

Pengaruh Desain Produk terhadap Tanggapan Konsumen pada Perusahaan Batik Sammy Pekalongan

Influence product design against the Consumer Response in Batik Sammy Pekalongan Company

¹Wildan, ²Ratih Tresnati, ³Dede R. Oktini

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
email: ¹wildanhedrah@gmail.com

Abstract. Pekalongan Batik is very distinctive due to leaning entirely on hundreds of small entrepreneurs, not on a handful of entrepreneurs large capitalization. What industry current pekalongan batik is probably identical with the issues faced by other industries in Indonesia, especially based on the small and medium entrepreneurs. One of them is the problem of the design of a product has become one of the factors that needs to get serious attention from the management of new product development team in particular, because the intended consumer target not a few who began to question the issue of the design of a product that is able to meet the needs and desires of consumers. Based on the runway, then the problems in this research is: how to influence product design against consumer feedback on Batik Sammy Pekalongan? Researchers using the method of korelational analysis techniques using a quantitative approach. The selected population in this research is the Batik Pekalongan Sammy store visitors. With the techniques of sampling the sampling technique, namely aksidental. Using the formula slovin obtained total sample research as many as 60 people. Data collection techniques used in this study is a questionnaire, interview, observation, and study of the literature. As for the data analysis techniques used in this research is descriptive and technical analysis verifikatif analysis. Based on the results of the data processing, the regression coefficients obtained from the design variables 0.780 value products, because the regression coefficient (0.780) is greater than zero, and the significant 0.00 acquired for less than the significance level of 0.05, it was decided to reject H_0 so H_a received there, meaning that influence product design against consumer feedback on Batik Pekalongan Sammy. And the magnitude of the influence product design against consumer responses of 0.664 showed that the magnitude of the influence product design against consumer response in Batik Sammy Pekalongan Company is of 66.4% and the rest of 33.6% is affected by other factors not examined in this study.

Keywords: Product Design, Consumer Response.

Abstrak. Batik Pekalongan sangat khas karena bertopang sepenuhnya pada ratusan pengusaha kecil, bukan pada segelintir pengusaha bermodal besar. Apa yang dihadapi industri batik pekalongan saat ini mungkin adalah sama dengan persoalan yang dihadapi industri lainnya di Indonesia, terutama yang berbasis pada pengusaha kecil dan menengah. Salah satunya adalah masalah desain dari suatu produk telah menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian serius dari manajemen khususnya tim pengembangan produk baru, karena sasaran konsumen yang dituju tidak sedikit yang mulai mempersoalkan masalah desain suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan landasan tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah: Bagaimana pengaruh desain produk terhadap tanggapan konsumen pada Perusahaan Batik Sammy Pekalongan? Peneliti menggunakan metode teknik analisis korelational dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pengunjung toko Batik Sammy Pekalongan. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu teknik sampling aksidental. Dengan menggunakan rumus slovin diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 60 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, observasi, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai koefisien regresi dari variabel desain produk bernilai 0,780, karena koefisien regresi (0,780) lebih besar dari nol, dan signifikan yang diperoleh sebesar 0,00 lebih kecil dari tingkat signifikannya sebesar 0,05, maka diputuskan untuk menolak H_0 sehingga H_a diterima, artinya terdapat pengaruh desain produk terhadap tanggapan konsumen pada Perusahaan Batik Sammy Pekalongan. Dan besarnya pengaruh desain produk terhadap tanggapan konsumen sebesar 0,664 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh desain produk terhadap tanggapan konsumen pada Perusahaan Batik Sammy Pekalongan adalah sebesar 66,4% dan sisanya sebesar 33,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Desain Produk, Tanggapan Konsumen.

A. Pendahuluan

Sejarah pembatikan di Indonesia berkait erat dengan perkembangan kerajaan Majapahit dan penyebaran ajaran Islam di Tanah Jawa. Dalam beberapa catatan, pengembangan batik banyak dilakukan pada masa-masa kerajaan Mataram, kemudian pada masa kerjaan Solo dan Yogyakarta. Batik yang dihasilkan ialah semuanya batik tulis sampai awal abad XX dan batik cap baru dikenal setelah Perang Dunia I atau sekitar tahun 1920-an. Batik Indonesia, sebagai keseluruhan teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya yang terkait, oleh UNESCO telah ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi.

Di daerah Jawa khususnya di Pekalongan meskipun tidak ada catatan resmi kapan batik mulai dikenal, namun menurut perkiraan batik sudah ada di Pekalongan sekitar tahun 1800. Bahkan menurut data yang tercatat di Deperindag, motif batik itu ada yang dibuat 1802, seperti motif pohon kecil berupa bahan baju.

Batik Pekalongan menjadi sangat khas karena bertopang sepenuhnya pada ratusan pengusaha kecil, bukan pada segelintir pengusaha bermodal besar. Sejak berpuluh tahun lampau hingga sekarang, sebagian besar proses produksi batik pekalongan dikerjakan di rumah-rumah. Apa yang dihadapi industri batik pekalongan saat ini mungkin adalah sama dengan persoalan yang dihadapi industri lainnya di Indonesia, terutama yang berbasis pada pengusaha kecil dan menengah.

Salah satunya adalah masalah desain dari suatu produk telah menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian serius dari manajemen khususnya tim pengembangan produk baru, karena sasaran konsumen yang dituju tidak sedikit yang mulai mempersoalkan masalah desain suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Pradana, 2010). Desain produk saat ini sangat beraneka ragam, mengingat berkembangnya kebutuhan konsumen yang beraneka ragam terhadap desain produk.

Dari sudut pandang perusahaan, sebuah produk yang didesain dengan baik akan mudah dibuat dan didistribusikan. Sedangkan dari sudut pandang konsumen, adalah produk yang menyenangkan untuk dilihat dan mudah dibuka, dipasang dan dipelajari cara penggunaannya, digunakan, diperbaiki, dan pada akhirnya dibuang. Desain harus mempertimbangkan hal-hal tersebut dan mengikuti pepatah, “bentuk mengikuti fungsi”.

Berdasarkan pada uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut hal-hal yang berkaitan dengan desain produk serta pengaruhnya terhadap berbagai macam tanggapan konsumen yang berada di Pekalongan khususnya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan di ambil permasalahan “Bagaimana Pengaruh Desain Produk terhadap Tanggapan Konsumen pada Perusahaan Batik Sammy Pekalongan”.

B. Landasan Teori

Desain produk adalah sebagai alat manajemen untuk menterjemahkan hasil kegiatan penelitian dan pengembangan yang dilakukan sebelum menjadi rancangan yang nyata yang akan diproduksi dan dijual dengan menghasilkan laba. Salah satu fungsi manajemen terpenting dalam semua organisasi adalah menjamin bahwa masukan-masukan berbagai sumber daya organisasi menghasilkan produk atau jasa yang dirancang secara tepat atau menghasilkan keluaran-keluaran yang dapat memuaskan keinginan para pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2012:332), “Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan”. Menurut Imam Djati Widodo (2005:197), “Desain produk adalah suatu

pendekatan yang sistematis untuk mengintegrasikan perencanaan produk dan proses yang berpengaruh dengannya, termasuk manufaktur dan pendukung”. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa desain produk adalah fitur yang terdapat dalam suatu produk yang memiliki kekhasan dibandingkan produk lainnya.

Menurut Kotler (2005) Terdapat 7 parameter desain produk yaitu: ciri-ciri, kinerja, mutu kesesuaian, tahan lama, tahan uji, kemudahan perbaikan, model. Durvasula et al pada Mas’ud (2004:443, dalam Enrico, 2009) mengemukakan indikator untuk mengukur desain produk adalah dengan model terbaru, gaya yang menarik, variasi, uptodate. Menurut Stanton (1995) terdapat Dua parameter yang menyangkut desain produk adalah warna dan kualitas produk. Menurut Enrico (2009) dalam Ilmaya (2011:60) mengemukakan indikator untuk mengukur desain produk adalah model terbaru, variasi corak batik dan warna.

Menurut Rakhmat (2007:51) tanggapan adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Menurut Mc Quail dalam Fitriyani (2011:36) bahwa tanggapan adalah suatu proses dimana individu berubah atau menolak perubahan sebagai tanggapan terhadap pesan yang dirancang untuk mempengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku.

Tanggapan atau respon memainkan peranan utama dalam membentuk sebuah perilaku. Respon terhadap merek sering mempengaruhi apakah konsumen akan membeli atau tidak. Respon positif terhadap merek tertentu akan memungkinkan konsumen melakukan pembelian terhadap merek itu, dan sebaliknya respon negatif akan menghalangi konsumen dalam melakukan pembelian.

Model tanggapan atau respon konsumen dalam model Hierarchy of Effect (Kotler, 2005:568) ini meliputi: Kesadaran (*awareness*), Pengetahuan (*knowledge*), Menyukai (*liking*), Memilih (*preference*), Keyakinan (*conviction*), dan Membeli (*purchase*).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut adalah penelitian mengenai penaruh antara iklan Le Minerale dengan kesadaran merek, yang diuji koefisien korelasi pearson, regresi linear, uji hipotesis dan koefisien determinasi. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel berikut.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan *SPSS versi 17 for windows*, diperoleh koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Koefisien Korelasi

		Correlations	
		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.815**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
Y	Pearson Correlation	.815**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi antara desain produk dengan tanggapan konsumen sebesar 0,815. Artinya hubungan antara desain

produk dengan tanggapan konsumen berada pada interval sangat kuat. Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa koefisien korelasinya memiliki tanda positif, yang berarti semakin baik desain produk maka semakin baik juga tanggapan konsumen pada produk-produk di Batik Sammy Pekalongan.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan *SPSS 17 for windows*, diperoleh hasil regresi sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.456	1.089		2.255	.028
	Desain Produk	.780	.073	.815	10.713	.000

a. Dependent Variable: Tanggapan Konsumen

Tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien regresi linear sederhana di atas dapat menghasilkan suatu persamaan regresi linear sederhana pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 2,456 + 0,780X$$

Persamaan regresi linear sederhana di atas, dapat dijelaskan bahwa: Konstanta sebesar 2,456 artinya apabila variabel bebas desain produk dianggap konstan (bernilai 0), maka tanggapan konsumen sebesar 2,456. Koefisien nilai regresi desain produk bernilai 0,780 menyatakan bahwa apabila desain produk mengalami kenaikan satu satuan, maka tanggapan konsumen juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,780. Hal itu menunjukkan bahwa semakin baik desain produk, maka semakin baik juga tanggapan konsumen di Batik Sammy Pekalongan.

Untuk menjawab hipotesis penelitian, koefisien regresi yang diperoleh langsung dibandingkan dengan nol. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan *SPSS 17 for windows*, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Pengujian Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.456	1.089		2.255	.028
	Desain Produk	.780	.073	.815	10.713	.000

a. Dependent Variable: Tanggapan Konsumen

Apabila nilai koefisien regresi tidak sama dengan nol, maka H_0 ditolak dan sebaliknya apabila koefisien regresi sama dengan nol maka H_0 diterima. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan *SPSS 17 for windows*, seperti yang terdapat pada tabel di atas, dapat dilihat nilai koefisien regresi dari variabel desain produk bernilai 0,780, karena koefisien regresi (0,780) lebih besar dari nol, dan signifikan yang diperoleh sebesar 0,00 lebih kecil dari tingkat signifikannya sebesar 0,05, maka diputuskan untuk menolak H_0 sehingga H_a diterima, artinya terdapat pengaruh desain produk terhadap tanggapan konsumen pada Perusahaan Batik Sammy

Pekalongan.

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh melalui hasil pengolahan menggunakan *SPSS versi 17 for windows* disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815 ^a	.664	.658	2.115983

a. Predictors: (Constant), X

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,664 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh desain produk terhadap tanggapan konsumen pada Perusahaan Batik Sammy Pekalongan adalah sebesar 66,4% dan sisanya sebesar 33,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

Berdasarkan hasil uji hipotesis, terdapat pengaruh desain produk terhadap tanggapan konsumen pada Perusahaan Batik Sammy Pekalongan. Dan besarnya pengaruh desain produk terhadap tanggapan konsumen pada Perusahaan Batik Sammy Pekalongan adalah sebesar 66,4% dan sisanya sebesar 33,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. Saran

Berdasarkan pembahasan di atas, peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Hendaknya untuk penelitian selanjutnya memperluas variabel seperti harga, merek dan kualitas produk, untuk mengetahui pengaruh terhadap tanggapan konsumen.
2. Untuk para pengusaha batik, hendaknya bisa meningkatkan kualitas dari desain produknya terutama model dan warnanya yang sesuai dengan keinginan konsumen dan kemajuan dunia model pakaian, sehingga konsumen tertarik untuk membelinya.

Daftar Pustaka

- Enrico, Adrian Ramadhan. 2009. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion (Studi Kasus Pada Droof Recons Clothing di District Side Semarang). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Fitriyani, Leila. 2011. Tanggapan Mahasiswa Komunikasi Di Makassar Terhadap Progam Siaran Kick Andy di Metro TV. Skripsi: Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Ilmaya, Fahma. 2011. Analisis Pengaruh Interaksi Harga dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Batik di Eka Batik Semarang. Jurnal.
- Imam Djati Widodo, 2005. Perencanaan dan Pengembangan Produk. Yogyakarta: Tim UII Press.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks.

Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Pradana, Adhitya. 2010. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, Produk, Desain Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota*, Skripsi Universitas Diponegoro. Semarang.

Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Dengan Contoh Analistik Statistik*. Bandung: Rosdakarya.

Stanton, William J. 1991. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

