

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dengan munculnya berbagai perusahaan yang berusaha menciptakan produk dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kebutuhan konsumen, dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat, seiring dengan perkembangan ekonomi dan teknologi. Perubahan yang cepat dalam dunia bisnis juga memberikan gambaran tentang kebahagiaan manusia dan meningkatkan daya beli konsumen. Namun di sisi lain, perkembangan tersebut meningkatkan persaingan dalam dunia bisnis. Dalam persaingan komersial yang semakin meningkat ini, dengan perencanaan yang baik, perusahaan bermaksud untuk tumbuh lebih jauh dengan menandatangani proyek pengembangan pertumbuhan aktif.<sup>1</sup> Persaingan usaha yang semakin kompetitif dan keberhasilan usaha dalam mencapai kinerja yang optimal senantiasa ditentukan oleh seberapa besar usaha dapat berubah untuk tetap eksis dan bersaing. Dalam persaingan yang terus-menerus ini, suatu perusahaan atau organisasi dapat memiliki keunggulan jika mampu menghasilkan produk dan jasa yang benar-benar mampu memuaskan pelanggan dan memenuhi harapan konsumen.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) saat ini memegang peranan yang sangat penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi. Batik tidak hanya menjadi ciri budaya Indonesia, tetapi juga salah satu produk UMKM yang menjadi motor penggerak perekonomian. Persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha memaksa UMKM untuk terus bervariasi. Menurut Porter, salah satu strategi yang digunakan untuk menciptakan keunggulan bersaing adalah dengan menggunakan diferensiasi produk.<sup>2</sup> Strategi diferensiasi adalah analisis produk yang ada pada perusahaan sehingga konsumen dapat mengidentifikasi produk mana yang disukainya dan konsumen berhak memilih produk

---

<sup>1</sup> Rif'atul Hasanah, dkk., "Pengembangan Strategi Pemasaran Batik Labako Swot Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Development Of Marketing Strategy Of Batik Labako Ud . Bintang Timur ( Pakem Source ) With Swot Method," No. X (2021): 1–9.

<sup>2</sup> Azizah Fauziyah, dkk., "Analisis Faktor Penentu Daya Saing Umkm Batik," *Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH 2020)*, No. Ciastech (2020): 69–76.

sesuai dengan warna, kualitas dan harga.<sup>3</sup> Hubungan ini membutuhkan strategi yang berbeda untuk meningkatkan keunggulan kompetitif UKM. Keunggulan bersaing menjadi penting karena keunggulan bersaing erat kaitannya dengan kinerja suatu perusahaan. Untuk meningkatkan produktivitas perusahaan, disarankan untuk mulai berinovasi dengan strategi yang berbeda. pada umumnya usaha kecil dan menengah menghadapi beberapa kendala dalam pekerjaannya, terutama di bidang teknologi, sumber daya manusia, manajemen, organisasi, promosi dan permodalan.<sup>4</sup>

Indonesia memang terkenal dengan batiknya. Bahkan setiap daerah di Nusantara memiliki ciri khas batiknya masing-masing. Sama halnya dengan Demak. Kabupaten yang terletak dipesisir utara Jawa ini memiliki lima motif batik tersendiri. Motifnya yang unik, menunjukkan potensi Kabupaten Demak. Motif tersebut adalah Motif Sisik, Motif Glagahwangi, Motif Jambu, Motif Belimbing, Motif Masjid Agung, dan Motif Bledeg. Ada beberapa produksi batik yang ada di Kabupaten Demak, diantaranya adalah *pertama*, Batik Ijo 100% Handmade, batik ini memproduksi berbagai motif, diantaranya Motif Buah Blewah, Motif Buah Jambu, Motif Buah Belimbing, dan juga Motif Masjid Agung. *Kedua*, Batik Raya, batik ini juga memproduksi berbagai macam motif khas Demak, yaitu Motif Masjid Agung, Motif Bledeg, Motif Jambu, Motif Belimbing, dan Motif Sisik. *Ketiga*, Batik Demak'an Tyo Collection, batik ini juga memproduksi berbagai macam motif, yaitu Motif Jambu, Motif Belimbing, Motif Masjid Agung, Motif Bledeg, Motif Sisik, dan Motif Glagahwangi. *Keempat*, Batik Mlatiharjo atau yang dikenal dengan Batik Mlatiharjan, batik ini memproduksi berbagai macam motif khas Demak, yaitu Motif Masjid Agung, Motif Bledeg, Motif Jambu, Motif Belimbing, Motif Sisik, dan Motif Glagahwangi. Selain lima motif khas Demak, batik Mlatiharjan juga mengeluarkan motif yang lain dan tentunya berbeda dengan motif batik-batik tersebut. Motif batik tersebut meliputi Motif Kelengkeng, Motif Padi, dan yang paling terkenal adalah Motif Kyai Carubuk. Motif Belimbing dan Jambu merupakan buah khas kota Demak bahkan dianggap sebagai

---

<sup>3</sup> Masnilam Hasibuan, "Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Oloan Boutique," *Jurnal Ekonomi* 23 (2021): 246–253.

<sup>4</sup> Syti Sarah Maesaroh, dkk., "Analisis Faktor Penentu Daya Saing Umkm Batik."

lambang Demak. Keberadaan buah belimbing sudah populer sejak zaman Sunan Kalijaga. Sedangkan motif Kelengkeng dan Padi ini yang menjadi khas Mlatiharjan karena memang di Desa Mlatiharjo ini mengembangkan buah Kelengkeng dan padi. Sehingga muncullah ide untuk membuat batik motif Kelengkeng dan motif Padi.

Salah satu strategi Batik Mlatiharjan untuk meningkatkan minat pembelian konsumen adalah menggunakan berbagai strategi, seperti memberikan keunggulan kompetitif pada produknya, keunggulan kompetitif ditentukan oleh kemampuannya untuk memberikan kepuasan yang lebih besar dibandingkan perusahaan pesaing.<sup>5</sup> Minat beli merupakan perilaku yang merespon secara positif terhadap kualitas layanan suatu merek dan berkeinginan untuk menggunakan kembali produk atau merek tersebut. Kebiasaan belanja konsumen dipengaruhi oleh fakta bahwa meskipun seseorang merasa senang dan bahagia saat menerima suatu barang atau jasa, maka preferensi pembelian menjadi meningkat.<sup>6</sup>

Selain menawarkan kain batik, batik Mlatiharjan juga menawarkan berbagai produk seperti tas atau totebag, sajadah, baju anak maupun baju dewasa, baju couple, pouch, dan juga topi pantai. Untuk mendapatkan keunggulan yang kompetitif, pengusaha harus menentukan harga berdasarkan tingkat kesulitan dan kualitas bahan yang digunakan.<sup>7</sup> Harga mempengaruhi tingkat penjualan, pangsa pasar yang dapat dijangkau perusahaan.<sup>8</sup> Harga yaitu jumlah yang digunakan untuk menukar produk atau jasa.<sup>9</sup> Kualitas produk adalah kemampuan untuk memenuhi karakteristik standar yang berlaku, kesesuaian atau

---

<sup>5</sup> Aditya Hangga Supangkat, “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako,” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6, No. 9 (2017): 1–19.

<sup>6</sup> Noverita Wirayanthi dan Singgih Santoso, “Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label,” *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 2, no. 4 (66) (2019): 87–96.

<sup>7</sup> Nico Rifanto Halim dan Donant Alananto Iskandar, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli,” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4, No. 3 (2019): 415–424.

<sup>8</sup> Hesti Sabrina, “Pengaruh Harga Dan Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifeboy,” *Jurnal PLANS: Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis* 12, No. 2 (2018): 114–120.

<sup>9</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 109.

kebutuhan penggunaan, kemampuan memenuhi keinginan, kebutuhan dan harapan pada harga pokok. Kualitas produk yang baik tentunya akan menjamin kepuasan pelanggan.

Selain itu dari segi pelayanan, batik Mlatiharjan juga memiliki pelayanan yang baik, diantaranya karyawan yang ramah, murah senyum, tempat yang nyaman, strategis dan mudah dijangkau. Batik Mlatiharjan merupakan usaha yang bergerak di bidang fashion dan kerajinan tangan. Lokasinya yang strategis dan mudah dijangkau sehingga batik Mlatiharjan sudah dikenal di kota lain seperti Kudus. Harga Batik Mlatiharjan yang cukup terjangkau dan diferensiasi produk yang cukup banyak akan tetapi minat beli pada Batik Mlatiharjan masih belum banyak. Hal tersebut membuat saya tertarik untuk meneliti apa saja diferensiasi produk, harga, dan kualitas produk yang ada di batik Mlatiharjan.

Berdasarkan hasil observasi peneliti terhadap pemilik Batik Mlatiharjan, ditemukan permasalahan terkait diferensiasi produk, harga dan kualitas produk pada minat beli konsumen, dikarenakan hal tersebut berdampak mempengaruhi upaya perusahaan dalam memaksimalkan penjualan. Dampak permasalahan yang muncul walaupun produk yang ditawarkan bagus, apabila tidak diimbangi dengan tingkat penjualan yang baik maka tingkat penjualan menjadi tidak seimbang.<sup>10</sup>

**Tabel 1.1 Data Penjualan Batik Mlatiharjan**

No	Tahun 2019	Data Penjualan
1	Januari	Rp 17,000,000
2	Februari	Rp 19,000,000
3	Maret	Rp 22,000,000
4	April	Rp 27,000,000
5	Mei	Rp 31,000,000
6	Juni	Rp 34,000,000
7	Juli	Rp 37,000,000
8	Agustus	Rp 42,000,000
9	September	Rp 43,000,000

<sup>10</sup> Rif'atul Hasanah, dkk., "Pengembangan Strategi Pemasaran Batik Labako Swot Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Development Of Marketing Strategy Of Batik Labako Ud . Bintang Timur ( Pakem Source ) With Swot Method."

10	Oktober	Rp 46,000,000
11	November	Rp 49,000,000
12	Desember	Rp 54,000,000

*Sumber: Ibu Kusmidarminik*

Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa usaha Batik Mlatiharjan pada bulan Januari 2019 sampai bulan Desember 2019, dalam penjualannya Batik Mlatiharjan mengalami kenaikan penjualan secara bertahap dan stabil.

Minat beli konsumen sangat berkaitan erat dengan adanya diferensiasi produk, faktor harga, dan juga faktor kualitas produk. Dengan begitu konsumen akan merasakan kepuasan terhadap suatu barang atau jasa. Kepuasan konsumen inilah yang akan memunculkan rasa minat beli terhadap perusahaan barang atau jasa. Minat beli konsumen ini tentunya akan menguntungkan bagi perusahaan karena dapat meningkatkan penjualan dan perusahaan akan mendapatkan keuntungan.

Sebagai seorang muslim, kita harus memahami bahwa Islam menganjurkan agar para umatnya untuk berlomba-lomba dalam mencari kebaikan di segala hal, salah satu diantaranya ialah dalam hal berbisnis. Sehingga meskipun mengalami kondisi persaingan yang sangat ketat, pebisnis muslim dapat berusaha mengatasinya tanpa merugikan pihak lain. Akhlak manusia yang sesuai dengan cerminan Al-Qur'an akan membuat perekonomian berjalan lancar. Akhlak mulia senantiasa memiliki dampak pada perilaku bermuamalah yang baik sesuai dengan syariat Islam, misalnya tidak mengambil keuntungan di atas kerugian yang diderita pihak lain.<sup>11</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Nico Rifanto Halim dan Donant Alananto Iskandar dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan Terhadap Minat Beli Konsumen Gula Merah Nadja" menyatakan bahwa variabel kualitas produk dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Gula Merah Nadja.<sup>12</sup> Untuk itu, salah satu

---

<sup>11</sup> Solikin M. Juhro, dkk., *Ekonomi Moneter Islam Suatu Pengantar* (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2020), [https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi\\_Moneter\\_Islam\\_Suatu\\_Pengantar\\_Ra/PAAaEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=qur%27an+surat+al+baqarah+ayat+188&pg=PA12&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi_Moneter_Islam_Suatu_Pengantar_Ra/PAAaEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=qur%27an+surat+al+baqarah+ayat+188&pg=PA12&printsec=frontcover).

<sup>12</sup> Halim dan Iskandar, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli."

tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menguji apakah kualitas produk dan harga mempengaruhi minat beli konsumen di batik Mlatiharjan atau tidak.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Batik Mlatiharjan Demak”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah, sebagai berikut:

1. Apakah diferensiasi produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada batik Mlatiharjan Demak?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen batik pada Mlatiharjan Demak?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen batik pada Mlatiharjan Demak?
4. Apakah diferensiasi produk, harga, dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada batik Mlatiharjan Demak?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah diferensiasi produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada batik Mlatiharjan Demak.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada batik Mlatiharjan Demak.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada batik Mlatiharjan Demak.
4. Untuk mengetahui apakah diferensiasi produk, harga, dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada batik Mlatiharjan Demak.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi Penulis

Dapat membandingkan antara teori dan kenyataan yang terjadi di lapangan serta dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis.

b. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan menambah kepustakaan sebagai bahan untuk penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh diferensiasi produk, harga, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada batik Mlatiharjan Demak.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Dapat memberikan pengalaman dan pengetahuan bagi penulis, serta dapat dijadikan bahan acuan bagi peneliti yang lainnya.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan konsep mengenai diferensiasi produk, harga, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada batik Mlatiharjan Demak.

## E. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah serta mendapatkan gambaran secara keseluruhan, maka Untuk mendapatkan ilustrasi atau gambaran dari masing-masing bagian serta yang saling berhubungan, maka sistematika penulisan ini

### 1. Bagian Awal

Bagian awal dalam penelitian ini terdiri dari: halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, dan halaman daftar isi.

### 2. Bagian Isi

Pada bagian isi terdapat lima bab, dan antara bab satu dengan bab yang lain saling berhubungan. Kelima bab tersebut terdiri dari:

#### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Pada bagian bab 1 memuat adanya uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bagian bab II berisi tentang penjelasan teori dari variabel independen maupun variabel dependen, kajian riset penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan pengembangan hipotesis.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bagian bab III memaparkan mengenai jenis dan pendekatan penelitian, adanya *setting* penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrumen, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang objek penelitian, deskripsi hasil data penelitian, uji validitas dan reliabilitas instrumen, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.