

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dunia usaha telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan pada beberapa industri di era globalisasi saat ini, salah satunya yaitu industri kreatif. Industri kreatif di Indonesia merupakan salah satu bagian penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Industri kreatif Indonesia yang semakin berkembang menunjukkan bahwa perekonomian Indonesia juga mampu bersaing dan berinovasi dengan Negara-negara lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa perekonomian yang ada di Indonesia selangkah lebih maju. Industri kreatif kini semakin dipandang penting dalam mendukung kemakmuran ekonomi karena kemampuannya mentransformasi perekonomian. Industri kreatif adalah kumpulan dari berbagai macam industri yang masing-masing berkaitan dengan pengembangan ide dan kekayaan intelektual, sehingga menghasilkan ekonomi yang bernilai tinggi untuk menciptakan kemakmuran dan lapangan kerja.<sup>1</sup>

Pada dasarnya industri kreatif di Indonesia telah mencapai hasil awal, semakin terdiversifikasi, dan akhirnya dibuktikan dengan mampu membentuk pasar sendiri yang ada di dalam dan luar negeri. Situasi ini memiliki peran besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, yang tidak hanya dapat memperkenalkan devisa, mendorong pertumbuhan, tetapi juga menyerap tenaga kerja. Industri kreatif dapat menjadi batu loncatan untuk Indonesia agar mampu bersaing dengan negara maju. Kreativitas dalam industri kreatif dapat mendorong inovasi yang membawa nilai tambah tinggi. Industri kreatif juga harus lebih memperhatikan lingkungan guna memperkuat citra identitas budaya bangsa Indonesia, dan keberadaan industri kreatif ini dapat membentuk rasa jati diri bangsa Indonesia.<sup>2</sup>

Klasifikasi industri kreatif terdiri dari berbagai macam jenis industri yang masing-masing berkaitan dengan proses pengembangan ide atau kesejahteraan bernilai ekonomi tinggi yang dapat menciptakan dan bekerja di lapangan. Menurut Kajian Pemetaan Industri Kreatif yang dilakukan Kementerian

---

<sup>1</sup> Cindy Amelia, "Prospek Industri Kreatif Kerajinan Pigura Di Kecamatan Pekanbaru Kota", *Jurnal Jom FEKON* 2, no. 2,(2015): 3.

<sup>2</sup> Olivia Natassia Salim, "Perkembangan Industri Kreatif Sektor Fesyen Di Indonesia, Periode 2012-2015", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya* 6, no.1, (2017): 1790-1791.

Perdagangan Republik Indonesia, industri berbasis kreativitas dapat dibagi menjadi 15 subsektor. Salah satunya adalah industri kreatif kerajinan. Industri kreatif pada subsektor kerajinan mengacu pada kegiatan kreatif yang berkaitan dengan penciptaan, produksi, dan distribusi produk yang dibuat serta diproduksi oleh para pengrajin, mulai dari desain awal hingga penyelesaian akhir produk. Dalam konteks ini, industri kreatif di subsektor kerajinan juga harus memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen, dan produsen harus memahami perilaku konsumen.<sup>3</sup>

Perilaku konsumen adalah perilaku yang dilakukan oleh konsumen dalam proses menggunakan dan mengonsumsi barang dan jasa, termasuk sebelum dan sesudah proses pengambilan keputusan, untuk mencapai dan memuaskan kebutuhannya. Tujuan adanya mempelajari perilaku konsumen yaitu hampir sama dengan mempelajari perilaku manusia pada umumnya, meliputi perilaku individu, perilaku individu dalam kelompok, dan perilaku kelompok dalam organisasi. Perilaku konsumen merupakan faktor penting yang mempengaruhi proses dalam pengambilan keputusan konsumen untuk membeli atau mengonsumsi produk.<sup>4</sup>

Hal yang dapat mempengaruhi persaingan bisnis yaitu pada proses keputusan pembelian, sikap pembelian seorang bisa dikatakan suatu yang langka, sebab tolak ukur serta perilaku terhadap obyek tiap konsumen beragam. Tidak hanya itu konsumen berasal dari sebagian segmen, sehingga apa yang di idamkan serta diperlukan pula berbeda. Masih ada banyak aspek yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian. Produsen butuh menguasai sikap konsumen terhadap produk ataupun merk yang terdapat di pasar, berikutnya butuh dicoba bermacam metode buat membuat konsumen tertarik terhadap produk yang dihasilkan.

Dalam hal ini, keputusan pembelian menjadi faktor penting dalam mempertahankan pelanggan. Keputusan pembelian adalah reaksi pelanggan terhadap perbedaan antara betapa pentingnya sebelum digunakan dan kinerja aktual yang dirasakan setelah digunakan. Menurut Schnaars, tujuan mendasar

---

<sup>3</sup> Agung Prio Utomo, "Strategi Pengembangan Industri Kreatif Indonesia Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean", *E-Journal Ilmu Hubungan Internasional* 5, no.4, (2017), 1368-1369.

<sup>4</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013) 3-39.

dari bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang puas. Terciptanya keputusan pembelian mampu membawa manfaat, antara lain yaitu hubungan yang harmonis antara pengusaha dengan pelanggannya, memberikan pembawaan yang baik bagi pelanggan agar melakukan kembali pembelian ulang. Serta membuat keputusan pembelian dan memberikan rekomendasi kepada orang lain supaya disebar luaskan sehingga bermanfaat bagi usaha. Upaya untuk menarik dan mempertahankan minat beli konsumen yang tinggi dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain Inovasi Produk dan Kualitas Produk, sebelum keputusan pembelian akhir dibuat.<sup>5</sup>

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah inovasi produk, inovasi produk mejadi bagian penting dalam pengambilan keputusan, karena inovasi produk merupakan produk yang dirasakan oleh konsumen sebagai sesuatu yang baru. Hal ini mendorong para pelaku bisnis untuk selalu berinovasi dalam produk yang dibuat agar konsumen tidak bosan dan jenuh dengan produk yang sudah ada. Inovasi produk mampu menciptakan beraneka macam desain produk yang beragam sehingga untuk menambah alternative pilihan, meningkatkan kualitas produk, dan memenuhi harapan pelanggan.<sup>6</sup>

Melalui inovasi, pengusaha berharap agar mampu menciptakan produk baru atau berbeda, maupun menyempurnakan produk yang sudah ada. Ketika konsumen mengkonsumsi produk, mereka tidak hanya terbatas pada fungsi atau nilai produk yang dibutuhkan konsumen, tetapi juga lebih memperhatikan produk yang dipilih tersebut apakah memiliki nilai tambah ataupun keunggulan yang dimiliki dibandingkan produk sejenis lainnya. Produsen perlu memahami keinginan ini untuk menjadi dasar dalam mempertahankan posisi produk di pasar, karena sebagian besar produk pesaing terlihat statis dari tahun ke tahun.

---

<sup>5</sup> Ranny Chendradewi dkk, "Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Waroeng Steak & Shake Semarang Cabang Kelud)", *Diponegoro Journal Of Management* 5, no. 4, (2016) : 1.

<sup>6</sup>Lona Noviani, "Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok"Liars)", *jurnal Manajemen Dan Bisnis (JUMANIS) Prodi Kewirausahaan* 2, no. 1, (2020): 2076-2077.

Tujuan dari inovasi produk yang utama adalah demi memenuhi permintaan pasar dan menjadikan inovasi produk sebagai keunggulan kompetitif bagi usaha. Pelanggan sering mengharapkan produk inovatif dengan persyaratan mereka sendiri. Bagi usaha, sukses dalam inovasi produk bermakna selangkah lebih maju dari para pesaingnya. Hal ini membutuhkan *business intelligence* untuk mengidentifikasi selera pelanggan agar inovasi yang dihasilkan sesuai dengan keinginan pelanggan. Oleh karena itu, inovasi produk harus direncanakan dan dilaksanakan secara matang.<sup>7</sup>

Inovasi produk diharapkan memiliki pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan dan mengidentifikasinya secara dinamis dan berkesinambungan. Semakin banyak pesaing memasuki dan meninggalkan pasar atau industri, maka mereka menghadapi kompetisi yang semakin ketat. Pelaku usaha diharapkan agar mampu menawarkan produknya dengan kelebihan yang spesifik dan kualitas yang terbaik dari produk pesaing. Dalam hal ini, para pelaku usaha harus selalu meningkatkan produknya. Untuk mendukung konsep tersebut, perusahaan harus mampu membentuk tim desain terintegrasi yang solid dan imajinatif.<sup>8</sup>

Faktor nomor dua yang dikatakan bisa mempengaruhi keputusan pembelian yaitu mengenai kualitas produk. Kualitas produk merupakan hal penting dalam menciptakan keputusan pembelian. Hal itu dilakukan dalam rangka meningkatkan proses usaha. Usaha yang membuat produknya menjadi alat penting dapat memiliki keunggulan dibandingkan pesaing mereka dalam menguasai pasar karena tidak semua usaha akan diterima. Artinya jika suatu perusahaan secara konsisten mengevaluasi kualitas produk yang dihasilkannya dan kemudian meningkatkan kualitas produknya, maka suatu bisnis akan mampu bertahan dalam persaingan bisnis ini. Jika produk berkualitas baik serta memenuhi kebutuhan atau harapan pembeli, maka pembeli tidak akan peduli dengan harga yang ditawarkan, sehingga pembeli

---

<sup>7</sup> Aang Curatman dkk., "Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan Dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon", *Jurnal Logika* 18, no.3, (2016): 62-63.

<sup>8</sup> Mufidin Haming, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa* (Jakarta: Cahaya Prima Sentosa, 2014), 268.

tidak akan menyesali pengorbanan yang dilakukan untuk membeli produk tersebut.<sup>9</sup>

Banyaknya bisnis baru yang bermunculan dari berbagai kategori barang dan jasa memungkinkan para pedagang bersaing untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, mulai dari penentuan bahan berkualitas hingga proses pembuatannya, yang bertujuan untuk menciptakan produk dengan kualitas terbaik. Semua demi meningkatkan penjualan produk dan menghasilkan keuntungan yang besar. Keuntungan yang diperoleh memungkinkan usaha untuk tumbuh dan mempertahankan kelangsungan usahanya.

Dalam memenangkan suatu persaingan usaha, Salah satu yang menjadikan keunggulan bersaing suatu usaha untuk memenangkan persaingan usaha adalah keputusan pembelian konsumennya. Memahami proses keputusan pembelian konsumen tidaklah mudah. Ketika konsumen memilih suatu produk, mereka pasti akan mempertimbangkan berbagai unsur-unsur yang terkandung dalam produk, seperti warna, kemasan, desain, dan lain-lain, serta atribut tidak berwujud, yaitu harga, layanan, dan kualitas.<sup>10</sup>

Berhasil tidaknya penjualan suatu produksi tidak cukup menilai dari dalam barang penjualan yang laku keras, yang utama yaitu sebagaimana mungkin berusaha bertahan dipasaran. Memahami ciri-ciri yang mempengaruhi keputusan pembelian hendaknya juga dilakukan oleh perusahaan. Menurut Sumarwan mendefinisikan “Keputusan pembelian adalah sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif”. Seorang yang hendak melakukan pembelian harus banyak pilihan agar merasa puas dalam memilih terhadap barang yang akan dibelinya.<sup>11</sup>

Oni Made Craft adalah salah satu tempat usaha kerajinan batok kelapa yang terletak di Desa Ngemplak Gang 2 Rt 02 Rw 01 Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus. Usaha tersebut

---

<sup>9</sup> Rissa Mustika dan Prihartono, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)”, *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* 5, no. 3, (2021): 1172.

<sup>10</sup> Diah Ernawati, “Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung”, *Jurnal Wawasan Manajemen* 7, no. 1, (2019) : 18.

<sup>11</sup> Resa Irawan, “Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Ringan Yagi Yagi Di Easy Café Bandung”, *Jurnal Gema Wisata* 17, no. 2, (2021): 2.



didirikan pada tahun 2017 saat masih berstatus sebagai Mahasiswa di UIN Walisongo Semarang. Keunikan pada kerajinan batok kelapa Oni Made Craft menjadi daya tarik tersendiri terhadap konsumen dalam membeli produknya, hal itu mendorong para konsumen untuk membeli produknya tidak hanya dari dalam negeri melainkan sampai diluar negeri untuk membeli produk tersebut.

Kerajinan batok kelapa Oni Made Craft merupakan usaha yang cukup menjanjikan dalam dunia usaha saat ini, karena dapat menghasilkan pendapatan yang layak hanya dengan modal kecil dan membantu meminimalkan risiko pemanasan global. Kerajinan seperti ini menjadi salah satu aset yang dapat di kembangkan sebagai peluang berwirausaha. Batok kelapa yang biasanya hanya dibuat arang, namun ditangan Tiar Bachroni owner dari batok Oni Made Craft mampu mengolahnya menjadi sebuah kerajinan yang memiliki nilai guna dan juga nilai estetika.

Selain itu, Oni Made Craft menyediakan berbagai macam kerajinan dari batok kelapa dengan berbagai hasil kerajinan yang mempunyai nilai jual, antara lain yaitu peralatan rumah tangga berupa sendok, piring, cangkir, mangkok dan lain sebagainya. Selain peralatan rumah tangga Oni Made Craft juga memproduksi souvenir pernikahan, lampu hias, miniature, celengan, asbak, pernak-pernik rumah, aksesoris, tas, dan mainan anak, tergantung permintaan konsumen. Dalam hal Inovasi produk, Oni Made Craft membuat bahan dasar sederhana batok kelapa yang dianggap orang lain merupakan bahan limbah yang dibuang begitu saja mampu diolah menjadi kerajinan yang memiliki kualitas produk dengan nilai jual, sehingga mampu menjadikan sesuatu hal yang baru dan perlu dikembangkan dalam proses kreatifnya.

Dari hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, diketahui inovasi produk menurut peneliti produk yang dihasilkan sudah cukup beragam. Tetapi apakah dengan banyak variasi atau inovasi yang ada dalam kerajinan batok kelapa Oni Made Craft membuat konsumen akan melakukan keputusan pembelian di tempat tersebut. Sedangkan dilihat dari segi kualitas produk, berdasarkan yang telah peneliti amati secara langsung sudah bagus, namun dari respon yang ada di sosial media usaha tersebut masih terdapat pelanggan yang belum puas dengan produk yang dihasilkan.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan Tarmizi Gadeng Tuwisna dan Nadiatul Husna pada tahun (2020) hasil

penelitiannya menunjukkan bahwa secara simultan atau secara bersama-sama inovasi produk dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan Meilina Boediono, Sonata Christian, dan Dewi Mustikasari Immanuel pada tahun (2018), dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan Harun Al Rasyid dan Agus Tri Indah pada tahun (2018), dalam penelitiannya menunjukkan hasil: inovasi produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap dari variabel inovasi produk terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti ingin mengungkapkan apakah inovasi produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Batok Kelapa Pada Oni Made Craft Dalam Perspektif Ekonomi Syariah”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dilakukan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah Inovasi Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Kerajinan Batok Kelapa pada Oni Made Craft?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Kerajinan Batok Kelapa pada Oni Made Craft?
3. Apakah Inovasi Produk dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Kerajinan Batok Kelapa pada Oni Made Craft?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan yang dilakukan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Inovasi Produk terhadap keputusan pembelian produk Kerajinan Batok Kelapa pada Oni Made Craft.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian produk Kerajinan Batok Kelapa pada Oni Made Craft.

3. Untuk mengetahui Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian produk Kerajinan Batok Kelapa pada Oni Made Craft.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

###### 1) Bagi Peneliti

Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti berharap mampu memperoleh wawasan dan menambah informasi mengenai pentingnya berinovasi dalam suatu produk seperti produk batok kelapa oni made craft yang memiliki kualitas produk yang baik dalam berinovasi untuk mendukung perekonomian yang lebih baik.

###### 2) Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi dan menambah wawasan agar dapat digunakan sebagai bahan perbandingan atau referensi ketika melaksanakan penelitian selanjutnya.

##### 2. Manfaat Praktis

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

###### a) Bagi Oni Made Craft

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan bagi Oni Made Craft untuk berinovasi dan memberikan produk dengan kualitas terbaik kepada konsumen sehingga dapat mengembangkan usahanya.

###### b) Bagi Peneliti

Mampu menerapkan ilmu yang didapat dalam perkuliahan ke situasi praktis sebagai sarana penerapan teori dan konsep yang berkaitan dengan inovasi produk, kualitas produk serta keputusan pembelian.

###### c) Bagi Pembaca

Penelitian ini dilakukan agar dapat membantu penelaah selanjutnya untuk menyempurnakan penelitiannya, yang bisa dijadikan sebagai bahan referensi atau perbandingan untuk penelitian selanjutnya.



## E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah susunan laporan yang secara garis besar menggambarkan sistematika penulisan sehingga pembaca mampu memahami isi dari laporan. Adapun sistematika penulisan yang dilakukan terdiri dari :

### 1. Bagian Awal

Bagian sebelum badan utama skripsi, meliputi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto dan kutipan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar.

### 2. Bagian Isi

#### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, sebagai gagasan utama tentang bagaimana fenomena tersebut dapat memecahkan rumusan masalah yang ada seperti yang tertuang dalam rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### BAB II : LANDASAN TEORI

Hal yang dikemukakan dalam memaparkan tinjauan pustaka, berupa uraian teori dan konsep yang memiliki kaitannya dengan variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini juga terdapat temuan-temuan sebelumnya yang mendukung penelitian ini. Serta menjelaskan kerangka pikiran serta hipotesis penelitian yang akan diteliti.

#### BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ketiga menjelaskan mengenai jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel penelitian, tata variabel penelitian, definisi operasional variabel penelitian, teknik pengumpulan data, metode analisis data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

#### BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Pada bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, hasil penelitian yang meliputi gambaran umum produk kerajinan batok kelapa Oni Made Craft, hasil penelitian, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

#### BAB V : PENUTUP

Bab ini biasanya berisi tentang yang terakhir seperti kesimpulan, saran dan penutup.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir: berisikan daftar pustaka, lampiran-lampiran, serta daftar riwayat hidup.

