hampir seluruh masyarakat Indonesia tidak asing dengan batik dan mempunyai kain batik untuk dipakai. Bahkan warga negara asing pun juga tidak asing lagi dengan yang namanya batik, mereka mau mempelajari dan menyisihkan sejumlah uang mereka untuk mengoleksi kain batik yang berasal dari Indonesia. Batik sendiri di nobatkan oleh UNESCO sebagai salah satu warisan kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) sejak 2 Oktober 2009 lalu (Galih, 2017).

Walaupun batik terkesan sebagai warisan budaya, namun batik tidak pernah ketinggalan dan berhenti berkembang. Batik selalu mengikuti zaman dan kebudayaan masyarakat yang membuatnya. Batik pada mulanya digunakan sebagai selendang namun saat ini sudah banyak dijadikan sebagai baju, celana, rok, tas, dan peralatan lainnya yang dapat dimanfaatkan dari batik. Sehingga seluruh kalangan dapat menggunakan batik dengan berbagai fungsi yang sudah dikembangkan dan di sesuaikan dengan berbagai kebutuhan masyarakat.

Batik tidak hanya berasal dari pulau Jawa dan Kalimantan, hampir seluruh daerah Nusantara juga sudah memiliki batik dengan motif khas daerahnya masing-masing. Ada juga yang berasal dari ranah minangkabau yang dinamakan dengan Batik Tanah Liek (Liat). Batik tanah liek ini merupakan warisan dari minangkabau yang hampir punah pada masa penjajahan jepang. Nama batik tanah liek ini memang jarang dikenal oleh sebagian masyarakat karena tergerus oleh penggunaan songket dan sulaman dari Sumatera Barat. Batik ini sempat hilang dan hampir punah dari peredaran terutama di daerahnya sendiri. Tetapi pada tahun 1995 batik tanah liek ini dilestarikan kembali oleh Wirda Hanim seorang pengusaha wanita asal Kabupaten Tanah Datar (Rinaldi, 2017).

Dilihat dari penamaannya, batik tanah liek ini menggunakan tanah liat sebagai pewarnanya disamping kulit jengkol, kulit rambutan, dan gambir (Nasbahri, 2013). Dengan penggunaan zat warna dari alam, hal ini menjadikan batik sebagai produk yang bernilai ekonomi tinggi. Bahkan, pengembangan zat warna alam turut mengurangi impotasi zat warna sintetik pada kain yang dapat membahayakan bagi penggunaannya. Sehingga dengan hal tersebut, dapat terlihat

bahwa batik tanah liak merupakan produk yang berkualitas karena pada proses pewarnaannya berasal dari alam. Kualitas merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk kebutuhan yang dinyatakan/disampaikan ataupun tersirat (Kotler, 2012).

Kualitas yang ada pada batik ini berbeda-beda karena produksi batik tanah liak berada di tiga daerah di Sumatera Barat yakni Kota Padang, Kabupaten Dharmasraya, dan Pesisir Selatan yang masing-masing daerah ini menampilkan corak batik yang berbeda sesuai dengan daerahnya. Namun pada dasarnya motif batik tanah liak adalah sirih dalam carano, kucing tidur, kerang sungai, batuang kayu, tari piriang, kipas, dan rangkiang. Motif-motif ini terus dikembangkan oleh pembuat batik yang bertolak kepada lingkungan pembuatannya seperti di daerah Padang membuat motif rumah gadang dan jam gadang. Sedangkan untuk daerah Dharmasraya muncul motif batik pohon karet dan bunga sawit (Nasbahri, 2013).

Budaya adalah salah satu faktor yang mendasari keinginan dan perilaku seseorang, karena budaya merupakan kumpulan dari nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, serta perilaku yang dipelajari oleh seseorang dari keluarga ataupun lembaga penting lainnya (Dimara, 2011). Dengan kembalinya batik tanah liak, memungkinkan konsumen khususnya masyarakat minangkabau untuk dapat mempertahankan, melestarikan serta mengembangkan batik tanah liak ini sehingga dapat dikenal lebih luas hingga ke manca negara.

Belum lama ini, di adakan sebuah acara festival yaitu Minang Culture Festival 2018 yang merupakan festival budaya Minang yang diselenggarakan oleh Ikatan Mahasiswa Minang (IMAMI-UI), dimana dengan diadakannya festival ini

adalah dalam rangka upaya pelestarian budaya dan mengenalkan budaya Minangkabau di daerah perantauan (Azra dan Hans, 2018). Dengan adanya festival tersebut terbukti bahwa masyarakat minang sangat mencintai budaya mereka dengan menggelar acara festival di daerah perantauan yaitu di Jakarta.

Kualitas warna dari kain batik tanah liak yang terbuat dari bahan alami dan aman digunakan akan meningkatkan nilai tambah pada batik tanah liak. Sehingga dapat membangun persepsi yang lebih kuat oleh konsumen mengenai kualitas dari batik tanah liak yang berguna untuk meningkatkan niatnya untuk membeli batik tanah liak. Minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian (Kotler dan Keller, 2009).

Menurut Aaker (1997), persepsi kualitas merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa yang sama dengan maksud yang diharapkan. Persepsi terhadap suatu produk akan menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan produk mana yang akan mereka beli. Jika persepsi terhadap suatu produk tinggi maka konsumen akan tertarik dan berminat untuk membeli produk tersebut dengan mengevaluasi kembali informasi-informasi yang telah konsumen dapat sebelumnya.

Minat beli akan suatu produk dapat tumbuh dan dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap suatu produk, apakah produk tersebut memiliki kualitas yang baik atau tidak. Tidak luput juga faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen juga didasari oleh nilai atau norma budayanya atau biasa disebut sebagai etnosentrisme. Apabila seseorang menganggap budaya sangat penting,

maka kecintaannya terhadap produk dalam negeri bahkan budayanya sendiri akan semakin tinggi pula. Sehingga persepsi kualitas suatu produk dapat diperkuat dengan sikap etnosentris yang dimiliki oleh konsumen tersebut.

Etnosentrisme adalah pandangan dimana kelompok sendiri sebagai pusat dari segala sesuatu dan kelompok lain di ukur serta di pandang berdasarkan rujukan atau standar kelompoknya sendiri, setiap kelompok tersebut memupuk kebanggaan dan kesombongan terhadap kelompoknya, membanggakan dirinya sebagai superior, mengagungkan Tuhan mereka, dan melihat serta memandang rendah kelompok lain diluar kelompok mereka (Shimp dan Sharma,1987).

Salah satu alasan penguat sifat entosentris seorang konsumen ialah Selendang batik tanah liak menjadi penyambut para tamu delegasi Asian *Games* 2018 saat sampai di Bandara Internasional Minangkabau (BIM). Setiap perwakilan delegasi akan dikalungkan selendang batik tanah liak (Maharani, 2018). Dipilihnya selendang batik tanah liak sebagai penyambut para delegasi perwakilan Asian *Games* 2018, adalah sebagai bentuk langkah Pemerintah Provinsi Sumbar untuk mempromosikan kerajinan tradisional khas Minangkabau.

Dengan meningkatkan promosi yang dilakukan oleh batik tanah liak, maka dapat menggeser citra produk-produk impor dimata konsumen sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen akan produk hasil Minangkabau. Dahulu, batik tanah liak menjadi bagian dari cara berpakaian para penghulu, niniak mamak dan bundo kanduang di Minangkabau, sehingga menjadi suatu hal yang wajar jika batik tanah liak menjadi elitis dan barang mahal (Herwandi, 2018).

Kini pemakaian batik tanah liok tidak hanya berkisar sebagai selendang ataupun baju, banyak kalangan anak muda yang memanfaatkan batik ini untuk mendukung penampilannya dengan berbagai paduan dan cara memakai kain batik yang beragam, mulai dari dijadikannya sebagai rok, celana pants, *outer* bahkan dijadikan tas yang sering di bawa kemana-mana. Dengan cara tersebut, kalangan anak muda minangkabau secara tidak sadar sudah termasuk kedalam orang-orang yang melestarikan dan cinta akan warisan minangkabau.

Pentingnya sikap etnosentris pada konsumen merupakan hal yang sangat baik untuk mempertahankan dan melestarikan budaya apalagi pada perkembangan zaman yang sangat pesat ini, dimana banyak produk-produk luar yang dijual dan dipasarkan di Indonesia. Keinginan yang timbul untuk melestarikan budaya sendiri dapat berdampak baik bagi perkembangan ekonomi daerah karena berkurangnya konsumsi akan produk-produk luar yang datang ke Indonesia. Sikap etnosentrisme yang ada pada konsumen dapat mendorong konsumen untuk membeli produk-produk lokal mereka dan mengurangi mengkonsumsi produk yang berasal dari luar atau sering dikenal dengan produk impor karena kualitas yang dihasilkan produk lokal juga tidak kalah bagusnya dengan produk luar.

Dari uraian diatas, penulis tertarik untuk mengangkat tema ini sebagai objek penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli dengan Konsumen Etnosentrisme sebagai Variabel Moderator”** Studi pada Batik Tanah Liok Minangkabau.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kualitas mempunyai hubungan yang signifikan terhadap minat beli batik tanah liok?
2. Apakah etnosentrisme dapat memoderasi pengaruh hubungan persepsi kualitas terhadap minat beli batik tanah liok?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini, maka penelitian ini mempunyai tujuan:

1. Untuk mengidentifikasi hubungan yang signifikan antara persepsi kualitas terhadap minat beli batik tanah liok.
2. Untuk mengidentifikasi apakah etnosentrisme dapat memoderasi pengaruh hubungan persepsi kualitas terhadap minat beli batik tanah liok.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian dan penyusunan skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan acuan atau sebagai bahan referensi bagi penelitian lain, mengenai persepsi kualitas dan pengaruhnya terhadap minat beli serta konsumen etnosentrisme dalam memoderasi hubungan persepsi kualitas dengan minat beli.

2. Manfaat praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan yang dapat bermanfaat bagi pengusaha atau pengrajin batik, khususnya kepada pengusaha/pengrajin Batik Tanah Liek Minangkabau mengenai pentingnya persepsi kualitas terhadap minat beli dan konsumen etnosentrisme sebagai moderasi terhadap hubungan persepsi kualitas dengan minat beli.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Teoritis

Ruang lingkup teoritis pada penelitian ini dibatasi pada teori minat beli, persepsi kualitas, dan etnosentrisme.

1.5.2 Ruang Lingkup Konseptual

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai pengaruh persepsi kualitas terhadap minat beli dengan konsumen etnosentrisme sebagai variabel moderator survei pada batik tanah liek minangkabau.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berisi tentang landasan teori mengenai variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode yang digunakan, operasionalisasi variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Memuat analisis hasil penelitian mengenai masalah yang dibahas yaitu tentang pengaruh persepsi kualitas terhadap minat beli dengan etnosentrisme sebagai variabel moderator.

BAB IV PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, implikasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran.