

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis pada zaman sekarang telah berkembang dengan sangat pesat dan mengalami perubahan secara terus-menerus. Salah satu contoh perubahan tersebut yaitu dalam hal perubahan teknologi dan gaya hidup masyarakat dimana hal ini tidak lepas dari pengaruh globalisasi yang sekarang terjadi. Dalam era globalisasi ini, jumlah merek, produk, dan Desain produk serta harga yang bersaing dalam pasar menjadi sangat banyak sehingga pelanggan memiliki banyak pilihan dan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan berhak memilih sesuai yang pelanggan inginkan.

Pembeli adalah individu atau organisasi dalam mendapatkan barang atau jasa terlebih dahulu mempertimbangkan banyak faktor yang mempengaruhi barang dan jasa tersebut serta biasanya pembelian dilakukan dengan alat tukar uang (Lupiyoadi, 2011). Peningkatan penjualan adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana pelanggan membeli suatu barang atau jasa (Suryani, 2014). Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan pelanggan adalah Kualitas Produk, Pelanggan saat ini juga sangat kritis dalam memilih suatu produk, keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan kualitas produk tersebut. Kualitas produk merupakan suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk jasa dalam memperagakan fungsinya, yang termasuk dalam keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk dan atribut produk lainnya (Buchari, 2011).

Kualitas produk merupakan karakteristik dari suatu produk dapat memuaskan kebutuhan pelanggan atau dengan kata lain produk tersebut

memberikan manfaat sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan (Saladin, 2013). Hal ini akan menarik minat pelanggan untuk membeli produk tersebut serta memberikan citra yang baik bagi. Kualitas yang ditawarkan oleh produk batik semakin baik mengakibatkan makin tinggi pula kepercayaan merek produk batik di mata pelanggan, sebab pelanggan merasa produk tersebut sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan. Hasil penelitian yang dilakukan Firmansyah (2018) menyatakan bahwa kualitas produk dan desain produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan batik tulis Jetis Sidoarjo. Penelitian ini juga didukung Rohmah (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan produk.

Faktor yang selanjutnya yang berpengaruh terhadap peningkatan penjualan adalah desain produk. Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk tertentu menurut yang diisyaratkan dari segi kebutuhan pelanggan (Kotler, 2015). Desain produk batik saat ini sangat beraneka ragam, mengingat berkembangnya kebutuhan pelanggan yang beraneka ragam terhadap desain produk. Strategi ini berkaitan dengan tingkat standarisasi produk. Perusahaan memiliki tiga pilihan strategi, yaitu strategi dasar, customized product (produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan tertentu), dan produk standar dengan modifikasi. Hasil penelitian yang dilakukan Firmansyah (2018) menyatakan bahwa desain produk berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan batik tulis Jetis Sidoarjo. Hasil ini juga didukung penelitian yang dilakukan Wicaksono, Sumarsono dan Santoso (2019) yang menyatakan bahwa Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan Produk Batik Mukti Rahayu.

Penelitian ini dilakukan di perusahaan Batik Tulis Brotoseno Sragen, di mana perusahaan ini memproduksi batik tulis. Pada tahun 2018-2019 mengalami perkembangan penjualan tetapi pada tahun ini mengalami

penurunan disebabkan karena ada pandemi Covid 19, pada masa pandemi ini kesulitan memasarkan produk.

Pada masa Covid-19 memiliki dampak yang besar untuk kelangsungan pengusaha para pemegang usaha dikarenakan Tahun 2020 dianggap sebagai tahun yang membuat ekonomi mengalami suatu guncangan, dimana diawali dengan munculnya virus covid-19 yang kemudian diputuskan oleh badan kesehatan Dunia (WHO) kondisi ini menjadai pandemi global, karena hampir seluruh dunia mengalami pandemi dengan tingkatan yang berbeda-beda sehingga semua sektor kehidupan mengamai penurunan dalam pergerakannya terutama di bidang usaha produksi Batik Tulis Brotoseno Sragen. Perusahaan Brotoseno Sragen menerapkan strategi dalam usaha menarik para pelanggan untuk melakukan pembelian. Strategi pemasaran ini memperhatikan kualitas produk batik, harga yang terjangkau pelanggan dan desain produk yang menarik pelanggan. Peneliti untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi menggunakan metode pengumpulan data dengan Penelitian untuk mengetahui Perusahaan Brotoseno Sragen dilakukan secara penyebaran kuesioner melalui *google form* karena untuk menjaga agar tidak terjadinya penyebaran virus.

Dari latar belakang oleh kondisi tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk menguji beberapa faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan penjualan. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan penjualan adalah Kualitas Produk dan Desain Produk, maka dari itu dalam rangka penyusunan skripsi ini penulis memilih judul: “PERAN KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA BATIK TULIS GRIYO BATIK BROTOSENO SRAGEN”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Peningkatan penjualan pada Produk Batik Tulis Brotoseno Sragen?
2. Apakah Desain Produk berpengaruh terhadap Peningkatan penjualan pada Produk Batik Tulis Brotoseno Sragen?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang berpengaruh dengan masalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap peningkatan penjualan pada Produk Batik Tulis Brotoseno Sragen.
2. Untuk mengetahui pengaruh Desain Produk terhadap peningkatan penjualan pada Produk Batik Tulis Brotoseno Sragen.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan mampu menghasilkan konsep mengenai peningkatan penjualan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi Produk Batik Tulis Brotoseno Sragen dalam menyusun strategi dalam penjualan untuk meningkatkan penjualan terhadap produk mereka, serta bisa sebagai pertimbangan masyarakat untuk melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk sesuai dengan kriteria yang mereka inginkan.