

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik buatan Indonesia sudah terkenal ke seluruh pelosok dunia. Batik Indonesia tidak hanya sekedar batik, melainkan mengandung makna simbolik yang melambangkan ciri khas dari setiap daerah di Indonesia. Bangsa Indonesia adalah bangsa yang besar dan terdiri dari banyak suku. Dari beragam suku tersebut muncullah beragam adat-istiadat, budaya, dan kultur lainnya. Salah satu unsur budaya yang ada di Indonesia adalah batik. Batik secara historis berasal dari suku Jawa. Batik yang dibuat memiliki motif dan warna sesuai ciri khas daerah masing-masing. Itulah sebabnya, motif dan warna batik beraneka ragam.

Besarnya potensi industri batik membuat negeri tirai bambu menjadi pemain yang tak bisa diremehkan. Pengusaha dan pengrajin batik lokal dituntut mampu berinovasi agar tak tersingkir. Selain itu usaha batik di Indonesia selalu mengikuti perkembangan pasar batik di dunia, sehingga pelanggan tidak akan berpindah ke batik luar negeri.

Pada saat ini Batik sudah menjadi fashion di kalangan masyarakat di Indonesia. Batik mulai menjadi pakaian formal pada acara resmi, Batik telah menjadi identitas masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia harus melestarikan batik untuk generasi selanjutnya, agar pakaian batik tetap menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia dan kebanggaan Indonesia.

Data harga per unit Batik Tanah Liek Tahun 2018 dapat dilihat pada tabel

1.1 berikut ini :

Tabel 1.1
Data Harga Per Unit Batik Tanah Liek
Tahun 2018

No	Kategori Penjualan	Harga (Rp)
1.	Batik Standar	600.000,-
2.	Pesanan Khusus	1.200.000,-
3.	Batik Premium	2.100.000,-
4.	Batik Tenun	2.700.000,-

Sumber: Industri Kerajinan Batik Tanah Liek

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan harga per unit dari kategori penjualan kain Batik Tanah Liek. Pada kain batik kategori standar harga per unit Rp 600.000. Untuk kain batik kategori pesanan khusus harga per unit ditetapkan dengan harga Rp 1.200.000. Pada kain batik dengan kategori premium seharga Rp 2.100.000 untuk setiap unitnya, dan untuk kategori batik tenun dengan harga per unitnya Rp 2.700.000.

Selanjutnya, data penjualan Batik Tanah Liek Tahun 2018 dapat dilihat pada tabel 1.2 dapat dilihat, berikut ini :

Tabel 1.2
Data Penjualan Batik Tanah Liek
Tahun 2018

Bulan	Kategori				Total Penjualan (Rp)
	Batik Standar	Pesana Khusus	Batik Premium	Batik Tenun	
Januari	5	12	6	2	35.400.000
Februari	6	8	8	4	40.800.000
Maret	10	5	6	7	43.500.000
April	7	11	5	5	41.400.000
Mei	4	5	8	3	33.300.000
Juni	16	-	10	7	49.500.000
Juli	12	14	8	5	54.300.000
Agustus	20	13	13	-	54.900.000
September	14	10	7	5	48.600.000
Oktober	10	15	5	1	46.800.000
November	7	20	3	1	37.200.000
Desember	10	15	-	4	34.800.000
Total	121	128	79	44	520.100.000

Sumber: Industri Kerajinan Batik Tanah Liek

Berdasarkan pada tabel 1.2 penjualan Batik Tanah Liek selama tahun 2018 berfluktuasi. Pada periode bulan Januari sampai bulan Maret 2018 terjadi peningkatan penjualan tetapi pada bulan April dan Mei terjadinya penurunan. Berbeda dengan halnya pada bulan Juni sampai Agustus 2018 terjadi peningkatan penjualan hingga sebesar Rp 54.900.000, tetapi pada bulan September sampai Desember 2018 terus mengalami penurunan penjualan.

Selanjutnya dilakukan survei awal pada 30 orang konsumen Batik Tanak Liek di Kota Padang. Data survei awal dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut ini :

Tabel 1.3
Survei Awal Pada Konsumen Batik Tanah Liek Di Kota Padang

Pernyataan	Jawaban		Persentase (%)	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Saya membeli Batik Tanah liek karena memiliki desain yang menarik dan elegan	20	10	66,66	33,33
Saya membeli Batik Tanah liek karena harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk	18	12	60	40
Saya membeli Batik Tanah liek karena dapat mencerminkan kelas sosial saya sebagai orang Indonesia	22	8	73,33	26,66

Survei awal (2019)

Berdasarkan tabel 1.3 didapatkan hasil survei awal yang dilakukan kepada 30 konsumen yang melakukan pembelian produk Batik Tanah Liek. Konsumen yang membeli produk Batik Tanah Liek dikarenakan desainnya sebanyak 20 orang dengan persentase 66,66 % dan konsumen yang membeli Batik Tanah Liek tidak mempertimbangkan desainnya sebanyak 10 orang dengan persentase 33,33 %. Selanjutnya konsumen yang merasa harga Batik Tanah Liek sesuai dengan kualitasnya sebanyak 18 orang dengan persentase 60 % dan yang merasa harga Batik Tanah Liek tidak sesuai dengan kualitasnya sebanyak 12 orang dengan persentase 40 %. Kemudian konsumen yang membeli Batik tanah Liek akan mencerminkan kelas sosial sebagai orang Indonesia sebanyak 22 orang dengan pesentase 73,33 % dan konsumen yang membeli Batik Tanah Liek tidak akan mencerminkan kelas sosial sebanyak 8 orang dengan persentase 26,66 %. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan konsumen dalam membeli Batik Tanah Liek dinyatakan cukup baik.

Persaingan antara perusahaan batik bersaing sangat ketat sehingga membuat setiap perusahaan harus merancang strategi yang tepat guna memenangkan keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian konsumen terhadap sebuah desain produk sangatlah penting karena dengan melakukan pembelian maka evaluasi pasca pembelian terjadi (Kotler dan Keller, 2009). Menurut Kotler dan Keller (2009), Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku pembelian terhadap suatu produk dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, begitu juga dengan pembelian terhadap keputusan pembelian produk batik.

Persaingan dalam dunia bisnis seperti saat ini menuntut setiap pengrajin batik di Indonesia agar selalu berinovasi dengan cara menawarkan desain produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan desain produk pesaing. Menurut Kotler dan Keller (2009) mendefinisikan “*Design is the totality of features that affect how a product looks, feels, and functions to a consumer.*”. Hal itu berarti bahwa desain merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi bagaimana sebuah produk terlihat, terasa, dan berfungsi bagi konsumen.

Hal ini dipertegas dengan hasil penelitian Ansah (2017) tentang pengaruh desain produk, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian menemukan bahwa desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Harga sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu barang. Harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan pandangan konsumen atas nilai dan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan bahwa harga mempunyai peranan penting bagi perusahaan, karena harga mempunyai pengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian yang besar dari perusahaan. Pada hakekatnya harga ditentukan oleh biaya produk.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian Anwar dan Satrio (2015) tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, menemukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah Faktor Budaya. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) mendefinisikan kebudayaan sebagai seperangkat nilai-nilai, kepercayaan, kebiasaan, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh masyarakat sekitar, dari keluarga, atau lembaga formal lainnya sebagai sebuah pedoman perilaku.

Hasil penelitian Suprayitno dkk (2015) tentang pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Restoran Gado-Gado Boplo (Studi Kasus: Restoran Gado-Gado Boplo Panglima Polim Jakarta Selatan), menemukan bahwa faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Gado-Gado Boplo.

Perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian akan diwarnai oleh desain produk, harga dan faktor budaya. Konsumen mau mengorbankan uang yang dimilikinya untuk membeli produk tertentu bila produk tersebut mampu memenuhi harapannya. Dengan rangkaian uraian tersebut maka peneliti mengambil judul **“Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Faktor Budaya terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Tanah Liek di Kota Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka diangkat beberapa perumusan masalah yang akan dibuktikan di dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian Batik Tanah Liek di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Batik Tanah Liek di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh faktor budaya terhadap keputusan pembelian Batik Tanah Liek di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian Batik Tanah Liek di Kota Padang.

2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Batik Tanah Liek di Kota Padang.
3. Untuk menganalisis pengaruh faktor budaya terhadap keputusan pembelian Batik Tanah Liek di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam melakukan pemasaran produk agar menghasilkan keunggulan bersaing yang lebih inovatif guna meningkatkan kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian produk batik.

2. Bagi Akademisi

Sebagai sumbangan konseptual, bahan informasi, dan pengayaan bagi pengembangan kajian ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi proses keputusan pembelian.