

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Industri batik selain sebagai bentuk upaya tanggung jawab atas pelestarian batik sebagai warisan UNESCO ternyata juga memiliki nilai ekonomi didalamnya. Industri batik telah berkontribusi dalam membuka lapangan pekerjaan untuk menyerap tenaga kerja lokal dimana bertempat di banyak daerah di Indonesia (Eskak et al,2020). Batik di Srikandi, Ngasto Tirto, dan Dewa berasal dari berbagai jenis kategori industri baik skala besar, menengah, kecil hingga skala rumah tangga (Apriyani, 2018).

UMKM batik ini berlokasi di Loano, Grabag dan Kemiri, untuk UMKM berada di Loano bernama batik Dewa, untuk UMKM batik yang berlokasi di Grabag Bernama batik Ngasto Tirto dan untuk UMKM yang berada di Kemiri bernama batik Srikandi. Ketiga UMKM tersebut dapat memproduksi tiga jenis mulai dari jenis batik cap, tulis, hingga *ecoprint*.

UMKM juga ikut serta dalam pelestarian batik, disisi lain UMKM batik juga memiliki misi yaitu:

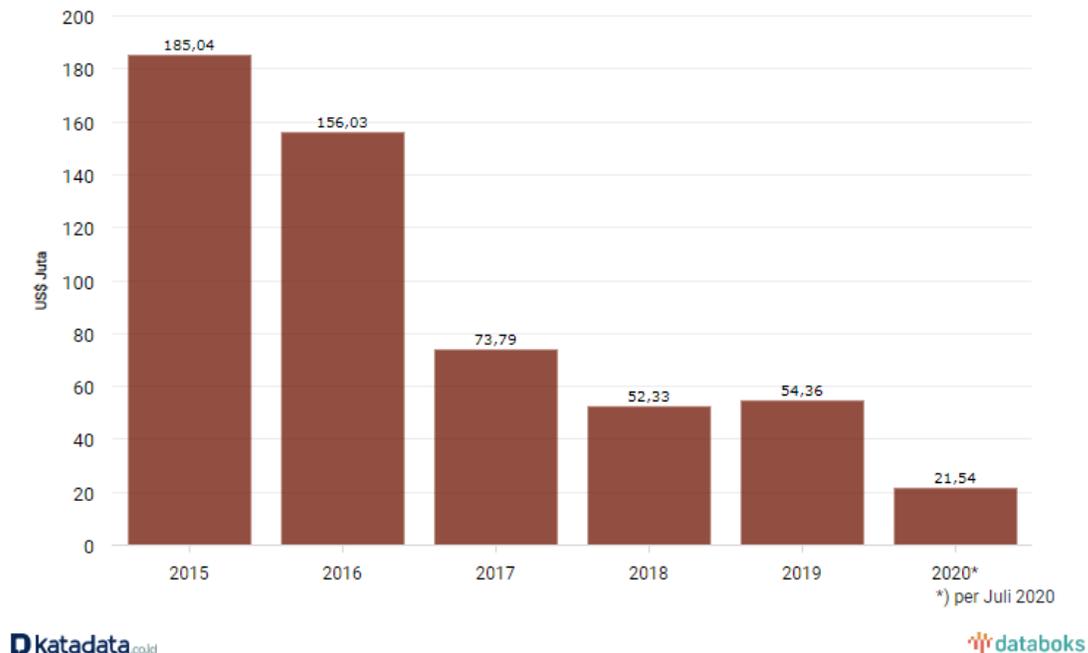
1. Pengenalan seni batik untuk masyarakat lokal maupun internasional
2. Melestarikan seni batik tradisional
3. Mendorong negara-negara untuk mendapatkan lebih banyak uang di luar negeri
4. Berusahalah untuk meningkatkan standar lingkungan di sekitar Anda

Untuk mencapai misi tersebut, UMKM batik menerapkan strategi:

1. Strategi jangka pendek dengan tidak mengubah kapasitas produksi
2. Strategi dengan waktu yang panjang, yaitu menambah kapasitas produksi menjadi lebih besar.

## 1.2 Latar belakang Penelitian

Penetapan yang dilakukan UNESCO terhadap batik sebagai warisan budaya tak benda (Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Non bendawi) pada 2009 menjadi titik cerah bagi industri batik Indonesia untuk bangkit kembali. Yang mana dengan adanya penetapan tersebut sebagai pengakuan internasional terhadap batik memberi pengaruh positif terhadap jumlah permintaan batik (Salma dan Eskak, 2020; Sulyanto et al.,2015). Hal tersebut selain dikarenakan peraturan mengenai penggunaan batik dihari tertentu seperti Hari Batik Nasional, masyarakat dari berbagai kalangan mulai menunjukkan ketertarikan untuk mengenakan batik pasca penetapan UNESCO. Akan tetapi dalam hal ekspor, batik Indonesia mengalami penurunan bahkan sebelum pandemi Covid-19 berlangsung. Berikut gambar 1.2 merupakan gambar penurunan nilai eskpor batik selama tahun 2015-2018:



**Gambar 1.2.1 Penurunan nilai eskpor batik selama tahun 2015-2018**

Sumber: Lidwina (2020)

Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bagaimana jumlah ekspor batik Indonesia bisa terus menurun yakni berjumlah US\$ 185,04 juta pada tahun 2015 dan terus mengalami penurunan menjadi US\$ 156,03 juta pada 2016, US\$ 73,79 juta pada 2017, US\$ 52,33 pada 2018. Angka ekspor membaik pada 2019 yakni naik menjadi US\$ 54, 36 juta, akan tetapi kembali mengalami penurunan yang jauh yakni menjadi US\$ 21,54 juta. Yang mana salah satu penyebab utamanya adalah pandemi Covid-19. Industri batik Indonesia yang masih jauh dari ‘ramah lingkungan’ Industri batik selain sebagai bentuk upaya tanggung jawab atas pelestarian batik sebagai warisan UNESCO ternyata juga memiliki nilai ekonomi didalamnya. Industri batik telah berkontribusi dalam hal penciptaan lapangan kerja ataupun menyerap tenaga kerja lokal di berbagai daerah di Indonesia (Eskak et al, 2020). Batik di Indonesia berasal dari berbagai jenis kategori industri baik skala besar, menengah, kecil hingga skala rumah tangga (Apriyani, 2018).

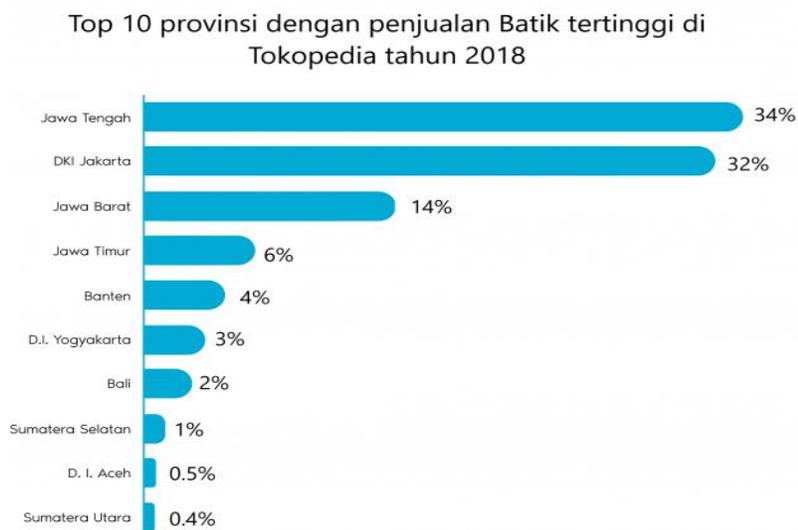
Data penjualan produk batik meningkat pada tahun 2018 apabila dilakukan sebuah perbandingan pada tahun-tahun sebelumnya, hal ini dapat diperkirakan akan terus berkembang hingga tahun berikutnya, namun jika dibandingkan dengan data ekspor batik pada tahun 2015-2020 mengalami penurunan, hal ini dikarenakan masyarakat Indonesia sering menggunakan baju batik untuk kegiatan pernikahan, lahiran, dan lain sebagainya. Disamping itu penjualan batik meningkat sebesar 35 kali dari tahun 2014 hingga 2018 pada situs *e-commerce* tokopedia. Berikut gambar 1.2.2 merupakan gambar dari pertumbuhan penjualan batik di Tokopedia selama 2014-2018:



**Gambar 1.2.2 Pertumbuhan Penjualan Batik di Tokopedia 2014-2018**

*Sumber:* Adriennawati (2018)

Berikut gambar 1.2.3 merupakan gambar top 10 provinsi dengan penjualan Batik tertinggi di Tokopedia tahun 2018:



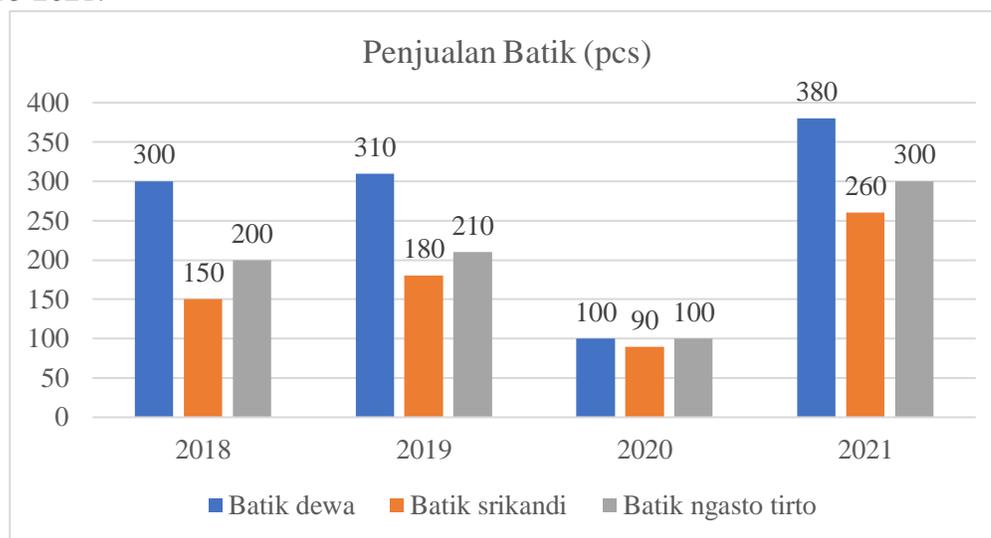
**Gambar 1.2.3 Top 10 provinsi penjualan batik tertinggi**

*Sumber:* Adriennawati (2018)

Data penjualan batik tersebar dari seluruh daerah di Indonesia, berdasarkan dari hasil data yang diperoleh, daerah Jawa Tengah merupakan daerah yang memiliki data

penjualan batik yang tertinggi di Indonesia. Kenaikan tersebut dapat mendorong para pembuat batik untuk memproduksi batik dengan kualitas lebih bagus lagi dikarenakan antusias masyarakat tiap tahun kian naik (Adriennawati, 2018).

Provinsi penghasil batik terbanyak adalah Provinsi Jawa Tengah, salah satunya di Kabupaten Purworejo. Sektor Industri UMKM batik dapat melakukan sebuah pemberian atas kontribusi secara signifikan terkait dengan pendapatan asli pada daerah Kabupaten Purworejo. Berikut gambar 1.2.4 merupakan gambar grafik penjualan batik 2018-2021:



**Gambar 1.2.4 Grafik penjualan batik**

*Sumber:* Data primer penulis (2022)

Berdasarkan grafik penjualan UMKM batik dewa, batik ngasto tirto dan srikandi data diperoleh dengan menanyakan langsung kepada pemilik UMKM batik dewa, batik ngasto tirto, maupun batik srikandi dari gambar grafik dari tahun 2018 ke 2019 dapat dinyatakan adanya peningkatan penjualan batik, namun pada tahun 2020 mengalami penurunan karena adanya kasus covid-19 menjadikan permintaan batik menurun, namun pada tahun 2021 permintaan batik kembali meningkat karena kasus covid-19 menurun tingkat penyebarannya sehingga masyarakat hampir sepenuhnya kembali ke aktivitas seperti biasa.

Kinerja perusahaan maupun UMKM dapat mengevaluasi dengan cara melihat laporan keuangan. Informasi mengenai kedudukan keuangan pada masa yang sudah berlalu serta indikator keuangan seringkali dijumpai dapat memenuhi dividen, upah, nilai harga dan perusahaannya.

Kinerja sosial merupakan bentuk tanggung jawab moral yang berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi, pemberdayaan karyawan, dan kesejahteraan masyarakat dan komunitas melalui keadilan sosial dan praktik etis. Meskipun hal ini dapat mengurangi risiko, hal ini juga dapat meningkatkan keberlanjutan dan efisiensi operasi perusahaan. Menurut Lindawati dan Puspita (2015), CSR adalah komitmen perusahaan untuk memfokuskan keberlanjutan perusahaan pada kinerja keuangan dengan tetap mempertahankan hubungan serasi serta seimbang dengan memperhatikan nilai norma masyarakat, budaya, dan lingkungan masyarakat itu sendiri.

Inovasi hijau dimana secara lingkungan, merupakan perusahaan industri yang dapat berfungsi secara normal dan tumbuh dengan cara yang tidak merusak lingkungan. Hal ini merupakan kemampuan dalam hal menerapkan pendekatan baru terhadap masalah maupun peluang supaya dapat memajukan kesejahteraan manusia adalah inti dari inovasi, seperti yang didefinisikan oleh Zimmerer dan Scarborough (2005). Kemampuan untuk mengenali dan memanfaatkan sinergi dan keterbukaan adalah mesin yang mendorong proses inovasi. Inovasi hijau dapat diukur dengan menentukan apakah perusahaan telah meminimalkan penggunaan sumber daya listrik, air, minyak, batu bara, serta sumber daya lainnya yang terdapat dalam proses produksi, dan apakah telah meminimalkan limbah atau emisi zat berbahaya bagi lingkungan, dengan mencoba mendaur ulang limbah untuk produksi. Inovasi hijau dipandang sebagai kekuatan perusahaan, yang diwujudkan dalam kemampuan untuk menonjol dari yang lain adalah yang membedakan produk ramah lingkungan. Output perusahaan mungkin naik sebagai akibat dari keuntungan ini juga.

Penelitian yang dilaksanakan oleh Santoso (2017) mengatakan bahwa ketidakefisienan penggunaan pewarna malam pada pembuatan batik karena adanya sisa malam yang tercecer dan tidak digunakan kembali. Dengan melihat hasil wawancara dimana dilaksanakan Bersama pemilik umkm batik, sistem pengolahan limbah yang dilakukan belum efektif. Hal ini menyebabkan pencemaran air di lingkungan sekitar akibat produksi batik yang menghasilkan limbah dari awal proses hingga selesainya proses produksi.

Dampak limbah industri seringkali menimbulkan masalah salah satunya dampak yang dirasakan pada desa Sumberejo dan Mundu, hal ini menyebabkan mereka gagal panen. Mereka menuding bahwa limbah pabrik tapioka tidak melakukan IPAL (Instalasi Pengolahan Air Limbah) atau pengolahan limbahnya dilakukan secara tidak benar, masalah ini dapat dicontohkan sebagai pembelajaran kepada para UMKM maupun industri lainnya (Asmara, 2019). Berikut gambar 1.2.5 merupakan gambar salah satu warga yang membawa air sampel dari persawahan guna dijadikan barang bukti.



**Gambar 1.2.5 Sampel air yang mencemari lingkungan dari Pabrik Tapioka**

*Sumber: Asmara (2019)*

Foto tersebut merupakan air dari sawah yang dijadikan sampel dan barang bukti limbah Pabrik Tapioka yang menyebabkan para petani gagal panen, efek samping pada lingkungan yang terjadi adalah adanya air berubah warna dan di penuh jentik nyamuk.

Berdasarkan hasil wawancara kepada salah satu produsen batik srikandi mengenai penerapan inovasi hijau terhadap produk buatan mereka, wawancara ini dilakukan pada bulan November tahun 2021 kepada salah satu pemilik UMKM yaitu Ibu Dian beliau menyatakan bahwa produk batik di srikandi mempunyai inovasi baru dalam penerapan inovasi hijau yaitu salah satunya dengan melakukan *ecoprint*, dan penggunaan pewarna alami dengan memanfaatkan getah pohon karet serta dicampur dengan kulit manggis dan semacamnya untuk mengeluarkan warna alami.

Guna membangun lingkungan berkelanjutan, UMKM dituntut untuk memiliki kemampuan dalam melakukan produksi sebuah produk yang memiliki mutu tinggi serta mempunyai daya saing yang unggul serta memberikan dampak yang baik bagi lingkungan. Sehingga perlu adanya langkah untuk menghasilkan produk hijau yang dimulai dari produksi hingga sampai ketangan konsumen. Disisi lain kegiatan produksi batik tetap pada standar ramah lingkungan, salah satunya adalah dengan pengadaan IPAL (Instalasi Pengolahan Air Limbah) yang masih menjadi hambatan bagi pemerintah setempat. Hal itu dapat dilihat salah satunya dari bagaimana upaya pemerintah kota dalam membangun IPAL baik komunal hingga IPAL mini yang terus mengalami penambahan setiap tahunnya masih kurang untuk mengimbangi. Berikut merupakan gambar pengolahan limbah UMKM batik:



**Gambar 1.2.6 Pengolahan limbah batik**

*Sumber:* Data primer penulis (2022)

*Green Performance* yakni terdapat *green brand trust*. *Green brand trust* sendiri ialah sebuah indikator utama pada belanja konsumen. Individu yang telah mengembangkan kepercayaan semacam ini di pasar biasanya berasumsi bahwa pelanggan akan bertindak dengan cara yang konsisten dengan harapan mereka. Keyakinan individu pada kemampuan produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan mereka dan memenuhi kebutuhan orang lain adalah landasan di mana semua pertimbangan dan harapan lainnya dibangun, yang pada akhirnya menghasilkan perilaku pelanggan yang setia dan setia (Pratama, 2014). Pelanggan lebih cenderung memiliki kepercayaan pada suatu produk jika mereka tahu produk tersebut telah mendapatkan "kepercayaan hijau" dari pelanggan lain, yang telah melihat dampak positifnya terhadap lingkungan (Chen, 2015). *Green trust* dapat didefinisikan sebagai kepercayaan konsumen terhadap kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan mereka terhadap produk dan layanan yang ramah lingkungan. Sampai pelanggan yakin akan manfaat perkuatan hijau, perusahaan akan berjuang untuk mendapatkan kepercayaan mereka. Harus ada semacam pengungkapan kepada konsumen tentang dampak lingkungan dari produk hijau sebelum mereka dipercaya (Chen, 2015).

Berdasarkan hasil survey lokasi dengan pemilik batik srikandi, ngasto tirto, dan dewa telah menggunakan *eco-product innovative*, dan *green performance* dalam produksinya. Proses produksi pada UMKM telah menerapkan sistem reuse dalam penggunaan malam, dan penggunaan pewarna alami yang didapatkan dari getah pohon karet, penggunaan air celupan yang digunakan beberapa kali dalam satu hari, penggunaan pewarna yang berkali-kali dalam proses pencelupan serta *recycle*, dan pemanfaatan sisa kain perca batik terdapat produk dimana mempunyai nilai jual.

Penggunaan *eco-product innovativeness, social, green performacne* di UMKM Batik di Purworejo masih terbilang belum efektif sehingga perlu adanya penilaian dengan pendekatan *eco-product innovativeness, social, dan green performance* terhadap *business performances*. Penerapan model ini diidentifikasi dengan berbagai kategori kinerja rantai pasok saat proses rantai pasok perusahaan, maka bisa dilaksanakan sebuah evaluasi kinerja perusahaan.

Dengan melihat hasil penjelasan diatas, sehingga disini peneliti merasa tertarik dalam hal melaksanakan penelitian yang memiliki judul “Analisis keterkaitan *eco-product innovativeness, social, dan green performance* terhadap *business performances* di UMKM Batik Purworejo”.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Menurut Liu et al. (2020) dan Singh et al. (2020) dalam Afum et al. (2021) inovasi sering dianalisis melalui beragam perspektif, termasuk inovasi produk ramah lingkungan (EPI), inovasi proses lingkungan, inovasi teknologi lingkungan, dan inovasi pasar. Menurut Centobelli et al. (2019) dalam Afum et al. (2021) EPI dipertimbangkan karena hasil inovasi produk lebih terlihat oleh pelanggan yang berorientasi lingkungan dan berpotensi mempromosikan akses ke pasar baru.

UMKM batik Srikandi, Ngasto Tirto, dan Dewa, dalam melakukan produksi tidak bisa dipungkiri dengan terjadinya dampak negatif terhadap lingkungan baik dari internal atau ketidakpastian lingkungan. Sehingga UMKM batik srikandi, ngasto tirto,

dan dewan cocok dijadikan sebagai objek pelaksanaan *eco-product innovativeness*, *social*, dan *green performances* sebagai salah satu cara mengetahui pengaruh metode sesudah dan sebelum pengimplementasi metode tersebut.

Hasil penelitian sebelumnya yang ditulis oleh (Afum *et al.* 2021) penelitian dengan judul “*Nexus between lean operations, eco-product innovativeness, social, green and business performances: an empirical evidence from Ghanaian manufacturing SMEs*”. Pada penelitian tersebut memperoleh hasil penelitian bahwasannya *eco-product innovativeness*, *social*, *lean*, dan *green performance* memiliki pengaruh terhadap *business performance*. Hal ini yang menjadikan kesimpulan bahwa keberhasilan penerapan praktik tersebut menghasilkan pengaruh positif bagi pelaku UMKM.

#### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Dari penjelasan latar belakang masalah dimana sudah diberikan sebuah penjelasan sebelumnya, sehingga rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Apakah *eco-product innovativeness* berpengaruh signifikan terhadap *business performances* di UMKM batik di Kabupaten Purworejo?
2. Apakah *eco-product innovativeness* berpengaruh signifikan terhadap *green performance* di UMKM batik di Kabupaten Purworejo?
3. Apakah *eco-product innovativeness* berpengaruh signifikan terhadap *social performance* di UMKM batik di Kabupaten Purworejo?
4. Apakah *social performance* berpengaruh signifikan terhadap *business performances* di UMKM batik di Kabupaten Purworejo?
5. Apakah *green performance* berpengaruh signifikan terhadap *business performances* di UMKM batik di Kabupaten Purworejo?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Dengan berlandaskan pada rumusan masalah yang telah dijelaskan, sehingga tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh *eco-product innovativeness* apakah berpengaruh signifikan terhadap *business performances* UMKM batik di Kabupaten Purworejo
2. Untuk mengetahui pengaruh *eco-product innovativeness* apakah berpengaruh signifikan terhadap *green performance* UMKM batik di Kabupaten Purworejo
3. Untuk mengetahui pengaruh *eco-product innovativeness* apakah berpengaruh signifikan terhadap *social performance* UMKM batik di Kabupaten Purworejo
4. Untuk mengetahui pengaruh *social performance* apakah berpengaruh signifikan terhadap *business performances* UMKM batik di Kabupaten Purworejo
5. Untuk mengetahui pengaruh *green performance* apakah berpengaruh signifikan terhadap *business performances* UMKM batik di Kabupaten Purworejo

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Aspek Teoritis**

Penelitian ini memiliki harapan supaya bisa memberikan sebuah tambahan atas wawasan dan pemahaman terkait pengimplementasian *eco-product innovativeness*, *social*, *Green performance* serta dapat dijadikan acuan untuk melakukan penelitian dengan topik *eco-product innovativeness*, *social*, *green performance* menggunakan objek penelitian yang berbeda.

### **1.6.2 Aspek Praktis**

Manfaat bagi bisnis dan hasil kebijakan yang bermanfaat diantisipasi dari penelitian ini kinerja produksi dengan mengetahui dampak dari penerapan *eco-product innovativeness*, *social*, dan *green performance*.

## **1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Pembahasan yang ada dipenelitian ini terbagi menjadi lima bab dimana nantinya dibagi kembali menjadi sub-bab apabila diperlukan. Sistematika penulisan tugas akhir dapat dijabarkan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mulai dari gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan teori yang akan digunakan serta menjadi acuan penelitian ini serta penelitian terdahulu yang nantinya akan tercipta kerangka pemikiran.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai metode serta teknik pengumpulan data serta pengolahan data yang akan digunakan oleh penulis.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan hasil pengolahan data yang sudah diperoleh serta keterkaitannya dengan variabel yang diuji

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari keseluruhan penelitian serta saran untuk perusahaan yang terkait.