

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tenun ialah salah satu dari sebagian tipe tekstil yang mendapat asumsi positif di bidang publik. Dengan berkembangnya peradaban penduduk di sesuatu daerah, kain tenun Indonesia sudah alami sejarah yang lumayan panjang. Dulu, kedudukan kain tenun dalam warga merupakan selaku baju adat, semacam perkawinan serta peralatan adat, upacara mengarah kehamilan satu bulan buat putra sulung, serta lain sebagainya. Saat sebelum berdirinya kerajaan Hindu awal di Indonesia, kerajinan tenun telah diketahui luas. Pembuatan kain ini diyakini dibawa oleh pendatang dari Vietnam serta Kamboja yang bawa budaya Dongsong ke Indonesia. Tidak cuma itu, pada saat sistem perdagangan memasuki Nusantara, pertumbuhan tenun Indonesia juga dimulai dari abad ke- 5 agama Buddha India masuk ke daerah Indonesia. Pertumbuhan kain tenun ini pula dipengaruhi oleh India, Tiongkok, Islam serta Barat.¹

Tenun ikat merupakan salah satu metode menenun, metode pembuatannya ialah mengikat bermacam bagian benang jadi satu menurut pola ataupun corak tertentu supaya tidak terpengaruh oleh

¹ Pantri Heriyati dan Taufani C. Kurniatun, *Analisa Triple Helix Pada Industri Fashion Di Jakarta* (Pasuruan, Qiara Media, 2020), 47-48.

pewarnaan. Kebalikannya, bagian-bagian yang tidak diikat berubah warna sesuai warna yang dicelupnya, sehabis itu ditenun semacam biasa.²

Tenun ikat Kediri ataupun yang biasa diketahui dengan nama tenun ikat Bandar Kidul mempunyai sejarah yang panjang dalam pertumbuhan tenun ikat di Nusantara. Mulai tahun 1950, etnis Tionghoa sudah memamerkan kain tenun kepada masyarakat lewat perdagangan. Dikala itu sebagian warga Bandar Kidul telah bekerja selaku buruh. Baru pada tahun 1966 suatu komunitas di suatu desa Kecamatan Mojoroto di Kediri mulai memproduksi kain tenun sendiri, paling utama buat sarung.

Dalam perkembangannya, penciptaan tenun ikat Kediri hadapi pasang surut. Dari tahun 1984 sampai 1985, penenunan Kediri hadapi kemunduran. Itupun, permintaan kain tenun menyusut sebab peredaran tekstil yang terbuat dengan mesin. Kala pemerintah membagikan pembinaan kepada para pengusaha kecil, termasuk tenun ikat, suasana ini berangsur-angsur mulai berganti. Berbagai konsultasi juga diupayakan buat tingkatkan mutu serta mutu kain tenun yang dihasilkan. Semenjak itu, kain tenun Bandar Kidul Kediri dibesarkan supaya sanggup bersaing dalam modernisasi industri.³

Modernisasi yang semakin berkembang mempengaruhi pola hidup masyarakat. Banyak produk-produk kain masa kini yang mulai

² Irfana Rohana Salma, dkk. Diversifikasi Produk Tenun Ikat Nusa Tenggara Timur Dengan Paduan Teknik Tenun Dan Teknik Batik, *Majalah Ilmiah: Dinamika Kerajinan Dan Batik*, Vol. 35, No. 2, Tahun 2018, 86.

³ Abi Abdul Jabbar, "Tenun Ikat Kediri, Mempertahankan Sejarah Ditengah Modernisasi", *Madanai News* (Online), <https://www.madaninews.id/8414/tenun-ikat-kediri-mempertahankan-sejarah-ditengah-modernisasi.html> (4 oktober 2019), Diakses pada 25 Mei 2020 pukul 08.15 WIB.

menggeser produk kain tenun ikat. Oleh karena itu pemerintah setempat bekerjasama dengan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri untuk menjaga dan melestarikan tenun ikat agar tidak kalah oleh produk-produk masa kini. Selain melakukan inovasi pada produk kain tenun ikat, upaya pelestarian tenun ikat juga dilakukan melalui ekstrakurikuler untuk siswa sekolah, kegiatan keterampilan di Lembaga Pemasarakatan (Lapas), pengenalan melalui media online, maupun hadir dalam acara pameran perdagangan. Upaya-upaya tersebut dilakukan agar masyarakat bisa mengenal lebih luas tentang kain tenun yang merupakan salah satu produk budaya di Nusantara.

Sikap konsumen merupakan tahapan yang ditempuh serta dicoba oleh seseorang orang ataupun kelompok dalam rangka memenuhi kebutuhan serta keinginannya.⁴ Sikap pembelian konsumen ialah perihal yang unik, sebab preferensi tiap orang terhadap sesuatu produk berbeda-beda. Dalam membeli tenun ikat, umumnya seorang memerlukan pertimbangan serta komentar dari bermacam pihak buat mengambil keputusan. Seorang konsumen memerlukan bermacam data yang hendak dijadikan selaku rujukan dalam menetapkan keputusan pembelian. Data bisa berasal dari bermacam sumber antara lain aspek kebudayaan, aspek sosial, aspek individu, serta aspek psikologis.

Pengambilan keputusan konsumen merupakan pertimbangan penting pada pemasar lantaran bergantung pada keputusan yang dibuat oleh

⁴ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 33.

konsumen untuk memutuskan apakah mereka ingin membeli atau tidak. Kotler menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan pembelian.⁵

Berdasarkan hasil observasi, berikut ini beberapa perusahaan tenun ikat terkenal yang telah berkembang di Kediri:

Tabel 1.1
Daftar Nama Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri

Nama Tenun Ikat	Alamat
Tenun Ikat Kurniawan	JL. KH Agus Salim VIII 143, Kediri
Tenun Ikat Medali Mas	JL. KH Agus Salim VIII 54C 1, Kediri
Tenun Ikat Kodok Ngorek	Gg. 07 No. 21B, Bandar Kidul, Kediri

Sumber: Data Hasil Observasi⁶

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti pada tanggal 08 Oktober 2020 diperoleh data sebagai berikut.

Tabel 1.2
Perbedaan Antara Tenun Ikat Medali Mas Kediri Dengan Tenun Ikat Kurniawan

Perbedaan	Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri	Tenun Ikat Kodok Ngorek	Tenun Ikat Kurniawan
Tahun Berdiri	1989	1999	1995
Lokasi	JL. KH Agus Salim VIII 54C 1, Kediri	Gg. 07 No. 21B, Bandar Kidul, Kediri	JL. KH Agus Salim VIII 143, Kediri

⁵ Kotler dan Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Ke 9 Jilid 1*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2003), 227.

⁶ Data Hasil Observasi 08 Oktober 2020.

Ciri Khas Motif	- Motif Ceplok - Tirtotirjo - Loong - Salur - Gunungan - Kuncup	- Motif Ceplok - Motif Miring - Motif Bunga	- Kawung - Melati - Gajah Mada
Desain Motif	Bisa mendesain motif sendiri sesuai selera	Hanya motif yang tersedia	Hanya motif yang sudah tersedia
Jenis Kain	- Katun - Semi Sutera - Sutera	- Katun - Semi Sutera	- Katun - Semi Sutera
Banyak Karyawan	107 Karyawan	80 Karyawan	92 Karyawan
Dipasarkan melalui	- Outlet - Website - Instagram - Shopee - Tokopedia	- Outlet - Shopee - Tokopedia	- Outlet - Instagram - Shopee - Tokopedia
Rentang Harga	Rp 185.000,00 - Rp 475.000,00	Rp 185.000,00 - Rp 320.000,00	Rp 185.000,00 - Rp 320.000,00
Jam Operasional	08.00 - 21.00	09.00 - 21.00	09.00 - 21.00

Sumber: Data Hasil Observasi⁷

Dari tabel tersebut, dapat dipahami bahwa Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri memiliki banyak keunggulan di produk yang ditawarkan, berupa ciri khas motif yang lebih banyak, jam buka operasional yang lebih awal, pilihan kain yang lebih banyak serta bisa mendesain motif sesuai keinginan konsumen.

Berikut ini adalah data nilai omset penjualan Tenun Ikat Medali Mas periode tahun 2015 sampai tahun 2020. Hasil yang didapat sebagai berikut:

⁷ Data Hasil Observasi 08 Oktober 2020.

Tabel 1.3
Data Nilai Omset Penjualan
Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri Tahun 2015-2020

Tahun	Penjualan (Rp)
2015	393.760.000
2016	465.000.000
2017	540.000.000
2018	618.750.000
2019	765.000.000
2020	918.750.000

Sumber : Data Hasil Observasi⁸

Dari tahun 2015 hingga 2020, data penjualan terus meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat di Kediri lebih tertarik dengan produk tenun Ikat Medali Mas, dan konsumen semakin puas dengan produk Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri. Konsumen tidak hanya membeli produk untuk dipakai sendiri, tetapi juga biasanya memesan buat hajatan, seragam kantor, dan oleh-oleh khas Kediri dalam jumlah banyak. Hal ini menunjukkan bahwa produk lokal (seperti Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri) sangat diminati oleh masyarakat luas, baik warga Kota Kediri maupun masyarakat luar Kota Kediri. Dari observasi yang dilakukan peneliti pada tanggal 20 September 2020 diperoleh informasi dari responden mengenai alasan penilaian konsumen di Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri terhadap faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian. Hasil yang didapat sebagai berikut:

⁸ Data Hasil Observasi 25 Januari 2021.

Tabel 1.4
Data Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian		Jumlah Responden
Faktor Kebudayaan	Budaya	4
	Sub Budaya	0
	Kelas Sosial	0
Faktor Sosial	Keluarga	6
	Kelompok Referensi	3
	Peran Dan Status	0
Faktor Pribadi	Usia	0
	Pekerjaan	7
	Kondisi Ekonomi	0
	Gaya Hidup	0
	Kepribadian	0
Faktor Psikologis	Motivasi	4
	Persepsi	1
	Sikap dan Kepercayaan	0
Total		45

Sumber : Data Hasil Observasi⁹

Menurut tabel di atas, dari 45 responden dimana pada faktor kebudayaan terdapat 4 orang memilih budaya. Pada faktor sosial terdapat 6 orang memilih keluarga dan 3 orang memilih kelompok referensi . Pada faktor pribadi terdapat 7 orang memilih pekerjaan. Pada faktor

⁹ Data Hasil Observasi 08 Oktober 2020.

psikologis terdapat 4 orang memilih motivasi dan 21 orang memilih persepsi. Maka dapat diketahui bahwa alasan pemilihan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri yang paling tinggi adalah persepsi.

Salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk dan merek adalah cara pandang mereka terhadap produk, yaitu persepsi. Kotler mendefinisikan persepsi sebagai proses dimana orang memilih, mengontrol, dan menginterpretasikan informasi masukan untuk menghasilkan gambaran keseluruhan yang bermakna.¹⁰ Persepsi konsumen terhadap produk akan menjadi faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan produk mana yang akan dibeli.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri)".

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri ?
2. Bagaimana keputusan pembelian konsumen terhadap Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri ?
3. Bagaimana pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri ?

¹⁰ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), 269.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen terhadap Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Penelitian ini merupakan syarat guna memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri dan untuk menambah ilmu pengetahuan serta wawasan baru bagi peneliti.

2. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau sumber informasi bagi para pembaca dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.

3. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan bagi perusahaan terkait kualitas produk dan kepuasan konsumen.

E. Telaah Pustaka

1. Skripsi karya Fenti Koyumah berjudul “Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko Seragam Lancar Jaya Kediri)”. Persamaan riset Fenti Koyumah dengan riset saat ini ialah menggunakan tata cara kuantitatif serta variabel X dan Y yang sama ialah persepsi serta keputusan pembelian. Tetapi perbandingan terletak pada objek penelitiannya, Objek riset Fenti Koyumah merupakan Toko Seragam Lancar Jaya di Kota Kediri, sebaliknya objek penelitian saat ini merupakan Tenun Ikat Mas Medali Kota Kediri.¹¹
2. Skripsi karya Tara Luana Meisya ini berjudul “Pengaruh Persepsi Mutu Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kue Jogja Scrummy Pada Followers Instagram@Jogjascrummy”. Persamaan riset Tara Luana Meisya dengan riset saat ini mengenakan tata cara kuantitatif serta variabel Y merupakan sama ialah keputusan pembelian. Tetapi perbandingan terletak pada variabel X yang digunakan, dalam riset Tara Luana Meisya variabel X merupakan persepsi mutu produk, sebaliknya dalam riset ini variabel X merupakan persepsi konsumen.¹²
3. Skripsi yang ditulis oleh Nampi Wahyuni “Dampak Persepsi, Harga dan Promosi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian CV Bitha

¹¹ Fenti Koyumah, “Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko Seraagam Lancar Jaya Kediri)”. *Skripsi*. (Kediri: IAIN Kediri, 2020), ix.

¹² Tara Luana Meisya, “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kue Jogja Scrummy Pada Followers Instagram @Jogjascrummy”. *Skripsi*. (Yogyakarta: Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 2019), xvi.

Catering Kediri”. Persamaan penelitian Nampi Wahyuni dengan penelitian ini adalah variabel Y sama yaitu keputusan pembelian. Perbedaan terletak pada variabel X_1 persepsi konsumen, X_2 harga dan X_3 promosi, sedangkan penelitian ini hanya menggunakan satu variabel yaitu variable X persepsi konsumen. Objek yang digunakan dalam penelitian Nampi Wahyuni adalah CV Bitha Catering Kediri, dan Penelitian ini Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri.¹³

4. Penelitian yang dilakukan oleh Reagy Garry Imancessar yang berjudul “Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Districtsides Di Semarang). Penelitian ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Reagy Garry Imancessar. Intinya adalah kedua penelitian menggunakan metode kuantitatif serta meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian yang merupakan variabel Y-nya. Sedangkan yang membedakannya dengan penelitian yang dilakukan oleh Reagy Garry Imancessar adalah objek penelitian penelitian dan variabel X. Reagy Garry Imancessar menggunakan objek penelitian atau produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah Districtsides di Semarang, sedangkan penelitian ini menggunakan objek yaitu Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri. Sedangkan variabel X dalam penelitian ini hanya memfokuskan dari segi persepsi Konsumen, berbeda

¹³ Nampi Wahyuni, “Pengaruh Persepsi Konsumen, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV Bitha Catering Kediri”. *Skripsi*. (Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2016), 4.

dengan Reagy Garry Imancesar yang menggunakan tiga variabel X (X_1 , X_2 dan X_3) yaitu motivasi konsumen, persepsi konsumen, dan sikap konsumen.¹⁴

5. Penelitian yang dilakukan oleh Isnaini Niftakul dengan judul “Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Menjadi Donatur Di Lembaga Yatim Mandiri Cabang Jombang”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh persepsi terhadap keputusan Donatur untuk mendonasikan sebagian hartanya di lembaga Yatim Mandiri Cabang Jombang. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Isnaini Niftakul adalah sama-sama memakai metode kuantitatif dan variabel X. Sedangkan yang membedakannya adalah objek dan subjek penelitian. Isnaini Niftakul menggunakan objek penelitian atau produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembaga Yatim Mandiri Cabang Jombang dengan subjeknya yaitu para donator dari lembaga tersebut. Sedangkan penelitian ini menggunakan objek yaitu Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri, sedangkan subjeknya yaitu para konsumen atau pembeli Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri.¹⁵

¹⁴ Reagy Garry Imancesar, “Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Districtsides Di Semarang)”. *Skripsi*. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), ii.

¹⁵ Isnaini Niftakul, “Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Menjadi Donatur Di Lembaga Yatim Mandiri Cabang Jombang”. *Skripsi*. (Kediri: IAIN Kediri, 2017), ix.

F. Hipotesis Penelitian

1. Ha : Tidak ada pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri.
2. Ho : Ada pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri.