

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan pokok manusia atau yang disebut dengan kebutuhan primer, yang meliputi kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Kebutuhan sandang adalah kebutuhan akan pakaian yang diperlukan oleh manusia sebagai makhluk yang berbudaya. Kebutuhan manusia akan sandang terus berkembang secara dinamis mengikuti perubahan era. Pakaian tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan dasar, tetapi juga telah berkembang menjadi bagian dari *lifestyle* dan *fashion* dalam masyarakat. Situasi ini sebenarnya memberikan dampak positif bagi kehidupan sosial. Bahkan, permintaan masyarakat terhadap pakaian dapat menggerakkan perekonomian ke arah yang lebih baik. Di era modern ini, konsumen memiliki lebih banyak alternatif produk pakaian yang dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan mereka.

Di Indonesia, salah satu contoh nyata perkembangan industri pakaian dapat dilihat dari transformasi batik. Seni tradisional ini telah berevolusi dari sekadar pakaian adat menjadi busana modern yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Sebagai warisan budaya Indonesia, batik menyimpan nilai-nilai keluhuran yang penting untuk dijaga keberlanjutannya. Menurut Ilmaya, batik merupakan hasil perpaduan antara seni dan teknologi, tampak dari motif dan warnanya, termasuk proses pembuatannya menunjukkan teknologi yang unik dan menarik (Firmansyah dalam Utami, 2019).

Dari segi budaya pemerintah sudah mewajibkan pemakaian seragam batik pada hari tertentu, sebagai penegasan dari pelaksanaan pemakaian batik dilingkungan kerja PNS ataupun swasta. Batik pun menjadi seragam wajib yang dipakai pada saat sekolah. Dapat diketahui Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang sangat berharga dan sudah dikenal di seluruh dunia setelah Lembaga Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yang membawahi masalah kebudayaan, UNESCO, telah menyetujui batik sebagai warisan budaya yang dihasilkan oleh Indonesia. Setelah pengakuan dari UNESCO mengenai batik sebagai warisan asli budaya Indonesia, sekarang banyak produsen batik berlomba memenuhi kebutuhan konsumen untuk permintaan pasar bukan hanya pasar lokal tapi juga sudah merambah ke pasar internasional. Banyaknya desainer yang mengangkat citra batik di setiap pameran sehingga batik sekarang tidak hanya dikenal sebagai pakaian tradisional melainkan pakaian yang bisa mengikuti perkembangan zaman namun tetap memperhatikan ciri khasnya sehingga banyak konsumen luar negeri yang berminat pada batik Indonesia. (Iriani dalam (Mawaddah, 2022)

Batik memiliki fleksibilitas penggunaan karena dapat dikenakan baik dalam acara formal maupun informal. Saat ini, popularitas batik telah melintasi berbagai kelompok usia, mulai dari kaum muda hingga orang dewasa. Batik memiliki banyak motif dengan makna dan nilai filosofis yang berbeda-beda. Indonesia memiliki banyak daerah yang menghasilkan batik. Pada level lokal, Kabupaten Kebumen merupakan salah satu daerah penghasil batik tulis di Jawa Tengah yang memiliki kekhasan, salah satunya batik tulis Sekar Jagat Kebumen yang memiliki

kekhasan, kualitas yang bagus dan kaya akan motif batiknya, sehingga banyak pecinta batik tulis Kebumen.

Batik tulis Kebumen merupakan salah satu produk unggulan daerah yang memiliki ciri khas dalam motif, pewarnaan, dan teknik pembuatannya. Berbeda dengan batik cap atau batik printing, batik tulis dikerjakan secara manual dan membutuhkan waktu serta ketelitian yang tinggi. Keunggulan inilah yang menjadikan batik tulis memiliki nilai eksklusif dan harga yang lebih tinggi dibanding jenis batik lainnya. Namun, di tengah arus globalisasi dan meningkatnya persaingan industri tekstil, pelaku usaha batik tulis Kebumen menghadapi tantangan besar, terutama dalam mempertahankan eksistensi dan daya saing produk di pasar.

Salah satu faktor penting yang memengaruhi keberhasilan pemasaran produk batik tulis adalah keputusan pembelian konsumen. Menurut Kotler & Keller (2016) keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk mencukupi kebutuhan dan keinginan mereka. Dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian merupakan tahap akhir di mana konsumen akan membeli atau tidak dari setiap alternatif yang ada untuk memenuhi kebutuhannya.

Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi alasan konsumen melakukan keputusan pembelian batik tulis Kebumen, peneliti melakukan observasi awal. Dalam observasi awal ini, penulis menggunakan metode kuesioner terbuka yang memungkinkan responden untuk mengungkapkan

pendapat dan alasan mereka secara bebas dan mendalam tanpa dibatasi oleh pilihan jawaban yang sudah ditentukan. Berikut disajikan data observasi awal yang penulis lakukan dengan memberikan kuesioner secara acak kepada masyarakat Kebumen yang pernah membeli dan menggunakan batik Kebumen.

Tabel I- 1
Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Batik Sekar Jagat Kebumen

No	Alasan	Jumlah	Faktor
1.	Karna mencintai produk lokal.	1	Gaya Hidup
2.	Membeli untuk kepuasan diri.	1	
3.	Sesuai dengan kemampuan finansial.	5	
4.	Luwes dipakai.	1	
5.	Rekomendasi teman/ keluarga.	13	
6.	Bahannya bagus.	2	Kualitas Produk
7.	Karena batiknya yang cantik dan elegan.	2	
8.	Memilih motif batik sesuai dengan asal daerah.	9	Desain Produk
9.	Motif dan desain batiknya menarik.	2	
Jumlah		45	

Sumber: Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan data observasi awal diperoleh, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian batik Sekar Jagat Kebumen terdiri dari gaya hidup, kualitas produk dan desain produk. Alasan seperti "membeli untuk kepuasan diri", "sesuai dengan kemampuan finansial", dan "lues dipakai", mencerminkan bahwa faktor gaya hidup memengaruhi konsumen, karena pembelian dilakukan sebagai bagian dari ekspresi pribadi, kenyamanan, dan penyesuaian dengan kondisi individu masing-masing. Di sisi lain adanya alasan seperti "bahan nya bagus" dan "batiknya cantik dan elegan" menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi pertimbangan nyata dalam keputusan pembelian. Selain itu, alasan "motif dan desain batiknya menarik" serta "memilih motif batik sesuai

dengan asal daerah", yang menggambarkan pentingnya aspek desain produk dalam menarik minat konsumen.

Setiadi (2015:80) menjelaskan secara luas bahwa gaya hidup sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat). Gaya hidup menggambarkan cara individu menjalani hidup, mengelola waktu, dan menggunakan uang berdasarkan nilai-nilai yang diyakininya.

Selain faktor internal konsumen, gaya hidup masyarakat Indonesia juga dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah. Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan kebijakan penggunaan batik, misalnya mewajibkan pegawai negeri sipil (PNS), karyawan swasta, maupun pelajar untuk mengenakan batik pada hari tertentu. Kebijakan ini tidak hanya berfungsi sebagai bentuk pelestarian warisan budaya, tetapi juga sebagai strategi untuk menjadikan batik sebagai bagian dari gaya hidup sehari-hari masyarakat.

Dengan adanya kebijakan tersebut, batik tidak lagi dipandang semata-mata sebagai pakaian tradisional yang hanya digunakan pada acara formal, tetapi sudah menjadi busana kerja, seragam sekolah, maupun fashion sehari-hari. Hal ini membuat batik semakin relevan dengan kehidupan modern, karena konsumen dapat mengekspresikan identitas budaya sekaligus gaya hidupnya melalui pemilihan motif, kualitas, dan desain batik.

Gaya hidup menjadi indikator penting dalam perilaku konsumen modern, karena konsumen tidak hanya membeli produk untuk memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga untuk mencerminkan identitas diri, status sosial, dan selera pribadi. Konsumen yang memiliki gaya hidup modern, misalnya, cenderung lebih tertarik pada produk yang menggabungkan unsur tradisional dan modern, seperti batik tulis yang dimodifikasi dengan desain kontemporer.

Selain gaya hidup, kualitas produk juga menjadi penentu utama dalam keputusan pembelian. Menurut Tjiptono (2008), kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan. Kualitas produk mencakup ketahanan bahan, kerapian jahitan, kejelasan motif, serta kenyamanan saat digunakan. Produk dengan kualitas baik akan memberikan kepuasan lebih bagi konsumen dan mendorong pembelian ulang. Dalam hal ini, batik tulis Kebumen yang dibuat secara manual memiliki keunggulan dari sisi detail dan keunikan, namun kualitasnya harus tetap dijaga untuk membangun kepercayaan konsumen.

Faktor berikutnya yang tidak kalah penting adalah desain produk. Desain menjadi aspek visual pertama yang diperhatikan konsumen. Aspek desain dalam kegiatan pemasaran merupakan salah satu pembentuk daya tarik terhadap suatu produk. Desain dapat membentuk atau memberikan atribut pada suatu produk, sehingga dapat menjadi ciri khas pada merek suatu produk. Menurut Siswanto Sutojo (2009:146) desain produk berfungsi untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing. Desain yang menarik, sesuai tren, dan mampu merepresentasikan nilai budaya dapat memberikan kesan positif serta

meningkatkan daya tarik produk. Desain juga menjadi sarana komunikasi antara produsen dan konsumen. Di era digital saat ini, desain produk yang estetik dan fotogenik sangat memengaruhi keputusan pembelian, terutama ketika produk dipasarkan melalui media sosial dan platform daring.

Fenomena ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian produk batik tulis tidak hanya ditentukan oleh satu aspek, tetapi merupakan hasil interaksi dari berbagai faktor. Masyarakat kini semakin selektif dan memiliki preferensi yang kompleks dalam memilih produk fashion. Oleh karena itu, penting untuk memahami secara mendalam pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen, khususnya terhadap produk batik tulis Kebumen.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Tulis Sekar Jagat Kebumen”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, dapat diketahui bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap produk batik tulis Kebumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya gaya hidup, kualitas produk, dan desain produk. Untuk memahami lebih lanjut bagaimana ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka perlu dirumuskan permasalahan yang akan diteliti secara lebih terarah. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada batik tulis Sekar Jagat Kebumen?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada batik tulis Sekar Jagat Kebumen?
3. Bagaimana pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian pada batik tulis Sekar Jagat Kebumen?
4. Bagaimana pengaruh secara bersama-sama antara gaya hidup, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian pada batik tulis Sekar Jagat Kebumen?

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dikhususkan pada masyarakat di Kabupaten Kebumen yang pernah membeli dan menggunakan batik tulis Sekar Jagat Kebumen.
2. Responden yang menjadi subjek penelitian ini adalah konsumen dengan usia minimal 18 tahun. Dengan asumsi bahwa usia 18 tahun dianggap sudah dewasa dan dapat memberikan jawaban yang objektif bagi penelitian ini.
3. Masalah dalam penelitian ini adalah membahas tentang pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian

batik tulis Sekar Jagat Kebumen. Variabel dalam penelitian ini dibatasi pada :

a. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Armstrong (2012:226) pengambilan keputusan adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Menurut Daulay dalam (Nurjanah, 2022) indikator keputusan pembelian meliputi:

- 1) Kemantapan pada suatu produk.
- 2) Kebiasaan dalam membeli produk.
- 3) Merekomendasikan kepada orang lain.
- 4) Melakukan pembelian ulang.

b. Gaya Hidup

Gaya hidup didefinisikan secara luas oleh (Setiadi,2015:80) sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat). Indikator gaya hidup menurut Kurniawan dan Susanti dalam (Angkola et al., 2023):

- 1) Aktifitas
- 2) Minat
- 3) Opini

c. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan kepada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil. Kotler dan Amstrong (2015:224)

Indikator kualitas produk menurut Tjiptono (2008) sebagai berikut:

- 1) Kinerja (*Performance*)
- 2) Daya Tahan (*Durability*)
- 3) Kesesuaian Dengan Spesifikasi (*Conformance To Specifications*)
- 4) Fitur (*Features*)
- 5) Reliabilitas (*Reliability*)

d. Desain Produk

Menurut Kotler dan Keller (2009) desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Indikator desain produk menurut Kotler dan Amstrong (2011) dalam (Utami, 2019a) sebagai berikut:

- 1) Model terbaru
- 2) Variasi desain
- 3) Desain mengikuti tren
- 4) Ergonomis

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada batik tulis Sekar Jagat Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada batik tulis Sekar Jagat Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian pada batik tulis Sekar Jagat Kebumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara gaya hidup, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian pada batik tulis Sekar Jagat Kebumen.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1.5.1. Secara Teoritis

Manfaat teoritis merupakan manfaat jangka panjang dalam pengembangan sebuah teori. Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah dan menambah wawasan mahasiswa dalam memahami teori-teori terkait gaya hidup, kualitas produk, dan desain produk dalam kaitannya dengan keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam penyusunan karya ilmiah selanjutnya

serta memperkaya literatur pada bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam konteks industri batik tulis.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan memperkuat dan menguji kembali konsep-konsep yang telah ada mengenai pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan desain produk terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar studi perbandingan, pengembangan model penelitian lebih lanjut, serta membuka peluang penelitian lanjutan dengan variabel lain atau dalam konteks yang berbeda.

1.5.2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat menjadi masukan strategis bagi pelaku usaha batik tulis Sekar Jagat Kebumen dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga mereka dapat menyesuaikan gaya desain, meningkatkan kualitas produk, dan menargetkan pasar sesuai gaya hidup konsumen.