

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini demam batik sedang melanda dunia fashion Indonesia, terlebih semenjak batik ditetapkan oleh UNESCO sebagai warisan budaya tak benda pada tingkat dunia yang dimiliki Indonesia pada 2 Oktober 2009. Fenomena demam batik yang sedang melanda dunia fashion Indonesia saat ini, tentu saja selain meningkatkan kecintaan masyarakat Indonesia terhadap batik, juga meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan dari industri batik yang ada di Indonesia. Selama ini batik identik dengan pulau Jawa, seperti Yogya, Solo, Pekalongan, Cirebon, Madura, Tuban dan Banyuwangi. Akan tetapi, salah satu provinsi yang juga mengembangkan kreatif kerajinan batik adalah provinsi Jambi. Batik Jambi juga tidak kalah menarik dengan batik pulau Jawa.

Batik Jambi adalah salah satu jenis batik yang berasal dari provinsi Jambi, Indonesia. Batik adalah seni menghias kain dengan menggunakan lilin untuk melindungi bagian-bagian tertentu dari kain dari pewarnaan, sehingga menciptakan pola-pola yang indah. Batik Jambi mempunyai ciri dan motif khas yang membedakannya dari batik-batik lain di Indonesia. Batik Jambi memang tidak sepopuler batik-batik dari pulau Jawa, seperti Batik Solo, Batik Yogyakarta, atau Batik Pekalongan. Namun Batik Jambi memiliki warisan budaya yang kaya dan unik. Batik Jambi memiliki berbagai macam motif yang khas seperti Durian Pecah, Batanghari, Angso Duo Bersayap, Kapal Sangat, Kuau Berhias, Tampuk Manggis dan lain-lain. Produksi batik Jambi terpusat di Desa Jambi Seberang, tempat tinggal para warga asli Jambi. Di tempat ini, terdapat sanggar batik yang berfungsi sebagai

pusat pengrajin batik Jambi. Produksinya terdiri dari dua jenis, yaitu batik tulis dan batik cap. Kain yang digunakan biasanya berbahan sutra dan katun.

LPPM Universitas Jambi (UNJA) menginisiasi kegiatan Diklat Pembekalan Peserta KKN MBKM (KKN-T) Tahun 2023. Yang mengangkat tema “Perkuat Desa, Perkuat Bangsa” melalui Program Desa Laboratorium Terpadu (DLT) dan Pusat Unggulan Iptek (PUI) dalam kerangka KKN MBKM (KKN-T)”. Kegiatan ini berlangsung pada Sabtu, 19 Agustus 2023, berlokasi pada Golden Harvest Hotel Jambi. Ketua LPPM Universitas Jambi Dr. Ade Octavia S.E., M.M., meresmikan Program KKN Tematik tersebut menjadi bagian dari upaya peningkatan pendidikan dan kontribusi mahasiswa terhadap pembangunan di wilayah pedesaan. Diadakannya program ini dengan tujuan yaitu menciptakan konsep desa terpadu, maksud dari konsep dari desa terpadu adalah menjadikan suatu wilayah pedesaan menjadi laboratorium terpadu dari segala bidang ilmu yang ada di Universitas Jambi. Terpadu yang diartikan adalah dengan menjadikan desa tersebut menjadi laboratorium beberapa disiplin ilmu, bisa dari beberapa prodi, beberapa bidang, melaksanakan penelitian terpadu seperti pengabdian, MBKM, magang dan lainnya.

Desa Laboratorium Terpadu ini disesuaikan dengan potensi desanya. Salah satu desa yang memiliki potensi dalam industri kreatif seperti produksi batik yaitu daerah Seberang kota Jambi sehingga yang menjadi objek penelitian dosen dan mahasiswa dalam melaksanakan program Desa Laboratorium Terpadu ini yaitu Kecamatan Olak Kemang Seberang kota Jambi. Tim peneliti mendapatkan tugas meneliti pengrajin batik di kecamatan danau teluk yang terfokus pada salah satu perusahaan batik yang berdiri cukup lama dan saat ini mengalami penurunan

sehingga sangat menarik untuk meneliti lebih dalam lagi mengenai perusahaan Batik Istiqomah yang menjadi laboratorium bagi peneliti.

Batik Istiqomah adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang dirintis oleh Bapak Ngadiman pada tahun 2005. Sejak remaja Bapak Ngadiman sudah berkecimpung di dunia perbatikan dengan menjadi salah satu karyawan di salah satu rumah produksi batik di nusa indah. Kemudian Bapak Ngadiman mulai memilih membuka usaha nya sendiri dengan pengetahuan yang ia punya selama menjadi karyawan di batik nusa indah tersebut, sejak saat itulah terbentuknya UMKM yang bernama batik Ngadiman pada tahun 1991. Namun seiring berjalannya waktu Bapak Ngadiman memiliki seorang putri yang bernama istiqomah disaat itulah nama anaknya menjadi inspirasi untuk nama rumah produksi batiknya yakni “Batik Istiqomah” terbentuk.

Dari penuturan Bapak Ngadiman selaku pemilik Batik Istiqomah, Batik Istiqomah pernah mengalami masa kejayaan pada saat pemerintahan provinsi Jambi di bawah naungan gubernur Jambi yakni Bapak Drs. H. Zulkifli Nurdin, M.B.A. Namun seiring berjalannya waktu usaha Bapak Ngadiman mengalami penurunan penjualan akibat dari pergantian kebijakan, dimana kebijakan wajib batik tidak lagi di laksanakan di berbagai instansi pendidikan sehingga Batik Istiqomah mengalami penurunan omset. Hal ini dapat dilihat dari data yang diperoleh dilapangan “batik kstiqomah” dalam kurun waktu 6 tahun pada tabel berikut ini :

**Tabel 1. 1 Persentase Penurunan Penjualan Batik Istiqomah
6 Tahun Terakhir**

Tahun	Penjualan Produk	% Perubahan
2017	340	13,33%
2018	300	15,38%
2019	260	8,33%
2020	240	20,00%
2021	200	11,11%
2022	180	0,00%

Sumber: Observasi Lapangan Pada Batik Istiqomah 2023

Dapat dilihat dari tabel diatas Batik Istiqomah persentase 13,33% pada tahun 2017, 15,38% pada tahun 2018, 8,33% pada tahun 2019, 20,00% pada tahun 2020, 11,11% pada tahun 2021, 0,00% pada tahun 2022. Berdasarkan tabel diatas persentase paling tinggi ditahun 2020, sedangkan persentase paling rendah pada tahun 2022.

Selain akibat dari pergantian kebijakan, pesatnya perkembangan perusahaan juga menjadi faktor menurunnya penjualan Batik Istiqomah. Munculnya perusahaan sejenis sebanyak 34 perusahaan di Seberang kota Jambi ini memproduksi barang yang sejenis dengan harganya yang lebih murah. Hal ini mengharuskan para pemilik usaha batik harus mengetahui sikap konsumen terhadap produk yang dijualnya. Perusahaan yang baik adalah memahami betul siapa konsumennya dan bagaimana mereka berperilaku. Pemahaman mengenai siapa konsumennya akan menuntun para pengusaha kepada keberhasilan memenangkan persaingan dunia usaha. Terkait permasalahan tersebut, pengusaha batik perlu memahami dan

mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi sikap konsumen dalam melakukan pembelian produk batik.

Sikap konsumen merupakan ungkapan perasaan konsumen mengenai suatu objek yang disukai atau tidak, sikap akan menempatkan seseorang pada kerangka berpikir tentang menyukai atau tidak menyukai sesuatu, bergerak mendekati atau menjauh dari produk. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen untuk membeli suatu produk yang diinginkan dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni faktor kebudayaan, psikologi, sosial, dan pribadi berpengaruh pada sikap konsumen dalam membeli suatu produk (Yuniarti, 2015).

Secara faktor kebudayaan adalah penyebab dari keinginan dan perilaku konsumen untuk membeli batik istiqomah. Batik merupakan sebuah kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan telah menjadi bagian budaya Indonesia sejak lama. Dapat di lihat di seberang kota jambi setiap acara – acara besar mayoritas masyarakat nya menggunakan kain batik jambi

Faktor sosial memegang peranan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor sosial dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kategori, seperti grup referensi, anggota keluarga, peran dalam masyarakat, dan status sosial. dapat dilihat di batik istiqomah faktor sosial dari hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin tinggi hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Faktor pribadi dalam kamus besar bahasa Indonesia, pribadi diartikan “manusia sebagai perseorangan (diri manusia atau diri sendiri)”. Pada hakikatnya, manusia merupakan pribadi yang utuh, khas, dan memiliki sifat-sifat sebagai

makhluk individu. Seorang manusia memiliki kebutuhan yang di peruntukan bagi kepentingan pribadinya. Kehidupan pribadi tersebut merupakan kebutuhan yang utuh dan memiliki ciri yang khusus dan unik. Sikap pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti Usia dan tahapan siklus hidup, pembeli, posisi situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri pembeli yang bersangkutan. Secara faktor pribadi bahwasannya konsumen membeli Batik Istiqomah adalah karena keinginan/keyakinan untuk menggunakan produk batik dan juga karna ketertarikan menggunakan batik Jambi yang berkualitas dan produk Batik Istiqomah bersedia memenuhi berbagai kebutuhan para konsumnnya. Oleh karena itu konsumen mengambil keputusan untuk membeli produk Batik Istiqomah.

Faktor psikologis pertama yaitu motivasi. Proses timbulnya dorongan sehingga konsumen tergerak untuk membeli suatu produk itulah yang disebut motivasi. Kebutuhan konsumen yang setiap waktu semakin kompleks dan dituntut untuk memenuhinya, mendorong seseorang untuk melakukan tindakan pemuas diri dengan membeli barang atau jasa yang mereka butuhkan (Suryani 2013). Kualitas yang diberikan oleh Batik Istiqomah menjadi salah satu faktor psikologis bahwasannya konsumen tertarik membeli batik adalah karena percaya produk Batik Istiqomah hal ini menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan produk Batik Istiqomah.

Jadi faktor- faktor yang mempengaruhi sikap konsumen sangatlah kompleks dan luas, meliputi faktor eksternal yang terdiri dari : faktor kebudayaan dan faktor sosial. Dan faktor internal yang terdiri dari : faktor psikologi (motivasi dan persepsi) dan faktor pribadi serta rangsangan lain dari faktor ekonomi, teknologi, politik.

Masyarakat yang ingin memiliki batik Jambi yakni produk yang ditawarkan

oleh perusahaan dapat menjadi salah satu pembentukan motivasi dan/presepsi dan/sikap konsumen yang semuanya itu menjadi dasar fundamental sikap konsumen dalam membeli suatu produk. Motivasi, persepsi dan sikap adalah tiga komponen yang sangat penting bagi perilaku konsumen. Jadi perusahaan perlu mempelajari perilaku konsumen. Dengan melihat latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik mengambil judul : **“Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Konsumen Dalam Membeli Batik Istiqomah Di Seberang Kota Jambi”**

1.2 Pembatas Masalah

Sehubung dengan masalah sikap konsumen meliputi faktor eksternal yang terdiri dari : faktor kebudayaan dan faktor sosial. Dan faktor internal yang terdiri dari : faktor psikologi dan faktor pribadi, maka perlu kiranya penulis mebatasi masalah tersebut sesuai dengan pokok permasalahannya, sehingga penelitian mempunyai fokus bahasan yang jelas yaitu : Analisis faktor–faktor yang mempengaruhi sikap konsimen dalam pembelian batik (kasus batik dari rumah produksi Batik Istiqomah di Seberang Kota Jambi)

Adapun ruang lingkup penelitian ini mencakup sikap konsumen Batik Istiqomah di Seberang Kota Jambi, dimana faktor-faktornya melibatkan faktor kebudayaan, sosial, kepribadian dan psikologis.

1.3 Rumusan Masalah

Dengan melihat latar belakang masalah, maka masalah yang timbul adalah:

1. Berapa besar faktor budaya berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam membeli Batik Istiqomah di Seberang Kota Jambi?
2. Berapa besar faktor sosial berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam membeli Batik Istiqomah di Seberang Kota Jambi?

3. Berapa besar faktor Kepribadian berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam membeli Batik Istiqomah di Seberang Kota Jambi?
4. Berapa besar faktor psikologi berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam membeli Batik Istiqomah di Seberang Kota Jambi?
5. Dari keempat faktor tersebut mana yang mempunyai pengaruh paling Dominan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui berapa besar faktor budaya berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam membeli Batik Istiqomah di Seberang Kota Jambi.
2. Untuk mengetahui berapa besar faktor sosial berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam membeli Batik Istiqomah di Seberang Kota Jambi.
3. Untuk mengetahui berapa besar faktor pribadi berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam membeli Batik Istiqomah di Seberang Kota Jambi.
4. Untuk mengetahui berapa besar faktor psikologi berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam membeli Batik Istiqomah di Seberang Kota Jambi.
5. Untuk mengetahui mana dari keempat faktor tersebut yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap pembelian batik.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan penelitian ini dapat memberikan informasi atau sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi perusahaan yang sekaligus dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran pada waktu sekarang atau yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang bermanfaat tentang perilaku konsumen dalam membeli suatu produk.

2) Bagi Perusahaan

Untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap pembelian agar produk yang dihasilkan di minati konsumen.

3) Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai tambahan dokumen ilmiah yang dapat berguna untuk bahan kajian atau informasi bagi pihak yang memerlukan.