

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Beberapa waktu terakhir ini, pamor batik sedang naik daun. Batik seolah menjadi raja pakaian pada acara-acara resmi atau tidak resmi. Banyak orang yang menggunakan batik berarti batik telah menarik perilaku individu untuk membeli batik. Tingginya perilaku membeli produk batik merupakan harapan pengusaha semakin tinggi perilaku membeli menguntungkan usaha batik nasional atau daerah penghasil produk batik.

Batik tulis Lasem merupakan salah satu komoditi potensial Kabupaten Rembang yang merupakan warisan nenek moyang yang dikembangkan secara turun temurun. Ciri khas batik tulis Lasem adalah motif pesisiran dengan corak yang unik yaitu warna dominan adalah merah dan biru. Konsumen batik tulis Lasem pada awalnya adalah kalangan tertentu yaitu generasi tua yang bermukim di daerah-daerah pantai, namun dalam perkembangannya kalangan muda mulai menyukai motif batik yang cukup bervariasi untuk dibuat gaun dan baju. Pada zaman dahulu batik Lasem pernah mengalami kejayaan khususnya sebelum batik printing, tapi setelah perkembangan batik printing, batik yang dibuat secara konvensional seperti batik tulis mengalami persaingan yang berat, karena batik printing harganya lebih murah.

Harga batik Lasem yang cenderung murah diharapkan oleh produsen dapat meningkatkan perilaku konsumen untuk membeli batik Lasem. Perilaku membeli batik Lasem tinggi dapat meningkatkan produktivitas perusahaan batik Lasem.

Sebab dengan adanya perilaku membeli yang tinggi dari konsumen, perusahaan akan berusaha memperbanyak produksi dengan menggunakan banyak karyawan sehingga dapat memenuhi pesanan konsumen dan memberikan keuntungan kepada perusahaan sehingga perusahaan dapat berkembang.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara pra penelitian (Selasa, 16 November 2010, di Rembang) dengan beberapa pembeli batik Lasem dapat diketahui bahwa batik Lasem memiliki kelemahan-kelemahan dalam warna yaitu warna mudah luntur saat dicuci sehingga memudarkan warna. Kain yang digunakan sebagai bahan dasar dalam pembuatan kain batik kualitasnya kurang baik sehingga mudah kusut saat digunakan. Dikatakan salah seorang pegawai di Pemerintah Kabupaten Rembang (Selasa, 16 November 2010, di Rembang) bahwa pemerintah daerah telah berusaha meningkatkan kualitas batik Lasem dengan memberikan penyuluhan-penyuluhan kepada pengrajin batik untuk menggunakan bahan dasar yang berkualitas. Akan tetapi, masukan dari pemerintah daerah Kabupaten Rembang tersebut tidak dapat dilaksanakan. Menurut seorang pengrajin batik Lasem (Rabu, 17 November 2010, di rembang) mengatakan apabila bahan dasar yang digunakan menggunakan bahan yang berkualitas berarti meningkatkan pengeluaran biaya dan menaikkan harga jual. Konsumen belum dapat menerima harga jual batik Lasem yang lebih tinggi dan memungkinkan hambatan dalam penjualan batik Lasem, karena keinginan konsumen untuk membeli batik Lasem menurun.

Pernyataan tersebut didukung oleh hasil data dari Koperasi Umbrella yaitu koperasi yang ada di kabupaten Rembang dengan tujuan untuk meningkatkan usaha batik Lasem di Rembang. Dari data koperasi tersebut dapat diketahui bahwa pada tahun 2009 para anggota koperasi yang terdiri dari pengusaha batik mampu

memproduksi 84.150 stel pakaian batik dalam satu tahun. Produksi tersebut pada tahun 2010 menurun menjadi 81.025 stel pakaian batik dalam satu tahun sehingga ada penurunan produk dari tahun 2009 – 2010 sebanyak 3.125 stel atau 1,9%. Penurunan 1,9% menunjukkan perilaku membeli batik Lasem konsumen berkurang.

Perilaku membeli batik Lasem rendah ditandai adanya permintaan batik Lasem jarang dilakukan oleh konsumen sehingga perusahaan memproduksi batik Lasem hanya sedikit. Akibat pemesanan batik Lasem yang sedikit berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan batik mengalami hambatan dalam pemasaran atau penjualan, dan ada kemungkinan perusahaan akan mengalami kebangkrutan.

Banyak alasan yang melatar belakangi antara orang yang satu dengan yang lain akan berbeda dalam memberikan alasan mengapa melakukan pembelian suatu barang atau berperilaku terhadap suatu barang. Selain masalah karakteristik penjualnya dalam melayani pembeli, perilaku membeli yang terdapat dalam diri seseorang tidak terlepas dari hasil produk itu sendiri. Lebih jelas diutarakan oleh Kotler (dalam Abdurachman, 2004) ada empat faktor psikologis yang mempengaruhi seseorang untuk membeli yaitu, motivasi (dorongan seseorang untuk bertindak guna memuaskan kebutuhannya sehingga dapat mengurangi ketegangan yang dimilikinya), persepsi (proses seseorang individu memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan-masukan untuk menciptakan gambaran yang bermakna), pengetahuan, serta keyakinan dan pendirian melalui bertindak dan belajar.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku membeli yaitu persepsi. Faktor persepsi merupakan faktor yang berpengaruh terhadap tindakan seseorang dalam membeli suatu produk. Konsumen akan mempersepsikan suatu produk dari sisi bentuk, warna, merek, dan kualitas barang. Wexley dan Yukl (2002)

berpendapat bahwa persepsi konsumen terhadap sesuatu kualitas suatu produk berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, karena persepsi kualitas merupakan persepsi dari konsumen maka persepsi kualitas tidak dapat ditentukan secara obyektif. Persepsi konsumen akan melibatkan apa yang penting bagi konsumen sehingga akan membawa perilaku membeli yang berbeda pula. Melalui kemampuan mempersepsi obyek stimulus, seseorang memperoleh input berupa pengetahuan tentang kualitas suatu produk. Sehingga konsumen yang dihadapkan pada suatu produk akan merasa yakin dan tertarik terhadap kualitas dari suatu produk dan dapat pula digunakan dalam pengambilan keputusan.

Persepsi konsumen terhadap kualitas produk bersifat negatif dan positif. Persepsi konsumen bersifat positif terhadap kualitas produk, apabila kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen. Sebaliknya, persepsi konsumen bersifat negatif karena kualitas produk tidak sesuai dengan harapan konsumen. Pandangan tentang kualitas suatu barang bisa berbeda dari konsumen satu dengan konsumen lain, karena konsumen mempunyai persepsi yang berbeda tentang kualitas produk.

Kotler (2001) memberikan gambaran bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu barang yang berpengaruh untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan. Dalam hubungannya dengan perilaku membeli, kualitas yang berorientasi pada pelanggan adalah jika kualitas suatu barang dapat memenuhi harapan pelanggan sehingga konsumen akan terus membeli produk tersebut.

Baik buruknya suatu produk barang bukan hanya kualitas saja yang dapat menarik perilaku membeli konsumen, melainkan juga harga dan bentuk barang. Konsumen memperhatikan kualitas barang, harga dan bentuk barang akan menimbulkan perilaku membeli sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas dapat diketahui ada permasalahan perilaku membeli batik Lasem di Rembang cenderung rendah. Hal tersebut dapat diketahui melalui perilaku membeli konsumen batik Lasem mulai berkurang karena kualitas batik kurang bagus, seperti warna batik cepat pudar. Di sisi lain, kualitas batik Lasem yang kurang baik menimbulkan persepsi negatif konsumen. Oleh sebab itu, timbul pertanyaan penelitian, yaitu: “Apakah ada hubungan antara persepsi terhadap kualitas barang dengan perilaku membeli batik tulis Lasem di Rembang?” Atas dasar permasalahan tersebut, maka peneliti memilih judul: “Hubungan Antara Persepsi Terhadap Kualitas Barang dengan Perilaku Membeli Batik Tulis Lasem di Rembang”.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini, yaitu ingin mengetahui:

1. Hubungan antara persepsi terhadap kualitas barang dengan perilaku membeli batik tulis Lasem di Rembang.
2. Peranan persepsi kualitas barang terhadap perilaku membeli batik tulis Lasem di Rembang.
3. Tingkat persepsi terhadap kualitas barang batik tulis Lasem di Rembang.
4. Tingkat perilaku membeli batik tulis Lasem di Rembang.

C. Manfaat Penelitian

1. Bagi subjek penelitian dan masyarakat

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi subjek dan masyarakat guna memperoleh informasi tentang pentingnya persepsi terhadap kualitas barang dengan

perilaku membeli batik tulis Lasem di Rembang. Cara agar subjek penelitian dan masyarakat tahu tentang informasi pentingnya persepsi terhadap kualitas barang dengan perilaku membeli batik tulis Lasem di Rembang dilakukan oleh peneliti dengan cara menjelaskan kepada subjek penelitian dan masyarakat kualitas yang baik, harga yang murah, dan motif saat peneliti mengumpulkan data. Dengan diketahuinya hasil kualitas yang baik, harga yang murah, dan motif yang sesuai keinginan akan mempengaruhi persepsi terhadap hasil produk.

2. Bagi Produsen batik

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi produsen batik. Bagi produsen batik, penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dalam memahami persepsi terhadap kualitas barang dengan perilaku membeli batik tulis Lasem di Rembang sehingga produsen batik dapat mempertahankan kualitas barang dengan harga yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Adapun cara agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi produsen, peneliti memberitahukan tentang tujuan penelitian saat peneliti meminta ijin kepada produsen dan mengumpulkan data.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat di gunakan sebagai bahan perbandingan dan menambah wacana pemikiran untuk mengembangkan, memperdalam, dan memperkaya khasanah teoritis dengan penelitian yang sama. Caranya yaitu peneliti menggunakan teori-teori sesuai judul sehingga teori tersebut nantinya dapat digunakan oleh peneliti lain sebagai tambahan pengetahuan dalam memahami tentang hubungan persepsi terhadap kualitas barang dengan perilaku membeli batik tulis Lasem di Rembang.