BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai ketika seseorang membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Perilaku konsumen juga memengaruhi keputusan mereka untuk membeli barang dan jasa apa pun. Jika kita memiliki pemahaman yang baik tentang perilaku konsumen, kita akan selalu berbicara tentang hal-hal yang paling penting, seperti proses pengambilan keputusan dan partisipasi individu dalam menilai dan mendayagunakan barang yang mereka beli. Seorang pembeli akan mengidentifikasi masalah dan mencari informasi sebelum dan sesudah melakukan pembelian, yang merupakan proses dasar pengambilan keputusan (Prityanto & Nugroho, 2023).

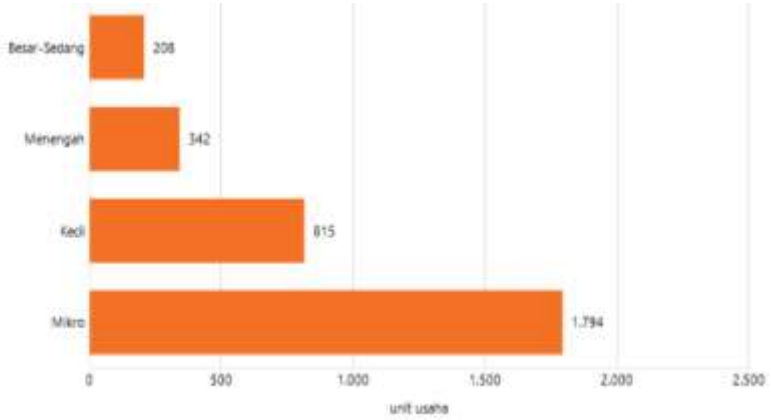
Konsumsi adalah apa yang benar-benar dibutuhkan untuk hidup secara wajar dan memperhatikan manfaatnya. Artinya, barang yang dikonsumsi atau dibeli harus memenuhi kebutuhan sebenarnya. Barang atau jasa yang dikonsumsi memiliki manfaat untuk kehidupan dan berkah untuk hari kiamat. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al Baqarah ayat 195:

Artinya:" dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik"

Ayat di atas menunjukkan bahwa dia meminta manusia untuk melakukan hartanya di jalan Allah SWT. Selain itu, ia melarang mereka untuk menjerumuskan diri mereka ke dalam kebinasaan.

Selama perekonomian terus berkembang, akan selalu ada fenomena baru dalam pola perilaku konsumen karena berbagai faktor yang ada di dalam dimensi kehidupan masyarakat yang beragam. Produk adalah salah satu hal yang tidak dapat dilepaskan dari pelanggan (Adha, 2022). Produk merupakan segala sesuatu yang dapat dibeli di pasar untuk digunakan,

dikonsumsi, atau memenuhi keinginan atau kebutuhan seseorang.Batik adalah warisan seni dan budaya dari nenek moyang Bangsa Indonesia. Untuk waktu yang lama, masyarakat global telah mengetahui bahwa batik berasal dari Indonesia. UNESCO menilai batik pada tahun 2009 sebagai karya asli Indonesia. Kondisi ini mendorong komunitas yang didukung oleh pemerintah daerah di sebagian besar wilayah Indonesia untuk membuat batik dengan motif yang disesuaikan dengan sumber daya, budaya, dan kearifan lokal (Wibowo et al., 2019).



Sumber: databoks.co.id

Gambar 1.1 Jumlah Usaha Batik di Indonesia Berdasarkan Skala Tahun 2018 – 2021

Ada sekitar 3.159 perusahaan batik yang terdaftar di seluruh Indonesia, menurut data yang dikumpulkan oleh Balai Besar Kerajinan dan Batik (BBKB) Kementerian Perindustrian. Dari jumlah tersebut, ada 208 bisnis batik skala besar-sedang dan 2.951 bisnis batik skala mikro-kecil menengah (tahun 2021). Bisnis batik skala mikro mencapai 1.794 unit, yang merupakan jumlah paling besar dari semua jenis bisnis, diikuti oleh bisnis kelas kecil 815 dan bisnis kelas menengah 342 unit.

Sejak zaman kesultanan Melayu Jambi, batik khas Jambi telah ada. Dengan warna merah dan motif flora dan fauna, seperti durian pecah, Batanghari, dan kapal sanggat, digunakan, tampuk manggis, dan angso duo bersayap. Batik Jambi sempat stagnan selama beberapa tahun. Ibu Ratu Mas

Hadijah adalah salah satu pengusaha wanita Jambi yang memiliki beberapa lembar batik tua dari pertengahan tahun 1970-an. Dari sanalah perkembangan batik Jambi mulai dilegalkan kembali. Menurut Haryati (2023), ibu Asmah, yang mampu membuat batik diseberang Kota Jambi, adalah salah satu ibu yang juga membantu perkembangan industri pembatik di Jambi (Haryati, 2023).

Tabel 1. 1 Jumlah Industri Batik di Provinsi Jambi Tahun 2022-2023

No	Kabupaten/ Kota	Jumlah Industri Batik Provinsi Jambi		Satuan
		2022	2023	
1	Tanjung Jabung Timur	24	24	Unit
2	Sungai Penuh	15	16	Unit
3	Batanghari	5	5	Unit
4	Kota Jambi	97	104	Unit
5	Tebo	6	10	Unit
6	Sarolangun	6	6	Unit
7	Merangin	6	6	Unit
8	Kerinci	13	13	Unit
9	Bungo	4	4	Unit
TOTAL		176	188	Unit

Sumber : Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 1.1 terdapat 9 kabupaten yang terdata di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jambi yang menjelaskan bahwa Industri batik di Provinsi Jambi berjumlah 176 unit di tahun 2022 dan mengalami peningkatan pada tahun 2023 dengan jumlah 188 unit. Kota Jambi mendominasi dengan jumlah industri batik terbanyak yaitu 104 unit pada tahun 2023.

Tabel 1. 2 Jumlah Produksi Batik Provinsi Jambi Tahun 2023

No	Kabupaten/ Kota	Jumlah Produksi Batik Provinsi Jambi	Persentase (%)
		2023	
1	Tanjung Jabung Timur	12.600 Lembar	8%
2	Sungai Penuh	35.770 Lembar	21%
3	Batanghari	51.200 Lembar	31%
4	Kota Jambi	38.099 Lembar	23%
5	Tebo	1.454 Lembar	1%
6	Sarolangun	4.828 Lembar	3%
7	Merangin	15.556 Lembar	9%
8	Kerinci	-	-
9	Bungo	7.540 Lembar	5%
TOTAL		167.047 Lembar	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah produksi batik di Provinsi Jambi tahun 2023 sebanyak 167.047 lembar. Kabupaten Batanghari menempati posisi dengan jumlah produksi batik terbanyak yaitu 51.200 lembar dengan total persentase 31%. Kota Jambi berada diposisi jumlah produksi terbanyak nomor dua dengan selisih perbandingan 8% dari total keseluruhan tidak sebanding dengan banyaknya industri yang ada. Jumlah produksi batik terendah berada didaerah Kabupaten Tebo yaitu 1.454 lembar.

Tabel 1. 3 Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan

di Kota Jambi tahun 2023

No	Nama Kecamatan	Jumlah Peduduk	Kterangan
1	Kota Baru	83.381	Jiwa
2	Alam Barajo	113.146	Jiwa
3	Jambi Selatan	57.515	Jiwa
4	Paal Merah	108.182	Jiwa
5	Jelutung	59.744	Jiwa
6	Pasar Jambi	11.147	Jiwa
7	Telanaipura	49.720	Jiwa
8	Danau Sipin	43.734	Jiwa
9	Danau Teluk	13.009	Jiwa
10	Pelayangan	13.050	Jiwa
11	Jambi Timur	66.925	Jiwa
Jumlah		619.553	jiwa

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2024

Kota Jambi merupakan kabupaten/ kota dengan jumlah penduduk terbesar di Provinsi Jambi mencapai 619.553 jiwa pada tahun 2023. Hal ini berbanding terbalik dengan kabupaten Batanghari yang sebelumnya lebih unggul di jumlah produksi batiknya dengan jumlah penduduk yang cukup rendah yaitu 312.7 ribu jiwa . Artinya terdapat permasalahan pada masyarakat terhadap keputusan pembelian batik di Kota Jambi

Menurut penelitian yang dilakukan (Lestari et al., 2021) Pengrajin batik Jambi menghasilkan 10 juta dolar sebulan, menunjukkan peningkatan permintaan untuk kain batik Jambi. Namun, sebagian besar pembeli adalah tamu dari luar provinsi yang membeli kain batik Jambi sebagai oleh-oleh atau cinderamata untuk dibawa pulang ke daerah asalnya. Orang-orang Jambi sendiri relatif sedikit yang membeli batik Jambi. Hal ini sesuai dengan Peraturan Gubernur Jambi Nomor 1 tahun 2019 yang menetapkan standar pakaian Pegawai Negeri Sipil (PNS) di pemerintahan Provinsi Jambi. Pasal 2 dari peraturan tersebut menyatakan bahwa pakaian Dinas di pemerintahan

Provinsi Jambi terdiri dari: 1) PDH warna khaki; 2) PDH putih hitam; 3) dihapus; dan 4) PDH batik dengan motif batik Jambi (Kepegawaian, 2019).

Sementara itu, hanya sebagian kecil orang yang menggunakan batik Jambi, apakah mereka bekerja di perusahaan swasta atau negeri, karena tidak ada ikatan yang mengharuskan mereka untuk menggunakannya. Sebaliknya, batik Jambi digunakan lebih sering untuk peristiwa tertentu, seperti hari ulang tahun Jambi, acara kebudayaan Jambi, dll. Namun pada dasarnya batik sudah menjadi kearifan lokal budaya Jambi dalam berpakaian dan memiliki nilai estetika tersendiri. Oleh karena itu, sebagai tanah melayu yang kental akan adat, batik Jambi juga bisa di gunakan dalam berbagai upacara adat dan acara-acara penting. Seperti pernikahan, pertemuan resmi, dan acara kebudayaan. Harusnya sebagai masyarakat yang cinta dengan budaya Jambi peka akan hal tersebut dan tetap ikut andil dalam mempertahankan kebudayaan daerah Jambi agar tidak musnah. Dari fenomena tersebut, perlu diketahui apa yang menjadi faktor ekternal dan faktor internal yang mejadi pendorong masyarakat Kota Jambi dalam mengambil keputusan pembelian pada batik Jambi.

Banyak faktor, termasuk faktor internal dan eksternal, memengaruhi keputusan seseorang untuk membeli barang tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Faktor internal mencakup persepsi, sikap, gaya hidup, dan kepribadian, sedangkan faktor eksternal mencakup budaya, sosial, keluarga, dan kelompok. Faktor lain mungkin termasuk produk, ekonomi, psikologi, dan faktor sosiologis, yang pada gilirannya memengaruhi perilaku seseorang (L. A. Tambunan, 2021).

Berdasarkan informasi yang telah diuraikan dalam latar belakang serta permasalahan yang disajikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal terhadap Keputusan Pembelian Batik Jambi Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Kota Jambi)”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah faktor internal berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik Jambi**?**
2. Apakah faktor eksternal berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik Jambi?
3. Apakah faktor internal dan faktor eksternal berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian batik Jambi?
4. Bagaimana perspektif Ekonomi Islam dalam menentukan keputusan pembelian batik Jambi pada masyarakat Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor internal terhadap keputusan pembelian batik Jambi
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor eksternal terhadap keputusan pembelian batik Jambi
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor internal dan faktor eksternal secara simultan terhadap keputusan pembelian batik Jambi
4. Untuk mengetahui dan menganalisis perspektif Ekonomi Islam dalam menentukan keputusan pembelian batik Jambi pada masyarakat Kota Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Akademik

Sebagai penguat penelitian yang sudah ada sebelumnya serta menjadi tambahan literatur penelitian berikutnya, jika terdapat penelitian yang serupa dan juga bermanfaat bagi para pembaca untuk dapat meningkatkan wawasan ilmu pengetahuan.

b. Bagi Program Studi Ekonomi Islam

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan refrensi atau informasi dan sarana belajar dalam pengembangan data penelitian lebih lanjut.

c. Bagi Peneliti

Peneliti dapat mengembangkan keterampilan analisis data, interpretasi hasil, serta kemampuan komunikasi dan publikasi. Hal ini akan meningkatkan kapasitas peneliti dalam menghasilkan pengetahuan yang bernilai dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian batik Jambi,

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemerintah

Penelitian ini akan memberikan informasi yang bagi pemerintah dan organisasi terkait untuk memahami dinamika pasar batik Jambi. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, mereka dapat merancang kebijakan atau program yang mendukung pertumbuhan dan pengembangan batik Jambi.

b. Bagi Masyarakat

Dengan memahami nilai-nilai budaya yang terkandung dalam batik Jambi, penelitian ini dapat memperkuat kesadaran masyarakat akan pentingnya melestarikan dan menghargai budaya lokal mereka