

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Persaingan bisnis telah berkembang pesat saat ini baik dalam pasar domestik (nasional) maupun dimasa internasional, dimana untuk memenangkan persaingan perusahaan harus mampu memberikan kesan yang baik kepada para konsumennya yang berkaitan dengan produk. Selain itu perusahaan harus meningkatkan penjualannya secara signifikan agar perusahaan tetap eksis, bahkan lebih jauh lagi perusahaan harus bisa lebih maju. Untuk meningkatkan volume atau jumlah penjualan dari suatu produk yang ditawarkan, maka tidak bisa terlepas dari pemasaran atau marketing. Dalam konsep pemasaran dinyatakan bahwa produsen tidak hanya membuat barang tapi produsen harus memusatkan perhatian pada selera konsumen, produsen memperhatikan kebutuhan dan keinginan dari konsumen

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas juga merupakan syarat utama diterimanya suatu produk di pasar dimana suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan. Berbagai usaha ditempuh perusahaan untuk menghasilkan produk yang berkualitas, antara lain dengan menerapkan kontrol yang ketat pada setiap proses mulai dari penyiapan bahan baku sampai penyimpanan produk jadi. Semakin bagus kualitas produk

maka akan semakin tinggi tingkat keputusan pembelian dalam artian konsumen akan cenderung memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga, karena harga telah menjadi faktor penting dan sensitif yang mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu harga dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan apakah akan membeli produk tersebut atau tidak, dan berapa jumlah yang akan dibeli berdasarkan harga tersebut. Selain itu harga sering dijadikan indikator kualitas bagi konsumen dimana konsumen sering memilih yang lebih tinggi diantara 2 barang sejenis, karena cenderung kualitas lebih baik.

Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin harga tidak bersaing maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga dapat bersaing maka keputusan pembelian semakin tinggi. Maka para pengusaha harus jeli dalam menetapkan harga produknya ke pasar agar produk tersebut sukses di pasar dan menghasilkan keuntungan besar bagi perusahaan.

Batik adalah salah satu warisan budaya Indonesia yang sangat berharga dan sudah dikenal di seluruh dunia setelah lembaga Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yang membawahi masalah kebudayaan, UNESCO, telah menyetujui batik sebagai warisan budaya yang dihasilkan oleh Indonesia. Setelah pengakuan oleh UNESCO mengenai batik sebagai warisan budaya asli Indonesia sekarang banyak produsen batik berlomba untuk memenuhi kebutuhan permintaan pasar bukan hanya pasar lokal tapi sudah mulai merambah ke pasar internasional. Dikarenakan semakin banyaknya desainer yang mengangkat citra batik di setiap pameran

sehingga batik sekarang tidak hanya dikenal sebagai pakaian tradisional, melainkan pakaian yang bisa mengikuti perkembangan jaman namun tetap mempertahankan ciri khasnya sehingga banyak konsumen dari luar negeri yang berminat pada batik Indonesia.

Di Indonesia sendiri terdapat bermacam-macam batik hal itu dikarenakan banyaknya suku dan daerah yang memiliki batik dengan ciri khas daerah itu sendiri. Batik merupakan salah kekayaan seni warisan budaya masa lampau, yang telah menjadikan negara Indonesia memiliki ciri khas di mancanegara yang membedakan negara Indonesia dengan negara lainnya. Perkembangan batik yang sudah menempuh perjalanan berabad abad silam telah melahirkan berbagai jenis dan corak batik yang khas disetiap daerahnya. Di kota Pekalongan batik menjadi ikon kota tersebut, bahkan kerajinan rakyat ini diangkat oleh pemerintah daerah setempat sebagai *city branding* kota, yaitu Pekalongan *world's city of batik*. Oleh karena itu sudah sewajarnya saat ini orang Indonesia mulai memperhatikan batik, terlebih saat ini model pakaian dengan corak batik sudah bermacam macam dan modern, sehingga dapat digunakan dalam berbagai kesempatan.

Sejak adanya legalitas dari UNESCO, gairah masyarakat untuk memakai batik semakin pesat dan pengenalan terhadap batik bahkan dimulai sejak usia dini, hampir masyarakat berbagai usia memakainya, baik dalam bentuk pakaian maupun kreasi lainnya. Banyak sekolah dan kantor baik itu yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta mewajibkan siswa dan karyawannya untuk memakai batik pada hari hari tertentu. Dimana hal ini membuat permintaan produk batik di pasar

semakin meningkat yang berdampak pada terangkatnya perekonomian produsen batik nasional.

Salah satu produsen batik yang cukup terkenal di Thamrin City adalah Batik Kisnala dimana Batik Kisnala merupakan UKM yang memulai usaha di Thamrin City pada tahun 2010. Batik Kisnala lebih fokus tujuan ke batik print, meski batik tulis dan cap juga diproduksi. Batik dari pekalongan itu menjual baju *couple* (pasangan) dengan model baju wanita yang bervariasi, diantaranya model untuk orang muslim yang badan dan lengannya panjang, model baju lengan pendek untuk sekolah atau kerja kantoran, model baju terusan dress dan baju pria lengan panjang dan pendek. Jenis kain yang digunakan bervariasi dari katun standar, katun yang halus dan bahan serat (*doby*). Batik Kisnala juga menerima pesanan untuk desain motif berlogo seperti seragam sekolah atau kantor dan juga partai, namun yang menjadi ciri khas toko ini adalah dengan batik yang berwarna cerah serta menyediakan stok seragam batik.

Perkembangan Toko Batik Kisnala dari awal tahun berdiri sampai sekarang mengalami tren fluktuatif karena di mall Thamrin City sendiri didominasi oleh para pedagang batik sehingga menyebabkan tingkat persaingan sangat kompetitif. Setiap para pedagang batik memiliki ciri khas masing-masing yang menjadi keunggulan produk mereka dan menjadi pembeda produk batik mereka dengan produk batik lainnya. Beberapa toko batik yang menjadi pesaing Batik Kisnala diantaranya Batik Utomo, Batik Syukron, Batik Syaira, Batik Trendy, Batik Blarak dan Batik ART. Data penjualan yang dimiliki oleh Batik Kisnala di mulai

dari tahun 2012 sampai 2016 semua dapat dilihat berdasarkan tabel 1.1 dan tabel 1.2 di bawah ini.

**Tabel 1.1**

**Jumlah Penjualan Toko Batik Tahun 2012-2016**

No	Toko Batik	Tahun				
		2012	2013	2014	2015	2016
1.	Batik Kisanala	24.122 pcs	26.145 pcs	29.447 pcs	32.960 pcs	30.190 pcs
2.	Batik Utomo	-	-	21.587 pcs	19.116 pcs	23.748 pcs
3.	Batik Syukron	-	24.325 pcs	25.169 pcs	26.450 pcs	26.861 pcs
4.	Batik Trendy	-	-	28.835 pcs	25.166 pcs	28.276 pcs
5.	Batik Syaira		27.368 pcs	26.824 pcs	28.338 pcs	30.881 pcs

Sumber Data Diolah Peneliti, 2017.

Berdasarkan tabel diatas batik yang terjual di toko Batik Kisanala pada tahun 2012 sebanyak 24.122 pcs. Pada tahun 2013 mengalami kenaikan mencapai 7,7 % dengan jumlah batik yang terjual 26.145 pcs. Ditahun 2014 toko Batik Kisanala mengalami persentase positif dengan kenaikan sebanyak 11,2 % dengan jumlah batik yang terjual 29.477pcs. Ditahun 2015 toko Batik Kisanala masih mengalami kenaikan sebesar 10,6 % dalam jumlah batik yang terjual 32.960 pcs. Namun di tahun 2016 toko Batik Kisanala mengalami penurunan sebesar 9,1 % dikarenakan persaingan batik di mall Thamrin City sangat kompetitif, sehingga para konsumen memiliki banyak pilihan sebelum memutuskan keputusan pembelian batik di mall Thamrin City, yang setiap toko batik memiliki ciri khas atau keunggulan masing-masing produk.

**Tabel 1.2**  
**Omset Penjualan Tahun 2012-2016**

No	Uraian	Tahun				
		2012	2013	2014	2015	2016
1.	Omset Penjualan	1.688.571.500	1.830.157.000	2.061.325.000	2.607.239.500	2.253.355.000
2.	Persentase Omset Penjualan	-	18,3 %	11,2 %	20,9%	-15,7%

Sumber: Laporan Tahunan Toko Batik Kislana, 2017.

Berdasarkan tabel diatas omset penjualan di toko Batik Kislana pada tahun 2012 sebesar Rp 1.688.571.500. Pada tahun 2013 mengalami kenaikan mencapai 18,3 % menjadi sebesar Rp 1.830.157.000. Ditahun 2014 toko Batik Kislana mengalami kenaikan sebanyak 20,6 % menjadi sebesar Rp 2.061.325.000. Pada tahun 2015 omset penjualan di toko Batik Kislana masih mengalami kenaikan 20,9 % menjadi sebesar 2.607.239.500. namun pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 15,7 % menjadi 2.253.355.000.

Berdasarkan permasalahan diatas judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Kislana”**  
**(Studi kasus pada konsumen Batik Kislana di Thamrin City Jakarta Pusat)**

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

1. Adanya persaingan antara toko batik di Thamrin City sehingga membuat konsumen bingung memilih, salah satunya meningkatkan kualitas produk.

2. Adanya pesaing dari segi harga yang diberikan oleh masing-masing toko batik sehingga mempengaruhi keputusan konsumen.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penulis hanya berfokus pada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di toko Batik Kisnala.
2. Penulis hanya melakukan studi kasus di toko Batik Kisnala di Thamrin City, Jakarta Pusat.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko Batik Kisnala ?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di toko Batik Kisnala ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di toko Batik Kisnala ?
4. Faktor apakah yang paling dominan berpengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah yang telah di jelaskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko Batik Kisnala.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko Batik Kisnala.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di toko Batik Kisnala.
4. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan berpengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di toko Batik Kisnala.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian bagi penulis adalah :

##### **1. Bagi Penulis**

- a. Dapat digunakan untuk menerapkan ilmu yang telah diterima dibangku kuliah ke dunia usaha yang sebenarnya.
- b. Dapat menambah dan memperluas wawasan penulis mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di toko Batik Kisnala.

##### **2. Bagi Pembaca**

Adapun manfaat penelitian bagi pembaca adalah :



- a. Dapat digunakan sebagai bahan penambah ilmu pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di toko Batik Kisnala.
- b. Dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk melakukan penelitian di masa yang akan datang.

### 3. Bagi Perusahaan

Adapun manfaat penelitian bagi perusahaan adalah :

- a. Dapat memberikan kontribusi dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan upaya membangun hubungan baik dengan pelanggan.
- b. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat menjadi masukan bagi toko Batik Kisnala untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.