

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri kreatif merupakan kumpulan aktivitas terkait dengan penciptaan atau penggunaan ilmu pengetahuan dan informasi untuk menciptakan nilai dan pemecahan masalah dengan cara yang kreatif dengan jalan memanfaatkan warisan budaya, membangun budaya, dan menjaga nilai-nilai budaya sehingga meningkatkan citra bangsa Indonesia. Ide kreatif yang dimiliki dapat menjadi modal dasar untuk berkecimpung di dunia industri kreatif, melalui industri kreatif dapat memiliki kesempatan untuk mendapatkan pendapatan, bahkan menciptakan lapangan pekerjaan seperti Griya Batik Banten.

Batik merupakan warisan budaya Indonesia yang tersebar diseluruh penjuru Nusantara. Banyak orang baik dalam negeri maupun luar negeri menyukainya, menjadikannya oleh-oleh ketika berkunjung diberbagai tempat diseluruh Indonesia. Pada tahun 2009 UNESCO menetapkan batik sebagai *intangible cultural heritage of humanity* (Warisan Budaya Tak benda) dari Indonesia. Jauh sebelum UNESCO menetapkan hal tersebut, di Indonesia sudah tersedia beragam produk batik dan ditawarkan dalam berbagai pilihan wujud produk dengan ragam pilihan warna dan kualitas.

Batik merupakan bahan kain yang sangat erat kaitannya dengan nilai budaya masyarakat, sehingga batik tidak saja sebagai

hasil produksi semata, tetapi juga merupakan hasil budaya dari suatu masyarakat.¹

Griya Batik Banten yang terdapat di Bayangkara kota serang menyediakan berbagai jenis batik banten untuk bisa di nikmati oleh konsumen dan meningkatkan mutu produk dan pendapatan.

Ragam motif batik yang di jual oleh Griya Batik Banten sangat beragam dan menarik. Disamping itu usaha ini dituntut untuk bisa meninjau kembali banyaknya motif batik yang digunakan dapat menarik konsumen serta dikenal masyarakat luas. Karena dengan banyaknya menjual motif batik dapat menarik konsumen. Dengan mengenal ragam motif batik yang ditawarkan, diharapkan konsumen bisa menyukai dan menikmati Batik Banten ini. Sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan volume penjualan pada usaha ini.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, maka dilakukan penelitian untuk menguji secara lebih mendalam mengenai hal tersebut dalam penelitian yang berjudul ***“Pengaruh Ragam Motif Batik Terhadap Volume Penjualan (Studi di Griya Batik Banten Bhayangkara Kota Serang)”***

B. Batasan Masalah

Pembatasan ruang lingkup penelitian yang dilaksanakan untuk mempermudah dalam pemecahan masalah ragam motif batik terhadap volume penjualan. Penulis hanya mengambil penelitian sebatas 15 ragam motif batik dan jumlah volume penjualan pada

¹ Herry Lisbijiarto, *Batik* (Yogyakarta: Graha Ilmu,2013),7

tahun 2013 dan 2014, agar peneliti dapat mengetahui adakah pengaruh ragam motif batik terhadap volume penjualan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ragam motif batik berpengaruh terhadap volume penjualan?
2. Berapa besar pengaruh ragam motif batik terhadap volume penjualan?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh ragam motif batik terhadap volume penjualan
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh ragam motif batik terhadap volume penjualan

E. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat ataupun masukan bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan serta penyempurnaan ilmu pengetahuan yang diperoleh secara formal di bangku kuliah dan membandingkannya dengan kenyataan yang terjadi di dunia usaha. Dan juga untuk melatih kemampuan analisis

berfikir secara sistematis dan memecahkan masalah dengan metode ilmiah.

2. Bagi Lembaga

Diharapkan dapat dijadikan bahan penelitian lebih lanjut dalam bidang ragam motif dan penjualan.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi perusahaan terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan tujuan jangka pendek ataupun jangka panjang perusahaan khususnya dalam hal penjualan.

4. Bagi Umum

Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai ragam motif batik dan volume penjualan

5. Bagi lembaga UIN

Dari hasil penelitian ini mudah-mudahan dapat dijadikan kajian ilmu pengetahuan guna mengembangkan pada dunia pendidikan dan menambah keilmuan serta dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya.

F. Kerangka Pemikiran

Ragam motif batik mempunyai peranan penting dalam dunia usaha batik untuk memperbanyak produksi dan penjualannya. Sebuah perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila mampu memenuhi target per periode yang telah ditetapkan sebelumnya. Perusahaan akan mendapatkan citra yang baik dimata masyarakat apabila dapat memberikan nilai yang lebih kepada konsumen.

Dengan memahami banyaknya jumlah keanekaragaman motif yang dibuat atau diciptakan diharapkan dapat menyusun strategi yang efektif untuk terus menarik konsumen sebanyak mungkin sehingga dapat berdampak positif terhadap perusahaan tersebut.

Perusahaan juga dapat melakukan inovasi produk, pilihan yang ini sering dilakukan seiring dengan menyempitnya peluang bisnis yang tersedia dan lambannya pertumbuhan permintaan, inovasi juga tidak diarahkan dalam inti atau atribut produk-produk semata, tetapi juga sampai pada atribut produk yang sekunder, termasuk pelayanan yang disediakan.²

Menurut Iwan Tirta yang dikutip didalam buku Afrillyana Purba, batik merupakan teknik menghias kain atau tekstil dengan menggunakan lilin dalam proses pencelupan warna, dan semua prosesnya tersebut menggunakan tangan.³ Pengertian lain dari batik adalah seni rentang warna yang meliputi proses pemalaman (lilin), pencelupan (pewarnaan) dan pelorotan (pemasaran), hingga menghasilkan motif yang halus yang semuanya ini memerlukan ketelitian yang tinggi.

Batik dalam pengertian dari cara pembuatan adalah bahan kain yang dibuat dengan dua cara. Pertama, bahan kain yang dibuat dengan teknik pewarnaan kain yang menggunakan malam untuk mencegah pewarnaan sebagian dari kain, atau sering disebut *wax-reist dyeing*. Kedua, bahan kain atau busana yang dibuat dengan teknik pewarnaan yang menggunakan motif-motif tertentu yang

² Suarsono Muhammad, *Manajemen Strategi Konsep dan Kasus* (Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2008),296

³ Afrillyana Purba, *Perlindungan Hukum: Seni Batik Tradisional* (Bandung: PT. Alumni, 2009), 48

sudah lazim atau mempunyai ciri khas sesuai dengan karakter masing-masing pembuatannya. Dengan demikian batik merupakan bahan kain yang cara pembuatan dan motifnya sangat berbeda dengan cara pembuatan pada bahan kain umumnya.⁴

Keberagaman (*assortment*) merupakan sejumlah SKU dalam kategori. Toko dengan keberagaman yang luas dapat dikatakan mempunyai kedalaman (*depth*) yang juga dapat digunakan untuk saling menggantikan.⁵

1. Macam-Macam Motif Batik

Dalam sejarah perbatikan ada beberapa motif kain batik yang di buat oleh para pengusaha batik. Motif batik yang beredar dipasaran saat ini terdiri dari *batik klasik* dan *motif batik modern*.

Motif *batik klasik* merupakan motif batik yang sudah ada sejak dahulu kala, tiap motif batik klasik maknanya bagi pemakai. Dalam beberapa kebiasaan mengenai kain batik, untuk motif-motif tertentu hanya pantas dipakai pada suatu acara atau keperluan. Sedangkan untuk acara lainnya akan lebih pantas dengan memakai motif lain. Dengan demikian untuk beberapa orang menggemari batik, mereka akan mempunyai beberapa motif kain batik yang tujuannya akan dipakai sesuai dengan acara yang akan diikuti. Motif batik klasik ini memang suatu karya yang indah, halus dan mewah.

Batik klasik atau tradisional mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

⁴ Herry Lisbijanto, *Batik,* 7

⁵ Christina Whidya Utami, *Manajemen Ritel Srtategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 204

- a) Mempunyai ragam hias yang mempunyai motif ular, barong, geometris dan pagoda.
- b) Coraknya mempunyai arti simbolik pada masing-masing motifnya.
- c) Warna cenderung gelap, biasanya putih, hitam, coklat kehitaman atau cokelat tua.
- d) Motif biasanya merupakan ciri khas daerah asal batik tersebut.

Motif *batik klasik* dikenal beberapa motif sebagai berikut: 1) Motif Batik Sidomukti 2) Motif Batik Sidoluhur 3) Motif Perang Kusumo 4) Motif Parang Rusak 5) Motif Batik Trutum 6) Motif Batik Esuk-Sore 7) Motif Batik Ceplok 8) Motif Batik Catleya 9) Motif Batik Kawung.

Motif *modern* saat ini berkembang sangat pesat. Motif yang ada sudah tidak lagi menggunakan patokan dari *batik klasik*, tetapi cenderung mengikuti selera merancangannya dan disesuaikan dengan si pemakai. Motif ini biasanya untuk keperluan pasaran tertentu. Ada kain batik yang dipesan dengan motif lambing atau logo suatu organisasi, tentunya dengan diselingi motif *batik klasik* sebagai corak yang member keindahan.

Batik *modern* mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- a) Mempunyai ragam hias bebas, biasanya binatang, tumbuh-tumbuhan, rangkaian bunga, buah dan sebagainya.
- b) Motif atau corak batik tidak mempunyai arti simbolik tertentu.

- c) Warna yang digunakan bebas, tidak terikat pada pakem, seperti biru, merah, ungu.
- d) Biasanya motif batik modern tidak mempunyai ciri khas daerah asal.

Penjualan merupakan pembelian sesuatu (barang atau jasa) dari suatu pihak kepada pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut.⁶ Penjualan juga merupakan suatu sumber pendapatan perusahaan, semakin besar penjualan maka semakin besar pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan. Aktivitas penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena sasaran penjualan yang diharapkan tidak tercapai dan pendapatan pun akan berkurang.

Volume penjualan adalah total penjualan atau tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan untuk waktu tertentu dalam satuan rupiah, kilo ton. Sedangkan indicator volume penjualan yaitu: Harga, Promosi, kualitas, saluran distribusi, dan produk.

Dalam Islam perilaku bisnis tidak boleh hanya semata mempertimbangkan faktor yang menguntungkan secara financial saja melainkan harus juga menilai bahwa barang atau jasa dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat konsumen, tetapi jika barang atau jasa ini merugikan bagi keselamatan, kesejahteraan dan kesehatan masyarakat konsumen, maka tidak

⁶ Kamsir, *Pemasaran Bank Edisi Revisi*...,159

layak dibuat atau dijual dan diperdagangkan. Seperti barang yang memabukkan, barang yang merusak kesehatan badan dan jiwa masyarakat, meski barang tersebut menjadi barang yang cukup laris dimasyarakat namun hakekat barang tersebut dapat berakibat merusak kesehatan. Jadi barang yang diselenggarakan oleh pelaku bisnis sepanjang barang atau jasa ini bermanfaat secara positif dan berguna bagi masyarakat dan masyarakat sangat membutuhkan maka sudut pandang ini yang dijadikan pandangan dalam islam melihat peluang bisnis itu yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan.⁷

G. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan proposal skripsi ini, penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

- BAB I :** Dalam bab ini menjelaskan Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu Yang Relevan, Kerangka Pemikiran, Hipotesis, dan Sistematika Pembahasan.
- BAB II :** Dalam bab ini akan menjelaskan tentang kajian teoritis yang memuat paparan teori yang akan dibahas dalam penelitian, hubungan antara variabel, dan hipotesa.
- BAB III :** Dalam bab ini berisi tentang metodologi penelitian yang terdiri dari Waktu dan Tempat Penelitian,

⁷ Muslich, *Bisnis Syariah Perspektif Mu'amalah dan Manajemn* (Yogyakarta:UPP STIM YKPN,2007)151-152,

Populasi dan Sampel, Jenis Metode Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Analisa Data.

BAB IV : Dalam bab ini berisi tentang pembahasan Hasil penelitian dengan menggunakan SPSS Versi 20.

BAB V : Dalam bab ini berisi Kesimpulan dan Saran