

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri merupakan salah satu aktivitas ekonomi non pertanian yang memiliki peluang besar dalam rangka perluasan lapangan pekerjaan. Mengingat hampir sebagian besar penduduk Indonesia masih tinggal di wilayah perdesaan, industri khususnya industri kecil menengah/Usaha Kecil Menengah (IKM/UKM) memiliki andil yang cukup besar dalam membuka lapangan kerja. Di negara-negara berkembang, seperti di Indonesia, UKM sering dikaitkan dengan masalah-masalah ekonomi dan sosial, seperti tingginya angka kemiskinan, besarnya jumlah pengangguran dari golongan pendidikan rendah, ketimpangan distribusi pendapatan, pembangunan tidak merata, urbanisasi dengan segala efek-efek negatifnya

UKM di Indonesia memiliki peran yang sangat penting terutama dalam hal penciptaan kesempatan kerja. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa jumlah angkatan kerja di Indonesia sangat melimpah mengikuti jumlah penduduk yang besar, sehingga usaha besar tidak sanggup menyerap semua pencari kerja, dan ketidak sanggupannya usaha besar dalam menciptakan kesempatan kerja yang besar disebabkan karena memang pada umumnya kelompok usaha tersebut relatif padat

modal, sedangkan UKM relatif padat karya. Selain itu pada umumnya usaha besar membutuhkan pekerja dengan pendidikan formal yang tinggi dan pengalaman kerja yang cukup, sedangkan UKM khususnya usaha kecil (UK), sebagian pekerjanya berpendidikan rendah. (Tulus Tambunan, 2002: 21-22) .

Batik merupakan salah satu industri tekstil yang sangat berkembang di Indonesia. Salah satu yang memiliki sejarah pembatikan di Pulau Jawa adalah Kabupaten Sidoarjo. Meskipun belum bisa dibandingkan dengan daerahdaerah pusat batik seperti Pekalongan, Yogyakarta, dan Solo, namun dari observasi dan informasi awal diketahui bahwa kegiatan pembatikan di Sidoarjo sudah dilakukan sejak lama sejak tahun 1675. Motifnya juga motif kuno, tidak banyak perubahan dari motif yang dulu dipakai oleh para pendahulu. Ada abangan dan ijo-ijon (gaya Madura), motif beras kutah, motif krubutan (campur-campur) lalu ada motif burung merak, dan motif-motif lainnya. Tanggal 2 Oktober 2009, UNESCO menetapkan batik sebagai salah satu warisan budaya Indonesia yang layak untuk dimasukkan dalam *Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity*, artinya bahwa batik telah memperoleh pengakuan internasional sebagai salah satu mata budaya Indonesia, sehingga diharapkan dapat memotivasi dan mengangkat harkat para perajin batik dan mendukung usaha meningkatkan kesejahteraan rakyat (Syarif Nurhidayat, 2010: 15). Keberadaan batik di Indonesia dapat ditelusuri dari sejarah perkembangannya. Menurut salah satuliteratur, sejarah pembatikan di Indonesia berkaitan dengan perkembangan kerajaan Majapahit dan kerajaan sesudahnya.

Di Sidoarjo juga terdapat tempat produksi batik yaitu di daerah Kenongo salah satunya adalah Batik Sari Kenongo, motif kain batik asal Kenongo memiliki motif khas tersendiri yang membedakannya dengan batik-batik di daerah lain. Batik Kenongo bercirikan motif sunduk kentang, bayeman/kembang bayem, kembang asem, dan keyokan. Motif khas inilah yang membedakan batik Kenongo dengan batik lain, bahkan batik Jetis (batik Sidoarjo lainnya) sekalipun. Bu Hartono sebagai pemilik batik Sari Kenongo yang lahir di Sidoarjo, 13 Maret 1961 memulai karirnya sebagai pebatik saat kelas 1 SD, tahun 1968 selama 25 tahun di mulai ketika bekerja pada seseorang yang bernama Pak Usman yang memiliki industri batik, setelah Pak Usman meninggal dan keluarganya tidak meneruskan industri batiknya Bu Hartono berniat untuk meneruskan industri batik tersebut dengan tujuan melestarikan batik tulis Sidoarjo dan akhirnya Bu Hartono mendirikan usaha batik sendiri pada tahun 1997. Setelah 2 tahun berdiri, tahun 1999 Bu Hartono membuka toko batik yang ia beri nama "SARI", Kini, Bu Hartono merasakan hasil kerja kerasnya dari kecil. Beliau memiliki 30 orang karyawan yang bekerja di rumahnya dan 280 orang lebih yang menjadi buruh batik rumahan. Batik produksinya dijual di galeri yang terletak di depan rumahnya maupun dipasarkan melalui pameran-pameran batik. Harga penjualan untuk sepotong kain batik tulis berkisar antara 150 ribu hingga 4 juta rupiah, sedangkan untuk batik cap/printing harganya berkisar antara 80-125 ribu rupiah. (phierda.wordpress.com), Sedangkan menurut jawatimuran.wordpress.com Batik Sari Kenongo berusaha menjaga kualitas daripada kuantitas. Sehingga kualitas menjadi "*brand image*" Batik Kenongo bisa mempengaruhi pembelian

selama ini, konsumen bukan hanya dari Jawa Timur tetapi sudah merambat ke daerah lain di Indonesia karena menurut Wilson Arafat (2006:53) "*Brand Image* didefinisikan sebagai persepsi terhadap merek yang direfleksikan oleh asosiasi merek dalam memori konsumen yang mengandung makna bagi konsumen untuk mengetahui bagaimana citra merek Batik Sari Kenongo pada konsumen batik Sari Kenongo di wilayah Sidoarjo, Tetapi banyak orang di Sidoarjo yang tidak mengenal batik sari kenongo karena kalah populer dengan kampung batik yang ada di Sidoarjo, padahal batik sari kenongo memiliki motif yang sangat khas dari batik lainnya bahkan dengan batik-batik yang ada di Sidoarjo termasuk batik yang dibuat di kampung batik Sidoarjo dan banyak orang tahu ada batik yang bermotif khas di Sidoarjo yang dibuat di batik sari kenongo tapi orang menganggapnya batik tersebut dibuat di kampung batik Sidoarjo. Peneliti tertarik untuk mengetahui Profil perusahaan batik Sari Kenongo yang didirikan Bu Hartono, Bagaimana *brand image* Batik Sari Kenongo di wilayah Sidoarjo?, Dan bagaimana keputusan pembelian yang dilakukan konsumen Batik Sari Kenongo di wilayah Sidoarjo? maka peneliti melakukan penelitian dengan judul "**PENGARUH CITRA MEREK DAN IDENTITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK SARI KENONGO DI SIDOARJO**" untuk mengembangkan pengetahuan tentang Batik Sari Kenongo yang sedang naik daun beberapa tahun ini.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan penjelasan di atas, maka rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian batik Sari Kenongo Sidoarjo ?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan identitas merek terhadap keputusan pembelian batik Sari Kenongo Sidoarjo ?

1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian batik Sari Kenongo Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan identitas merek terhadap keputusan pembelian batik Sari Kenongo Sidoarjo.

1.4 Manfaat penelitian

1. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Memberikan tambahan referensi yang dapat berguna sebagai dasar-dasar pemikiran untuk lebih memahami tentang ukm batik sari kenongo

2. Bagi UKM Batik sidoarjo

Barik Sari kenongo bisa mengetahui bagaimana citra merek produknya saat ini dan identitas merek batik Sari di Sidoarjo untuk mempengaruhi perilaku Konsumen

3. Bagi Peneliti

Menambah informasi keilmuan untuk pengembangan kualitas kreatifita bagi penulis dalam mengembangkan ilmu tentang profil perusahaan , identias merek dan citra merek dari batik Sari kenongo

4. Bagi Pembaca

Memberikan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran terutama yang membahas profil dari ukm batik Sari kenongo dan bagaimana citra merek dari produknya di masyarakat sidoarjo sekarang ini (2014)

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam menyusun penelitian ini penulis akan membagi dalam beberapa tahap bab secara berurutan. Masing-masing bab terdiri dari sub-sub bab yang disusun secara sistematis. Pembagian bab-babnya secara sistematis adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai pendahuluan, yang dimulai dengan menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tinjauan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai tinjauan pustaka yang antara lain meliputi penelitian terdahulu yang akan menjadi acuan dalam penyusunan

penelitian ini dan teori-teori yang mendukung penelitian, seperti definisi merek, kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek dan keputusan pembelian. Selanjutnya dari konsep tersebut akan dirumuskan hipotesis dan akhirnya terbentuk suatu kerangka penelitian teoritis yang melandasi penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan memberikan penguraian mengenai metode penelitian yang antara lain adalah desain penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel, data dan metode pengumpulan data, dan metode analisis data untuk mencapai tujuan penelitian

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjabarkan gambaran subyek penelitian dan karakteristik responden serta pembahasan dari variabel variabel yang sudah di analisis datanya

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyimpulkan dari pembahasan serta memberi saran kepada penelitian yang akan datang