

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Batik adalah hasil karya tulis menggunakan media berupa canting, malam dan kain berjenis mori dimana kain tersebut menjadi tempat untuk menggambarkan setelah dipengaruhi oleh budaya, adat dan peristiwa sekitar sehingga menghasilkan bentuk gambar atau tulisan yang disebut motif. Sehingga gambar dan motif yang terkandung dalam batik memiliki folosofi dan sejarah yang membentuk nilai jual yang mahal, sebab selain membeli produk, konsumen pun membeli sebuah sejarah atau filosofi yang ada didalamnya dan menjadi bagian dari nilai tersebut.

Perkembangan batik di indonesia, khususnya di jawa tengah, Cilacap, mengalami pertumbuhan yang baik tak heran di beberapa daerah memiliki batiknya sendiri, namun tetap saja ciri khas dari kota batik adalah Pekalongan lalu di ikuti oleh Jogja dan Solo. Di Cilacap daerah yang memiliki hasil produk batik yakni Maos, Kroya, dan Gandrungmangu dengan skala demikian tak heran produk batik terutama batik tulis hanya memiliki skala UMKM.

Di Indonesia Undang-Undang yang mengatur tentang UMKM adalah UU No. 20/2008, dalam UU tersebut UMKM dijelaskan sebagai: “perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki

oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.” Berikut kriteria kekayaan dan pendapatan di dalam Undang-Undang yang telah dibuat tersebut;

Table 1.1Kriteria UMKM dan Usaha Besar Berdasarkan Aset dan Omzet

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset (tidak termasuk ranah dan bangunan)	Omzet (dalam 1 tahun)
Usaha Mikro	Maksimal Rp. 50 juta	Maksimal Rp. 300 juta
Usaha Kecil	Lebih dari Rp. 50 juta – Rp.500 juta	Lebih dari Rp. 300 juta – Rp. 2,5 milyar
Usaha Menengah	Lebih dari Rp. 500 juta – Rp. 10 milyar	Lebih dari Rp. 2,5 milyar – Rp. 50 milyar
Usaha Besar	Lebih dari Rp. 10 milyar	Lebih dari Rp. 50 milyar

Sumber: Undang-Undang No.20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah,

<https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>

Terlihat data diatas, UMKM memiliki kriteria untuk aset dan omzet yang kecil, tentunya hal itu harus didorong oleh pemerintah untuk memperhatikan UMKM. Upaya pemerintah untuk mengenalkan konsumen terhadap pelaku usaha UMKM agar ada terjadinya keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen berupa pameran, *showroom*, dan *bisnis matching* sebab terjadinya hal demikian didasari oleh kebutuhan dan suatu masalah yang diinginkan. Proses pembelian ditampilkan dengan seorang konsumen melakukan pemilihan lalu terjadi pembelian terhadap produk tertentu. Proses keputusan pembelian tentu memiliki beberapa tahapan yakni pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan hasil setelah pembelian terjadi, maka demikian akan terjadi pembelian kembali, jika konsumen yang menggunakan produk

yang telah dipilih merasakan kepuasan dan manfaat yang telah didapat. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor-faktor keadaan disekitar dan tidak terduga. Faktor internal pun mempengaruhi suatu proses pembelian dengan melalui hal yang disebutkan tersebut yang meliputi persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap, dan kepribadian yang dimiliki oleh konsumen. Lalu faktor eksternal diantaranya faktor situasional yang meliputi fasilitas, pelayanan, penggunaan produk saat pembelian. Dan faktor sosial meliputi peraturan undang-undangan, keluarga, kelompok referensi, dan kelas sosial. Faktor tersebut bisa mempengaruhi keputusan konsumen dalam menentukan pembelian.

CV. Rajasamas Jaya yang berlokasi di Cilacap merupakan salah satu pelaku usaha UMKM, dimana pangsa pasar untuk membangun perekonomian nasional cukup mendapatkan persentase yang besar maka diharapkan dapat membantu perekonomian lingkungan sekitar dengan memperkenalkan produk budaya. Berikut data omset produk yang terjual tahun 2019:

Table 1.2 Penjualan produk menurut data.

Bulan ke-	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Jumlah
Batik Tulis	10	10	5	6	4	2	13	4	3	4	3	4	253
Batik Cap	20	19	21	24	11	15	11	39	13	27	38	15	68
Batik Printing	23	19	23	20	13	28	30	13	17	12	14	16	228
Total													549

Sumber: C.V Rajasamas Jaya, Cilacap.

Tempat yang peneliti ialah perusahaan yang berskala UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) di Kabupaten Cilacap, desa Maos Kidul Kecamatan Maos. Perusahaan tersebut menghasilkan produk berupa barang yakni batik, bambu, dan kerajinan tangan lainnya, yang sudah ada sejak 2007 hingga kini telah mengikuti beberapa pameran dan mendapatkan penghargaan. Peneliti mencoba meneliti keputusan konsumen untuk menentukan faktor-faktor produk di C.V Rajasamas Jaya yang terkenal dengan batik tulisnya yang khas dan berasal dari wilayah dan budaya sekitar. Maka dengan demikian maka peneliti mengajukan judul Skripsi **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENENTUKAN PEMBELIAN PRODUK BATIK DI RAJASAMAS JAYA, CILACAP TAHUN 2020”**

B. Rumusan masalah

1. Apakah faktor psikologis mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk ?
2. Apakah faktor situasional mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk ?
3. Apakah faktor sosial mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk?
4. Apakah faktor psikologis, faktor situasional dan faktor sosial mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk ?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan konsumen.
2. Mengetahui pengaruh faktor situasional berpengaruh terhadap keputusan konsumen.
3. Mengetahui pengaruh faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan konsumen.
4. Mengetahui pengaruh faktor psikologis, faktor situasional dan faktor sosial terhadap keputusan konsumen.

D. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif Sugiyono (1999:6) “ Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan terhadap variabel mandiri, yaitu tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain”. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antara berbagai fenomena yang diselidiki dan tujuan penelitian kuantitatif adalah mengukur indikator yang dapat diukur dalam menentukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memberikan bukti empiris tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, dan menentukan pembelian produk batik yang ada diperusahaan C.V Rajasamas jaya.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti dapat memahami pengaruh faktor psikologis, faktor situasional dan faktor sosial yang dapat berpengaruh saat menentukan pembelian produk.
2. Diharapkan hasil penelitian, bisa digunakan sebagai rujukan oleh perusahaan agar dapat mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Menjadi karya ilmiah yang dapat dijadikan referensi untuk studi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen di Universitas Nadhlatul Ulama Al-Ghazali.