

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Salah satu warisan budaya dari nenek moyang bangsa Indonesia yang merupakan hasil ciptaan intelektual manusia dan patut untuk dilestarikan yaitu batik. Batik peninggalan nenek moyang bangsa Indonesia mempunyai ciri khas tersendiri dari segala macam batik yang pernah dibuat.<sup>1</sup> Batik merupakan artikulasi sosial yang mempunyai arti serta rasa yang tinggi bagi individu Indonesia. Keunikan yang dimiliki menjadi salah satu pembentuk karakter yang dapat menjadi ciri khas serta jati diri bagi Indonesia yang dapat dijadikan sebagai pembeda kita dengan bangsa luar. Batik bukan hanya sebagai warisan budaya lokal, namun merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang wajib dilestarikan serta telah dikenal luas bahkan di semua penjuru dunia yang sampai sekarang masih berkembang pesat. Pada tanggal 3 September 2008 batik dinominasikan oleh pemerintah dan diterima oleh UNESCO. Kemudian beberapa bulan menjelang akhir tahun 2009, batik dikenal dan dipersepsikan oleh UNESCO sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbenda (Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity) tepatnya pada tanggal 2 Oktober 2009.<sup>2</sup>

Produk batik Indonesia adalah karya seni bangsa yang harus diapresiasi karena coraknya yang khas dan mempunyai nilai estetika yang tinggi. Tidak disangka batik memiliki daya tarik dan daya jual yang cukup tinggi. Batik tidak sebatas dipakai dalam kegiatan-kegiatan yang sakral seperti pernikahan maupun event tertentu, akan tetapi pemerintah turut berkontribusi dalam pelestariannya dengan cara membuat kebijakan pemakaian batik satu minggu sekali tepatnya pada hari jumat yang merupakan trend fashion. Dan hal ini mendapat reaksi antusias dari daerah setempat dan telah berubah menjadi pembangunan publik. Situasi ini cukup mengesankan bagi kemajuan

---

<sup>1</sup> Soedarso, *Seni Lukis Batik Indonesia (Batik Klasik Sampai Kontemporer)*, (Yogyakarta: Taman Budaya Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta IKIP Negeri Yogyakarta, 1998), 3.

<sup>2</sup> Abi Pratiwa Siregar, dkk., "Upaya Pengembangan Industri Batik Indonesia," *Majalah Ilmiah: Dinamika Kerajinan dan Batik* 37, no. 1, (2020): 79-92, diakses pada 29 November, 2021, <http://ejournal.kemenperin.go.id/dkb/article/view/79%20-%2092>.

batik di Indonesia serta menjadikan bisnis batik semakin menjanjikan.<sup>3</sup>

Industri rumah tangga Batik Tawungsari adalah salah satu industri batik yang menjadi icon potensi yang sangat bagus di Desa Tawangrejo Kecamatan Winong Kabupaten Pati dan memiliki nilai jual yang tinggi. Batik ini merupakan sentra industri usaha mikro yang mempunyai daya tarik cukup tinggi karena tiap corak dan motif yang ditunjukkan adalah merupakan pemanfaatan budaya lokal di Desa Tawangrejo yang digambar atau dilukis dalam bentuk ukiran batik. Dalam proses produksi batik Tawungsari di Desa Tawangrejo, teknik tradisional masih digunakan secara masif. Teknik ini dipercaya dapat menjaga kualitas hasil produksi dan bertujuan untuk menjaga kekhasan serta keunikan batik Tawungsari. Pengembangan sebagai tema, ragam dan contoh merupakan kemajuan yang harus diterapkan selama proses produksi batik. Salah satu hal yang harus diperhatikan yakni dalam proses melukis, karena tingkat kreatifitas akan turut berpengaruh dalam persaingan pasar.<sup>4</sup>

Berbicara tentang persaingan pasar, persaingan yang ketat dalam dunia industri terutama pada pengelola kerajinan batik yang memiliki produk yang sama, membuat mereka dihadapkan pada pemenuhan keinginan serta kebutuhan konsumen dalam memutuskan pembelian batik. Semakin banyak pemilihan produk batik yang sama, semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk memilih batik yang sesuai dengan harapannya. Konsekuensi dari kondisi tersebut adalah konsumen menjadi lebih cermat dan pintar dalam memilih batik. Karena hal itu, perusahaan akan memberikan pengaruh kepada pembeli untuk menentukan pilihannya dalam hal harga, kualitas produk dan inovasi yang diberlakukan pada produk batik tersebut. Selanjutnya konsumen akan berakhir memutuskan pembelian. Konsumen akan memilih untuk jadi membeli apabila ada kepuasan terhadap suatu barang yang dipilih. Namun, apabila konsumen tidak

---

<sup>3</sup> Erna Tiningrum, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Usaha Kecil Menengah Batik Surakarta", *Jurnal ADVANCE* 1, no. 2, (2014): 63-79, diakses pada 29 November, 2021, <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/advance/article/downloadSuppFile/35/31>.

<sup>4</sup> Endah Sofy Tri Pamungkas dan Bambang Setyo Pambudi, "Pengaruh Inovasi Produk dan Pemasaran Media Facebook Terhadap Minat Beli Batik Pada UD. Silvia Desa Telaga Biru-Tanjung Bumi," *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen* 1, no. 2, (2021): 189-196, diakses pada 29 November, 2021, <https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim/article/view/11601/0>.

puas dengan produk yang ditawarkan maka pembelian atas barang tersebut tidak terjadi.<sup>5</sup>

Dilihat dari fenomena tersebut, tingkat persaingan antara pengelola industri batik akan semakin ketat. Khususnya pada industri rumah tangga kerajinan batik yang mempunyai produk sama. Semakin banyak produk yang sama, semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk memilih produk batik yang sesuai dengan harapannya. Konsekuensi dari keadaan ini adalah konsumen akan lebih cermat dan teliti dalam memilih batik.

Harga merupakan faktor penting dalam kesepakatan nilai produk yang menjadi prasyarat perdagangan di bursa jual beli. Hal ini dikarenakan harga akan mempengaruhi keuntungan produsen. Salah satu penentu suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil atau tidak yaitu dari harga. Harga adalah suatu nilai tukar yang dapat digunakan sebagai transaksi pembayaran untuk mendapatkan suatu barang. Adanya harga menunjukkan bahwa barang yang diperjualbelikan memiliki nilai dan manfaat bagi seseorang.<sup>6</sup> Batik Tawungsari sendiri memiliki harga yang cukup terjangkau dengan kisaran antara Rp.150.000,00 hingga Rp.1.000.000,00 ke atas dengan kualitas yang sepadan dalam arti harga yang diberlakukan sesuai dengan bahan yang diminta. Tidak jarang pelanggan yang memesan batik ini selalu bertanya tentang harga yang pas di kantong dan bahan apa yang bisa didapatkannya untuk membeli batik tersebut. Apabila seorang konsumen membeli produk batik dengan bahan yang sederhana maka harga yang diberlakukan pun sesuai dengan kualitas produk yang diminta namun sebaliknya apabila bahan yang dibeli itu bahan yang bagus dan lembut maka harga yang ditawarkan pun semakin tinggi. Ini dilakukan agar konsumen dapat memilih barang yang dapat memuaskan keinginannya dan memutuskan untuk melakukan pembelian atau tidak.

Faktor lain sebagai penentu keputusan pembelian adalah memerhatikan kualitas produk. Kualitas produk merupakan partikularitas suatu produk maupun jasa yang terbentuk oleh skill atau

---

<sup>5</sup> Paskalia M. Jiwuk, "Pengaruh Promosi, Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Jumputan Maharani Yogyakarta," *Jurnal EBBANK* 10, no. 2, (2019): 65-72, diakses pada 17 November, 2021, <http://www.ebbank.stiebbank.ac.id/index.php/EBBANK/article/view/192/137>.

<sup>6</sup> Ayu Kurnia Ratna Sari dan Endang, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik," *Jurnal Penelitian Umum Manajemen (JPIM)* 6, no. 1, (2021): 10-17, diakses pada 29 November, 2021, [https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim/article/view/572/pdf\\_28](https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim/article/view/572/pdf_28).

kemampuan untuk memenuhi klien yang diungkapkan maupun disimpulkan. Konsumen akan mempertimbangkan bahan dari produk yang dijual baik dari kenyamanan maupun dari daya tahan produk tersebut. Tentunya dengan memerhatikan kepuasan dan kebutuhan konsumen. Kualitas produk ini menjadi ciri sekaligus karakteristik suatu produk yang dapat mempengaruhi kemampuan dalam memuaskan keinginan serta kebutuhan konsumen sehingga dapat mempengaruhi konsumen akan membeli suatu produk atau tidak.<sup>7</sup>

Di samping harga dan kualitas produk, inovasi produk juga ternyata merupakan suatu hal penting dalam pembelian suatu produk. Inovasi produk adalah dasar untuk kemajuan bisnis yang dapat membuat produk lain memberikan pengaturan yang lebih baik untuk perusahaan guna memecahkan masalah yang dihadapi pembeli terhadap suatu barang ataupun jasa. Sehingga menjadikan produk terlihat unggul.<sup>8</sup> Inovasi produk sendiri dilakukan oleh perusahaan untuk menarik minat pembeli di mana pembeli akan berupaya untuk memutuskan melakukan pembelian atau tidak berdasarkan ketertarikannya dengan pengembangan produk tersebut yang berbeda dengan produk yang biasa dibeli. Produsen batik Tawungsari melakukan hal serupa untuk terus mengembangkan usahanya dengan melakukan berbagai pembaharuan pada produknya baik itu pada motifnya, warna dasar batiknya yang tidak lain supaya tampil beda dari produk batik sebelumnya. Hal itu mampu memberikan solusi yang baik bagi pemecahan masalah konsumen ketika memutuskan melakukan pembelian. Salah satu inovasi yang dilakukan yakni membuat motif bunga sepatu, motif menara masjid, motif randu alas dan motif-motif lain yang merupakan ciri khas desa Tawangrejo.

Setelah konsumen mengenali harga, kualitas produk dan inovasi produk pastilah konsumen akan menghadapi yang namanya akhir dari pemikiran pilihan antara memutuskan membeli atau tidak membeli pada sebuah produk. Keputusan pembelian merupakan suatu aspek penting untuk mengetahui minat konsumen dalam membeli suatu

---

<sup>7</sup> Aditya Hermawan dan Hartati, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Nokia Lumia 920 pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya," *Jurnal Ilmu Manajemen* 2, no. 4, (2014): 1703-1713, diakses pada 29 November 2021, <https://core.ac.uk/reader/230761634>.

<sup>8</sup> Paskalia Multi J, "Pengaruh Promosi, Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Jumputan Maharani Yogyakarta," *Jurnal EBBANK* 10, no. 2, (2019): 65-72, diakses pada 17 November, 2021, <http://www.ebbank.stiebbank.ac.id/index.php/EBBANK/article/view/192/137>.

produk.<sup>9</sup> Konsumen akan membeli barang atau jasa tergantung dari jenis keputusan pembelian itu sendiri. Misalnya dengan membeli batik. Konsumen akan membeli produk batik manakala ia sangat membutuhkan untuk dipergunakan pada acara-acara resmi, kondangan maupun acara yang lainnya. Tidak jarang konsumen akan selalu melihat dan memikirkan alasan apa yang membuat mereka melakukan suatu pembelian. Apakah dari harga, kualitas produknya atau dari inovasi produk yang dilakukan.

Berdasarkan analisis yang dipaparkan di atas mengenai harga, kualitas produk dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian batik, maka peneliti tertarik untuk melaksanakan riset terhadap Batik Tawungsari di Desa Tawangrejo dengan mengangkat judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tawungsari di Desa Tawangrejo Kecamatan Winong Kabupaten Pati”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah harga memberikan pengaruh dalam keputusan pembelian batik Tawungsari?
2. Apakah kualitas produk memberikan pengaruh dalam keputusan pembelian batik Tawungsari?
3. Apakah inovasi produk memberikan pengaruh dalam keputusan pembelian batik Tawungsari?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian masalah di atas maka berikut merupakan tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian batik Tawungsari.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian batik Tawungsari.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian batik Tawungsari.

## **D. Manfaat Penelitian**

Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap hasil penelitian bisa berguna serta bermanfaat khususnya dalam bidang

---

<sup>9</sup> Eka Syarifah, Ery Nurhasanah dan Ajat Sudrajat, “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang,” *Jurnal Marketing* 4, no. 1, (2020): 246-253, diakses pada 29 November, 2021.

ilmu pengetahuan tentang produksi serta pemasaran produk batik Tawungsari. Berikut manfaat penelitian yang diharapkan oleh peneliti:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi mahasiswa penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai sarana pembelajaran, menambah wawasan baru mengenai harga, kualitas produk dan inovasi produk batik Tawungsari.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi riset selanjutnya mengenai permasalahan yang sama.
2. Manfaat Praktis
  - a. Penelitian ini diharapkan bisa mengembangkan penalaran, pola pikir yang dinamis serta guna melihat sejauh mana kapabilitas penulis dalam meneliti permasalahan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dilihat dari harga, kualitas produk serta inovasi produk batik Tawungsari
  - b. Penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai bahan masukan yang dipakai serta memberi sumbangan pemikiran bagi pihak yang terkait.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Berikut merupakan sistematika penulisan dalam penelitian ini:

1. Bagian Awal
 

Bagian depan ini berisi judul, serta daftar isi.
2. Bagian Isi
 

Halaman ini disusun oleh tiga bab, semua bab memiliki keterkaitan dan merupakan satu kesatuan yang utuh, berikut pembagiannya:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

##### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini meliputi deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir serta hipotesis.

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

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, *setting* penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrumen, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

##### **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini terdiri atas hasil penelitian yang meliputi gambaran objek penelitian, analisis data, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji statistik kemudian diteruskan pembahasannya.

**BAB V : PENUTUP**

Halaman ini terdiri dari kesimpulan serta saran.

3. Bagian Akhir

Bagian ini tersusun dari daftar pustaka, lampiran serta daftar riwayat hidup peneliti.

