

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri batik nasional menunjukkan tren positif yang menjanjikan sebagai salah satu ikon ekonomi kreatif Indonesia. Pada triwulan pertama tahun 2025, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), nilai ekspor batik meningkat tajam sebesar 76,2% dengan total mencapai sekitar 7,63 juta USD atau setara Rp.125 miliar. Industri batik juga menyerap sekitar 200.000 tenaga kerja melalui lebih dari 47.000 unit usaha di lebih dari 200 sentra produksi yang tersebar di 11 provinsi. (BCA, 2025). Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2023), sektor ekonomi kreatif memberikan kontribusi sekitar 7,8% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dengan nilai mencapai lebih dari Rp. 1.300 triliun. Selain itu, sektor ini mampu menyerap lebih dari 22 juta tenaga kerja, menjadikannya salah satu penggerak strategis perekonomian di tengah persaingan global dan perubahan pola konsumsi masyarakat. (kemenparekraf, 2024).

Pemerintah melalui Kementerian Perindustrian terus mentransformasi sektor ini dengan menerapkan teknologi modern seperti listrik batik, katalog pewarna digital, dan bahkan mesin CNC untuk motif batik digital guna mengatasi krisis ekonomi global dan daya. Industri batik berkontribusi pada regenerasi manusia dengan mengurangi jumlah orang yang mengalami kesulitan selama beberapa tahun. Penggunaan batik meluas dari acara formal hingga bisnis sehari - hari, terutama di generasi muda, dan menciptakan peluang baru untuk inovasi dan pertumbuhan pasar batik nasional. (Guntur, 2021).

Indonesia kaya akan seni dan budaya, salah satunya batik dengan keunikan motif dan teknik di setiap daerah. Kata "batik" berasal dari bahasa Jawa, "mbat" yang berarti mengulangi lemparan, dan "tik" yang berarti titik, sehingga membatik adalah seni menghias kain dengan lilin dan pewarna secara manual melalui proses pemalaman, pencelupan, dan pelorotan untuk menghasilkan motif halus. Warisan budaya yang telah diakui UNESCO sejak 2 Oktober 2009 ini dihapus dari etimologi Jawa mbat dan tik, yang merepresentasikan proses

repetisi titik menggunakan lilin dan pewarna. Teknik batik mencakup batik tulis, batik cap, dan batik cetak, masing-masing memiliki ciri khas dan nilai seni tersendiri. (Safitri et al., 2018).

Batik di Indonesia memiliki beragam jenis dengan ciri khas masing-masing daerah dari Pekalongan, Surakarta, Yogyakarta, hingga Cirebon yang terkenal dengan motif khasnya. Dalam beberapa tahun terakhir dinamika pasar batik di Indonesia menunjukkan adanya tantangan, seperti persaingan pasar, perubahan tren, dan kebutuhan akan inovasi produk agar batik tetap diminati segmen pasar yang terus berkembang terutama generasi muda. (Biro DTI, 2025).

Cirebon dikenal sebagai salah satu sentra utama batik di Indonesia dengan motif khas yang mengandung nilai budaya dan sejarah tinggi, seperti motif Mega Mendung yang terkenal. Kawasan Trusmi di Cirebon merupakan pusat produksi dan perdagangan batik yang berfungsi sebagai destinasi wisata budaya yang banyak dikunjungi baik oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Trusmi sebagai sentral produksi batik mendukung puluhan ribu pelaku usaha batik, mulai dari pengrajin hingga penjual. Namun di tengah peluang besar ini, pelaku usaha di Cirebon harus mampu mengadaptasi inovasi dan strategi agar tetap berkembang menghadapi persaingan baik dari batik massal maupun produk impor yang menawarkan harga lebih murah. (Nuris, 2018).

Menurut Ambarwati et al., (2018), Industri kerajinan di Desa Trusmi Kulon Kecamatan Plered terdapat 36 unit usaha kerajinan batik, dengan seluruhnya sudah tercatat sebagian UMKM industri kerajinan batik. 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. (Dewi, 2018).

Daerah Trusmi Kulon dengan memanfaatkan dan menggali serta mengembangkan potensi daerah yang dimiliki daerah trusmi muncul keaktivitas 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 di dalamnya, tidak hanya

masyarakat Desa Trusmi yang berkunjung di dalamnya namun sudah sering kali dikunjungi oleh wisatawan atau touris dari luar kota bahkan luar negeri sekalipun. Banyak sekali usaha industri batik di Daerah Trusmi salah satunya adalah usaha Batik Asofa. (Zannah et al., 2024).

Pemilihan topik penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena menurunnya minat beli konsumen pada beberapa usaha batik di kawasan Trusmi meskipun kawasan tersebut merupakan pusat wisata batik yang cukup ramai. Peneliti melihat adanya kesenjangan antara potensi pasar batik yang besar dengan kondisi penjualan yang tidak selalu stabil pada beberapa pelaku usaha batik. Kondisi tersebut menarik untuk dikaji lebih lanjut terutama terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk batik, seperti inovasi produk yang ditawarkan, fleksibilitas harga yang diberikan kepada konsumen, serta lokasi usaha yang mempengaruhi kemudahan akses pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini dipandang penting untuk memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada industri batik lokal.

Salah satu pelaku usaha batik yang cukup dikenal di kawasan tersebut adalah Batik Asofa Trusmi, yang menonjol melalui motif khas Cirebon berpadu dengan desain modern. Batik Asofa Trusmi saat ini sudah banyak menghasilkan model-model yang mengikuti trend dan corak yang elegan menjadi keunggulan tersendiri yang juga dimiliki Batik Asofa. Pertimbangan memilih Batik Asofa Trusmi yang menjadi objek penelitian ini yaitu permasalahan berkurangnya minat beli terhadap Batik Asofa hal ini disebabkan konsumen kurang mengetahui informasi tentang Batik Asofa dikarenakan kurang dalam inovasi produk yang di tunjukan perusahaan terhadap pelanggan atau kurangnya fleksibilitas harga terhadap produk yang di tawarkan oleh Batik Asofa. (Asokawati, 2023).

Tabel 1. 1
Target Data Penjualan Batik Asofa 2020 – 2024

No.	Tahun	Target Penjualan Batik Asofa (pcs)	Penjualan (pcs)
1.	2020	15.000	14.200
2.	2021	15.000	12.188
3.	2022	15.000	11.534
4.	2023	15.000	10.149
5.	2024	15.000	10.149

Sumber : Batik Asofa Trusmi periode 2025

Data di atas bahwa Batik Asofa memiliki target penjualan setiap tahunnya sebesar 15.000 pcs. Namun pada tiga tahun terakhir penjualan Batik Asofa belum memenuhi target, terutama pada tahun 2022 dengan total penjualan 11.534 pcs dengan target penjualan tahunan sebanyak 15.000 pcs sehingga dapat disimpulkan sementara minat beli Batik Asofa belum optimal. Hal ini termuat dari data internal penjualan yang belum mampu memenuhi target tahunan sebanyak 15.000 pcs, dengan realisasi penjualan menurun terutama pada 2022–2024, diketahui bahwa rata-rata daya minat beli di Batik Asofa mengalami penurunan sekitar 12% pada tahun 2023 dibandingkan tahun sebelumnya. (Rangga, 2023).

Penurunan ini diduga disebabkan kurangnya inovasi produk yang mengikuti tren pasar terkini, strategi harga yang belum cukup fleksibel terhadap daya beli konsumen, serta lokasi toko yang mulai kehilangan posisi strategis akibat munculnya pesaing baru di kawasan Trusmi. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap faktor-faktor utama yang dapat memengaruhi terhadap minat beli. (Afifah et al., 2023).

Fenomena persaingan industri batik di Cirebon menunjukkan kondisi pasar yang semakin kompetitif dengan banyaknya toko yang menjual produk batik sejenis dalam satu kawasan, sehingga konsumen memiliki banyak alternatif pilihan sebelum melakukan pembelian. Situasi ini membuat pelaku usaha tidak lagi hanya bersaing dari sisi ketersediaan produk, tetapi juga dituntut mampu menciptakan keunikan dan daya tarik yang berbeda. Di sisi lain, masih terdapat tempat usaha yang mempertahankan konsep penjualan konvensional dengan kondisi lokasi yang

terkesan tradisional, seperti penataan ruang yang sederhana, fasilitas pendukung yang terbatas, serta area parkir yang kurang memadai, sehingga kenyamanan berbelanja menjadi kurang optimal. Kondisi tersebut turut memengaruhi keputusan konsumen yang cenderung mempertimbangkan kemudahan akses, kenyamanan tempat, dan pengalaman berbelanja yang modern. Selain itu, strategi harga yang terlalu fleksibel dapat menimbulkan persepsi ketidakpastian karena konsumen dengan mudah membandingkan harga antar toko yang berdekatan. Namun demikian, inovasi produk justru menjadi faktor pembeda yang penting karena desain yang kreatif, motif yang variatif, dan model yang mengikuti tren lebih mampu menarik perhatian konsumen. Fenomena ini menunjukkan bahwa minat beli konsumen dipengaruhi oleh kombinasi inovasi produk, fleksibilitas harga, dan kondisi lokasi usaha di tengah persaingan yang tinggi serta karakter tempat yang masih tradisional. (Nurmala, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Sulastri, (2024) menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen, yang menunjukkan bahwa keberadaan inovasi mampu meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk dan Sasmita (2024) menekankan pentingnya inovasi produk dalam menjaga relevansi dan permintaan batik di era modern. Sedangkan Susanti & Sismanto (2021) menunjukkan bahwa fleksibilitas harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, yang menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian. Selanjutnya penelitian yang dilakukan, Husein (2024) menegaskan bahwa kenyamanan serta kemudahan akses lokasi menjadi faktor penting yang memengaruhi kelancaran minat beli konsumen dan menunjukkan bahwa fleksibilitas harga memiliki pengaruh positif dan Tania et al., (2022) menunjukkan signifikan terhadap minat beli konsumen, yang menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian. (Rika et al., 2024).

Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil penelitian yang menunjukkan adanya inkonsistensi temuan empiris di antara penelitian terdahulu. Sebagian penelitian membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap

minat beli, sementara penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda pada konteks dan karakteristik objek yang diteliti. Perbedaan tersebut mengindikasikan masih adanya inkonsistensi hasil penelitian sehingga diperlukan studi lanjutan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan kontekstual. Hal ini menjadi penting terutama pada usaha batik yang memiliki karakteristik produk, pola pasar, serta strategi pemasaran yang berbeda antar daerah.

Penelitian sebelumnya umumnya dilakukan pada wilayah perkotaan yang memiliki dukungan teknologi digital, infrastruktur bisnis, serta fasilitas usaha yang lebih memadai. Kondisi tersebut membuat pelaku usaha di wilayah perkotaan lebih mudah melakukan inovasi produk, menerapkan strategi harga yang dinamis, serta memaksimalkan pemilihan lokasi usaha secara modern dan strategis. Sebaliknya, kajian pada wilayah semi perkotaan yang berbasis budaya lokal masih relatif terbatas, padahal karakteristik sosial, ekonomi, serta preferensi konsumennya berbeda dibandingkan wilayah perkotaan.

Konteks sentra batik Trusmi Cirebon, persaingan usaha sangat tinggi karena banyaknya toko batik yang menawarkan produk serupa dalam satu kawasan. Selain itu, sebagian lokasi usaha masih mempertahankan konsep tradisional dengan fasilitas yang terbatas, sehingga berpotensi memengaruhi minat beli konsumen modern yang cenderung mengutamakan kenyamanan dan pengalaman berbelanja. Kondisi ini menunjukkan bahwa faktor inovasi produk, fleksibilitas harga, dan lokasi usaha memiliki dinamika yang khas dan memerlukan kajian tersendiri.

Sebagian besar studi terdahulu lebih banyak meneliti minat beli pada sektor ritel modern, kuliner, dan marketplace digital, sedangkan penelitian yang secara spesifik mengkaji subsektor fashion berbasis budaya lokal seperti industri batik masih terbatas. Padahal, industri batik tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai budaya yang memengaruhi persepsi dan preferensi konsumen dalam melakukan pembelian.

Celah penelitian (*research gap*) terletak pada keterbatasan studi yang berfokus pada usaha batik berbasis budaya di wilayah semi perkotaan serta adanya tidak konsistennan hasil empiris mengenai pengaruh inovasi produk, fleksibilitas harga, dan lokasi terhadap minat beli konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini

dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan judul *Pengaruh Inovasi Produk, Fleksibilitas Harga, dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen di Batik Asofa Trusmi Cirebon.*

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam dua aspek utama. Pertama, secara teoretis, penelitian ini memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen pada industri kreatif fashion berbasis budaya lokal. Kedua, secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif guna meningkatkan minat beli serta daya saing usaha batik lokal.

Eksplorasi dalam penelitian ini diarahkan untuk membedah pengaruh multidimensi dari variabel inovasi produk, keanehan harga, dan faktor lokasi terhadap kecenderungan perilaku beli konsumen di Batik Asofa Trusmi, Cirebon. Diharapkan hasil analisis ini akan menjadi Landa Kajian memberikan kontribusi teoritis dan praktis yang signifikan. Diharapkan hasil analisis ini akan menjadi landasan bagi para pemilik usaha yang ingin menerapkan strategi bisnis yang lebih bertanggung jawab untuk mengatasi kurangnya kompetensi dalam industri batik nasional.

Secara teoritis dalam pengertian teoretis, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan literatur di bidang perilaku konsumen dan manajemen literatur, khususnya di industri kreatif berdasarkan pengetahuan lokal. Untuk memperkuat landasan pengetahuan, penelitian ini penting bagi upaya perusahaan dalam menyediakan kebutuhan dan mengembangkan bisnis batik. Dengan demikian, diyakini bahwa batik, sebagai warisan budaya nasional, tidak hanya bertahan tetapi juga memiliki daya saing yang kuat di pasar global.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Inovasi produk yang dilakukan belum sepenuhnya mampu menciptakan keunikan dan daya tarik yang kuat di tengah banyaknya pesaing yang menjual

produk batik sejenis, sehingga perlu dikaji apakah inovasi produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Batik Asofa Trusmi Cirebon.

2. Strategi fleksibilitas harga yang diterapkan berpotensi menimbulkan persepsi ketidakpastian harga karena konsumen dapat dengan mudah membandingkan harga antar toko dalam satu kawasan, sehingga perlu dianalisis apakah fleksibilitas harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen.
3. Kondisi lokasi usaha yang masih terkesan tradisional serta banyaknya toko batik dalam satu kawasan menyebabkan keunggulan lokasi menjadi kurang optimal, sehingga perlu diteliti apakah lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen.
4. Minat beli konsumen terhadap produk Batik Asofa menunjukkan kecenderungan menurun periode 2022–2024 yang belum mampu mencapai target penjualan tahunan sebesar 15.000 pcs dalam tiga tahun terakhir, dengan realisasi terendah terjadi pada tahun 2022 sebesar 11.534 pcs. kondisi ini menunjukkan bahwa minat beli konsumen terhadap produk Batik Asofa belum optimal dan diduga dipengaruhi oleh berbagai faktor yang perlu dikaji lebih lanjut.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah bertujuan untuk memberikan arah yang jelas dalam penelitian sehingga pembahasan lebih terfokus, mempermudah analisis, serta memastikan tujuan penelitian dapat tercapai. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Subjek Penelitian ini difokuskan pada pelaku usaha subsektor ekonomi kreatif *fashion* Batik Asofa Trusmi Cirebon di Desa Trusmi Kulon.
2. Penelitian ini hanya mengkaji tiga variabel independen yaitu inovasi produk, fleksibilitas harga, dan lokasi usaha serta pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu minat beli konsumen dan tidak membahas variabel lain di luar inovasi produk, fleksibilitas harga, dan lokasi usaha agar ruang lingkup penelitian tetap terarah dan tidak meluas.

D. Rumusan Masalah

Uraian pembatasan masalah diatas maka yang menjadi sub bab masalah yang akan dibahas yaitu :

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Batik Asofa Trusmi Cirebon?
2. Apakah fleksibilitas harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Batik Asofa Trusmi Cirebon?
3. Apakah lokasi terhadap berpengaruh minat beli konsumen di Batik Asofa Trusmi Cirebon?
4. Apakah inovasi produk, fleksibilitas harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Batik Asofa Trusmi Cirebon?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini secara umum untuk mengukur pengaruh simultan antara inovasi produk, fleksibilitas harga, dan lokasi usaha terhadap tingkat penjualan Batik Asofa Trusmi Cirebon. Secara Khusus penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai :

1. Menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada Batik Asofa Trusmi Cirebon.
2. Menganalisis pengaruh fleksibilitas harga terhadap minat beli konsumen pada Batik Asofa Trusmi Cirebon.
3. Mengalisis pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen pada Batik Asofa Trusmi Cirebon.
4. Menganalisis pengaruh simultan inovasi produk, fleksibilitas harga, dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada Batik Asofa Trusmi Cirebon.

F. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat secara Teorotis

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis sekaligus memenuhi persyaratan akademik dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) Ekonomi Syariah di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
 - b. Menyumbang pemikiran bagi usaha batik asofa dalam pengembangan usahanya yang mengalami penurunan dalam minat beli sebesar 12% pada tahun 2023 dan pembaharuan inovasi produk, fleksibilitas harga dan lokasi strategis tersebut.
2. Manfaat secara praktis
- a. Dapat menambah ilmu yang sebelumnya belum diketahui juga mendapatkan pengalaman serta pengetahuan tentang bagaimana pengaruh inovasi produk, fleksibilitas harga, dan lokasi terhadap minat beli di batik asofa
 - b. Sebagai bahan masukan dan menjadi referensi bagi perusahaan untuk menambah daya beli konsumen di batik asofa dalam penurunan kinerja pada tahun 2023
 - c. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.
 - d. Penelitian ini sebagai implementasi dari fungsi Tri Dharma Perguruan Tinggi, dan diharapkan dari hasil penelitian ini bisa memberikan kontribusi yang positif untuk dunia keilmuan yang ada dibidang Ekonomi Islam pada Program Studi Ekonomi Syariah UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman isi laporan penelitian dari awal sampai akhir, maka penulis membuat sistematika penulisannya sebagaimana uraian berikut ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan mencakup bahasan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori dasar yang mendasari *Marketing mix* (bauran pemasaran), pengertian inovasi produk, tujuan inovasi produk, strategi inovasi produk, konsep inovasi produk, indikator inovasi produk, fleksibilitas harga, dimensi strategi harga, tujuan penetapan harga, lokasi harga, pengertian lokasi usaha, indikator lokasi usaha, minat beli, pengertian minat beli, faktor faktor yang mempengaruhi minat beli, indikator pengukuran minat beli, literatur review, kerangka berpikir, dan pengembangan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang lokasi dan waktu penelitian, pendekatan penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, populasi dan sampel, definisi operasional variable.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Bab ini Mengkaji tentang deskripsi data, pengujian hipotesis, pembahasan hasil penelitian, dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB V : KESIMPULAN

Bab ini Mengkaji tentang pernyataan sederhana berupa kesimpulan dari seluruh pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, keterbatasan penelitian, serta saran atau rekomendasi yang *urgent*.