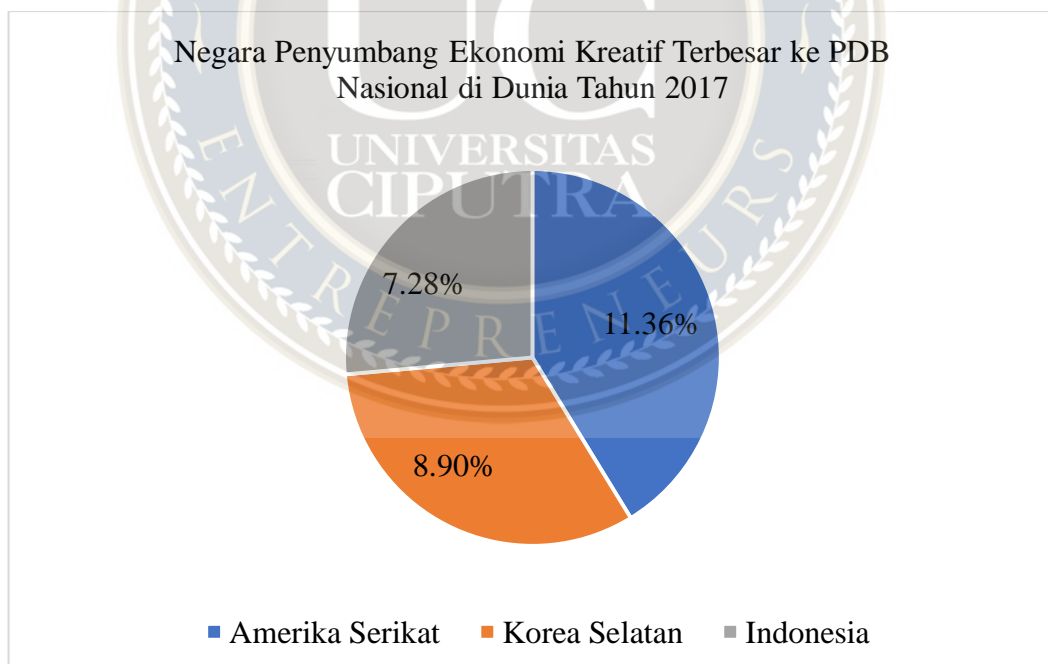


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kreatif di Indonesia sedang mengalami peningkatan tiap tahunnya. Faktanya pada tahun 2017, Indonesia masuk dalam tiga negara di dunia yang mampu memberikan kontribusi ekonomi kreatif terbesar ke PDB Nasional. Meski berada di posisi ke-3, Indonesia sudah termasuk negara yang hebat. Dimana Indonesia mampu menyaingi negara-negara lain, dalam urusan kontribusi ekonomi kreatif ke PDB Nasional. Lalu dua negara lainnya yang berada di posisi pertama dan kedua, merupakan negara Amerika Serikat dan Korea Selatan (Yasyi, 2020).

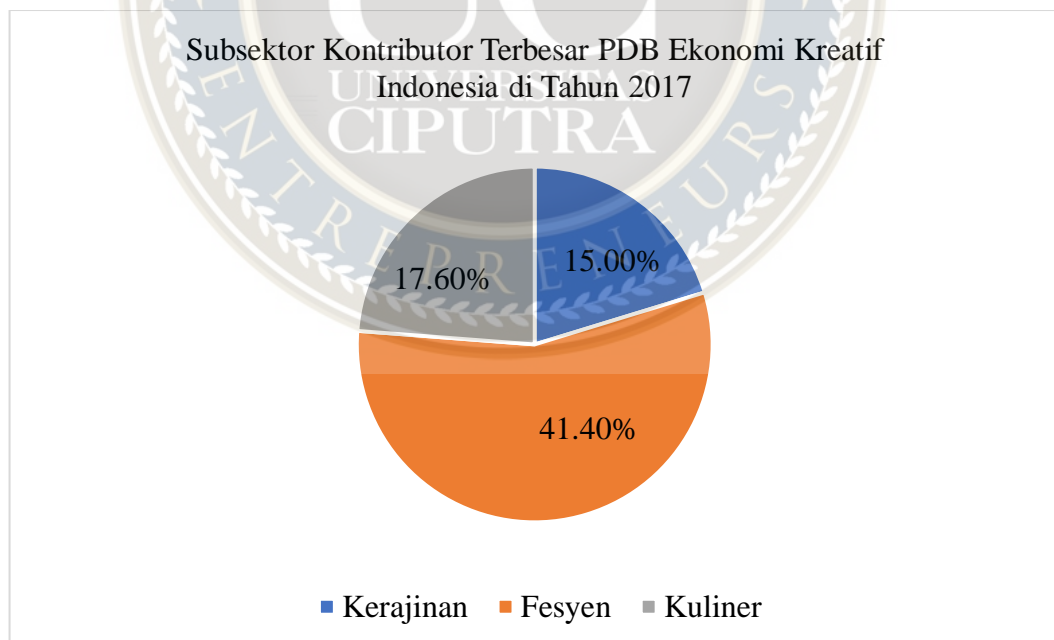


Gambar 1. 1 Grafik Negara Penyumbang Ekonomi Kreatif Terbesar ke PDB Nasional di Dunia

Sumber: Good News From Indonesia, 2020

Pada Gambar 1.1 dapat diketahui bahwa, pada tahun 2017 Indonesia menyumbang sebesar 7,28% ekonomi kreatif ke PDB Nasional. Lalu di posisi kedua ada Korea Selatan yang menyumbang sebesar 8,90%, dan di posisi pertama ada Amerika Serikat dengan total 11,36% ekonomi kreatif ke PDB Nasional di Dunia. Definisi dari industri kreatif adalah industri yang berasal dari kreativitas, keahlian serta bakat individu yang mempunyai potensi kekayaan dan penciptaan lapangan kerja melalui generasi serta eksploitasi kekayaan intelektual (Parrish, 2021).

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) yang dikeluarkan oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) pada tahun 2017, ada tiga kontributor utama PDB ekonomi kreatif di Indonesia yaitu subsektor kerajinan, fesyen, kuliner.

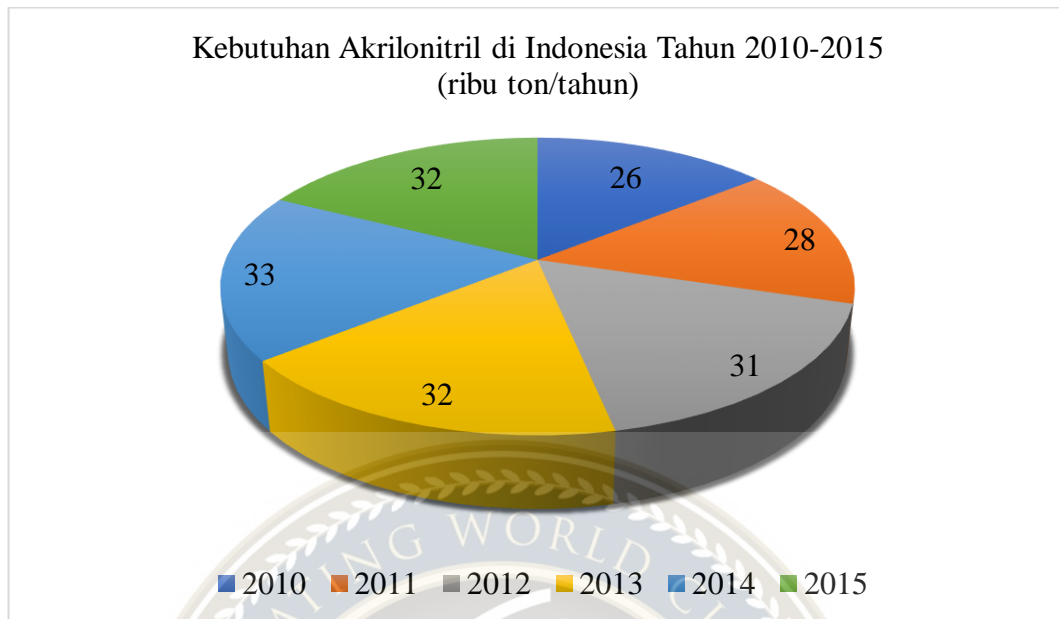


Gambar 1. 2 Grafik Subsektor Kontributor Terbesar PDB Ekonomi Kreatif Indonesia

Sumber: Good News From Indonesia, 2020

Pada Gambar 1.2 dapat diketahui bahwa, fesyen menjadi subsektor yang paling berkontribusi besar pada PDB ekonomi kreatif di Indonesia. Dengan jumlah sebesar 41,40% mengindikasikan bahwa subsektor fesyen termasuk yang paling maju di Indonesia. Kemudian yang berada di posisi kedua ada subsektor kuliner dengan 17,60% dan posisi ketiga ada subsektor kerajinan dengan 15,00%. Menurut data dari *Opus Creative Economy Outlook 2020*, PDB Indonesia akan mendapat sumbangan yang mencapai 1.100 triliun rupiah hanya dari sektor industri ekonomi kreatif Indonesia. Dimana sumbangan terbesar akan berasal dari subsektor kuliner, fesyen, dan kerajinan.

Di Indonesia tidak hanya industri kreatif yang mengalami kemajuan, tetapi ada industri polimer yang juga mengalami kemajuan. Industri polimer adalah industri yang memproduksi barang-barang berbahan dasar plastik, dengan menggunakan molekul identik yang disebut monomer (Raihan, 2018). Di industri polimer, ada senyawa organik yang sangat dibutuhkan di Indonesia tiap tahunnya. Senyawa organik tersebut bernama akrilonitril. Akrilonitril merupakan senyawa organik yang berupa cairan bening atau tak berwarna, dan memiliki sifat reaktif, mudah terbakar dan korosif. Senyawa ini biasa digunakan dalam pembentukan bahan kimia lain yaitu, plastik, karet sintetik, dan serat akrilik (Indah & Paramita, 2017).



Gambar 1. 3 Data Kebutuhan Akrilonitril di Indonesia

Sumber: Reference Analysis of Business in Indonesia

Pada Gambar 1.3 dijelaskan bahwa, kebutuhan akan senyawa akrilonitril di Indonesia meningkat tiap tahunnya. Dimana di tahun 2010, kebutuhan akan akrilonitril sebesar 26,000 ton, tahun 2011 sebesar 28,000 ton, 2012 sebesar 31,000 ton, 2013 sebesar 32,000 ton, 2014 sebesar 33,000 ton dan 2015 sebesar 32,000 ton. Lalu dari hasil ekstrapolasi yang dilakukan oleh PT. Citra Cendekia Indonesia, menunjukkan bahwa kebutuhan akan senyawa ini akan bertambah menjadi 39,990,46 ton di tahun 2020.

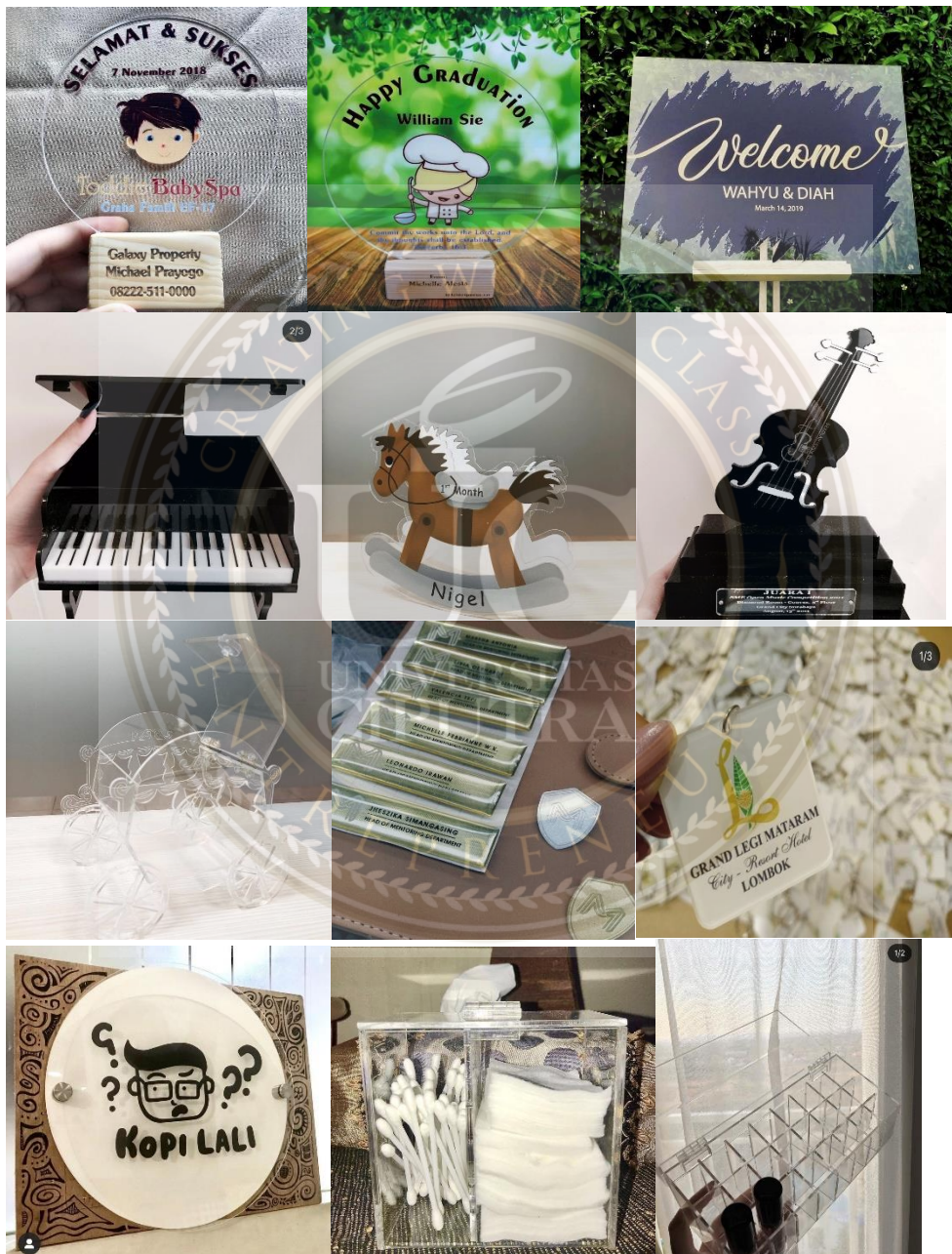
Dengan melihat peluang yang besar pada perekonomian Indonesia di bidang industri kreatif dan industri polimer, Letterpress pun terbentuk di tahun 2018. Letterpress adalah bisnis yang bergerak di bidang industri kreatif, dengan memproduksi produk dari bahan dasar akrilik. Produk akrilik yang diproduksi, dapat menyesuaikan bentuk yang diinginkan oleh pelanggannya.

Prosedur pemesanan *online* di Letterpress pun cukup mudah. Pertama, pelanggan akan mengirim pesan ke Letterpress.co di Instagram. Kemudian *admin* akan bertugas membalas chat pelanggan dan membahas perihal *design, quantity, price*, alamat pelanggan dan waktu pembuatan produk. Setelah semua *fix*, *admin* akan memberikan nomor rekening dari Letterpress kepada pelanggan. Kemudian pelanggan tersebut harus membayar DP sebesar 50% dahulu, baru setelah itu pesanan akan diproses. Ini bertujuan untuk menghindari pelanggan yang memesan, lalu menghilang disaat produk sudah selesai dibuat.

Definisi dari akrilik adalah suatu bahan yang terbuat dari resin sintetis, serat tekstil, serat akrilik dan terbuat dari polimer asam akrilik atau akrilat (Kamus Oxford, 2020). Akrilik adalah sejenis plastik, kain, fiber, atau cat yang dibuat dari bahan asam akrilik (Vocabulary.com, 2021). Keunggulan yang dimiliki oleh akrilik (Richard, 2020), yaitu:

1. Daya tahan benturan lebih kuat dari kaca,
2. Ramah lingkungan dapat didaur ulang,
3. Tahan di berbagai cuaca,
4. Tidak bereaksi terhadap cahaya matahari,
5. Tahan akan reaksi kimia,
6. Tidak ada yang mengandung racun,
7. Perawatan mudah,
8. Kejernihan bertahan lama,
9. Bobotnya lebih ringan,
10. Lentur dan mudah dalam pembentukan.

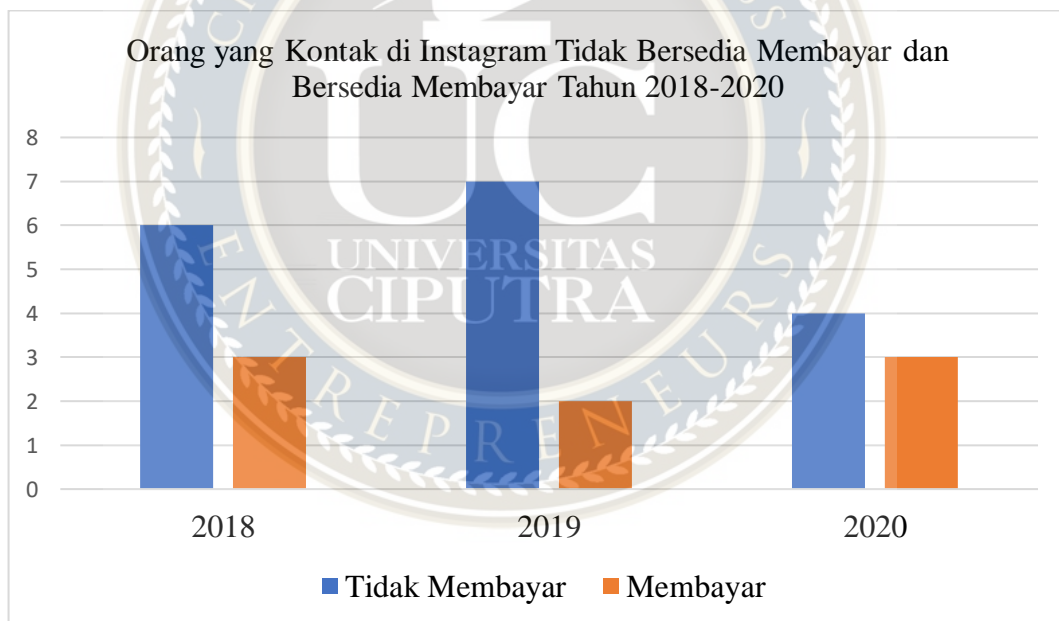
Produk-produk yang sudah pernah diproduksi di Letterpress yaitu, plakat, gantungan kunci, gantungan tas, *make up organizer*, *standing banner wedding*, piala, *merchandise*, *invitation & souvenir 3D*, *name tag* dan lainnya.



Gambar 1. 4 Produk-Produk yang Sudah Diproduksi Letterpress

Sumber: data diolah

Letterpress sudah beroperasi lebih dari dua tahun, dengan penjualan yang lumayan banyak di setiap tahunnya. Tetapi, tidak sedikit juga kendala yang dihadapi oleh Letterpress. Dimana kendala terbesar yang kerap kali dihadapi yaitu, terjadinya *cancel* pembayaran. Padahal pelanggan tersebut sudah banyak berbincang dengan *admin* Letterpress, perihal harga, *quantity* dan *design*. Tetapi disaat sudah akan membayar dp setengah harga dari pesanan, mereka tiba-tiba membatalkan pesanan tersebut, tidak jadi membayar, bahkan ada yang langsung menghilang dan tidak membalas *chat* dari *admin*. Dari permasalahan tersebut dapat disimpulkan bahwa, kesediaan untuk membayar pada pelanggan masih kurang.

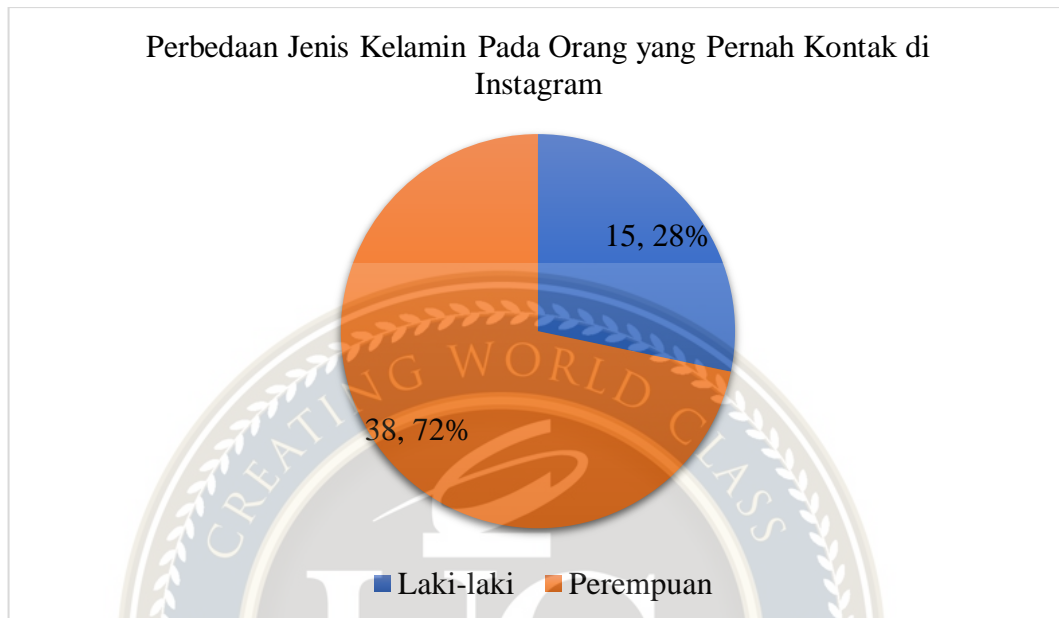


Gambar 1. 5 Data Orang yang Kontak di Instagram Tidak Jadi Membayar dan Jadi Membayar

Sumber: data diolah

Pada Gambar 1.5 dijelaskan bahwa, tahun 2018 terjadi kontak antara calon pembeli dengan *admin* instagram Letterpress. Dimana selama tahun 2018, ada sebanyak 6 orang yang tidak membayar dan 3 orang yang membayar. Kemudian di tahun 2019, ada sebanyak 7 orang yang tidak membayar dan 2 orang yang

membayar. Lalu di tahun 2020, ada sebanyak 4 orang yang tidak membayar dan 3 orang yang membayar.

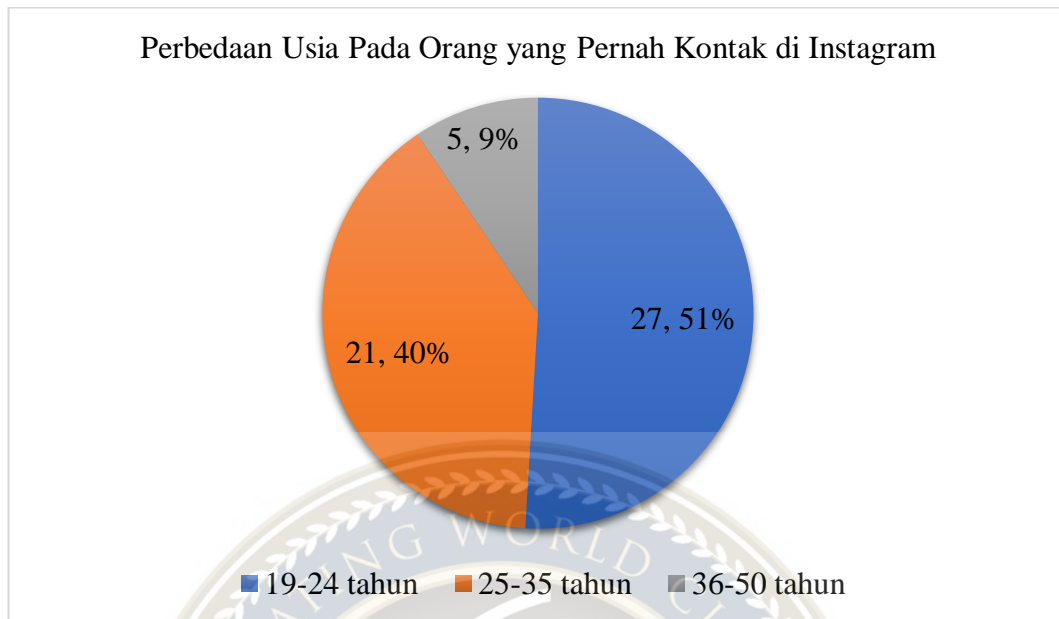


Gambar 1. 6 Data Perbedaan Jenis Kelamin Pada Orang yang Pernah Kontak dengan Letterpress

Sumber: data diolah

Pada Gambar 1.6 dijelaskan bahwa, adanya perbedaan jenis kelamin pada orang yang pernah kontak di instagram. Dimana jumlah jenis kelamin laki-laki ada 15 orang dengan persentase 28%, dan perempuan ada 38 orang dengan persentase 72%.

Konsumen Letterpress datang dari berbagai macam profesi. Ada yang berprofesi sebagai mahasiswa, dosen, guru, pemilik hotel, pegawai asuransi, *influencer*, pegawai swasta, *make up artist*, dan lainnya.



Gambar 1. 7 Data Perbedaan Usia Pada Orang yang Pernah Kontak di Instagram

Sumber: data diolah

Pada Gambar 1.7 dijelaskan bahwa, adanya perbedaan usia pada orang yang pernah kontak di instagram. Dimana usia 19-24 tahun ada sebanyak 27 orang dengan persentase 51%, usia 25-35 tahun ada 21 orang dengan persentase 40%, dan usia 36-50 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 9%.

Kesediaan untuk membayar dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain, yaitu jumlah anggota keluarga (Sandhyavitri, Putri, Fauzi, & Sitikno, 2016; Oktaviani & Saptutyingsih, 2018), pendapatan (Sandhyavitri, Putri, Fauzi, & Sitikno, 2016; Aziizah & Saptutyingsih, 2018; Suryani, 2017; Rahayu, Hapsari, & Adam, 2017; Oktaviani & Saptutyingsih, 2018), pendidikan (Aziizah & Saptutyingsih, 2018; Suryani, 2017; Rahayu, Hapsari, & Adam, 2017; Oktaviani & Saptutyingsih, 2018), usia (Suryani, 2017; Rahayu, Hapsari, & Adam, 2017), jenis kelamin (Rahayu, Hapsari, & Adam, 2017; Oktaviani & Saptutyingsih, 2018), dan pekerjaan (Rahayu et al., 2017).

Dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti terdahulu, variabel yang signifikan mempengaruhi kesediaan untuk membayar adalah *Socioeconomic Status* (SES) yang terdiri dari usia, jenis kelamin, pendidikan dan pendapatan, sehingga peneliti memutuskan untuk meneliti perbedaan kesediaan untuk membayar berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan dan pendapatan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis akan meneliti mengenai “Kesediaan untuk Membayar Produk Akrilik Pada Konsumen Letterpress”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah ada perbedaan kesediaan untuk membayar produk akrilik pada konsumen Letterpress berdasarkan usia?
2. Apakah ada perbedaan kesediaan untuk membayar produk akrilik pada konsumen Letterpress berdasarkan jenis kelamin?
3. Apakah ada perbedaan kesediaan untuk membayar produk akrilik pada konsumen Letterpress berdasarkan tingkat pendidikan?
4. Apakah ada perbedaan kesediaan untuk membayar produk akrilik pada konsumen Letterpress berdasarkan tingkat pendapatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang sudah ditentukan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan kesediaan untuk membayar produk akrilik pada konsumen Letterpress berdasarkan usia.
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan kesediaan untuk membayar produk akrilik pada konsumen Letterpress berdasarkan jenis kelamin.
3. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan kesediaan untuk membayar produk akrilik pada konsumen Letterpress berdasarkan tingkat pendidikan.
4. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan kesediaan untuk membayar produk akrilik pada konsumen Letterpress berdasarkan tingkat pendapatan.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Untuk menguji perbedaan usia, jenis kelamin, pendidikan dan pendapatan terhadap kesediaan untuk membayar. Penelitian ini pun diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi bidang ilmu marketing, dan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang meneliti variabel sejenis.

Dari hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pemahaman mengenai hal-hal yang berhubungan dengan teori *Socioeconomic Status* (SES) yang terdiri dari usia, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan dan variabel kesediaan untuk membayar.

b. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan *insight* bagi Letterpress tentang adanya perbedaan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan terhadap kesediaan untuk membayar produk akrilik pada konsumen

Letterpress, sehingga memudahkan Letterpress dalam menentukan target konsumen yang tepat.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Socioeconomic Status (SES) yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari variabel usia, jenis kelamin, pendidikan dan pendapatan.

