

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Krisis global yang saat ini dirasakan hampir di seluruh dunia mengakibatkan dunia usaha di berbagai negara mengalami penurunan. Misalnya saja di Indonesia, adapun dampak yang dirasakan negara tersebut antara lain pada sektor riil. Dampak terhadap sektor riil domestik dapat diidentifikasi melalui dua saluran, saluran yang pertama adalah kenyataan bahwa sektor riil domestik terhubung secara langsung dengan sektor riil internasional. Kedua, sektor riil domestik juga terhubung dengan sektor finansial domestik dan internasional. Hal tersebut terhubung secara langsung melalui aktivitas ekspor dan impor karena sebagian besar negara maju mulai mengalami resesi, otomatis permintaan ekspor komoditas Indonesia akan berkurang.

Krisis keuangan global yang berkembang menjadi krisis multidimensi yang merambah ke seluruh sektor kehidupan serta mempengaruhi ekonomi masyarakat dan dunia usaha, yang paling kuat bertahan adalah Usaha Kecil Menengah (UKM). Krisis tersebut saat ini dimanfaatkan sebagai kesempatan untuk mendorong tumbuhnya wirausaha baru. Hal ini UKM hendaknya menjadi *leading* (pemimpin) sektor dalam menghadapi krisis global. UKM juga dalam hal ini memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan antara lain dengan pajak yang mereka bayar. Dapat dilihat pada Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia tahun 2007 tumbuh sebesar 6,3% terhadap tahun 2006. Bila dirinci menurut skala

usaha, pertumbuhan PDB Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mencapai 6,4%. Dibandingkan tahun 2006 pertumbuhan PDB UKM hanya 5,7%, pada tahun 2007 total nilai PDB Indonesia mencapai Rp 3.957,4 triliun, dimana UKM memberikan kontribusi terhadap nilai PDB sebesar Rp 2.121,3 triliun atau 53,6% dari total PDB Indonesia. Pertumbuhan PDB UKM tahun 2007 terjadi di semua sektor ekonomi.

UKM yang saat ini sedang mengalami pertumbuhan dalam bidang usahanya yaitu salah satunya industri batik, yang kini industri tersebut telah tersebar di berbagai daerah. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.1 di bawah ini.

TABEL 1.1
MARKET SHARE INDUSTRI BATIK

Daerah Penghasil Batik	Persentase
Batik Pekalongan	30%
Batik Solo	25%
Batik Cirebon	23%
Batik Yogyakarta	5%
Batik Madura	3%
Batik Bali	1%
Dll	13%
Total	100%

Sumber: CV Batik Badrun Jaya Trusmi

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat bahwa pangsa pasar produk batik telah diterima masyarakat luas, sejalan dengan PDB UKM yang mengalami kenaikan serta didukung dengan adanya penetapan industri kreatif 2009 salah satunya yaitu industri kerajinan. Industri batik ini merupakan industri kerajinan yang kontribusinya sebesar 28%. Pada Tabel di atas pangsa pasar batik Pekalongan menempati urutan pertama sebesar 30%, urutan kedua yaitu batik

Solo yang menempati posisi pasar 25%. Sedangkan pangsa pasar batik Cirebon sebesar 23%, atau 2% di bawah batik Solo. Produk batik ini memiliki keunikan tersendiri dari daerah masing-masing daerah penghasil batik misalnya dari segi *design* batik, pewarnaan, cara produksi dan sebagainya.

Daerah produksi dan pengrajin batik Cirebon terdapat di lima wilayah Desa yang berbeda, tepatnya daerah-daerah yang ada di sekitar Desa Trusmi (pusat batik Cirebon). Desa-desanya yang berada di sekitar Desa Trusmi diantaranya Desa Gamel, Kaliwulu, Wotgali, Kalitengah dan panembahan. Pertumbuhan batik Trusmi semakin bergerak cepat mulai dari tahun 2000, hal ini bisa dilihat dari banyaknya bermunculan *showroom-showroom* batik yang berada di sekitar jalan utama Desa Trusmi dan Panembahan.

TABEL 1.2
INDUSTRI BATIK TRUSMI

Industri Batik Trusmi
A. Trusmi
1. Batik Cirebonan Masina
2. Batik Grage Klasik
3. Batik Gunung Jati
4. Batik Ninik Ichsan
5. Batik Yusri
6. Batik Badrun Jaya
7. Batik Madmil
8. Batik H.Mainah
9. Batik Nova
10. Batik Asofa
11. Batik Salma
12. Batik Hafiyan
13. Batik Dara
14. Batik Oman
15. Batik Annur
16. Batik Heri Kismo
17. Batik Famili
18. Batik Buchori
19. Batik Hendijaya
20. Batik Sawitri
21. Batik H.Masnari
22. Batik Katura
23. Batik Anugrah

Industri Batik Trusmi
B. Panembahan
24. Batik Alega
25. Batik Khaeriyah
26. Batik Jaya Abadi
27. Batik Mahkota
28. Batik Ibnu Hajar
29. Batik Puteri
30. Batik EB Tradisional
31. Batik Sinar Budi
C. Battebat
32. Batik Eka Mulya
D. Kalitengah
33. Batik Hana Herdi
34. Batik Hidayati

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jabar

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas, batik Trusmi saat ini telah berkembang pesat ke berbagai Desa di sekitar Desa Trusmi yang berada di Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon diantaranya Battebat, Kalitengah, Kalibaru, Panembahan dan daerah lainnya. Dalam hal ini dari masing-masing industri batik Trusmi antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya dapat bersaing dengan menonjolkan masing-masing kualitas produknya.

Industri batik Badrun Jaya “BJ“ misalnya yang berdiri sekitar tahun 1974, industri ini masih dapat memproduksi batik dan mempertahankan permintaan produk dari konsumen di samping semakin meningkatnya jumlah pesaing industri sejenis. Misalnya saja industri batik Trusmi lainnya yang setiap tahunnya memperoleh peningkatan dan penurunan permintaan produk oleh konsumen, seperti batik Gunung Jati, batik BJ batik Asofa, dan batik EB Tradisional. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.3 di bawah ini.

TABEL 1.3
VOLUME PENJUALAN INDUSTRI BATIK TRUSMI
TAHUN 2004-2008

Tahun	Nama Industri/ Volume Penjualan				Persentase Volume Penjualan			
	Batik Gunung Jati (1)	Batik Badrun Jaya (BJ) (2)	Batik Asofa (3)	Batik EB Tradisional (4)	1	2	3	4
2004	6.985.635.000	6.845.875.000	4.110.270.000	4.765.600.500	0	0	0	0
2005	6.876.450.300	6.117.370.600	3.470.950.000	3.530.570.000	- 1.6%	-11.91%	-18.41%	-34.98%
2006	6.667.387.600	5.273.994.686	2.110.357.500	2.003.465.770	-3.13%	-16%	-64.47%	-76.22%
2007	5.114.364.500	4.100.830.700	1.330.405.800	1.365.700.500	-30.36%	-28.61%	-58.62%	-46.7%
2008	8.365.344.764	7.172.248.832	2.550.498.400	2.536.785.400	38.9%	42.82%	47.84%	46.16%
Total	34.009.182.164	29.510.319.818	13.572.481.700	14.202.122.170	-	-	-	-

Sumber: Data penjualan Industri Batik Trusmi

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan bahwa volume penjualan yang dirasakan oleh keempat industri tersebut mengalami penurunan penjualan dari tahun 2004 dikarenakan banyaknya persaingan perusahaan sejenis, pada tahun 2005 penjualan produk batik Gunung Jati mengalami penurunan sebesar 1.6%. Penurunan penjualan juga dirasakan pada tahun 2006 dan 2007 sebesar 3.13% serta 30.36% penurunan penjualan pada tahun 2007. Namun pada tahun 2008 penjualan batik mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya sebesar RP. 38.9% atau RP.3.250.980.264.

Volume penjualan batik BJ juga mengalami penurunan penjualan dalam tiap tahunnya, dapat dilihat pada tahun 2005 yang semula penjualan sebesar RP.6.845.875.000 turun 11.91% atau sekitar RP.5.432.783.100. Penurunan penjualan juga dirasakan perusahaan pada tahun 2006 dan 2007 sebesar 16% dan 28.61%, sedangkan pada tahun 2008 volume penjualan perusahaan tersebut mengalami peningkatan sebesar RP. 3.071.418.132 atau 42.82% dari tahun sebelumnya.

Penurunan penjualan juga dirasakan oleh batik Asofa, dapat dilihat pada Tabel 1.3 di atas bahwa pada tahun 2005 volume penjualan barang mengalami

penurunan sebesar RP. 639.320.000 atau sekitar 18.41%. Penurunan penjualan juga dirasakan perusahaan pada tahun berikutnya yaitu tahun 2006 dan 2007 sebesar 64.47% dan 58.62%. Sedangkan pada tahun 2008 peningkatan volume penjualan dirasakan perusahaan sekitar 47.84% atau sebesar RP.1.220.392.600.

Batik EB Tradisional juga merasakan penurunan penjualan dari tahun 2004 hingga tahun 2007. Pada tahun 2005 perusahaan mengalami penurunan sebesar 34.98% sekitar RP.1.235.030.500 dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2006 penurunan penjualan perusahaan sebesar 76.22%, begitupula pada tahun 2007 penurunan volume penjualan batik juga dirasakan perusahaan sekitar 46.7% dari tahun sebelumnya atau sebesar RP. 1.171.084.900. Sedangkan pada tahun 2008, volume penjualan batik mengalami peningkatan sebesar 46.16% atau sekitar RP.1.171.084.900.

Penurunan volume penjualan dikarenakan sejak tahun 2000 perusahaan batik Trusmi mengalami perkembangan sehingga dalam hal ini semakin banyaknya persaingan dalam industry sejenis dan hal ini konsumen akan memilih produk dari perusahaan mana yang akan beli. Sedangkan peningkatan volume penjualan diakibatkan karena produsen mengambil keputusan untuk memperbaiki kualitas produknya dengan cara memberikan warna yang menarik pada batik yang dihasilkan, *mendesign* batik yang khas sesuai dengan wajah tradisional, menetapkan harga yang sesuai agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya serta memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen. Hal ini dilakukan karena semakin banyaknya persaingan dan agar batik yang dihasilkan

perusahaan tersebut dapat diterima konsumen. Sehingga dalam hal ini perusahaan dapat mempertahankan serta dapat memperluas pangsa pasar perusahaan.

Keberhasilan perusahaan tidak lain salah satunya di dukung oleh faktor tenaga kerja yang memiliki keuletan dalam memproduksi suatu produk maupun memberikan pelayanan terhadap pelanggan. Tabel di bawah ini merupakan jumlah karyawan pada beberapa industri batik Trusmi yang merupakan salah satu faktor pendukung keberhasilan perusahaan.

TABEL 1.4
JUMLAH KARYAWAN PADA INDUSTRI
BATIK TRUSMI

Nama Industri	Jumlah Karyawan
1. Batik Gunung Jati	15 orang
2. Batik Badrun Jaya	22 orang
3. Batik Asofa	20 orang
4. Batik EB Tradisional	50 orang

Sumber: Hasil Pra penelitian 2009 di industri batik Trusmi

Menurut Philip Kotler dan Keller (2009:423) bahwa:

Untuk bertahan sebagai nomor satu, perusahaan dituntut untuk melakukan tindakan di tiga bidang. Pertama, perusahaan tersebut harus mencari cara untuk memperbesar permintaan pasar keseluruhan. Kedua, perusahaan tersebut harus melindungi pangsa pasarnya. Ketiga, perusahaan tersebut harus berusaha meningkatkan pangsa pasarnya lebih jauh, walaupun ukuran pasarnya tetap sama.

Philip Kotler (2008:142), menyatakan bahwa:

Persaingan dapat terjadi dalam segmen mutu harga, maka hal ini perusahaan harus dapat menetapkan harganya sesuai dengan nilai yang diberikan dan dipahami pelanggan. Jika harganya ternyata lebih tinggi daripada nilai yang diterima, perusahaan tersebut akan kehilangan kemungkinan untuk memetik laba dan kehilangan pelanggan.

Berdasarkan pernyataan di atas bahwa perusahaan harus dapat menetapkan harga produk sesuai dengan mutu dari suatu produk yang ditawarkan, jika harga

produk tersebut terlalu tinggi dan mutunya rendah maka konsumen tidak akan melakukan keputusan pembeliannya pada produk tersebut atau sebaliknya karena konsumen sangat mempertimbangan keputusan pembeliannya dengan melihat produk dari segi mutu dan harga produk.

Pertimbangan penetapan harga batik sangat diperhatikan bagi perusahaan karena salah satu faktor konsumen dalam mengambil keputusan pembelian ialah dalam segi harga produk dan hal ini juga akan dapat memperluas pangsa pasar. Hal ini industri batik Trusmi menetapkan besarnya harga batik berdasarkan pewarnaan, *design* batik, kain, yang digunakan serta kerumitan proses produksi dengan mutu yang baik tentunya. Dapat dilihat pada Tabel 1.5 di bawah ini.

TABEL 1.5
HARGA BATIK TRUSMI BERDASARKAN JENIS *DESIGN*

Harga batik berdasarkan <i>design</i>			
<i>Design</i> Batik	Satuan	Harga	
		Tulis	Cetak
1. Mega mendung (batik klasik)	Ribu (RP)	60-250	40-100
2. Batik modern katun	Ribu (RP)	40-1.250	40-100
3. Batik modern sutra	Ribu (RP)	70-1.500	70-300

Sumber: Industri Batik Trusmi

Berdasarkan Tabel 1.5 di atas, konsumen dalam mengambil keputusan pembelian mereka lebih menyukai batik jenis *design* batik klasik seperti mega mendung, keratonan dan lain-lain. Karena batik jenis ini memiliki *design* yang menonjolkan wajah tradisional, walaupun harga jenis batik ini tergolong tinggi sekitar RP.60.000 hingga RP.250.000. Dalam hal ini perusahaan harus memiliki strategi dalam menetapkan harga batik yang sesuai dengan keinginan konsumen dan diimbangi dengan kualitas dari produk tersebut. Jenis batik ini dibuat dengan cara tulis, proses ini memerlukan ketelitian dalam pembuatan karena proses pembuatannya menggunakan tulis tangan oleh karyawan dengan media lilin.

Namun sejauh ini produsen batik Trusmi telah membuat *design* batik mega mendung dengan cara cetak. Harga yang ditawarkan lebih rendah dibanding batik tulis karena proses pembuatan dari batik ini tidak terlalu rumit seperti batik tulis dan kualitas dari batik cetak ini lebih rendah dibanding batik tulis.

Buchori Alma (2008:206) mengatakan bahwa:

Konsumen membeli suatu barang, karena ia membutuhkannya. Namun konsumen tidak membeli barang hanya sekedar untuk memperoleh barang saja, akan tetapi ada terkandung unsur lain dibalik barang itu, misalnya keindahan, rasa, warna, halus, segar dan sebagainya.

Dari pernyataan di atas, maka industri batik Trusmi memberikan keunikan dan keunggulan tersendiri dibanding dengan industri batik sejenis dari daerah lainnya terhadap produknya salah satunya dari segi pewarnaan. Hal ini agar dapat memberikan kualitas produk yang unggul. Pewarna yang digunakan menggunakan pewarna alam yang diperoleh dari aneka ragam tumbuhan dan binatang dan yang sekarang banyak dijual di toko obat pewarna batik.

TABEL 1.6
PEWARNA ALAM DAN PADUANNYA PADA BATIK TRUSMI

No	Nama Latin	Nama Indonesia	Penghasil Warna	Jenis Warna	Penggunaan Pada Serat
1	Indigofera Tinctoria L	Indigo. Nila	Daun	Biru Tarum	Sutera, Kapas
2	Morinda Citrifolia L	Mengkudu	Kulit Akar	Merah, Merah Cokelat	Sutera, Kapas
3	Curcuma Langa L	Kunir. Kunyit	Bubuk. Akar Mentah	Kuning	Sutera, Kapas
4	Ceriops Candolleana Arn	Soga Tingi	Kulit	Merah	Sutera, Kapas
5	Cudrania Javanensis	Soga Tegeran	Kayu	Kuning	Sutera, Kapas
6	Peltophorum Ferrugineium	Soga	Kulit Jambal	Merah, Cokelat	Sutera, Kapas
7	Caesalpinia Sappan L	Soga Jawa	Kayu	Merah	Sutera, Kapas
8	-	Soga Kenet Soga Tekik	Kulit Kulit	Merah Cokelat	Sutera, Kapas

Sumber: Buku Indonesia Indah Batik

Berdasarkan Tabel 1.6 di atas, warna-warna tersebut dapat dikombinasikan dengan warna-warna lainnya sehingga campuran warna tersebut dapat

menghasilkan warna batik yang membentuk daya tarik tersendiri yang indah dan menarik dipadu dengan *design* batik yang unik dan memiliki ciri khas dari Batik Trusmi Cirebon. Saat ini para pengusaha batik Trusmi telah banyak yang menggunakan warna kimia karena pewarna tersebut lebih mudah dicari. Ada beberapa warna yang menonjol yang mencerminkan keunikan dari batik Trusmi diantaranya merah, biru, ungu, dan keemasan. Hal ini konsumen dapat memilih *design* batik yang berkualitas.

Selain dalam segi pewarnaan, ragamnya *design* batik yang dihasilkan oleh industri batik Trusmi merupakan salah satu ciri khas produk sehingga memberikan kualitas batik yang baik yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dan ini perusahaan dapat memperluas pangsa pasar untuk produknya. *Design* batik yang dihasilkan industri batik Trusmi dapat dilihat pada Tabel 1.7 di bawah ini.

TABEL 1.7
RAGAM *DESIGN* BATIK TRUSMI

Ragam <i>Design</i> Batik Trusmi	
Klasik	Modern
1. Mega mendung	1. Kombinasi
2. Sawat pengantin	2. Reformasi
3. Keraton	3. Babaran
4. Liris	a. Sogan
5. Kawung	b. Bang biru
6. Simbar anggur	c. Babar mas
7. Lenggang kangkung	
8. Kembang danas	
9. Kembang kates	
10. Pangkon	
11. Kliwed	
12. Dlorong	
13. Rajeg wesi	
14. Paksi naga liman	
15. Patran keris	
16. Singa payung	
17. Singa barong	
18. Banjar balong	
19. Ayam alas	

Ragam <i>Design</i> Batik Trusmi	
Klasik	Modern
20. Laseman	
21. Sembagi	
22. Perabonan	
23. Tambal Sewu	
24. Pugeran	

Sumber: Perusahaan Batik Trusmi

Berdasarkan Tabel 1.7 di atas menunjukkan bahwa *design* batik yang dihasilkan industri batik Trusmi terdapat dua jenis *design* yaitu *design* batik klasik dan modern. *Design* batik klasik yang dihasilkan industri batik Trusmi diantaranya Mega mendung, Sawat pengantin, Keraton, Liris, Kawung dan lain-lain. Sedangkan *design* batik modern yang dihasilkan diantaranya yaitu Kombinasi, Reformasi dan Babaran. *Design* batik keratonan memiliki corak khusus yang mempunyai keunikan sangat menonjolkan wajah tradisional. Dengan adanya beragam *design* batik yang dihasilkan, harga yang ditawarkan perusahaan serta pewarnaan batik yang menarik maka hal ini produk batik Trusmi memiliki kualitas produk yang unggul sehingga konsumen dapat mengambil keputusan pembeliannya pada batik Trusmi dan dalam hal ini perusahaan dapat memperluas pangsa pasar untuk produk yang dihasilkannya.

Hal yang diharapkan dari produk batik Trusmi terdiri dari beberapa hal antara lain dari segi penetapan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen, *design* batik yang bervariasi, unik serta berkualitas, keamanan dari produk serta masalah ketepatan waktu pengiriman produk. *Design* batik yang unik dan berkualitas serta harga yang ditetapkan perusahaan menjadi salah satu faktor penting bagi para pengusaha untuk dapat memperluas pangsa pasar serta dapat

mempertahankan pangsa pasar disamping sekarang banyak bermunculan persaingan industri sejenis dari berbagai daerah lainnya.

Strategi yang dilakukan perusahaan Batik Trusmi dalam menawarkan produknya disamping banyaknya pesaing baru yang bermunculan baik itu di sekitar daerah Trusmi maupun dari beberapa daerah lainnya serta untuk mendapatkan pangsa pasar antara lain membuat produk batik dengan memberikan warna yang khas dari daerah Trusmi Cirebon yaitu dengan memberikan warna yang sederhana tapi berani, melakukan variasi terhadap warna batik, menetapkan harga jual yang tepat, mengembangkan berbagai variasi dari *design* batik agar lebih indah dan menarik, meningkatkan kualitas dari produk batik yang dihasilkan serta melakukan pendekatan terhadap konsumen secara baik.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka dirasakan perlu untuk melakukan penelitian tentang **Pengaruh *Design* Produk dan Penetapan Harga Terhadap Pangsa Pasar Batik Trusmi Cirebon (Survei pada Pengrajin Batik Trusmi Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon).**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi masalah penelitian ini diidentifikasi sebagai berikut. Kondisi persaingan dunia bisnis yang semakin kompleks menuntut suatu perusahaan untuk mempertimbangkan sikap konsumen yang kini cenderung semakin kritis. Oleh karena itu perusahaan harus mampu menetapkan harga produk dengan memberikan mutu produk yang baik, memberikan keunikan pada produk yang ditawarkan sehingga memiliki

kualitas produk yang unggul sehingga perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan sejenis di daerah lainnya . Hal ini dapat dilihat dari persaingan diantara industri sejenis untuk dapat memperluas serta mempertahankan pangsa pasar.

Para pengusaha batik Trusmi sebagai produsen melakukan strategi agar dapat mempertahankan dan memperluas pangsa pasar. Hal ini perusahaan memberikan kualitas produk yang baik serta memberikan ciri khas dari produk tersebut dalam hal *design* produk yang dihasilkan memberikan ciri khas dari daerah Trusmi, memberikan keunikan serta kualitas produk yang baik, serta menetapkan harga jual yang sesuai dengan kualitas produk dan keinginan pasar. Strategi ini dilakukan karena kualitas produk yang baik akan memberikan suatu perbedaan dengan produk yang dihasilkan perusahaan sejenis lainnya dan dapat memberikan nilai kepada konsumen, maka hal ini perusahaan akan dapat mempertahankan dan memperluas pangsa pasar di samping banyaknya pesaing industri sejenis, serta memperoleh keunggulan produk dari produk yang dihasilkan pesaing sejenis lainnya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mengemukakan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengrajin mendesign produk batik Trusmi Cirebon.
2. Bagaimana pengrajin batik Trusmi Cirebon menetapkan harga produknya.
3. Bagaimana pangsa pasar yang dikuasai pengrajin batik Trusmi Cirebon.

4. Bagaimana pengaruh *design* produk terhadap pangsa pasar.
5. Bagaimana pengaruh penetapan harga terhadap pangsa pasar.
6. Bagaimana pengaruh *design* produk dan penetapan harga terhadap pangsa pasar batik Trusmi Cirebon.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengrajin dalam mendesign produk batik Trusmi Cirebon.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengrajin batik Trusmi Cirebon menetapkan harga produknya.
3. Untuk mengetahui pangsa pasar yang dikuasai pengrajin batik Trusmi Cirebon.
4. Untuk mengetahui pengaruh *design* produk terhadap pangsa pasar.
5. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap pangsa pasar.
6. Untuk mengetahui pengaruh *design* produk dan penetapan harga terhadap pangsa pasar batik Trusmi Cirebon.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam aspek teoritis (keilmuan) yaitu bagi perkembangan ilmu Ekonomi Manajemen khususnya

pada bidang Manajemen Pemasaran, melalui pendekatan serta metode-metode yang digunakan terutama dalam upaya menggali pendekatan-pendekatan baru dalam aspek strategi pemasaran yang menyangkut pengaruh *design* produk dan penetapan harga terhadap pangsa pasar, sehingga diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi para akademisi dalam mengembangkan teori pemasaran.

- 2) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam aspek praktis (guna laksana) yaitu untuk memberikan masukan bagi para pengusaha batik Trusmi Cirebon untuk dijadikan sebagai pertimbangan dalam mengembangkan strategi pemasaran agar dapat memperluas pangsa pasar sehingga dapat meningkatkan volume penjualan di masa yang akan datang.
- 3) Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi atau acuan dan sekaligus untuk memberikan rangsangan dalam melakukan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh *design* produk dan penetapan harga mengingat masih banyak hal-hal yang mempengaruhi dalam memperluas pangsa pasar yang belum terungkap dalam penelitian ini.
- 4) Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan sumbangan dalam aspek praktis (guna laksana) yaitu untuk dapat memberikan masukan dalam bidang pendidikan khususnya dalam proses pembelajaran di dalam kelas untuk dijadikan sebagai pertimbangan dalam mengembangkan strategi belajar mengajar guna meningkatkan kualitas pendidikan di masa yang akan datang melalui relevansi materi pembelajaran sesuai dengan tuntutan dunia pekerjaan.