

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik merupakan ciri khas sekaligus identitas bagi negara Indonesia. Indonesia telah memiliki 101 sentra batik yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Industri batik Indonesia telah menjadi penggerak perekonomian nasional. Industri batik Indonesia memiliki daya saing komparatif dan kompetitif di pasar internasional. Badan Pusat Statistik mencatat pada tahun 2017 industri batik Indonesia mencapai nilai ekspor sebesar US\$ 58,46 juta dengan negara tujuan ekspor yaitu Jepang, Amerika Serikat, dan Eropa. Ditetapkannya Hari Batik Nasional pada tanggal 2 Oktober sebagai implementasi dari penetapan UNESCO dalam *Fourth Session of the Intergovernmental Committee* menjadi peluang bagi Indonesia untuk mengembangkan produk batik ke berbagai negara. Namun masuknya produk batik cetak Cina ke Indonesia membuat daya saing kompetisi batik semakin ketat. Batik impor dari Cina ini memiliki harga yang murah sehingga digemari oleh masyarakat Indonesia. Badan Pusat Statistik mengumumkan bahwa impor batik pada tahun 2015 mencapai 1.037 ton atau setara US\$ 30 juta lalu pada tahun 2013 mencapai 278 ton atau setara dengan US\$ 5,1 juta .

Kabupaten Cirebon menduduki peringkat ketiga sebagai industri batik terkenal di Indonesia setelah batik Pekalongan dan batik Solo. Industri batik ini

memiliki peran penting terhadap perekonomian daerah Kabupaten Cirebon. Kontribusinya yang dapat menyerap tenaga kerja sekitar serta meningkatkan PDRB Kabupaten Cirebon seperti yang terlihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1
Jumlah Tenaga Kerja Industri Unggulan di Kabupaten Cirebon Tahun 2014-2017

No	Jenis Komoditi	Tenaga Kerja				TOTAL
		2014	2015	2016	2017	
1.	Meubeul/ Kerajinan Rotan	57.102	59.712	59.763	60.455	237.032
2.	Konveksi	5.985	6.054	6.145	6.221	24.405
3.	Meubeul Kayu	7.351	7.552	7.558	7.570	23.218
4.	Roti dan Makanan Ringan	5.029	6.095	714	8.327	20.165
5.	Batik	4.288	4.515	4.628	4.628	18.059
6.	Batu Alam	2.010	2.051	2.072	2.072	6.396
7.	Emping Melinjo	1.194	1.309	1.374	1.374	5.251
8.	Kerajinan Kulit Kerang	753	770	780	780	3.083
9.	Sandal Karet	225	230	235	235	925

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Cirebon

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa industri batik menempati posisi ke 5 (lima) dalam penyerapan tenaga kerja, setelah posisi pertama ditempati oleh industri meubeul/ kerajinan rotan disusul oleh industri konveksi lalu industri meubel kayu, dan industri roti dan makanan ringan. Penyerapan tenaga kerja pada industri batik setiap tahunnya mengalami kenaikan. Pada tahun 2014 industri batik menyerap tenaga kerja sebanyak 4.288 orang hingga pada tahun 2017 industri batik menyerap

4.628 orang yang artinya penyerapan tenaga kerja dari tahun 2014 hingga tahun 2017 meningkat sebanyak 7.92%.

Tabel 1.2
Jumlah Toko di Kawasan Batik Trusmi Cirebon Tahun 2019

Kawasan Batik Trusmi Cirebon	
Showroom Batik Trusmi	75
Sentra Batik Trusmi	190
TOTAL	265

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Cirebon

Kabupaten Cirebon memiliki industri batik yang bernama Kawasan Batik Trusmi Cirebon. Kawasan Batik Trusmi Cirebon terdiri dari dua bagian. Yang pertama terdiri dari showroom-showroom batik modern yang di dirikan oleh para pengusaha secara perorangan atau masing-masing. Terdapat 75 showroom batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon. Yang kedua terdiri dari Sentra Batik Trusmi. Sentra Batik Trusmi merupakan wadah yang dibentuk untuk para pengrajin batik asli untuk menjual hasil karyanya secara langsung kepada konsumen. Terdapat 190 unit toko di Sentra Batik Trusmi.

Kawasan Batik Trusmi Cirebon memiliki keunggulan yang dapat menarik konsumen untuk datang dibandingkan dengan kawasan batik yang berada di daerah lain. Kawasan Batik Trusmi Cirebon menjual berbagai macam jenis batik mulai dari batik cetak hingga batik tulis. Harga batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon tersedia mulai dari Rp 30.000 – Rp 12.000.000. Serta desain dan motifnya yang sangat khas yang tidak dapat ditemukan di tempat lain. Desain dari latar belakang batik berwarna

lebih muda dibandingkan dengan warna garis motif utamanya sehingga keindahan kain batik akan sangat terlihat. Kawasan Batik Trusmi Cirebon pun menjual banyak warna-warna yang cerah sehingga konsumen yang berusia muda dapat tertarik untuk datang dan membeli batik. Di Kawasan Batik Trusmi Cirebon para konsumen dapat melihat secara langsung pembuatan batik bahkan para konsumen dapat mencoba belajar pembuatan batik. Para konsumen dapat belajar cara membuat batik sekaligus dapat berbelanja batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon. Kawasan Batik Trusmi Cirebon dibanjiri oleh para konsumen pada akhir pekan dan pada bulan-bulan Januari, Mei, Juni. Sementara itu Kawasan Batik Trusmi Cirebon sepi dari konsumen pada satu bulan setelah momen Idul Fitri. Dibawah ini adalah data penjualan batik di Kawasan Batik Trusmi pada tahun tertentu :

Tabel 1.3

Data Penjualan Kawasan Batik Trusmi Cirebon Tahun 2015-2018

Tahun	Jumlah (pcs)	Penjualan (Rp)	Presentase Pertumbuhan
2015	1.378.000	110.240.000.000	-
2016	1.563.500	125.080.000.000	13,4 %
2017	768.500	61.480.000.000	-50,8 %
2018	821.500	65.720.000.000	6,8 %

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Cirebon

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa penjualan batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon mengalami fluktuatif (naik turun). Namun pada tahun 2017 terjadi penurunan penjualan yang sangat drastis mencapai 50,8 % dengan jumlah penjualan Rp 61.480.000.000 yang sebelumnya telah mencapai Rp 125.080.000.000.

Penurunan tingkat penjualan yang drastis ini disebabkan oleh faktor internal. Faktor internal yang dimaksud adalah adanya daya saing penjualan produk batik. Pada saat ini semakin banyak produk batik cetak Cina yang masuk ke Indonesia. Konsumen pun lebih menyukai berbelanja secara online dibandingkan berbelanja datang secara langsung. Selain menghemat biaya perjalanan, berbelanja online pun sangat mudah para konsumen tidak perlu mengeluarkan tenaganya untuk datang langsung ke tempat.

Dalam membentuk keputusan pembelian batik, konsumen tidak akan terlepas dari perilakunya. Perilaku konsumen merupakan bagaimana seorang konsumen mengalokasikan pendapatan mereka untuk membeli berbagai macam barang atau jasa untuk memperoleh kepuasan maksimum. Faktor perilaku konsumen dalam penelitian ini adalah usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan yang merupakan faktor personal dari perilaku konsumen.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Umar Khasan pada tahun 2018 menyatakan bahwa usia, jenis kelamin, dan pendidikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. penelitian lain yang dilakukan oleh Marjam Desma Rahadhini dan Edi Wibowo pada tahun 2018 menyatakan bahwa pekerjaan yang merupakan faktor pribadi atau personal berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sementara itu Budi Hartono, Umi Wisapti Ningsih, dan Nila Fithria pada tahun 2011 menyatakan bahwa pendapatan memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan paparan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peluang Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah yang dapat dibentuk adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana profil konsumen yang datang ke Kawasan Batik Trusmi Cirebon?
2. Bagaimana pengaruh usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan terhadap keputusan pembelian batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui profil konsumen yang datang ke Kawasan Batik Trusmi Cirebon.

2. Untuk mengetahui pengaruh usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan para konsumen terhadap keputusan pembelian batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon.

1.4 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Agar lebih terarah dan menghindari kesalahan penafsiran dalam penelitian yang akan dilaksanakan, maka ruang lingkup masalah dalam penelitian ini dibatasi sebagai berikut :

1. Materi yang akan dijadikan penelitian adalah keputusan pembelian konsumen.
2. Penelitian hanya dilakukan di Kawasan Batik Trusmi Cirebon yang terletak di Kabupaten Cirebon.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu ekonomi, khususnya dalam pengembangan ilmu ekonomi mikro. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan dapat menjadi sumber referensi bagi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.

2. Kegunaan Praktis

Berdasarkan penjelasan diatas, maka diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kegunaan praktis berupa :

- a. Untuk melengkapi program perkuliahan S1, program studi Ekonomi Pembangunan Universitas Pasundan Bandung.
- b. Untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan dari faktor-faktor terhadap keputusan pembelian batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon.