

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik sekarang ini telah menjadi trend di semua kalangan masyarakat, baik dalam acara-acara formal maupun non formal. Dalam era modernisasi dan globalisasi ternyata batik tulis tradisional masih di cintai dan dilestarikan oleh masyarakat yang sudah berwawasan global dan modern. Salah satunya adalah batik tradisional Jetis yang berada di Kabupaten Sidoarjo. Lokasinya di pusat kota Sidoarjo, tepatnya di jalan Diponegoro, di situ akan ada Gapura dengan motif batik lalu ada ornamen canting batik.

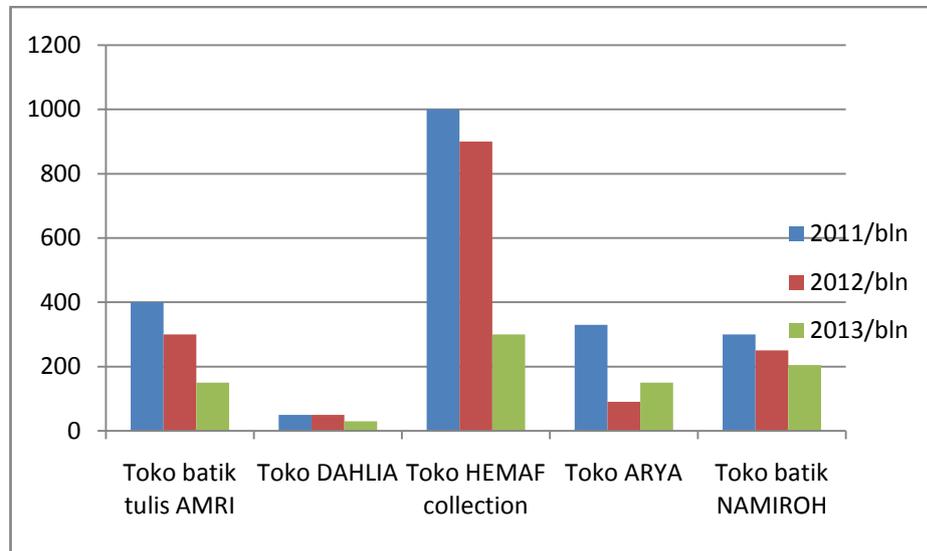
Kampoeng Batik Jetis ini sebenarnya telah ada puluhan tahun yang lalu. Keahlian batik ini diperoleh dan dikuasai secara turun-temurun. Motifnya juga motif kuno, tidak banyak perubahan dari motif yang dulu dipakai oleh para pendahulu. Ada abangan dan ijo-ijoan (gaya Madura), motif beras kutah, motif krubutan (campur-campur) lalu ada motif burung merak, dan motif-motif lainnya. Motif kain batik asal Jetis didominasi flora dan fauna khas Sidoarjo yang memiliki warna-warna cerah, merah, hijau, kuning, dan hitam. Keunggulan batik tulis Jetis justru pada warna yang mencolok. Bahkan ketika pengrajin menawarkan batik tulis dengan warna lembut, pasar kurang merespons.

Di dalam kampoeng Jetis tersebar rumah para pengrajin batik yang merupakan salah satu sentra batik terbesar di Sidoarjo Di kampoeng ini akan ditemukan bangunan-bangunan dengan arsitektur roemah tempoe doeloe yang cukup menarik untuk disimak, jendela besar dan jeruji besi yang antik, dapat kita

bayangkan pada masa jayanya daerah tersebut cukup ramai dan banyak terdapat rumah para juragan batik beserta pengrajinnya menempati daerah tersebut (sumber : <http://bisnisukm.com/sidoarjo-bangkit-dengan-potensi-batik-jetis.html>).

Saat ini UMKM penjual batik tulis di daerah ini berjumlah sekitar 10. Harga batik tulis Jetis ini lebih mahal 5 kali dibanding dengan batik cetak. Harganya berkisar antara Rp 100.000 – Rp 2,5 juta per lembar sesuai kerumitan corak. Batik Jetis telah ada sejak tahun 1675. Usaha batik pun mulai berkembang sekitar tahun 1970-an. Berbekal keahlian yang mereka dapatkan sebelumnya, orang-orang Jetis mulai membuka usaha batik mereka sendiri. Dari sinilah usaha batik mulai menjadi usaha rumahan masyarakat Jetis. Namun ada permasalahan akhir-akhir ini dari penjualan batik Jetis. Banyak UMKM penjual batik mengalami penurunan penjualan pada tahun 2013 ini. Salah satu penyebabnya adalah mulai masuknya produk cina di pasaran yaitu batik *printing* dengan harga yang jauh lebih murah yaitu sekitar Rp. 40.000,- per potong. Produk-produk dari Cina mulai ramai dan banyak diterima oleh konsumen yakni mulai tahun 2011.

Gambar 1.1
Data penjualan UMKM batik Jetis tahun 2011-2013.



Sumber : *Data Responden.*

Tabel 1.1
Data penjualan UMKM batik Jetis tahun 2011-2013.

No	UMKM	Nama Responden	Produksi (rata-rata/bulan)	Penjualan (rata-rata/bulan)		
				2011	2012	2013
1	batik tulis AMRI	Amir Muttamakin	300-400	400	300	150
2	Toko DAHLIA	H. Mifta	50-60	50	50	30
3	HEMAF collection	Herman	-	1000	900	300
4	Toko ARYA	Suyana	-	330	90	150
5	Batik NAMIROH	Tutik	200-250	300	250	205

Sumber : *Data Responden.*

Penurunan penjualan tersebut dipengaruhi oleh niat beli konsumen yang semakin menurun. Jumlah pendapatan masyarakat sidoarjo dengan UMR tahun 2013 yang mencapai Rp. 1.720.000,- relatif cukup mampu untuk bisa membeli

produk batik Jetis Sidoarjo. Harga produk batik yang tidak terlalu mahal namun memiliki kualitas yang bagus dan memiliki segmentasi pasar sendiri. Untuk menengah keatas dengan kualitas bahan dan proses yang baik, harga kain batik rata-rata Rp. 200.000,-. Namun untuk kualitas yang sangat bagus dengan proses pembuatan yang cukup rumit harga kain batik bisa mencapai lebih dari harga itu.

Niat beli konsumen dipengaruhi oleh kredibilitas merek dan kualitas yang dirasa oleh konsumen. Merek yang kredibel adalah merek yang bisa memberikan kualitas dan kepercayaan kepada konsumen, sehingga konsumen tertarik dan berniat untuk membeli produk.

Konsumen semakin kritis dalam memilih merek suatu produk, seperti produk batik Jetis yang ada di Sidoarjo. Banyak faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen di dalam memilih merek suatu produk batik, seperti batik Jetis di Sidoarjo, salah satunya kredibilitas merek (*brand credibility*). Kredibilitas merek dapat diartikan sejauh manah merek itu memiliki inovatif, kompeten, dan bisa diandalkan oleh konsumen.

Kredibilitas merek produk batik Jetis berhubungan dengan sejauh manakah produk bisa menepati janji-janji yang ditawarkan kepada pelanggan. Namun fenomena yang terjadi tidak berjalan baik, peminat batik Jetis ini tidak bisa berkembang. Hanya pelanggan-pelanggan yang berasal dari Sidoarjo kebanyakan yang memberi rekomendasi untuk produk ini, karena mereka ingin mengangkat nama daerahnya, seperti contoh duta Cak dan Ning yang tampil di depan umum dengan menggunakan batik Jetis guna mengangkat nama daerahnya.

Kredibilitas merek sangat menentukan dalam penjualan produk, penting bagi produsen mengkomunikasikan kekuatan (*strenght*) dalam memenuhi janji-janji yang di tawarkan kepada pelanggan, sehingga pelanggan memiliki niat beli ulang kepada produk yang ditawarkan.

Kualitas yang dirasa (*Perceived quality*) adalah persepsi konsumen terhadap keseluruhan mutu dan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa. Kualitas yang dirasa dapat mempengaruhi alasan membeli (*reasons to buy*), posisi diferensiasi dan harga premium, perluasan saluran distribusi (*channel member interest*), dan perluasan merek (*brand extension*).

kualitas yang dirasa (*perceived quality*) dapat diartikan persepsi dan nilai pelanggan tentang keseluruhan (*overall*) kualitas suatu produk. Produk batik Jetis Sidoarjo memiliki kesan kualitas yang tidak kalah baik dengan produk batik tulis lainnya.

Niat beli konsumen akan timbul apabila konsumen sudah merasakan kualitas dan kredibilitas akan suatu produk tersebut, sehingga konsumen tidak ragu lagi dengan produk yang sudah dipilih oleh konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian ini dalam rangka mengembangkan produk batik Jetis Sidoarjo untuk meningkatkan penjualan produk batik Jetis Sidoarjo dengan judul Pengaruh kredibilitas merek terhadap niat beli dengan mediasi kualitas yang dirasa konsumen produk batik Jetis di Sidoarjo.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diutarakan tersebut, maka permasalahan di dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Apakah kredibilitas merek berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas yang dirasa konsumen produk batik Jetis di Sidoarjo ?
2. Apakah kualitas yang dirasa berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli konsumen produk batik Jetis di Sidoarjo ?
3. Apakah kredibilitas merek berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli konsumen produk batik Jetis di Sidoarjo ?
4. Apakah kualitas yang dirasa secara signifikan memediasi pengaruh Kredibilitas merek terhadap niat beli konsumen produk batik Jetis di Sidoarjo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diutarakan tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai di dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui signifikansi pengaruh variabel kredibilitas merek terhadap kualitas yang dirasa konsumen produk batik Jetis di Sidoarjo.
2. Mengetahui signifikansi pengaruh variabel kualitas yang dirasa terhadap niat beli konsumen produk batik Jetis di Sidoarjo.
3. Mengetahui signifikansi pengaruh variabel kredibilitas merek terhadap niat beli konsumen produk batik Jetis di Sidoarjo.

4. Mengetahui signifikansi peran mediasi variabel kualitas yang dirasa pada pengaruh variabel kredibilitas merek terhadap niat beli konsumen batik Jetis di Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang ada kaitannya dengan penelitian ini, terutama bagi:

A. Bagi Produsen

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk memperbarui strategi dan sistem di dalam proses penjualan produk ini guna meningkatkan kinerja dan sistem suatu UMKM sehingga bisa menjadi pedoman bagi UMKM lainnya untuk lebih berkembang.

B. Bagi penulis

Penelitian ini digunakan untuk menambah pengalaman dan kemampuan saya dalam menangani permasalahan yang terjadi di dalam tingkat penjualan yang menurun atau tidak bisa berkembang positif.

C. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil penelitian saya ini dapat dijadikan sebagai acuan dan pedoman bagi mahasiswa yang akan mengadakan penelitian dengan topik yang sama.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah penulis, maka penelitian ini dibagi kedalam bab-bab yang sudah diatur secara sistematis. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan secara umum mengenai latar belakang masalah yang akan diteliti, perumusan masalah yang akan diteliti, penentuan tujuan, penentuan manfaat penelitian bagi pihak-pihak yang terkait didalam tujuan pembuatan penelitian ini, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang uraian mengenai penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai rujukan, landasan teori yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang uraian mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, indentifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.