

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era modernisasi saat ini menuntut masyarakat untuk mengikuti setiap perubahan sekecil apapun. Tidak terkecuali terhadap perubahan gaya hidup seseorang saat ini, misalnya gaya hidup memakai batik yang saat ini sedang meningkat pemakainya. Batik merupakan salah satu jenis gaya hidup yang disukai oleh sebagian besar masyarakat dan memang sudah menjadi bagian gaya hidup. Batik sangat mudah ditemukan di setiap daerah yang memproduksi batik. Pada tahun 2021, sekitar 18,000 usaha batik kecil dan menengah tercatat di Kementerian Industri Republik Indonesia. Selain itu, perkembangan teknologi dan globalisasi turut mendorong popularitas batik di berbagai kalangan, baik di dalam maupun luar negeri. Batik tidak lagi hanya dipakai dalam acara formal atau adat, tetapi juga telah menjadi bagian dari tren fesyen modern yang digunakan dalam berbagai kesempatan, seperti bekerja, menghadiri acara sosial, bahkan sebagai busana kasual sehari-hari.

Selain aspek budaya, kesadaran masyarakat akan pentingnya mendukung produk lokal juga menjadi faktor yang mendorong peningkatan konsumsi batik. Banyak konsumen mulai memilih batik sebagai bagian dari identitas nasional serta bentuk apresiasi terhadap produk buatan dalam negeri. Hal ini membuka peluang besar bagi industri batik, baik usaha kecil, menengah, maupun industri besar, untuk terus berkembang dan beradaptasi dengan tren yang ada. Dan sejak tahun 2009, Batik juga di akui oleh *UNESCO* sebagai *Masterpiece of oral and Intangible Heritage of Humanity* atau warisan budaya tak benda (Birny, 2021)

Memakai batik saat ini menjadi hal yang sudah biasa ada dikota-kota besar. Dengan meningkatnya penggunaan batik yang ada pada masyarakat, ini berdampak terhadap persaingan di toko-toko batik setiap daerah khususnya di daerah malioboro Yogyakarta untuk memenuhi kebutuhan konsumen batik yang semakin

beragam. Pemilik toko batik atau produksi batik dituntut untuk selalu melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap toko batik tersebut, serta harus memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi agar usaha dapat terus bertahan. Kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan dalam menjalankan bisnis yang dimana itu sangat berpengaruh dalam perkembangan penjualan untuk jangka waktu kedepannya. Pane, A. D. P. (2024)

Adapun Simamora (2017) menyatakan bahwa harga merupakan nilai yang dipertukarkan konsumen untuk suatu manfaat atas pengomsumsian, penggunaan, atau kepemilikan suatu barang atau jasa. Sebagai nilai, harga tidak selalu berbentuk uang, akan tetapi bisa berbentuk barang, tenaga, waktu dan keahlian. Berdasarkan apa yang telah dikemukakan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa harga adalah sesuatu yang bernilai atas produk atau jasa yang dapat dipertukarkan konsumen untuk dimanfaatkan. mengenai produk tersebut dapat dipahami bahwa harga merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

Selain harga, Menurut Kotler dan Keller (2019) kualitas produk sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi keinginan ataupun kebutuhan dan berdampak langsung pada kinerja produk. Jika tidak sesuai dengan harapan pelanggan, perusahaan akan kehilangan pelanggan potensialnya. Hal ini dapat dipahami bahwa kualitas produk merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor penting terhadap kepuasan konsumen, jika keinginan dan kebutuhan konsumen terpenuhi melalui pelayanan karyawan yang cepat dan tanggap kepada konsumen, respon dan komunikasi karyawan kepada konsumen maka konsumen akan merasa terpenuhi keinginan dan kebutuhannya. Dengan kualitas pelayanan yang dikeluhkan oleh konsumen melalui media instagram batik Adiningrat terkait dengan tidak adanya penjualan melalui *e-commers* atau penjualan *online*. Sehingga kesulitan konsumen untuk mendapatkan produk dari batik adiningrat tersebut. Dikarenakan konsumen harus langsung

datang ke outlet batik tersebut. Dengan keadaan pandemi dimana para konsumen sulit ataupun takut untuk datang ke outlet secara langsung Abdussamad, Z. K. (2022).

Batik Adiningrat menawarkan sebuah konsep kepada pelanggan dengan merubah gaya hidup memakai batik dengan motif-motif yang sedang *trend* yang berkualitas. Konsep ini membuat pelanggan puas atas produk yang diberikan Batik Adiningrat. Batik Adiningrat berfokus pada komitmen yaitu menyajikan produk-produk kreatif dan beragam jenis batik untuk mendukung usaha perkembangan Batik Adiningrat tersebut.

Islam mengatur seluruh kehidupan yang berhubungan dengan manusia, seperti dalam pelaksanaan jual beli. Jual beli merupakan suatu bentuk interaksi antara sesama manusia, sebagai usaha dari manusia tersebut untuk mempertahankan dan memenuhi kebutuhan hidupnya. Jual beli merupakan akad yang umum digunakan oleh masyarakat karena dalam setiap memenuhi kebutuhannya, masyarakat tidak bisa meninggalkan akad ini untuk mendapatkan barang yang diinginkan, terkadang ia tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan itu dengan sendirinya tapi membutuhkan dan berhubungan dengan orang lain, sehingga kemungkinan besar akan terbentuk akad jual beli.

Berdasarkan dari permasalahan tersebut, maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Batik Adiningrat Yogyakarta dan Ditinjau dari Sudut Pandang Islam”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada batik Adiningrat Yogyakarta?
2. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada batik Adiningrat Yogyakarta?
3. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada batik Adiningrat Yogyakarta?
4. Bagaimana pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen batik Adiningrat Yogyakarta ditinjau dari sudut pandang Islam?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada batik Adiningrat Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada batik Adiningrat Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada batik Adiningrat Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada batik Adiningrat Yogyakarta ditinjau dari sudut pandang Islam.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan informasi bagi pihak yang berkepentingan antara lain:

1. Manfaat Bagi Penulis

Untuk menerapkan teori-teori dan pengetahuan yang didapat dibanku kuliah ke dalam masalah yang sebenarnya terjadi dan juga menjadi pengetahuan tambahan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi perusahaan untuk mengetahui informasi tentang pengaruh dari harga, produk, dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi maupun bahan studi banding bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji permasalahan serupa khususnya mengenai masalah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.