

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Era globalisasi semua sektor harus bergerak dengan cepat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat. Peningkatan kualitas teknologi membantu seluruh sektor perekonomian untuk bergerak lebih cepat. Berbagai perusahaan dan instansi bersaing dalam hal menciptakan inovasi, dan memberikan pelayanan, serta kualitas yang terbaik bagi konsumen. Perusahaan atau instansi tak hanya mengandalkan teknologi yang ada, agar mampu bersaing dalam pasar para pekerja tetap menjadi pilihan utama sebagai ujung tombak dari roda perekonomian perusahaan atau instansi.

Usaha industri batik menghadapi derasnya arus masuk produk dari negara lain yang akan bersaing dengan produk dalam negeri sebagai dampak dari globalisasi. Di sisi lain permasalahan klasik terkait dengan pasokan bahan baku, teknologi terapan, dan manajemen usaha masih sering ditemui dalam performa bisnis di Indonesia, seperti yang terjadi juga di industri batik. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, para pelaku usaha batik harus menerapkan suatu strategi yang mampu mendorong mereka baik secara individu, organisasi maupun perilaku kolektif masyarakat untuk melakukan perbaikan terus menerus secara mandiri dalam meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dan

pelayanan yang diberikan, serta perluasan akses pasar tanpa ketergantungan yang tinggi kepada pihak lain.

Batik merupakan komoditas tekstil yang berkembang dalam hal desain motif yang didasari kesukaan konsumen terhadap motif serta warna yang digunakan. Telah banyak produk batik yang diproduksi dengan menggunakan berbagai media tekstil dengan motif khas tiap daerah dan secara langsung memperkaya seni batik di Indonesia. Produk batik yang sudah jadi, tentunya perlu dijaga kualitasnya, salah satunya dalam ketahanan luntur warna kain. Peningkatan kualitas produk batik, secara langsung akan meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh pasar. Selain dari kualitas produk, produsen juga perlu memperhatikan motif yang akan diproduksi sehingga mampu menciptakan trend fashion tersendiri.

Upaya untuk meningkatkan kinerja bisnis, setiap pelaku usaha di sentra-sentra industri batik perlu melakukan perencanaan usaha dengan tepat. Dengan demikian jaringan usaha yang kuat di antara mereka sendiri, komunitas pengusaha lokal, maupun dengan lembaga terkait sangat diperlukan. Pemerintah berinisiatif memfasilitasi kegiatan yang mendorong pertumbuhan di sektor riil, salah satunya adalah dengan penguatan sentra-sentra industri, termasuk di antaranya adalah sentra industri batik di Kabupaten Sumenep Provinsi Jawa Timur. Pengembangan/penguatan sentra industri merupakan alternatif pendekatan yang efektif untuk membangun keunggulan daya saing

industri khususnya dan pembangunan daerah (*regional development*) pada umumnya. Penguatan sentra industri batik di Kabupaten Sumenep dimaksudkan sebagai langkah awal dibentuknya klaster industri batik. Pembentukan klaster batik ini didasarkan pada keyakinan bahwa pendekatan klaster dinilai strategis karena bersifat terintegrasi, meningkatkan daya saing dan lebih menguntungkan, tidak hanya dalam rangka efisiensi biaya tetapi juga bagi pengembangan ekonomi wilayah.

Pandangan masyarakat sebagai konsumen batik, dalam pembelian batik hanya untuk dipakai bila ada momentum-momentum penting serta dipersepsikan memakai batik, diibaratkan sebagai orang kuno, terlebih bila batik produksi Madura dengan corak khas yang kaku dengan desain burung dan kembang dengan warna merah dan hijau, hal inilah yang memandang batik dalam pembeliannya sepi peminat.

Persepsi merupakan cara pandang seseorang terhadap suatu objek tertentu dengan cara yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni pengetahuan, pengalaman, pendidikan, serta cara pandang dari kepentingan seseorang. Persepsi positif maupun negatif seseorang terhadap suatu objek terbentuk dan akan segera muncul ketika ada rangsangan yang memicu.

Berbagai upaya dalam menghapus persepsi masyarakat yang salah tentang pemakaian Batik, Pemerintah Kabupaten Sumenep, mengharuskan pada hari masuk kerja hari Kamis dan Jum'at

menggunakan Batik Khas Sumenep, termasuk juga melakukan event Busana Batik, serta mengadakan promosi bahwa batik Sumenep terutama yang dulu dikenal Batik Pakandangan, dan dipakai untuk pakaian resmi ataupun keadaan tertentu yang bersifat kedinasan atau perayaan yang sakral.

Batik Pandangan Barat, terlihat memang sangat baik dilihat dari desain maupun motif maupun warna yang diproduksi dengan tetap memberikan ciri khasnya Batik Pakandangan Barat Sumenep, pengrajin batik Desa Pakandangan barat, sebagaimana berikut:

**Tabel 1.1**  
**Pengrajin Batik Pakandangan**

No	Nama Pengrajin	Desain Batik
1.	Riski	Burung dan Bunga
2.	Mastur	Burung dan Alar
3.	Dauli	Kembang dan Abstrak
4.	Mustofa	Kembang
5.	Taufik Salam	Keris dan Burung
6.	Taufik Kader	Merak dan Baluran
7.	Feri Andriyan	Abstrak dan Bunga
8.	Ali Sadikin	Merak dan Bunga
9.	Holis	Abstrak dan keris
10.	Rofek	Burung dan bunga
11.	Wahdi	Kembang
12.	Junaidi	Setumpuk bungan
13.	Salamet	Kharisma kembang
14.	Riskiyah	Dua Warna
15.	Siti Aminah	Bunga
16.	Mahmudiyah	Merak
17.	Salma	Akar akar dan bunga
18.	Misnawati	Kembang dan Selingkuh
19.	Haera	Akar-akar
20.	Sundari	Merak dan Kembang

Sumber : Kelompok Pembatik Pakandangan Barat, 2022

Masalah yang di hadapi masyarakat Pakandangan Barat sebagai pengrajin Batik, kurang memberikan promosi kepada publik dan

juga desain batik masih kurang bisa mengikuti pasar serta kualitas bahan yang kurang berkualitas dan cepat luntur. Pada Desa Pakandangan Barat tidak adanya sentra batik yang secara langsung hasil dari pengarjin batik ditampung pada sentra batik. Namun saat ini dalam penjualan masih dilakukan sendiri-sendiri dan dalam ilmu pemasaran kurang menarik, karena hasil kerajinannya tidak ditata yang rapi dan astri untuk menarik minat konsumen. Hal inilah yang menjadi persepsi masyarakat terhadap batik masih rendah.

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, penulis tertarik mengambil judul penelitian ini sebagai berikut: **Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik Di Desa Pakandangan Barat.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang di atas maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh persepsi masyarakat terhadap keputusan pembelian kain batik di Desa Pakandangan Barat ?
2. Faktor manakah yang paling dominan dalam pembelian kain batik di Desa Pakandangan Barat ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi masyarakat terhadap keputusan pembelian kain batik di Desa Pakandangan Barat
2. Untuk menganalisis faktor yang paling dominan dalam dalam pembelian kain batik di Desa Pakandangan Barat.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan memperoleh bagi pihak yang terkait antara lain :

##### **1. Manfaat Teoritis**

Menambah wawasan di bidang kualitas produk berdasarkan teori yang sudah didapatkan dibangku perkuliahan, serta menambah pengetahuan tentang seberapa penting kualitas produk terhadap masyarakat awam.

##### **2. Manfaat Praktis**

diharapkan dapat menjadi referensi dan bermanfaat bagi masyarakat dan pengraji batik dalam menerapkan strategi kualitas produk dalam hal persepsi masyarakat awam terhadap kain batik untuk mengetahui persepsi pengetahuan masyarakat awam di desa Pakandangan barat.

Diharapkan akan menjadi referensi yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penulis lain yang ingin melakukan penelitian tentang persepsi masyarakat awam terhadap kain batik.

### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini hanya membatasi pada pengaruh pada persepsi masyarakat dan keputusan pembelian kain batik di Desa Pakandangan Barat terhadap kain batik.

