

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kebudayaan merupakan unsur berharga dalam suatu negara. Salah satu warisan budaya Indonesia yang keberadaannya telah diakui oleh dunia adalah batik. Hal ini dapat dilihat dari batik Indonesia masuk kedalam daftar UNESCO ( *United National Education Scientific and Cultural Organization*) tepatnya pada tanggal 2 Oktober 2009. Adanya pengakuan dari UNESCO membuat batik semakin diakui oleh dunia. Dengan diakuinya batik sebagai warisan dunia, maka menjadi tanggung jawab kita bersama untuk menjaga, melestarikan, mengembangkan dan memajukan batik Indonesia.

Kata “batik” berasal dari kata “ambatik” yang artinya kain yang memiliki banyak titik, yang dimana akhiran tik diartikan titik. Kata batik juga berasal dari bahasa Jawa yaitu “tritik”. Kata batik terdiri dari dua kata yaitu “amba” yang bermakna “menulis” dan “titik” bermakna titik. Batik adalah sebuah teknik menghias diatas kain yang memiliki nilai, makna dan simbol budaya yang dituangkan ke dalam kain, atau dapat diartikan sebagai sebuah proses yang mempunyai nilai dari kain yang bermotif. Batik merupakan budaya khas bangsa Indonesia yang dikenal sejak zaman dahulu yang diwariskan turun temurun hingga sekarang dan batik salah satu kerajinan khas Indonesia yang bernilai jual tinggi.

Batik sudah ada sejak zaman kerajaan Majapahit dan sudah ada pada saat penyebaran ajaran agama islam pada Pulau Jawa. Hal ini dimuat dalam buku yang berjudul “Keeksotisan Batik Jawa Timur” karya Yusak Anshori dan Adi Kusrianta, dalam buku ini menyatakan bahwa para pedagang Gujarat menjual kain katun dan sutera, bukan hanya menjual kain mereka juga turut memperkenalkan mengenai batik di Pulau Jawa. Pendapat ini sejalan dengan GP Rouffaer, beliau menyatakan teknik membatik diajarkan oleh pedagang India pada abad 6 atau 7 di Pulau Jawa (Kemenlu.id 2019).

Menurut Prasetyo (2016) teknik pembuatan batik ada 2 diantaranya sebagai berikut:

1. Batik tulis

Merupakan suatu teknik pembuatan batik dengan cara menghias sebuah kain dengan corak kain batik menggunakan tangan, yang dimana pembuatan batik jenis ini memerlukan waktu kurang lebih 2 sampai 3 bulan.

2. Batik cap

Merupakan teknik pembuatan batik dengan menggunakan cup, biasanya menggunakan alat yang terbuat dari tembaga, proses pembuatan batik dengan cara ini hanya memerlukan waktu 2 sampai 3 hari.

Perkembangan batik saat ini dapat dikatakan pesat dan minat masyarakat juga meningkat, dulu batik identik dengan pakaian resmi,

namun sekarang dengan perkembangan yang terjadi batik sudah dapat digunakan baik untuk acara yang sifatnya formal maupun non formal. Batik sudah dikenal dari sabang sampai meroke dengan berbagai jenis dan keberagaman bentuknya yang masing-masing daerah memiliki ciri khas batik tersendiri. Saat ini industri batik telah mencapai 47.000 unit usaha yang tersebar di 101 sentra dan telah menyerap tenaga kerja lebih dari 200 ribu orang (kemenperin.go.id 2020).

Menurut menteri perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita dalam sambutan acara pembukaan hari batik nasional beliau menyatakan industri batik dinilai mampu membantu perekonomian nasional, ini dibuktikan dari sumbangsuhnya terhadap devisa pada pencapaian ekspor pada periode bulan Januari-Juli tahun 2020 sebesar USD21,45 juta ini terjadi peningkatan jika dibandingkan dengan tahun 2019 senilai 17,99 juta (kemenperin.go.id 2020). Hal ini tentu membuktikan bahwasanya batik Indonesia mempunyai potensi ekspor yang berdaya saing tinggi dalam pasar Internasional.

Di samping itu, diharapkan proses produksi batik di Indonesia semakin efektif dan efisien kedepannya, sehingga daya saing dari industri batik akan semakin meningkat. Artinya industri batik harus mampu menciptakan berbagai inovatif, kreasi guna melestarikan dan mengembangkan industri batik, baik dari segi kualitas maupun proses pemasarannya. Dengan demikian industri batik memiliki peluang cukup

besar untuk dapat mengembangkan pasarnya, baik dalam maupun pasar luar negeri.

Berbicara mengenai batik, penghasil batik yang dikenal dengan keberagaman produk-produknya yaitu batik minang yang berasal dari Provinsi Sumatera Barat. Sumatera Barat memiliki ragam batik minang yang unik, dimana mereka memproduksi batik yang menggambarkan tentang ciri khas dan filosofi kehidupan orang Minangkabau. Corak yang digunakan dalam batik minang diantaranya berupa tari piring, kerbau pedati, rumah gadang dan malin kundang.

Salah satu batik minang yang terkenal yaitu batik tanah *liek*. Dinamakan batik tanah *liek* karena proses pembuatan menggunakan tanah *liek* sebagai bahan utama dalam pewarnaan batiknya sendiri. Batik tanah *liek* milik masyarakat Sumatera Barat yang dulu menjadi pakaian adat yang dipakai oleh pengulu dan bundo kanduang. Dilansir dari Okezone.com, batik tanah *liek* sudah ada semenjak kerajaan pagaruyung yang berada di daerah Batusangkar, Sumatera Barat pada abad 16, akan tetapi baru delapan tahun kebelakang ini batik tanah *liek* mulai kembali dikembangkan (Sunandar 2012).

Dalam penelitian ini jenis teknik pembuatannya yaitu batik tulis, artinya ditulis atau dibuat langsung menggunakan tangan. Dikarenakan proses pembuatan batik tulis ini memakan waktu yang cukup lama yaitu 2 sampai 3 bulan maka nilai jual batik tanah *liek* ini tinggi. Wawancara yang dilakukan dengan salah satu pemilik toko batik tanah *liek* yang berada di

daerah Kabupaten Solok, pemilik toko mengatakan harga batik tanah *liek* dimulai dari kisaran harga Rp.485.000 hingga jutaan. Hal ini menunjukkan harga jual dari batik tanah *liek* ini cukup mahal.

Pada website Liputan6petang menyebutkan batik tanah *liek* ini diproduksi dan dikembangan di 3 daerah Sumatera Barat yaitu Tanah Datar, Dhamasraya dan Pesisir Selatan (Liputan6dotcom 2019). Setiap motif pada batik tanah *liek* memiliki filosofi dan makna, motif dari batik tanah *liek* seperti kucing lalok, jam gadang, kaluak paku dan itiak pulang patang dan motif abstrak lainnya yang dimana menceritakan tradisi dari adat minangkabau itu sendiri.

Dalam proses pembelian batik tanah *liek* keputusan pembelian merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh konsumen. *Purchase decision* (keputusan pembelian) adalah salah satu cara yang dilakukan oleh seorang konsumen dalam melakukan kegiatan pembelian baik itu barang atau jasa, yang digunakan dalam mendapatkan *product quality* (kualitas produk) yang baik. Untuk menimbulkan keputusan pembelian, perusahaan harus berfokus kepada unsur-unsur yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh para konsumen. Unsur tersebut diantaranya berbicara mengenai kualitas produk, *price perception* atau bagaimana persepsi harga sesuai dengan kemampuan konsumen dan yang terakhir mengenai promosi.

Pada saat sekarang konsumen dihadapkan dengan berbagai pilihan produk yang masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Dengan

pemasaran yang semakin ketat, tingkat persaingan yang tinggi tentu peran kualitas produk juga semakin besar. Apalagi saat sekarang konsumen sudah pintar dan cermat dalam menentukan pilihan mereka sesuai dengan kemampuan dan kebutuhannya sendiri. Kondisi yang terjadi saat ini tentu perusahaan harus mampu melakukan upaya dengan berbagai strategi agar dapat menguasai pasar dengan meningkatkan dan mengembangkan kualitas produk. Bagi batik tanah *liek* kualitas produk adalah faktor penting untuk dapat menarik perhatian konsumen.

Ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Brata et al. 2017) salah satu hal mutlak yang diinginkan oleh seorang konsumen yaitu membeli suatu barang tentu dengan kualitas produk yang baik, sedangkan menurut (Sakai et al. 2013) menyatakan kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian dari Imaningsih, (2018) terdapat pengaruh positif antara produk kualitas dengan keputusan pembelian dan memiliki tingkat korelasi yang kuat, artinya apabila kualitas suatu produk meningkat maka akan menghasilkan suatu keputusan pembelian yang tinggi juga. Hal ini tentu memperkuat bahwa kualitas produk signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu price perception. Price perception (persepsi harga) merupakan penilaian yang dilakukan oleh konsumen mengenai harga, yang dimana harga yang ditawarkan oleh penjual dapat diterima atau tidak (Lee et al. 2013). Penelitian yang dilakukan oleh (Efdison et al., 2018) menyatakan

persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan menggunakan harga, perusahaan dapat menghadapi para pesaing yang berada di pasar. Pada umumnya ketika konsumen melakukan pembelian, mereka akan melakukan perbandingan harga antara satu toko ke toko yang lain, ini merupakan salah satu upaya untuk melakukan keputusan pembelian.

Faktor berikut yang menentukan keputusan pembelian adalah suatu kegiatan yang dapat membujuk dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk atau jasa, yang dimana pembelian pada produk dan jasa dapat dilakukan terus-menerus oleh konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Taiwo et al., (2017) promosi mempengaruhi keputusan pembelian pada produk di PT Jaya Swarasa Agung yang dimana pada penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara promosi dengan keputusan pembelian. Dengan adanya promosi tentu sangat membantu suatu perusahaan untuk memasarkan produk khususnya pada batik tanah *liek*.

Penelitian yang dilakukan Larasati et al. (2019) menyebutkan media promosi yang dilakukan oleh para pengrajin batik tanah *liek* masih terbatas, sedangkan menurut Sobarsyah, Muhammad. (2017) menyatakan batik tanah *liek* kurang kompetitif dan belum memiliki daya saing yang kuat. Hal ini mungkin dikarenakan masih banyaknya masyarakat yang kurang mengetahui akan keberadaan batik tanah *liek* yang berasal dari Sumatera Barat. Jadi bagaimana cara batik tanah *liek* ini tetap bertahan dan

bersaing dikondisi masyarakat lebih mengenal batik lain dibanding batik tanah *liek* ini.

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan fenomena tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai masalah *product quality*, *price perception* dan *promotion* pada produk batik tanah *liek*. Untuk itu pada penelitian ini penulis mengambil judul penelitian “Pengaruh *Product Quality*, *Price Perception* dan *Promotian* Terhadap *Purchase Decison*”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, didapat rumusan penelitian, yaitu?

1. Bagaimana pengaruh *product quality* terhadap *purchase decision* pada konsumen produk batik tanah *liek*?
2. Bagaimana pengaruh *price perception* terhadap *purchase decision* pada konsumen produk batik tanah *liek*?
3. Bagaimana pengaruh *promotion* terhadap *purchase decision* pada konsumen produk batik tanah *liek*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *product quality* terhadap *purchase decision* pada konsumen produk batik tanah *liek*.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *price perception* terhadap *purchase decision* pada konsumen produk batik tanah *liek*.

3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *promotion* terhadap *purchase decision* pada konsumen produk batik tanah *liek*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan menambah pengetahuan kepada produsen tentang *product quality*, *price perception* dan *promotion* terhadap *purchase decision* pada konsumen produk batik tanah *liek*.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, dapat menambah wawasan mengenai *product quality*, *price perception* dan *promotion* terhadap *purchase decision*.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dengan topik yang sama

## 1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

### 1.5.1 Ruang Lingkup Konseptual

Peneliti memfokuskan penelitian hanya pada topik: Pengaruh *Product Quality*, *Price Perception* dan *Promotion* terhadap *Purchase Decision* pada produk Batik Tanah *Liek*. Hal ini dimaksudkan agar peneliti dapat fokus terhadap satu hal, sehingga data yang didapat valid, spesifik, dan lebih mendalam serta dapat mempermudah peneliti dalam menganalisis data yang diperoleh.

### 1.5.2 Ruang Lingkup Konstekstual

Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang telah membeli produk batik tanah *liek*.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Pembahasan penelitian dibagi mejadi 5 bab dengan sistematika sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitia, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN LITERATUR**

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang menjadi dasar, acuan dari teori yang digunakan dalam menganalisis penelitian, ini mencangkup landasan teori dan sistematika peulisan.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan paradigma penelitian, objek penelitian, subyek penelitian, etika pengumpulan data, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisa data.

#### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan mengenai isi pokok dari penelitian yang berisikan deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan saerta implementasi hasil penelitian sehingga dapat diketahui hasil analisis yang diteliti.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berikan kesimpulan penelitian implikasi keterbatasan serta saran guna kepentingan penelitian kedepannya.

