

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Strategi pemasaran sangat dibutuhkan di dalam melakukan suatu usaha atau bisnis untuk memenangkan persaingan bisnis itu sendiri. Perkembangan usaha yang penuh dengan persaingan ini menuntut semua pelaku usaha untuk melakukan perubahan terhadap cara melayani konsumen, memenangkan pesaing dan mengeluarkan produk. Perusahaan dituntut untuk memperhatikan dan mempertimbangkan konsumen sebagai salah satu faktor terpenting dalam pasar, karena dengan memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen maka perusahaan dapat memenangi persaingan pasar yang semakin fokus terhadap kepuasan pelanggan.

Salah satu jenis industri kecil dan menengah yang saat ini sedang mengalami perkembangan adalah industri kerajinan songket tradisional. Meskipun belum setenar batik, yang telah dinyatakan sebagai pakaian nasional Indonesia, popularitas kain songket semakin meluas terutama sejak sekitar tiga tahun terakhir. Salah satu provinsi penghasil songket di Indonesia ialah Sumatera Barat yang terpusat pada dua daerah yaitu, Pandai Sikek dan Silungkang.

Kain songket Silungkang merupakan kain adat bagi masyarakat Minang dan digunakan sebagai simbol status sosial seseorang dalam masyarakatnya selain harta kekayaan. Motif-motif dalam kain songket Silungkang mengandung makna simbolis

yang bersifat sakral karena dahulu kain songket dipakai dalam upacara perkawinan, keagamaan dan upacara adat lainnya dan tidak untuk dipakai sehari-hari.

Kerajinan tenun khususnya yang ada di Sumatera Barat sangat akrab dengan kaum perempuan, tanpa terkecuali yang ada di Silungkang, hal tersebut sudah terjadi sejak lama dan secara turun temurun, meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa bertenen dikalangan perempuan Sumatera Barat sudah mulai memudar, sedikit demi sedikit adat istiadat mulai tergerus oleh berbagai faktor misalnya globalisasi, pesatnya perkembangan informasi, dan teknologi yang memberikan pilihan atau alternatif lain bagi perempuan Minangkabau dalam beraktifitas, sehingga kerajinan tenun semakin tertinggal dan relatif tidak akrab lagi bagi sebagian besar perempuan Minangkabau.

Kain songket Silungkang merupakan salah satu dari berbagai jenis kain tradisional Indonesia yang kurang disadari keberadaannya. Padahal, dilihat dari catatan sejarah pada tahun 1910 songket Silungkang telah berkiprah di gelanggang Internasional pada “Pekan Raya Ekonomi Eropa” yang berlangsung di Brussel. Itu berarti sebelum mengikuti “Pekan Raya Ekonomi Eropa” songket Silungkang sudah ada dan dikembangkan masyarakat sebagai salah satu kebudayaan kota Sawahlunto.

Memahami perilaku konsumen merupakan hal yang penting yang harus dilakukan, karena perilaku konsumen mempelajari bagaimana individu, kelompok, organisasi memilih, membeli, memakai, untuk memuaskan kebutuhan mereka, serta meningkatkan keunggulan dalam bersaing. Keputusan pembelian menjadi factor yang paling penting sebagai penentu eksistensi suatu perusahaan. Suatu perusahaan dapat terus

eksis jika dorongan dari konsumen dalam memutuskan pembelian terhadap produk dan mendapat respons yang positif.

Menurut Kotler (2001) ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen salah satunya yaitu faktor budaya. Biasanya alasan seseorang membeli songket silungkang ialah karena keistimewaan songket itu terletak pada motif dan jenis, serta bahan dan teknik pembuatannya. Keunikan lain adalah ragamnya. Ada songket ikat, songket batabua, penuh, benang dua, dan songket selendang lebar dan semua macam kain songket tersebut memiliki manfaatnya, dan kain songket sering digunakan dalam acara-acara besar terkhusus Sumatera Barat.

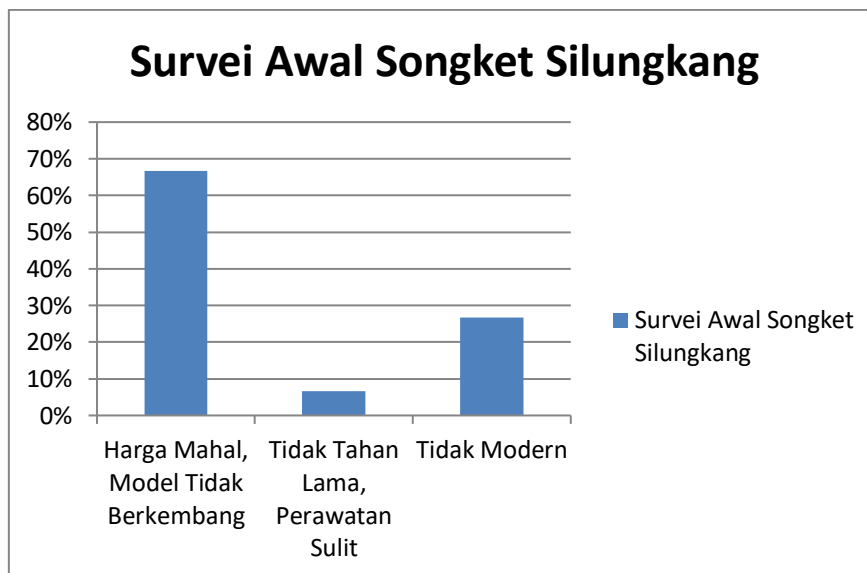
Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” begitupun songket yang menggambarkan manfaat sesuai dengan motifnya. Jika diartikan gaya hidup merupakan pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang dan menggambarkan bagaimana mereka menghabiskan waktu dan uangnya. Gaya hidup juga memberi pengaruh terhadap perilaku konsumen. Gaya hidup sering dikaitkan dengan produk dan jasa tertentu yang berhubungan dengan kelas sosial seseorang. Dimana dalam keputusan pembelian harga bukan menjadi pertimbangan utama. Akan tetapi kenyataannya, prestise, kenyamanan, dan penerimaan lingkungan menjadi pendorong kuat dalam pertimbangan pembelian

Songket Minang di samping memiliki nilai estetis, juga memiliki makna simbolik. Apakah motif yang terkandung dalam kain songket Silungkang masih

menunjukkan makna simbolisnya dan apakah kain songket Silungkang masih digunakan sebagai penentu simbol status sosial seseorang di Sumatera Barat Kota Padang.

Untuk mengetahui fenomena perilaku konsumen dalam pembelian kain songket Silungkang, peneliti melakukan survei awal dilakukan pada periode waktu 30 maret sampai 2 April 2022. Hasil survei awal tersebut disajikan dalam grafik dibawah ini.

Gambar 1.1



Sumber : Survei Awal (2022)

Dari hasil data diatas terdapat 30 responden melakukan survei terhadap songket silungkang, bisa kita lihat bahwa 66,67% menyatakan songket Silungkang memiliki harga yang mahal dan model yang tidak berkembang, 6,66% menyatakan songket silungkang tidak tahan lama dan perawatannya sulit, dan 26,67% orang menyatakan kain songket silungkang tidak modern. Dengan mengacu pada hasil survei yang telah dilakukan terlihat pandangan atau penilaian masyarakat kepada Songket Silungkang

menurun, jika hal tersebut dibiarkan dan tidak dicarikan solusinya maka keberadaan Songket Silungkang dapat terganggu. Oleh karena itu penting peneliti untuk mengamati apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen merupakan faktor yang mendapatkan perhatian dari peneliti serta dapat meneliti dengan baik dan efisiensi.

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi landasan dalam penelitian yang dilakukan oleh Adhim (2020) dari hasil penelitiannya faktor-faktor yang mempengaruhi orang untuk memilih Butik Yulia Grace itu salah satunya dipengaruhi oleh faktor budaya yang negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian pada Butik Yulia Grace, hal ini tentunya tidak mendukung teori yang ada sehingga faktor lain lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada butik Yulia Grace. Faktor social berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian pada butik Yulia Grace. Hal ini membuktikan bahwa faktor sosial yang mampu mempengaruhi minat masyarakat karena di peroleh informasi melalui kelompok bermain. Selanjutnya faktor individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian pada butik Yulia Grace. Tentunya penaruh dari keluarga dan kemampuan ekonomi konsumen menjadi dasar keputusan pembelian pada butik Yulia Grace. Yang terakhir faktor psikologis berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian. Jadi faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi tidak mampu mempengaruhi minat konsumen dalam mengambil keputusan pembelian pada butik Yulia Grace.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Paramitha (2020) dari hasil penelitiannya faktor-faktor yang mempengaruhi orang untuk memilih batik motif Medan Sumatera Utara itu salah satunya dipengaruhi oleh faktor budaya dari pernyataan hasil wawancara dari para konsumen tersebut dapat diketahui bahwa kebudayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, pendapat ini didukung oleh pernyataan dari Kotler bahwa bahwa konsumen memutuskan untuk membeli batik salah satu alasannya adalah karena faktor budaya. Faktor social peran terdiri dari aktivitas yang dilakukan seseorang menurut orang-orang di sekitarnya. Seseorang seringkali memilih produk yang menunjukkan statusnya. Hal ini berarti status sosial atau jabatan seseorang di masyarakat cenderung mempengaruhi keputusan pembelian seseorang tersebut pada suatu produk. Faktor pribadi salah satunya gaya hidup merupakan perilaku seseorang yang selalu sama dilakukan berulang-ulang dalam kehidupan. Dalam kaitannya dengan perilaku seseorang dalam membeli suatu barang, dapat diketahui bahwa gaya hidup memang mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Faktor psikologi jawaban dari seluruh konsumen di atas disimpulkan bahwa motivasi merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang atau konsumen. Artinya jika semakin khusus atau spesifik motivasi seseorang.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Kusumo, dewi (2016) dari hasil penelitiannya yang mempengaruhi orang untuk memilih Kain Batik Mirota itu salah satunya dipengaruhi oleh kualitas produk berdasarkan hasil analisis *regresi linier coefficientsa* dalam penelitian dapat diketahui bahwa kualitas produk dapat berpengaruh

positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kain batik mirota baik secara simultan maupun secara parsial.

Berdasarkan angket penelitian yang diperoleh dari penilaian responden, secara keseluruhan responden memiliki persepsi yang tinggi mengenai kualitas produk, tercermin pada besarnya nilai rata-rata total sebesar 3,26. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dari kain batik di Mirota Surabaya menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen ketika mengambil keputusan pembelian. Kain batik yang ditawarkan oleh Mirota Surabaya memiliki daya tahan yang baik, sehingga kain batik yang ditawarkan oleh Mirota Surabaya dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama. Kain batik yang ditawarkan oleh Mirota Surabaya juga memiliki kehandalan yang baik. Hal ini dapat dilihat dari kain batik Mirota Surabaya yang tidak mudah sobek dan tidak mudah luntur ketika dicuci.

Berdasarkan pemikiran di atas, maka penulis tertarik memilih judul **“ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SONGKET SILUNGKANG”**

1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah “ Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Kain Songket Silungkang”.

Adapun permasalahan yang ingin penulis kemukakan sebagai berikut :

1. Apa yang menyebabkan harga kain songket silungkang mahal dan model tidak berkembang namun konsumen tetap ingin membeli ?

2. Apakah Faktor Budaya, Lifestyle, Status Sosial dan Kualitas Produk dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian kain songket silungkang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis:

- 1) Untuk mengetahui alasan konsumen membeli songket Silungkang.
- 2) Untuk mengetahui apakah Faktor Budaya, Lifestyle, Status Sosial dan Kualitas Produk dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian kain songket Silungkang

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian tersebut diharapkan akan diperoleh manfaat, sebagai berikut :

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan serta wawasan mengenai manajemen pemasaran tentang perilaku konsumen dalam melakukan pembelian kain songket Silungkang.

2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi produsen kain songket Silungkang untuk terus mengembangkan strategi pemasaran sebagai upaya meningkatkan mutu dan image kain songket Silungkang.