

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar belakang Masalah

Pandemi covid-19 mengakibatkan penyusutan terbesar dalam beberapa tahun kebelakang yang membuat ekonomi global mengalami penyusutan sebesar 3% tahun ini, menurut Dana Moneter Internasional (IMF). IMF menjabarkan penyusutan ekonomi ini sebagai yang terburuk setelah Depresi Besar (resesi berkepanjangan) pada tahun 1930-an. Mereka menyatakan pandemic covid-19 ini telah menjerumuskan dunia ke dalam “krisis yang belum pernah ada sebelumnya”. IMF pun menambahkan wabah berkepanjangan akan menguji kemampuan negara yang ada di dunia ini dan juga bank sentral dalam pengendalian krisis moneter (Aninda, 2020).

Wabah covid-19 berpotensi mengubah tatanan ekonomi dunia ditandai dengan berubahnya peta perdagangan dunia, selain mengakibatkan berhentinya berbagai bidang usaha. Kinerja perdagangan global dipastikan akan terganggu akibat lambatnya perbaikan manufaktur, khususnya di China yang hingga sampai menjelang semester pertama tahun ini. Ditambah dengan alur distribusi logistic yang juga terganggu oleh dampak negative yang akan menerpa ekonomi Indonesia dalam waktu yang akan dating (Supriyanto, 2020).

Indonesia merupakan negara dengan keanekaragaman seni dan budaya yang sangat banyak, salah satunya kebudayaan batik. Berdasarkan etimologi dan terminology, batik merupakan rangkaian kata mbat dengan tik. Mbat jika diartikan dalam Bahasa Jawa adalah ngembat atau melempar dengan mengulangi lemparan itu, sedangkan tik asalnya dari kata titik. Jadi membatik adalah mengulangi titik berkali-kali pada kain. (Musman dan Aniri 2011). Batik adalah karya seni rupa pada kain dengan perwarnaan yang rumit, menggunakan lilin batik sebagai tinta untuk menggambar motifnya. Batik merupakan teknik menghias kain dengan menggunakan lilin dalam proses pencelupan warna, dimana semua proses tersebut menggunakan tangan maka

dari itu batik bisa disebut dengan kerajinan seni tangan. Seni batik adalah sebuah rentangan warna yang meliputi proses pemalaman (lilin), pencelupan (pewarnaan) dan pelorotan (pemanasan/perebusan) sehingga menghasilkan motif batik yang halus tentunya memerlukan tingkat ketelitian yang tinggi. (Suliyanto,dkk, 2015).

Batik Indonesia sudah tidak diragukan lagi bahkan menjadi salah satu pakaian dan identitas bangsa Indonesia. Batik Indonesia sudah tersohor didunia bahkan beberapa designer kelas atas banyak yang menggunakan batik sebagai bahan dari karyanya dan mengenakan batik sebagai busananya (e.a. natanegara, Dira Djaya, 2019).

Motifnya pun dahulu hanya berkisar pada tumbuhan dan hewan. Akan tetapi seiring perkembangan zaman sampai saat ini banyak sekali ragam motif salah satunya seperti abstrak, motif candi, motif awan, motif wayang dan lain sebagainya yang mana setiap motif memiliki filosofi sejarahnya sendiri sehingga untuk penerus generasi akan selalu dapat mengenal arti motif itu sendiri. (Nuratun Najah, 2020).

Industry batik di Indonesia umumnya merupakan Industri Mikro Kecil dan Menengah (IMKM) atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang menjadi mata pencaharian Sebagian masyarakat. Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia UMKM selalu digambarkan sebagai sector yang mempunyai peran penting, karena Sebagian besar penduduk di Indonesia berpendidikan rendah dan hidup dalam usahaa kecil baik dalam sector tradisional maupun modern. (Chusnul, 2006) Menurut UU No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam pasal 3 disebutkan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Menurut Rini, Sugiharti (2017), pembangunan di sektor industri dapat membantu meningkatkan mutu dan kesejahteraan hidup masyarakat. Kegiatan di sektor ini tidak terlepas dari peningkatan positif pada produktivitas tenaga kerja. Industri kerajinan yang dikenal dan masih kuat keberadaannya di Desa

Trusmi Kulon Kecamatan Plered adalah industri kerajinan batik. Terdapat 36 unit usaha kerajinan batik yang berada di desa Trusmi Kulon, dengan seluruhnya sudah tercatat sebagai UMKM industri kerajinan batik.

Di daerah Trusmi Kulon dengan memanfaatkan dan menggali serta mengembangkan potensi daerah yang dimiliki daerah Trusmi muncul kreativitas masyarakat dan didukung oleh pemerintah daerah sehingga tumbuh usaha industri kecil dan menengah. Bahkan desa Trusmi dikenal sebagai kampung batik karena banyak sekali penjual atau industri batik didalamnya. Tidak hanya masyarakat desa Trusmi yang berkunjung didalamnya namun sudah sering kali dikunjungi oleh wisatawan atau turis dari luar kota bahkan luar negeri sekalipun. Banyak sekali usaha industri batik di daerah Trusmi salah satunya adalah Usaha Batik Kenza.

Berikut adalah data industri usaha batik di desa Trusmi Kulon yang telah mempunyai modal dan sudah bertempat atau bisa dikatakan Showroom Batik di Desa Trusmi Kulon, kecamatan plered sebagai berikut:

**Table 1.1**

**Data industri usaha/showroom di Desa Trusmi Kulon**

No.	Nama Perusahaan	No.	Nama Perusahaan
1	Batik TFN	19	Batik HAFIYAN
2	Batik KATURA	20	Batik SALMA
3	Batik SYAFA 1	21	Batik WENING
4	Batik ADAM	22	Batik LIA
5	Batik ASEHRA	23	Batik NOFA
6	Batik DUA PUTRI	24	Batik IKE/AZZLIAH
7	Batik HEYGEN'S	25	Batik KENZA
8	Batik SIRLI	26	Batik MUSTIKA
9	Batik NOUFAL	27	Batik ZHAFIRAH
10	Batik ANNUR	28	Batik BUDI MASINA
11	Batik OMAN	29	Batik MASNEDI MASINA
12	Batik RETNO RAHAYU	30	Batik NINIK ICHSAN
13	Batik SYAFA 2	31	Batik ANGGON
14	IRNA SARI DEWI	32	Batik STAR HOUSE
15	Batik AYUNDA	33	Batik NJ
16	Batik ASOFA	34	Batik ABI IMAD
17	Batik RTN	35	Batik IBR

**Sumber data: Monografi Desa Trusmi Kulon, Kecamatan Plered 2021**

Perkembangan ini mengharuskan setiap pengusaha batik untuk selalu berusaha meningkatkan dan memperbaiki kinerja penjualan agar dapat bersaing dengan pelaku bisnis industri lain terlebih lagi pada era covid-19 ini. Jika perusahaan minimal bertahan pada persaingan bisnis, maka perusahaan harus memiliki nilai lebih. Seperti mengikuti trend modern jaman sekarang menggunakan bisnis digital sebagai salah satu upaya pencegahan menurunnya pendapatan ekonomi. Dapat juga memperbaiki pembaharuan inovasi produk seperti pada motif batik tersebut (Indriyani, 2013).

Dengan adanya perkembangan jaman yang menggunakan bisnis digital sebagai salah satu upaya pencegahan menurunnya pendapatan maka perusahaan atau UMKM harus bisa menyeimbangkan seperti perpindahan strategi pemasaran dan penjualan produk dengan menggunakan e-commerce dan market place lainnya seperti shopee, Tokopedia, Lazada dan sosial media seperti Instagram, facebook, twitter dan lain sebagainya. System e-commerce berkenaan dengan transaksi digital untuk berbagai organisasi dan perorangan (individual), dapat menjangkau konsumen dan masyarakat lebih luas sehingga memiliki peluang untuk meningkatkan pertumbuhan pasar pada sasarannya (Schneider, 2012).

Kehadiran system e-commerce membuat berbagai perusahaan mikro, kecil menengah dapat memasuki pasar global secara mudah dan bahkan bersifat realtime. Semua pelaku bisnis dengan pelaku lainnya dan juga memiliki hubungan langsung dengan konsumen (Li & Hong, 2013). System e-commerce sebagai suatu bentuk kemajuan teknologi informasi telah membawa banyak sekali perubahan, diantaranya menurunkan biaya transaksi antara penjual dan pembeli, transaksi menjadi lebih praktis, lebih banyak alternatif dan yang paling penting adalah mempermudah dan memperluas promosi.

Kemudian keberhasilan dalam mencapai tujuan untuk meningkatkan volume jual beli dengan melakukan perubahan perilaku calon konsumen merupakan efektifitas promosi di media sosial. Tingginya angka pengguna media sosial menjadikan media sosial sebagai salah satu platform yang dirasa efektif untuk melakukan promosi dan jual beli (Regina Sakia Uthami, 2020). Promosi adalah suatu system keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditunjukkan dan dilakukan melalui jaringan internet. Penggunaan strategi promosi melalui e-commerce akan membantu meningkatkan kinerja penjualan dimasa pandemi covid-19 ini terlebih lagi usaha industri harus bisa mengikuti perkembangan zaman.

Beberapa kendala sumber daya manusia dalam pengembangan batik adalah rendahnya kreativitas dan inovasi pengrajin batik, maka dari itu sangat berpengaruh terhadap inovasi baru terhadap pembaharuan motif batik menjadi lebih menarik dan lebih modern (Agnes, 2018) Disamping itu terdapat beberapa faktor eksternal yang merupakan ancaman bagi menurunnya kinerja penjualan dengan kurangnya inovasi dan kurangnya pengetahuan bisnis digital yang sangat menjanjikan dan besar kemungkinan menjadikan penarik konsumen luar.

Selain harga, faktor lain yang berpengaruh dalam keputusan pembelian adalah motif batik. Masalah motif dari suatu batik telah menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian khusus dari team pengembangan produk/motif baru, karena sasaran konsumen yang dituju tidak sedikit yang mulai mempersoalkan masalah desain suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Fahma Ilmaya, 2011). Desain produk batik saat ini sangat beraneka ragam, mengingat perkembangan kebutuhan konsumen yang beraneka ragam terhadap desain produk.

Kecamatan Plered tepatnya di desa Trusmi kulon merupakan desa yang mayoritas penduduknya berpenghasilan sebagai pengusaha batik atau disebut dengan usaha mikro kecil menengah yang telah memiliki showroom batik dengan pendapatan yang berbeda. Maka dari itu peneliti ingin meneliti

lebih dalam tentang pengaruhnya dunia digital dalam kinerja penjualan di salah satu showroom yang ada di desa Trusmi Kulon, yaitu Batik Kenza.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti menjadikan hal tersebut sebagai suatu fenomena yang menarik untuk diteliti. Melihat pentingnya mengetahui peranan E-Commerce dan Pembaharuan Motif terhadap kinerja penjualan pada Batik Kenza, maka pada kesempatan ini peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut fenomena tersebut dengan judul **“Pengaruh E-Commerce dan Pembaharuan Motif Terhadap Kinerja Penjualan di Usaha Batik Kenza Pada Era Covid-19”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah penelitian dapat dijelaskan pada tiga hal berikut:

### **1. Identifikasi Masalah**

#### **a. Wilayah Kajian**

Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh e-commerce dan pembaharuan motif terhadap kinerja penjualan di usaha batik kenza pada era covid-19. Penelitian ini tergolong dalam wilayah kajian Ekonomi Digital, dengan topik wilayah kajian Ekonomi Digital dan UMKM serta pilihan bahasan Kewirausahaan Baru dan Ekonomi Digital.

#### **b. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu penelitian yang mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena, peristiwa, gejala, dan kejadian yang terjadi secara factual, sistematis, serta akurat. Fenomena dapat berupa bentuk, aktivitas, hubungan, karakteristik, serta persamaan maupun perbedaan antar fenomena. Penelitian deskriptif kuantitatif ini bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan menggunakan angka yang menggambarkan karakteristik subjek yang teliti. Penelitian kuantitatif menilai sifat dari suatu kondisi

fenomena yang terlihat. Tujuan penelitian kuantitatif dibatasi untuk mendeskripsikan karakteristik sebagaimana adanya.

Dalam penelitian ini penulis akan menafsirkan “Pengaruh E-commerce dan Pembaharuan Motif Terhadap Kinerja Penjualan di Usaha Batik KENZA Pada Era Covid-19” langsung kepada pemilik usaha, staff usaha dan karyawan pada perusahaan tersebut, dengan cara melakukan observasi dan melalui kuesioner (angket) yang berisi beberapa pertanyaan tentang persepsi atau pandangan terhadap masalah yang diteliti. Selain angket, digunakan juga pedoman wawancara agar hasil penelitian lebih akurat.

### c. Jenis Masalah

Jenis masalah dalam penelitian ini yaitu mengenai menurunnya kinerja penjualan di usaha batik kenza pada era covid-19 sekarang ini. Dan dengan melakukan penjualan melalui e-commerce dan pembaharuan motif pada era covid-19 ini apakah mampu meningkatkan kinerja penjualan perusahaan tersebut atau malah sebaliknya.

## 2. Pembatasan Masalah

Penulis membatasi masalah yang diteliti agar tidak terjadi perluasan masalah yang dibahas dan memberikan kemudahan dalam proses penelitian. Oleh karena itu, pembatasan masalah dalam penelitian ini hanya pada pengaruh e-commerce dan pembaharuan motif terhadap kinerja penjualan di usaha batik kenza pada era covid-19.

## 3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka yang menjadi sub-sub masalah yang akan dibahas yaitu:

- a. Apakah e-commerce berpengaruh terhadap kinerja penjualan di usaha Batik KENZA pada era covid-19?
- b. Apakah pembaharuan motif berpengaruh terhadap kinerja penjualan di usaha Batik KENZA pada era covid-19?
- c. Apakah e-commerce dan pembaharuan motif berpengaruh terhadap kinerja penjualan di usaha Batik KENZA pada era covid-19?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini secara umum untuk mengetahui pengaruh e-commerce dan pembaharuan motif terhadap kinerja penjualan di usaha batik kenza pada era covid-19. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai:

- a. Untuk menganalisis pengaruh e-commerce terhadap kinerja penjualan di usaha batik kenza pada era covid-19.
- b. Untuk menganalisis pengaruh pembaharuan motif terhadap kinerja penjualan di usaha batik kenza pada era covid-19.
- c. Untuk menganalisis pengaruh e-commerce dan pembaharuan terhadap kinerja penjualan di usaha batik kenza pada era covid-19.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap akan memberikan manfaat sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Secara Teoritis**

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis sekaligus sebagai pelaksanaan tugas akademik untuk melengkapi salah satu syarat menempuh gelar Sarjana Ekonomi pada prodi Ekonomi Syariah di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- b. Menyumbang pemikiran bagi usaha batik kenza dalam pengembangan usahanya yang mengalami penurunan dalam kinerja penjualan pada era covid-19 melalui pengaruhnya e-commerce dan pembaharuan motif tersebut.

#### **2. Manfaat Secara Praktis**

- a. Dapat menambah ilmu yang sebelumnya belum diketahui juga mendapatkan pengalaman serta pengetahuan tentang bagaimana pengaruh e-commerce dan pembaharuan motif terhadap kinerja penjualan pada era covid-19.
- b. Sebagai bahan masukan dan menjadi referensi bagi perusahaan untuk pengembangan usaha batik kenza dalam penurunan kinerja penjualan pada era covid-19 ini.

- c. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan dapat digunakan sebagai referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.
- d. Penelitian ini sebagai implementasi dari fungsi Tri Darma perguruan tinggi, dan diharapkan dari hasil penelitian ini bisa memberikan kontribusi yang positif untuk dunia keilmuan yang ada di bidang ekonomi Islam terkhusus pada jurusan Ekonomi Syariah di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

## **E. Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II : TINJAUAN TEORI**

Pada bab ini akan menggambarkan tentang definisi electronic commerce (e-commerce) yang berkaitan dengan judul penelitian skripsi ini, konsep dasar e-commerce, komponen e-commerce, jenis-jenis e-commerce, teknologi yang dibutuhkan dalam e-commerce, peluang dan kelemahan dari penggunaan e-commerce, manfaat e-commerce, teori tentang pembaharuan motif, pengertian batik, desain dan rancangan produk, kualitas produk, faktor-faktor yang mempengaruhi ide dalam pembaharuan motif, teori tentang kinerja penjualan, faktor yang mempengaruhi kinerja penjualan, indikator kinerja penjualan, kualifikasi penjualan, efektifitas penjualan, profitabilitas, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, operasional variabel penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas penelitian, uji asumsi klasik, dan teknik analisis data.

#### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan mengenai gambaran umum lokasi, hasil penelitian dan analisis data.

#### **BAB V : SARAN DAN REKOMENDASI**

Pada bab ini akan membahas mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan uraian jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah, setelah melalui analisis pada bab sebelumnya. Sementara itu, sub bab saran berisi rekomendasi dari penulis mengenai permasalahan yang diteliti sesuai hasil kesimpulan yang diperoleh.

