

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Batik merupakan salah satu warisan budaya Nusantara yang sangat kaya akan makna filosofi. Batik di Indonesia semakin berkembang dari masa ke masa mulai dari jenis dan motif yang disesuaikan dengan daerah yang ada di Indonesia. Batik merupakan salah satu bentuk budaya yang tak lepas dari adanya upaya pewarisan, baik dalam hal ketrampilan membatik dan nilai sosial budaya yang terkandung di dalamnya. Sejalan dengan alasan rasionalnya, penelitian ini juga ingin mengetahui tantangan yang dihadapi pengrajin dalam mewariskan nilai sosial budaya, karena kehidupan sosial masyarakat yang dinamis atau berubah-ubah turut membawa gaya hidup dan pola pikir masyarakat luar yang dapat mengancam eksistensi dari kebudayaan masyarakat Indonesia.

Perkembangan batik di Cilacap yang merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang letak Geografisnya berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Barat. Cilacap mempunyai berbagai macam budaya yang unik dan khas, salah satunya budaya membatik. Seni batik di Cilacap berawal dari kaum bangsawan yang datang ke Maos pada sekitar abad ke 18, dimana batik tulis Maos ini sendiri merupakan karya warisan dimasa Pangeran Diponegoro. Sejak itulah seni batik tulis ini mulai diperkenalkan dan sampai saat ini dikenal dengan batik tulis

bernama Maos. Motif batik Cilacap terinspirasi dari muntul atau ubi jalar, dalam perkembangannya motif batik mengalami modifikasi seperti Sidomukti, Parang Angkik, dan Rujak Sente, Lung Sakheti dengan warna corak yang berciri khas yaitu warna hitam, coklat, putih dan warna-warna berani lainnya. (<https://www.kamerabudaya.com/2018/06>)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia menjadi sebuah keuntungan bukan hanya bagi pelaku usaha tetapi bagi para pencari kerja karena dengan banyaknya UMKM yang unggul dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi kemiskinan selain itu juga dapat memainkan peran dalam pembangunan ekonomi dan memperbaiki kesejahteraan sosial. Salah satunya UMKM CV. Rajasamas Batik Moas Cilacap milik ibu Euis Rohaini dan Bapak Tonik Sudarmaji yang memproduksi batik tulis dan cap, dalam penelitian ini penulis berfokus pada produk batik.

Produk batik pada CV. Rajasamas Jaya Maos terdiri dari batik tulis, batik cap, dan batik printing yang memadukan potensi alami yang bernuansa daerah dengan midifikasi kontemporer yang mengarah pada pola modern. Selain itu dibarengi dengan warna yang beragam berasal dari warna alam dan pewarna buatan. Motif batik CV. Rajasamas Jaya memiliki ciri khas Cilacap yang berbeda dengan batik pada daerah lainya seperti Yogyakarta, Pekalongan, Solo dan daerah lainya. Waktu pembuatan batik ini beragam tergantung jenis batik yang diproduksi.

CV. Rajasamas Jaya Maos yang terletak di jalan penatusan Maos yang sudah berdiri sejak 2007 dan memiliki pekerja yang tersebar diberbagai daerah dari Maos, Banyumas, dan Purbalingga tak heran jika CV. Rajasamas Jaya Maos melakukan perkembangan pada produknya dan pekerja itu sendiri sudah bekerja dari awal perusahaan ini dibangun. Produk batik yang dicipatakan antara lain batik tulis, batik cap dan batik printing. Dengan waktu yang cukup lama CV. Rajasamas Jaya Maos telah menciptakan produk batik sesuai dengan pelanggan dan terus melakukan inovasi dan tak jarang pelanggan yang loyal kepada produknya. Produk batik ini dipasarkan tak hanya di daerah Cilacap dan berbagai daerah lain di indonesia melainkan dipasarkan di luar negri dan telah memiliki pasar sampai ke negara Uni Emirat Arab, Thailand, Philipina, China, dan Jerman. Produk batik memiliki motif ciri khas yaitu motif klasik seperti kecebong ngumpul, rujak sente, kembang ambring, kembang setekap dengan varian harga dari Rp 80.000 sampai Rp.5.000.000

Seiring bertambah banyaknya pesaing pada industri kreatif berupa batik, perusahaan mengalami kesulitan untuk menerapkan strategi pemasaran agar tetap unggul dari para pesaing mereka untuk mencapai kinerja dan hasil yang diharapkan. Persaingan bisnis yang semakin tinggi dan semakin berkembangnya produk pasaran membuat perusahaan yang terutama bergerak di bidang industri kreatif dituntut untuk ikut serta mengembangkan produk yang disertai dengan harga yang sesuai dengan

produk guna menciptakan kesan yang baik dan menumbuhkan loyalitas pada pelanggan.

Perusahaan dituntut untuk profesional dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen karena persaingan yang semakin kompetitif. Produk dan harga yang merupakan bagian dari bauran pemasaran sangat penting dalam usaha, karena keduanya dapat menciptakan loyalitas pada pelanggan dengan produk yang ditawarkan dan harga yang sesuai. Dengan kesesuaian harga dan produk yang ditawarkan akan menumbuhkan rasa loyal kepada konsumen.

Salah satu pesaing CV. Rajasamas Jaya Maos adalah *Home Industry* Subama Batik yang terletak di Kecamatan Kroya Desa Bajing Kulon yang didirikan pada tahun 2013 oleh Ibu Hj. Faidah. Memiliki motif yang berbeda dengan batik lain dan memiliki filosofi yang mengutamakan sistem padat kaya. Harga yang ditawarkan oleh perusahaan ini beragam mulai dari Rp.50.000 hingga jutaan.

Menghadapi banyaknya persaingan di bidang usaha yang serupa pemilik CV. Rajasamas Jaya Maos menyadari hal itu dan melakukan strategi pemasaran yang terintegrasi dengan tujuan untuk terus meningkatkan penjualan dan menumbuhkan loyalitas pelanggan untuk terus menggunakan produknya dengan cara menciptakan produk batik yang semakin beragam dan mengikuti tren yang sesuai kemauan konsumen dengan menetapkan harga yang sesuai. Strategi lain yang

digunakan adalah dengan keikutsertaan dalam pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah maupun luar daerah Cilacap.

Perusahaan mengandalkan kepuasan pelanggan sebagai jaminan keberhasilan di kemudian hari dan dapat menumbuhkan loyalitas pada pelanggan, tetapi tak jarang banyak pelanggan yang mengalami kekecewaan terhadap produk dan harga yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga tidak ragu untuk membeli produk dari pesaing. Produk batik menjadi kebutuhan yang penting bagi pelanggan karena dapat dijadikan pakaian yang dipakai sehari-hari.

Tabel 1.1 Penjualan Batik CV. Rajasamas Jaya Maos tahun 2019

No	Nama barang	Bulan ke-												Jumlah
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1.	Batik cap	20	19	21	24	11	15	11	39	13	27	38	15	253
2.	Batik tulis	10	10	5	6	4	2	13	4	3	4	3	4	68
3.	Batik printing	23	19	23	20	13	28	30	13	17	12	14	16	228
Total														549

Sumber : CV. Rajasamas Jaya Maos

Keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada konsumen yang dapat diandalkan, karena konsumen yang dapat diandalkan adalah konsumen yang melakukan pembelian berkali-kali atau yang loyal. Konsumen yang loyal inilah yang menjadi sesuatu hal yang penting bagi perusahaan. Beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan antara lain produk yang dapat menimbulkan kepuasan bagi konsumen yang disertai dengan harga yang sesuai.

Berdasarkan fakta-fakta yang telah disebutkan dilatar belakang peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh dengan judul “**Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada CV. Rajasamas Jaya Maos Cilacap)**”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Rajasamas Jaya Maos Cilacap ?
2. Bagaimana pengaruh produk terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Rajasamas Jaya Maos Cilacap ?
3. Bagaimana pengaruh harga dan produk secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Rajasamas Jaya Maos Cilacap ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Rajasamas Jaya Maos Cilacap
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Rajasamas Jaya Maos Cilacap
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan produk secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Rajasamas Jaya Maos Cilacap

D. Ruang lingkup Penelitian

Pembahasan penelitian ini adalah tentang mengkaji pengaruh harga dan produk terhadap loyalitas pelanggan. Tempat penelitian yang dilakukan oleh peneliti bertempat di CV. Rajasamas Jaya Maos dengan waktu selama enam bulan. Batasan penelitian ini berfokus pada produk batik. Didalam penelitian ini peneliti mengkaji hubungan antara variabel harga terhadap loyalitas pelanggan, produk terhadap loyalitas konsumen, harga dan produk secara bersama-sama berpengaruh pada loyalitas pelanggan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya ilmu, khususnya mengenai pengetahuan tentang pengaruh antara produk dan harga terhadap loyalitas konsumen CV. Rajasamas Jaya Maos Cilacap.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian suatu masalah dari aspek ilmiah dapat memberikan pengetahuan yang baru bagi peneliti khususnya pada segi daya analisis yang digunakan peneliti.
- b. Memberikan nilai bagi perusahaan yang diberikan oleh konsumen melalui penelitian ini apakah konsumen cukup puas dengan produk

dan harga yang ditawarkan dan dapat menjadi acuan untuk mengevaluasi dan memperbaiki produk dan penetapan harga.

- c. Untuk memberikan informasi pengetahuan baru bagi pembaca dan dapat memberikan wawasan berfikir secara ilmiah terkait dengan masalah yang akan terus ada.