

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya. Yang tentunya ini menjadi ciri khas Indonesia di dunia internasional. Mulai dari budaya benda dan tidak benda yang ada di Indonesia dan setiap daerah memiliki kebudayaannya masing-masing. Salah satu budaya tidak benda Indonesia yang telah diresmikan sebagai warisan budaya adalah batik, pada tanggal 02 Oktober 2009 *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) menetapkan Batik Indonesia sebagai warisan dunia takbenda. Yang kemudian diperingati sebagai Hari Batik Nasional.

Selama ini batik diidentikkan dengan pulau Jawa, seperti Pekalongan, Banyuwangi, Tuban, Madura dan Solo. Namun begitu, provinsi di luar Jawa juga melakukan pengembangan kreatif kerajinan batik salah satunya adalah provinsi Jambi. Batik Jambi memiliki ciri khas sendiri dengan memiliki arti di setiap motifnya. Salah satunya yaitu motif Angso Duo, motif ini menggambarkan tentang dua ekor angsa yang saling berhadapan. Arti dari motif ini yaitu setiap orang harus dituntut berusaha untuk mencapai tempat yang lebih baik dan manusia di bumi diajarkan untuk selalu hidup dengan harmonis dan selaras dengan sesamanya. Dan masih banyak lagi motif batik Jambi yang memiliki arti tersendiri beberapa motif batik Jambi antara lain Durian Pecah, Batanghari, Kapal Sangat, Kuau Berhias, Tampuk Manggis dan lain-lain.

Batik juga memiliki prospek usaha yang baik karena memiliki segmen pasar yang luas baik tingkat Nasional hingga Internasional yang tentunya

membuat pengusaha dan pengrajin batik berkembang pesat khususnya di provinsi Jambi. Usaha batik mejadi salah satu penggerak perekonomian di provinsi Jambi. Salah satu daerah di provinsi Jambi yang memiliki usaha dan pengrajin batik yaitu di Sebrang Kota Jambi. Pengusaha dan pengrajin batik sebagian besar tersebar diwilayah Sebrang Kota Jambi yang terdiri dari dua kecamatan yaitu kecamatan Danau Teluk dan Kecamatan Pelayangan dan salah satu usaha pengrajin batik yang cukup terkenal di Sebrang Kota Jambi yaitu Batik Istiqomah.

Batik Istiqomah adalah sebuah familiy business yang telah berdiri dari tahun 1991 yang berlokasi di Desa Koalak Oman, Kecamatan Danau Teluk Sebrang Kota Jambi. Batik Istiqomah memproduksi batik khas Jambi. Menurut pemilik batik Istiqomah yang sempat diajak berbicang-bincang oleh peneliti diperoleh data bahwa batik Istiqomah sempat mengalami masa kejayaan dengan menjadi produsen dari beberapa toko baju batik terkenal di provinsu jambi. Dan Batik Istiqomah pernah menjadi pemasok batik beberapa sekolah di kota Jambi. Masa puncak kesuksesan pada usaha Bapak Giman ini terjadi pada masa gubernur pak Drs. H. Zulkifli Nurdin, M.B.A. pada tahun 2005-2010 dikarenakan adanya kebijakan untuk wajib menggunakan batik Jambi di dalam instansi pemerintah, swasta dan persekolahan sehingga pada saat itu batik Istiqomah mengalami banyak pesanan. Dan pada tahun 2011 berakhirnya masa kepemimpinan pak Drs. H. Zulkifli Nurdin, M.B.A. Batik Istiqomah mengalami penurunan omset penjualan dan tidak stabilnya pendapatan.

Tabel 1. 1 Persentase Penurunan Penjualan Batik Istiqomah

Tahun	Penjualan Produk	% Perubahan
2022	180	0,00%
2021	200	11,11%
2020	240	20,00%
2019	260	8,33%
2018	300	15,38%
2017	340	13,33%

Sumber: Observasi Lapangan Pada Batik Istiqomah 2023

Dapat dilihat dari tabel diatas Batik Istiqomah setiap tahunnya mengalami penurunan 13,33% dari tahun 2017 dengan penjualan 340 produk, dan penurunan tertinggi yang dialami Batik Istiqomah terjadi pada tahun 2020 sebesar 20,00% dengan penjualan sebanyak 240 produk, sedangkan penurunan terendah terjadi pada tahun 2019 sebesar 8,33% dengan penjualan sebanyak 260 produk.

Sejalan dengan itu perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat menyebabkan persaingan antar usaha akan semakin ketat. Dan termasuk didalamnya pengusaha dan pengrajin Batik Istiqomah. Faktanya, sekarang ini banyak usaha yang memberikan tawaran kepada konsumen berupa produk yang sama dan kurangnya pembeda dari produk sejenis. Oleh karna itu, inovasi dari suatu produk harus dilakukan oleh produsen sehingga usaha yang sedang dijalankan tetap dapat bertahan dan menarik minat para konsumen untuk produk yang dihasilkan dan konsumen memiliki alasan yang kuat untuk membeli produk tersebut karena adanya pembeda dari produk sejenis. Produsen juga harus melihat dari segi minat konsumen karena ini menjadi salah satu hal pendorong konsumen dalam melakukan pembelian.

Untuk dapat bertahan dari persaingan yang semakin ketat. Batik Istiqomah terus melakukan pengembangan inovasi pada produknya. Menurut Robbins (dalam Sukmadi, 2016:30) menjelaskan bahwa inovasi produk yaitu perubahan atau penemuan ide untuk memperbaiki dan mengembangkan produk guna mewujudkan kebutuhan para konsumen. Pemilik Batik Istiqomah mencoba untuk belajar melakukan inovasi baru dengan cara mencari informasi mengenai desain, komposisi warna dan motif untuk menambah ragam produk di batik Istiqomah. Namun inovasi yang dilakukan akan menjadi sia-sia jika inovasi yang dilakukan tersebut tidak digemari oleh konsumen. Hal ini yang harus diperhatikan oleh pemilik Batik Istiqomah untuk dapat mempelajari selera pasar dengan baik. Jika inovasi yang dilakukan sesuai dengan konsumen inginkan maka konsumen akan memutuskan melakukan pembelian. Adapun inovasi produk yang dilakukan oleh Batik Istiqomah dari tahun 2018 hingga 2022 dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. 2 Inovasi Batik Istiqomah

Tahun	Inovasi
2022	Lacak
2021	—
2020	Selendang Batik
2019	Baju Batik
2018	Kain Dasar Batik

Sumber: Observasi Lapangan Pada Batik Istiqomah 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa Batik Istiqomah pada tahun 2018 mengeluarkan produk utama yaitu Kain Dasar Batik, pada tahun 2019 inovasi

yang dihasilkan yaitu Baju Batik, pada tahun 2020 Selendang Batik, dan pada tahun 2022 inovasi yang dihasilkan yaitu lacak.

Tidak hanya inovasi produk yang harus diperhatikan namun penetapan harga produk juga harus dapat diperhatikan oleh pemilik Batik Istiqomah. harga memiliki peran penting dalam menarik konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan. Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Tunis & Martina, 2016). Harga adalah sejumlah nilai uang termasuk barang dan jasa yang ditawarkan untuk menggantikan hak milik suatu barang dan jasa kepada pihak lain, serta harga harus sejalan lurus dengan kualitas produk yang diberikan sehingga konsumen memiliki alasan yang kuat untuk membeli produk tersebut (Habibah, 2016). Selanjutnya (nurani, 2021) mengemukakan bahwa harga merupakan salah satu faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Adapun klasifikasi harga produk yang ada pada Batik Istiqomah dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. 3 Harga Produk Batik Istiqomah

NO	Jenis	Harga
1	Baju Batik	Rp.300.000,00.
2	Selendang Batik	Rp.300.000,00. – Rp.400.000,00.
3	Kain Dasar Batik	Rp.100.000,00./Meter
4	Lacak	Rp.50.000,00.

Sumber: Observasi Lapangan Pada Batik Istiqomah 2023

Dari tabel diatas terlihat harga produk di Batik Istiqomah dimulai dari Rp.70.000,00. Untuk Lacak, Kain Dasar Batik dengan harga Rp.100.000,00/Mater, untuk Selendang Batik dimulai dari harga Rp.300.000,00 hingga Rp.400.000,00 sedangkan Baju Batik dengan harga Rp.300.000,00.

Keputusan pembelian adalah keputusan atas kepemilikan suatu barang karena telah melakukan serangkaian proses transaksi. (Kusuma, 2021) Banyak faktor pertimbangan konsumen dalam membeli suatu barang salah satunya adalah faktor harga. Selanjutnya (nurani, 2021) mengatakan setiap konsumen dalam membeli dan mengonsumsi sesuatu akan selalu membuat keputusan terlebih dahulu mengenai barang/jasa apa yang dibutuhkan, kapan, bagaimana dan dimana proses pembelian atau konsumsi itu akan terjadi. Faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh pembeli pada saat membeli produk, seperti harga, kualitas, kemasan, kelengkapan fungsi (fitur), desain, layanan purna jual, dan lain-lain (Simamora, 2003).

Berdasarkan hasil penyebaran angket terkait keputusan pembelian pada Batik Istiqomah kepada 34 masyarakat di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1. 4 Observasi Awal

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Saya pernah membeli batik?	97,1%	5,9%
2	Saya membeli batik dilihat dari harganya?	88,2%	11,8%
3	Batik Jambi tergolong mahal	70,6%	29,4%
4	Saya membeli batik karena tertarik oleh kualitas produk	85,3%	14,7%
5	Batik Jambi kurang inovasi terhadap produk yang ditawarkan	76,5%	23,5%
6	Saya membeli batik karena tertarik oleh fitur produk	79,4%	23,5%
7	Saya membeli batik karena tertarik oleh desain produk	73,5%	29,4%

Sumber: Data Olahan Penelitian

Berdasarkan data observasi awal, dapat dilihat 97,1% masyarakat pernah membeli batik dan sebanyak 88,2% membeli batik dilihat dari harganya. Berarti

harga berperan besar dalam keputusan pembelian bagi konsumen. namun sebanyak 70,6% berpendapat bahwa batik Jambi tergolong mahal. Tentunya ini dapat menjadi masukan bagi usaha batik dalam menetapkan harga ssesuai dengan konsumen. Dan 85,3% masyarakat membeli batik karna tertarik dengan kualitas produk. Namun disisi lain 76,5% masyarakat menyatakan batik Jambi kurang inovasi terhadap produk yang ditawarkan. Dan sebanyak 79,4% masyarakat tertarik membeli batik karena fitur produk dan 73,5% tertarik membeli batik karena desain produk yang ditawarkan.

Peneliti merupakan salah satu tim DLT (Desa Laboratium Terpadu) Universitas jambi yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan usaha batik yang ada di provinsi Jambi. Berdasarkan uraian di atas maka betapa pentingnya inovasi produk dan harga bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada produk yang ditawarkan oleh batik Istiqomah. Untuk itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Sebrang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Perkembangan bisnis yang semakin pesat membuat persaingan bisnis semakin ketat dan membuat batik Istiqomah mengalami penurunan pendapatan
2. Kurangnya inovasi yang dilakukan oleh batik Istiqomah yang membuat konsumen kurang berminat terhadap batik yang dijual.

3. Persaingan harga yang tinggi membuat batik istiqomah sulit dalam penentuan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen.

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari ruang lingkup yang terlalu luas sehingga penelitian dapat terarah dengan baik sesuai tujuan penelitian serta dengan adanya keterbatasan waktu pengerjaan maka membuat batasan masalah sebagai berikut:

1. Inovasi produk dalam penelitian ini dilihat dari kualitas produk, fitur produk dan desain produk yang ditawarkan.
2. Harga dalam penelitian ini berfokus pada harga jual yang ditawarkan batik Istiqomah kepada konsumen.
3. Penelitian ini dilakukan di batik Istiqomah Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Sebrang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembeli pada Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Sebrang?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembeli pada Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Sebrang?
3. Bagaimana pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembeli pada Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Sebrang?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembeli pada Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Sebrang.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembeli pada Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Sebrang.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembeli pada Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Sebrang.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Diharapkan Penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi dan bahan kajian tentang keputusan pembelian.
 - b. Sebagai bahan referensi bagi penulis lain yang berminat meneliti permasalahan yang terkait dengan penelitian ini.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Prodi Pendidikan Ekonomi
 Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan bahan pustaka untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

b. Bagi Perusahaan

Melalui penelitian, diharapkan bagi perusahaan batik Istiqomah Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Sebrang hasil penelitian ini dapat menambah wacana dalam analisis perilaku konsumen dalam menyusun strategi pemasaran produk yang berorientasi pelanggan guna menghadapi persaingan yang ketat.

1.7 Defenisi Oprasional

Untuk mempermudah peneliti dalam mengukur variabel yang diteliti, maka dijelaskan definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

1. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan akhir yang dilakukan oleh seorang konsumen dalam membeli suatu barang atau jasa dengan melakukan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Adapun indikator yang digunakan meliputi: kemantapan pada sebuah produk, membeli sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, mengetahui informasi tentang produk.

2. Harga

Harga adalah nilai uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli produk yang ingin dimiliki. Adapun indikator yang digunakan meliputi: harga terjangkau dengan kemampuan daya beli konsumen, kesesuaian antara harga dan kualitas, harga memiliki daya saing dengan produk lain yang sejenis.

3. Inovasi Produk

Inovasi produk adalah suatu kemampuan dalam menciptakan produk baru yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, adapun indikator yang digunakan meliputi: kualitas produk, fitur produk, desain produk.