

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia negara dengan beribu kebudayaan yang tersebar dari Sabang hingga Merauke. Batik merupakan kebudayaan milik Indonesia yang dijadikan sebagai ikon kebudayaan Indonesia. Pengakuan karya batik milik budaya Indonesia berasal dari hasil persetujuan UNESCO dengan menetapkan bahwa “*masterpiece of the oral and intangible heritage of humanity*”, artinya sebuah karya yang dijadikan sebagai warisan budaya lisan dan tak benda umat manusia (Evita dkk, 2022). Dari persetujuan tersebut mulai berkembang industri batik dan banyak masyarakat yang mengimpor kain di abad ke-10 (Iskandar dan Eny, 2017).

Kota yang terkenal di pulau Jawa akan industri pembuatan batik salah satunya yaitu kota Bekasi. Kota Bekasi tersebar pabrik-pabrik pembuatan batik dari berbagai wilayah di Indonesia. Seiring berjalannya waktu kota Bekasi meresmikan batik dan beberapa motif untuk menjadi sebuah identitas daerah Bekasi. Menurut Maulana (2024) “Batik Bekasi berawal dari perkumpulan seluruh mahasiswa BEM Universitas yang berada di kota Bekasi, lalu mahasiswa berkumpul untuk mengutarakan pendapatnya mengenai pembuatan komunitas batik di kota Bekasi (KOMBAS), yang didirikan pada tahun 2012”. Kini Batik Bekasi hadir dengan mencerminkan makna perjuangan kota patriot di masa perang melawan penjajah yang mencerminkan semangat patriotisme (Setyaningrum, 2021).

Batik Bekasi diresmikan oleh Ditjen HAKI pada 10 Maret 2014 dengan lima kategori motif batik (Maulana, 2024). Menurut Setyaningrum (2021) memaparkan lima kategori yaitu flora, fauna, warna, sejarah dan budaya. Keunikan dari lima kategori Batik Bekasi harus dijaga dan dikembangkan agar dapat bersaing di tengah persaingan pasar global nasional. Namun Batik Bekasi menjadi pusat khusus perhatian, karena pada dasarnya batik khas Bekasi masih belum populer dan masih terdapat masyarakat yang tidak mengetahuinya (Maulana, 2024).

Hasil dari observasi dan wawancara kepada pihak komunitas Batik Bekasi (KOMBAS) oleh informan yang bernama Maulana menyatakan, “pada tahun 2020 Batik Bekasi mulai dikenal di masyarakat dengan adanya peraturan wali kota untuk mewajibkan menggunakan Batik pada masyarakat golongan ASN, PNS, siswa-siswi dan masyarakat yang terjalin dalam kegiatan pemerintahan di kota Bekasi”. Tujuan penerapan peraturan tersebut untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat bahwa Bekasi memiliki batik khasnya sendiri (Maulana, 2024). Disayangkan peraturan tersebut belum merata di kalangan masyarakat Bekasi yang sangat luas karena terhalang oleh adanya kasus pandemi di Indonesia.

Studi pendahuluan kepada masyarakat kota Bekasi menyatakan bahwa rata-rata responden dengan nilai 64,3% mengetahui adanya Batik Bekasi dan 35,7% belum mengetahui adanya Batik Bekasi. Pada penggunaan batik khas Bekasi juga masih jarang digunakan oleh masyarakatnya sendiri, yang telah dibuktikan kembali dari hasil studi pendahuluan sekitar 60% menyatakan bahwa tidak memiliki Batik Bekasi dan sekitar 40% memiliki Batik Bekasi. Data terakhir dari studi pendahuluan masih terdapat 57,1% masyarakat Bekasi yang belum termotivasi untuk menggunakan Batik Bekasi. Berdasarkan data dari studi pendahuluan menunjukkan bahwa konsumen akan termotivasi menggunakan batik, bila produk batik disesuaikan dengan jenis pakaian yang lebih modern dan harga yang ekonomis.

Menurut Anggraeni (2015) “niat penggunaan adalah gambaran perilaku seseorang untuk tetap menggunakan atau tidak menggunakan barang atau jasa. Niat dapat dilakukan oleh seseorang sebagai persiapan untuk melakukan suatu kegiatan (Rinnanik, dkk., 2020:10). Niat penggunaan (*intention to use*) tidak muncul dengan sendirinya, melainkan terdapat faktor yang bisa mempengaruhi munculnya niat dalam diri seseorang. Faktor yang mempengaruhi niat penggunaan adalah aspek pribadi, lingkungan sosial, budaya, tingkat pemahaman serta pelestarian budaya. Faktor tersebut diharapkan dapat saling berpengaruh satu sama lain dalam upaya peningkatan niat penggunaan batik di kalangan masyarakat Bekasi.

Menurut Hakim (2018) berpendapat bahwa penggunaan batik adalah sebuah inovasi baru dalam membentuk identitas bangsa di Indonesia. Untuk meningkatkan jumlah niat penggunaan batik perlu adanya dorongan motivasi kepada masyarakat. Motivasi dapat mendorong individu untuk melakukan apa yang diinginkan oleh konsumen dan konsumen memiliki kebebasan untuk memutuskan bahwa sesuatu itu dapat bermanfaat, sehingga menimbulkan rasa niat untuk menggunakannya (Nasution dan Aslami, 2022). Memotivasi seseorang dapat dilihat dari seberapa besar seseorang termotivasi untuk memperoleh batik dan motivasi seseorang selalu berkaitan dengan sikap *hedonis* untuk memperoleh batik. Akan tetapi sikap tersebut harus memperhatikan nilai etika dan norma sosial (Barbopoulos dan Johansson, 2017).

Penelitian ini berkaitan dengan mata kuliah yang telah diajarkan pada Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga yaitu perilaku konsumen. Perilaku konsumen mempelajari cara memilih produk, proses membeli produk, menggunakan produk hingga tahap mengevaluasi produk. Sebelum melakukan pembelian, penggunaan dan tahap evaluasi barang, konsumen dipengaruhi oleh niat. Niat adalah penentu yang paling dekat dari perilaku seseorang. Niat dipengaruhi oleh sikap konsumen yang dikontrol dan dipengaruhi oleh norma subjektif dari lingkungan sekitar (Ajzen, 2006). Niat penggunaan yang kuat dapat mendorong konsumen untuk merasa lebih termotivasi untuk menggunakan Batik Bekasi.

Faktor yang mempengaruhi motivasi pada konsumen meliputi; faktor pribadi individu dan faktor sosial – budaya (Kotler dan Kanuk, 2008). Elmiani (2020) berpendapat bahwa faktor yang dapat memotivasi di generasi milenial dalam penggunaan batik yaitu peraturan di kampus, tanggung jawab dalam melestarikan dan mencintai budaya, serta tradisi yang dianut. Semakin banyak remaja termotivasi dan minat menggunakan batik akan semakin tinggi rasa kecintaan terhadap budaya Indonesia (Retno, 2016).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian yang ingin diadakan mengangkat judul “Pengaruh Motivasi terhadap Niat Penggunaan Batik Bekasi”. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap niat

penggunaan batik khas Bekasi pada masyarakat di kota Bekasi. Penelitian ini juga memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya motivasi dan niat terhadap penggunaan Batik Bekasi, serta hasil penelitian ini dapat menjadikan informasi pengetahuan terhadap masyarakat untuk penggunaan batik khas Bekasi.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, maka identifikasi masalah yang didapatkan antara lain:

1. Masyarakat kota Bekasi masih kurang mengetahui akan adanya batik khas Bekasi.
2. Masih banyak masyarakat Bekasi yang tidak mempunyai batik khas Bekasi.
3. Motivasi dan niat penggunaan Batik Bekasi masih belum optimal.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Penelitian ini dibatasi pada masalah Pengaruh motivasi terhadap niat penggunaan Batik Bekasi.

## **1.4 Rumusan Masalah**

“Apakah terdapat pengaruh motivasi terhadap niat penggunaan Batik Bekasi?”.

## **1.5 Manfaat Hasil Penelitian**

1. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmu untuk Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga terkait perilaku konsumen dan memberikan gambaran kepada mahasiswa tentang pengaruh motivasi terhadap niat penggunaan Batik Bekasi.

## 2. Praktis

### a. Bagi Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan referensi dalam penelitian pada bidang yang terkait dengan pengaruh motivasi terhadap niat penggunaan Batik Bekasi.

### b. Bagi Masyarakat Umum

Memberi gambaran kepada masyarakat umum tentang adanya batik khas Bekasi.

