

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejak awal November 2016 pimpinan Rutan negara kelas IIB Sumenep membentuk kelompok kreatif yang anggotanya warga binaan pemasyarakatan guna memproduksi kerajinan tangan. Selain kerajinan tangan berupa rajutan, pecut, dan layang-layang, kelompok kreatif warga binaan pemasyarakatan itu juga memproduksi batik tulis. "Untuk batik, mulai desain motif hingga pewarnaannya dilakukan warga binaan kami. Namun, untuk batik belum dipasarkan karena produksinya masih terbatas.

Di era globalisasi ini kurang nya minat dan kecintaan terhadap batik-batik di Indonesia khususnya di kalangan para remaja. padahal batik memiliki nilai jual yang tinggi dan dapat di perhitungkan di negara-negara lain. untuk mengatasi hal ini, pengrajin akan memproduksi hasil desain kain batik sesuai dengan trend terkini dan memodifikasinya dengan berbagai jenis kain lainnya, sehingga konsumen dapat menggunakan batik di acara formal maupun nonformal dengan trend terkini. Dengan demikian, konsumen batik dari kalangan orang tua atau remaja memiliki daya tarik untuk menggunakan batik dengan tampilan yang modis. Dalam usaha ini produsen harus pintar-pintar mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen. Meskipun tak mudah dalam perusahaan meningkatkan produksinya. untuk itu, kami sangat mengutamakan akan kualitas produk dalam kreasi serta pelayanan.

Adapun alasan dalam usaha ini, saya buat atas dasar kecintaan saya terhadap batik di Indonesia dan saya ingin membudidayakan batik Indonesia. Batik yang bermanfaat dan bernilai jual tinggi. Dan agar batik selalu berada di hati masyarakat. Saya menyadari minimnya rasa cinta terhadap batik terutama para kalangan remaja. Dalam usaha ini akan memberitahu bahwa dengan menggunakan batik kita juga bisa berpenampilan modis, apalagi batik-batik sekarang di desain dengan trend terkini dengan perpaduan jenis kain batik lainnya. Sehingga para remaja pun dapat memiliki daya tarik untuk menggunakannya.

Batik merupakan salah satu karya seni asli milik bangsa Indonesia. Sebagai sebuah karya seni, batik mengandung nilai-nilai keindahan. Secara fisik, batik merupakan bahan tekstil hasil pewarnaan secara perintang dengan menggunakan lilin batik sebagai zat perintang, berupa batik tulis, batik cap atau kombinasi tulis dan cap. Desain atau motif yang terdapat pada sehelai kain batik kebanyakan dari nuansa alami yang inspirasinya diangkat dari alam, sehingga batik juga dianggap sebagai sebuah karya seni natural.

Bangsa Indonesia patut berbangga dengan keberagaman budaya yang tersebar di seluruh penjuru negeri, salah satunya akan budaya batik telah menjadi ciri khas dan aset budaya Indonesia. Selain menjadi warisan budaya, batik juga bisa menjadi sebuah bisnis usaha yang menjanjikan, Meski demikian, menekuni batik sebagai usaha maupun karya tidak semudah yang dibayangkan.

Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan. Pelanggan kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena pelanggan dihadapkan dengan berbagai pilihan berupa barang barang atau jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini penjual harus memberikan kualitas dan kepuasan terhadap suatu produk yang dapat diterima oleh konsumen, bila tidak pelanggan akan segera beralih kepada pesaing yang menyuguhkan kelebihan produknya kepada konsumen. Masalah desain dari suatu produk telah menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian serius dari manajemen khususnya team pengembangan produk baru, karena sasaran konsumen yang dituju tidak sedikit yang mulai mempersoalkan masalah desain suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini penampilan dan fungsi suatu produk dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (Angipora, 2002 dalam Pradana, 2010).

Minat beli merupakan tindakan sebelum konsumen memutuskan untuk membeli sebuah produk yang diinginkannya. Merencanakan pembelian berarti konsumen berminat akan menentukan pilihan produk yang akan dibelinya. Karena konsumen belum pernah membeli produk tersebut, konsumen hanya sebatas mengetahui inti produknya saja namun belum bisa dipastikan membeli produknya. Maka tugas perusahaan harus menimbulkan minat konsumen dengan berbagai *treatment* tertentu agar konsumen bisa berminat dan akhirnya memutuskan membeli produk yang telah ditawarkan oleh produsen. Jumlah

penduduk Indonesia yang sangat besar menjadi pasar potensial bagi perusahaan-perusahaan untuk memasarkan produk-produk perusahaan tersebut. Banyaknya perusahaan ini menciptakan adanya suatu persaingan bisnis,

Desain produk sangat berpengaruh dalam suatu produk batik tulis terhadap minat beli konsumen, dimana desain produk sangat penting bagi produk batik tulis untuk menarik konsumen agar lebih minat pada batik tulis catra seperti motif-motif, dan warna yang akan di pakai untuk pembuatan batik tulis, sedangkan kualitas produk sangat berpengaruh pada produk batik tulis terhadap minat beli, konsumen akan melihat kualitas dari batik tulis catra, karena kualitas produk sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan minat beli pada batik tulis catra. Dengan adanya desain, dan kualitas yang menarik, unik, bagus, dapat berpengaruh terhadap minat beli pada konsumen untuk membeli batik tulis catra.

Aspek desain dalam kegiatan pemasaran merupakan salah satu pembentuk daya tarik terhadap suatu produk. Desain dapat membentuk atau memberikan atribut pada suatu produk, sehingga dapat menjadi ciri khas pada merek suatu produk. Ciri khas dari suatu produk tersebut pada akhirnya akan dapat membedakannya dengan produk-produk sejenis merek lain dari pesaing (Kotler dan Armstrong,2001).

Desain produk dapat berupa peningkatan maupun penyederhanaan. Peningkatan pada desainproduk berupa penambahan fungsi dan kegunaan dari suatu produk. Sedangkan penyederhanaan desain produk bertujuan agar

pemakaian suatu produk menjadi semakin mudah. Selain desain produk yang baik, dalam pemasaran juga tidak bisa diabaikan pada aspek promosi. Melalui komunikasi yang efektif di dalam toko dan program promosi, hal ini akan mempengaruhi pilihan merek yang dibeli konsumen dan mendorong keputusan untuk belanja lebih banyak. Promosi penjualan (*sales promotion*) merupakan salah satu elemen dari marketing mix menjadi sangat penting. Menurut Aruman (2007), anggaran iklan dan promosi penjualan 70:30, kini berbalik menjadi 30:70. Dengan kata lain promosi penjualan mempunyai da

mmpak terhadap penjualan. Ini dikarenakan trend perilaku konsumen. Pertama, sensitif terhadap harga namun tetap mementingkan kualitas. Kedua, tidak menyukai suatu kelebihan yang sifatnya sama. Mereka ingin sesuatu yang lebih baik dan berbeda. Ketiga, kebutuhannya bergeser dari hal-hal yang kelihatan nyata ke sesuatu yang sifatnya tidak kasat mata. Mereka selalu menginginkan sesuatu yang eksperimental.

Mengingat bahwa desain, dan kualitas produk merupakan salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan minat beli, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan judul **“Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk terhadap minat beli Pada Batik Tulis Catra Di Rumah Tahanan Negara Kelas Iib Sumenep.**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana desain produk dan minat beli berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pada batik tulis catra?

2. Bagaimana desain produk dan minat beli berpengaruh secara simultan terhadap minat beli pada batik tulis catra?
3. variable mana yang berpengaruh paling dominan terhadap minat beli batik tulis catra?

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian pada dasarnya untuk memperoleh data yang akurat dan benar atas rumusan masalah yang telah diuraikan tersebut, adapun tujuan penelitian ini antara lain adalah:

1. Untuk mengetahui desain produk dan minat beli berpengaruh secara parsial terhadap minat beli
2. Untuk mengetahui desain produk dan minat beli berpengaruh secara simultan terhadap minat beli
3. Untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh paling dominan terhadap minat beli batik tulis catra

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Kontribusi praktis

Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan masukan serta pengetahuan bagi penulis agar nantinya dapat membandingkan ilmu yang ada dalam perkuliahan atau teori dengan hal yang terjadi dalam dunia nyata. Serta memberikan pengalaman nyata dalam rangka mengimplementasikan pengetahuan penulis di bidang pemasaran

khususnya penelitian mengenai desain produk, kualitas produk terhadap minat beli pada batik tulis

1.4.2 Kontribusi Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan kepada para pembacanya, Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang berminat meneliti permasalahan yang terkait dengan penelitian ini

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, peneliti memfokuskan yakni pada pengaruh desain produk, kualitas produk terhadap minat beli pada batik tulis cakra di kota sumenep.

