

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan budaya Indonesia mencerminkan keberagaman etnis, agama, dan tradisi yang telah terjalin selama ribuan tahun, ditandai oleh pengaruh besar dari Hindu, Buddha, dan Islam, serta dampak kolonialisme dan globalisasi. Sejak era prasejarah, masyarakat di lebih dari 17.000 pulau telah mengembangkan budaya lokal yang unik, sementara era modern melihat upaya pelestarian yang semakin meningkat, termasuk festival budaya dan dokumentasi warisan tak benda (“Cultural Heritage in Indonesia: Challenges and Opportunities,” 2022)

kain tradisional di Indonesia mencerminkan kekayaan budaya dan keragaman etnis yang ada di nusantara, di mana setiap daerah memiliki teknik, motif, dan makna yang unik. Kain seperti batik, tenun, dan songket tidak hanya berfungsi sebagai bahan pakaian, tetapi juga sebagai simbol identitas dan warisan budaya. Dalam beberapa tahun terakhir, ada upaya yang signifikan untuk melestarikan dan mempromosikan kain tradisional, baik melalui program pendidikan maupun pameran internasional (“Revitalization of Traditional Textiles in Indonesia: Challenges and Opportunities,” 2023).

Perkembangan kain tenun dan jumputan di Kota Palembang merupakan bagian integral dari warisan budaya Sumatera Selatan, yang telah dikenal sejak

abad ke-7 dan terus berkembang hingga kini. Kain tenun, yang sering dihasilkan menggunakan teknik tradisional seperti tenun ikat, dan jumputan, yang dikenal dengan teknik pewarnaan unik, tidak hanya berfungsi sebagai bahan pakaian, tetapi juga sebagai simbol identitas dan tradisi masyarakat Palembang. Dalam beberapa tahun terakhir, upaya pelestarian dan promosi kain ini semakin meningkat melalui pameran, pelatihan, dan kolaborasi dengan desainer modern. Menurut data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumatera Selatan pada tahun 2023, ada peningkatan 30% dalam produksi kain tenun dan jumputan lokal, yang menunjukkan minat masyarakat yang semakin tinggi terhadap produk tekstil tradisional ini serta potensi untuk dipasarkan secara lebih luas.

Kain tenun dan jumputan merupakan salah satu produk/wastra kerajinan yang memiliki nilai seni dan budaya tinggi, terutama di Kota Palembang. Kain ini tidak hanya berfungsi sebagai bahan pakaian dan *fashion* semata, tetapi juga sebagai simbol identitas budaya Masyarakat yang ada di Kota Palembang. Namun, dengan perkembangan zaman dan globalisasi saat ini, industri kain tenun dan jumputan menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan pangsa pasarnya.

Salah satu lokasi yang menjadi pusat dari pembuatan kain tenun dan jumputan di kota Palembang ada di Kelurahan Tuan Kentang Kecamatan Jakabaring. Hampir setiap rumah di kelurahan tuan kentang ini Sebagian besar menjadi tempat para pengerajin kain tradisional seperti kain jumputan atau pelangi, blongket, kain blongsong, tajung bahkan produk yang sudah menjadi

pakaian. Usaha disini merupakan usaha turun temurun dari generasi ke generasi, jadi sudah tak heran lagi aktivitas pembuatan kain ini menjadi mata pencarian mereka. Berikut merupakan data daftar toko dan produk unggulan di Kelurahan Tuan Kentang.

Tabel 1. 1 Daftar Toko Dan Produk Unggulan Di Kelurahan Tuan Kentang

Nama Toko		Produk		
		Produk jadi	Jumputan	Kain Blongket
Kc Haris Jaya	2021	Rp 200.000 s/d 1.200.000	Rp 150.000 s/d 500.000	Rp 200.000 s/d 750.000
	2022	Rp 250.000 s/d 1.200.000	Rp 150.000 s/d 500.000	Rp 250.000 s/d 750.000
	2023	Rp 250.000 s/d 1.200.000	Rp 150.000 s/d 500.000	Rp 250.000 s/d 750.000
Rajo Tenun	2021	Rp 420.000 s/d 1.500.000	Rp 200.000	Rp 220.000 s/d 450.000
	2022	Rp 420.000 s/d 1.500.000	Rp 200.000	Rp 220.000 s/d 450.000
	2023	Rp 450.000 s/d 1.500.000	Rp 200.000	Rp 220.000 s/d 450.000
Centra Tenun Tajung	2021	Rp 100.000 s/d 2.000.000	Rp 150.000 s/d 2.500.000	Rp 300.000 s/d 2.500.000
	2022	Rp 100.000 s/d 2.500.000	Rp 150.000 s/d 2.500.000	Rp 300.000 s/d 2.500.000
	2023	Rp 100.000 s/d 2.500.000	Rp 150.000 s/d 2.500.000	Rp 300.000 s/d 2.500.000
Griya Kain	2021	Rp 200.000 s/d 2.500.000	Rp 200.000 s/d 500.000	Rp 550.000 s/d 2.500.000
	2022	Rp 220.000 s/d 2.500.000	Rp 250.000 s/d 500.000	Rp 550.000 s/d .500.000
	2023	Rp 250.000 s/d 2.500.000	Rp 250.000 s/d 500.000	Rp 550.000 s/d 2.500.000
Batiq colet	2021	Rp 120.000 s/d 1.000.000	Rp 300.000 s/d 1000.000	Rp700.000 s/d 2.000.000
	2022	Rp 180.000 s/d 1.000.000	Rp 300.000 s/d 1000.000	Rp700.000 s/d 2.000.000
	2023	Rp 180.000 s/d 1.000.000	Rp 300.000 s/d 1000.000	Rp700.000 s/d 2.000.000

Survei peneliti,2024

Pada tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa di kota Palembang sendiri khususnya dikelurahan tuan kentang sudah banyak sekali toko-toko yang menjual pakaian dan kain tenun jumputan, seperti KC Haris Jaya, Rajo Tenun, Centra Tenun Tajung dan lain-lain yang menawarkan berbagai macam produk yang dibandrol dengan harga paling murah Rp. 150.000 hingga yang paling mahal Rp.2.500.000 tergantung jenis produk, kualitas dan model yang diinginkan. Adapun harga kain tenun dan jumputan ini masih berfluktuasi, Dimana kenaikan harga terjadi pada tahun 2021 hingga 2023. Jika dilihat dari persentase toko yang menjual kain tenun dan jumputan seperti KC Haris Jaya dan Rajo Tenun dari tahun 2021 hingga 2023 naik sebesar 25%, satu toko yang memiliki harga stabil yaitu Centra Tenun Tajung dimana toko tersebut memiliki harga yang jauh lebih murah dari pada kompetitor lainnya. Adapun Griya Kain diawal tahun 2021 naik sebesar 10% dan salah satu toko kain yg mengalami kenaikan harga yang cukup tinggi yaitu Batiq Colet sebesar 50%. Menurut hasil dari wawancara salah satu toko kenaikan harga ini dikarena ketersediaan bahan baku berupa benang, pewarna, lamanya proses pembuatan dan model pakaian yang diinginkan. Dengan adanya fluktuasi harga tersebut menunjukkan persaingan harga yang cukup ketat dikelurahan tuan kentang tersendiri. Salah satu toko yang akan menjadi objek peneliti adalah Kc Haris Jaya.

Menurut wawancara langsung dengan pemilik usaha tenun jumputan, KC Haris Jaya resmi mendirikan usahanya pada tahun 2014 yang berlokasi di Lorong Guba No.53 Rt.31 RW 01, Kelurahan Tuan Kentang, Kecamatan Jakabaring Kota Palembang, yang bergerak dibidang produksi kain tradisional khas Palembang Provinsi Sumatera Selatan, walaupun pada saat ini sudah banyak sekali pesaing,

KC Haris Jaya tetap bisa berkembang dan maju sampai saat ini, bahkan banyak konsumen yang berasal dari luar kota untuk berkunjung dan membeli langsung produk dari KC Haris Jaya.

Tabel 1. 2 Produk Unggulan KC Haris Jaya

Jenis produk yang dijual	Gambar produk	Harga	Penjualan
Produk jadi atau outware		Rp.250.000 s/d 2.500.000	382pcs
Jumputan		Rp. 150.000 s/d 500.000	402pcs
Kain blongket		Rp. 250.000 s/d 750.000	520pcs

Total produk terjual	1.304 pcs
----------------------	-----------

Survei Peneliti,2024

Pada tabel 1.2 diatas dapat disimpulkan bahwa KC Haris Jaya memiliki tiga produk unggulan yang banyak diminati konsumen mulai dari produk jadi atau *Ready to ware*, kain jumputan/pelangi dan kain blongket yang menjad primadona disini menjadikan produk unggulan dengan jumlah penjualan 520 pcs produk pertahun. dengan ragam harga mulai dari yang paling murah Rp.150.000 hingga yang paling mahal Rp.2.500.000 Tergantung dengan Jenis kain dan kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen.

Keputusan pembelian merupakan hal yang sangat menentukan Ketika konsumen ingin melakukan pembelian suatu produk (Nugraha, 2024). Menurut Kotler dan Amstrong didalam (Fauzi & Permata, 2024) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau apakah pembelian akan dilakukan. Perusahaan yang mampu memahami bagaimana konsumen merespons berbagai aspek seperti produk, harga, promosi dan lainnya, akan memiliki keunggulan besar dalam menghadapi pesaing-pesaingnya (Fauzi & Permata, 2024).

Beberapa faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian salah satunya adalah promosi, promosi menjadi aspek lain yang signifikan dalam Keputusan pembelian konsumen. Strategi promosi yang efektif dapat mempengaruhi proses pengambilan Keputusan dengan cara yang positif. Penting bagi Perusahaan untuk merancang promosi yang tidak hanya efektif dalam berkomunikasi dengan pelanggan tetapi juga memperhatikan bagaimana konsumen menerima informasi

tersebut (Fauzi & Permata, 2024). Promosi yang digunakan oleh KC Haris Jaya yaitu promosi penjualan/*sales promotion* dengan tujuan promosi penjualan konsumen. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan orang yang bersedia mencoba produk baru, untuk meningkatkan per penjualan disini pelanggan KC Haris Sendiri akan mendapatkan potongan sebesar 10% apabila membeli satu dosin produk atau menjadi reseller. Metode promosi penjualan yang dilakukan oleh KC Haris Sendiri yaitu rabat dan peragaan (*display*). Rabat merupakan pengurangan harga yang diberikan kepada pembeli sedangkan peragaan (*display*) atau yang sering dikenal orang sebagai demonstrasi adalah salah satu alat promosi yang menghubungkan produsen dengan pengecer (Putri, 2023). KC Haris Jaya sendiri sering memberikan rabat atau potongan harga pada saat festival pameran budaya yang ada dikota maupun diluar kota Palembang tak jarang KC Haris Jaya memberikan potongan harga pada saat hari besar seperti raya lebaran. Di KC Haris Jaya peragaan dilakukan dengan menampilkan pragawati diatas panggung dengan menggunakan berbagai jenis produk unggulan, sehingga pelanggan dapat melihat potensi penggunaan kain dalam kehidupan sehari-hari.

Selain promosi, harga merupakan variabel yang sangat penting dalam Keputusan pembelian. harga memiliki peran sentral dalam Keputusan pembelian konsumen. Ini bukan sekedar angka pada suatu produk, tetapi juga mencerminkan nilai relatif dari barang atau layanan tersebut dalam pikiran konsumen (Fauzi & Permata, 2024). Harga yang ditawarkan oleh KC Haris Sendiri bervariasi mulai dari yang paling murah Rp.150.000 hingga yang paling mahal Rp.1.500.000 tergantung dengan jenis, motif, dan kualitas produk. Definisi persepsi harga adalah cara

konsumen memandang dan mengevaluasi harga suatu produk atau layanan. Ini tidak hanya berkaitan dengan angka yang tertera pada label harga, tetapi juga tentang bagaimana konsumen menafsirkan nilai produk dalam kaitannya dengan harga yang ditetapkan.

Persepsi konsumen juga merupakan faktor yang penting dalam Keputusan pembelian konsumen dikarenakan Keputusan pembelian seseorang dapat dipengaruhi oleh persepsi terhadap situasi yang dihadapinya (Fauzi & Permata, 2024). Menurut slamet (didalam Fauzi & Permata, 2024) mengidentifikasi dua bentuk utama dari persepsi konsumen yaitu persepsi positif dan negatif. Persepsi konsumen mengenai produk KC Haris Jaya memberikan persepsi yang positif terlihat dari 382 komentar *Google review* yang diberikan oleh konsumen KC Haris Jaya sendiri.

Adapun keragaman produk yang menjadi faktor dalam Keputusan pembelian konsumen. Menurut (Indrasari, 2019) menyatakan bahwa hubungan antara keragaman produk dan perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sangat erat kaitannya pada kelangsungan penjualan suatu Perusahaan. Itu bearti bahwa, Keragaman produk yang ditawarkan KC Haris Jaya berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena semakin banyak pilihan yang tersedia, semakin besar kemungkinan konsumen menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. KC Haris Jaya sendiri memiliki berbagai macam jenis produk, ukuran dan harga yang bervariasi. Menjual berbagai jenis kain seperti blongsong, blongket (blongsong songket), sarung tajung, jumputan mulai dari jumputan titik tujuh, jumputan dengan pewarnaan alami

hingga jumputan yang dikombinasikan dengan kain blongsong songket. Sesuai dengan persepsi positif yang diberikan oleh konsumen dari KC Haris Jaya.

Penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini didapatkan dari jurnal dengan variabel Promosi, Persepsi Harga, Persepsi Konsumen, keragaman produk dan variabel dependen yaitu Keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri, V. (2022) dengan judul Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik di Sukoharjo Pada Masa Pandemi Hasil dari penelitian ini adalah variable Promosi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian.

Penelitian Yang Dilakukan Oleh Nugraha, I. (2024). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Endek Pada Pusat Oleh-Oleh Sentra Tenun Jembrana Hasil dari penelitian ini adalah variable Persepsi Harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Pricillia V. Lotulung Silvy L. Mandey Debry (2023) dengan judul Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Baju Bekas Impor Pada Masyarakat Kelurahan Karombasan Utara Lingkungan 8 Kecamatan Wanea Hasil dari penelitian ini adalah variabel Persepsi Konsumen memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian.

Penelitian Yang Dilakukan oleh Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2020). Pengaruh keragaman produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Supermarket Ardevon

Rawamangun Jakarta dari penelitian ini adalah Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka dibuatlah sebuah penelitian skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Persepsi Konsumen, Keragaman Produk Terhadap Keputusan pembelian pada KC Haris Jaya Tenun Jumputan Tuan Kentang Kota Palembang”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Persepsi Konsumen, Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian KC Haris Jaya Tenun Jumputan Tuan Kentang Kota Palembang secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Persepsi Konsumen, Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian KC Haris Jaya Tenun Jumputan Tuan Kentang Kota Palembang secara simultan?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian yang diteliti atau dianalisis berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penulis mengambil topik penelitian dengan variabel tentang pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Persepsi Konsumen, Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian KC Haris Jaya Tenun Jumputan Tuan

Kentang Kota Palembang secara simultan. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan atau pengunjung dari KC Haris Jaya yang sedang melakukan Pembelian.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan dengan harapan memenuhi beberapa tujuan penulis yaitu antara lain adalah.

1. Untuk menganalisis pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Persepsi Konsumen, Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian KC Haris Jaya Tenun Jumputan Tuan Kentang Kota Palembang secara parsial.
2. Untuk menganalisis pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Persepsi Konsumen, Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian KC Haris Jaya Tenun Jumputan Tuan Kentang Kota Palembang secara simultan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan harapan memiliki dampak yang positif terhadap pihak yang terkait, antara lain adalah.

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan yang positif serta informasi tambahan bagi KC Haris Jaya dalam menentukan strategi untuk meningkatkan keputusan Pembelian konsumen

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ekonomi dan manajemen.

3. Bagi peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi peneliti selanjutnya yang menggali lebih dalam tentang topik ini dan membantu sebagai acuan dalam pengembangan topik yang sama.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian ini terdiri dari beberapa bab yang meliputi:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan membahas mengenai landasan teori yang berisikan pengertian dari setiap variabel yaitu Promosi, Persepsi Harga, Persepsi Konsumen, dan Keragaman Produk terhadap keputusan Pembelian. Serta kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, objek/subjek penelitian,

populasi dan sampel, jenis data, definisi operasional dan teknik analisis data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pembahasan di Bab IV dalam penelitian ini peneliti membahas mengenai hasil penelitian dari setiap variabel yang telah dilakukan pengujian sesuai dengan teknik analisis data yang ada pada Bab III

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada pembahasan di Bab V dalam penelitian ini, peneliti memberikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan

