

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hampir seluruh pengrajin menyatakan bahwa *design* produk batik Trusmi Cirebon berada pada kategori tinggi. Karena gaya / *style* batik trusmi yang dirancang pengrajin memperhatikan prestise atau kebanggaan bagi pengguna. Pengrajin batik Trusmi juga dalam mendesign produk memperhatikan fitur yang unik baik itu dari segi *design* atau motif batik yang dihasilkan, keunikan proses produksi dipertimbangkan pengrajin, dan kekhasan dari segi warna batik diperhatikan pengrajin dalam mendesign produk. Selain itu juga pengrajin batik Trusmi dalam mutu kinerja yang kaitannya dengan tingkat pertimbangan pengrajin dalam memproduksi produk sesuai dengan standar suatu produk yang baik sehingga produk yang dihasilkan dapat diterima konsumen, serta pertimbangan pengrajin dalam tingkat keamanan memproduksi batik telah memenuhi standar produksi dengan baik sehingga produk yang dihasilkan tidak merugikan konsumen. Dan tingkat kenyamanan produk dipertimbangkan pengrajin sesuai dengan standar suatu produk yang baik serta kesesuaian bahan dengan keinginan pasar diperhatikan pengrajin dalam mendesign produk.

2. Sebagian besar pengrajin menyatakan bahwa penetapan harga berada pada kategori sedang. Dimensi dari penetapan harga yang paling tinggi skornya adalah faktor persaingan dibandingkan dengan faktor biaya, dan faktor permintaan. Hal ini disebabkan karena faktor persaingan akan sangat mempengaruhi dalam menetapkan harga agar batik yang dihasilkan pengrajin dapat bersaing dengan industri batik lainnya. Faktor persaingan di dominasi oleh tingkat promosi harga murah oleh pesaing dipertimbangkan pengrajin dalam menetapkan harga, maka pengrajin dapat menarik konsumen untuk membeli batik Trusmi sehingga pengrajin dapat meningkatkan pangsa pasar batiknya. Hal ini dalam menetapkan harga produknya pengrajin batik Trusmi melihat dari faktor persaingan dimana para pesaing dalam menetapkan harga produknya mempertimbangkan dengan cara mempromosikan harga produk yang murah. Sehingga dapat diketahui bahwa pengrajin batik Trusmi Cirebon menilai faktor persaingan berada dalam kategori sedang dibandingkan dengan dimensi lainnya.
3. Pangsa pasar batik Trusmi Cirebon menunjukkan adanya persaingan yang kuat antar industri sejenis. Hal ini dapat diketahui bahwa pangsa pasar batik Trusmi dikuasai oleh perusahaan Batik Nova dengan persentase sebesar 8,52%. pangsa pasar ini dilihat dari pertumbuhan volume penjualan selama tiga bulan terakhir tahun 2009 yaitu dari bulan Oktober-Desember 2009. Dalam hal ini pemimpin pasar batik Trusmi Cirebon yaitu Batik Nova karena pertumbuhan penjualannya

yang begitu cepat dikarenakan perusahaan tersebut telah dikenal masyarakat luas baik itu konsumen lokal maupun konsumen asing.

4. *Design* produk berpengaruh positif terhadap pangsa pasar batik Trusmi Cirebon yaitu sebesar 22,4% yang tingkat pengaruhnya termasuk lemah yang berada diantara 20%-39.99%.
5. Penetapan harga berpengaruh positif terhadap pangsa pasar batik Trusmi Cirebon yaitu sebesar 69,4% yang tingkat pengaruhnya termasuk kuat yang berada diantara 60%-79.99%.
6. Secara simultan *design* produk dan penetapan harga berpengaruh positif terhadap pangsa pasar batik Trusmi Cirebon yaitu sebesar 91,8% yang tingkat pengaruhnya sangat kuat yang berada diantara 80%-100%.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai *design* produk dan penetapan harga agar dapat meningkatkan dan memperluas pangsa pasar batik Trusmi Cirebon, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan *design* produk dari dimensi mutu kinerja, penulis merekomendasikan pada pengrajin batik Trusmi untuk lebih memperhatikan kesesuaian kinerja agar produk yang dihasilkan tidak ada kekurangan dari segi *design* yang dibuat serta batik yang dihasilkan lebih bermutu dan konsumen lebih tertarik dengan batik Trusmi. Juga dalam segi keamanan proses produksi harus terus diperhatikan agar

lebih sesuai dengan standar mutu dalam produksi batik, karena jika produk yang dihasilkan telah sesuai dengan standar mutu produk yang baik maka konsumen merasa nyaman dan tidak ada kekurangan dalam menggunakannya. Hal tersebut tentu pihak perusahaan batik Trusmi lebih mengetahuinya.

2. Berdasarkan fitur produk yang merupakan hal yang terpenting yang dilihat pertama kali oleh pembeli ketika melihat batik yaitu mengenai *design*, warna serta bahan kain yang digunakan dan sebagainya jangan sampai membuat konsumen kecewa ketika membelinya. Oleh karena itu hal-hal yang berkaitan dengan itu harus terus ditingkatkan dan batik yang dihasilkan terus di inovasi agar konsumen lebih tertarik dengan batik Trusmi dan jangan sampai kekhasan dari batik Trusmi hilang karena semakin hari *design* yang dihasilkan lebih ke arah modern.
3. Pengrajin batik Trusmi dalam menetapkan harga dimensi faktor permintaan memperoleh nilai terendah. Hal ini pengrajin harus lebih terarah dalam menetapkan harga batik dengan melihat permintaan konsumen. Ketika permintaan naik maka pengrajin harus benar-benar memberikan harga yang sesuai agar di sisi lain pengrajin tidak mengalami kerugian, dan sebaliknya ketika permintaan turun pengrajin juga harus pintar menetapkan harga batik agar konsumen memilih batik Trusmi untuk dibelinya.
4. Berdasarkan faktor persaingan, para pengrajin batik Trusmi harus siap menghadapi persaingan yang semakin ketat. Dalam hal ini perusahaan harus bisa mempromosikan batik secara besar-besaran dengan berbagai strategi yang sesuai

dan otomatis biaya untuk hal tersebut harus disiapkan agar perusahaan lebih diperhatikan konsumen sehingga mereka tertarik dengan produk yang perusahaan tawarkan.

5. Menjadi pemimpin pasar dari produk yang ditawarkan tidaklah mudah, pengrajin harus terus berinovasi dengan kreatifitas yang pengrajin miliki. Hal ini perusahaan tidak boleh beranggapan bahwa memperoleh kenaikan pangsa pasar di pasar yang mereka masuki akan secara otomatis memperbaiki profitabilitas bagi perusahaan tersebut. Oleh karena itu para pengrajin harus tetap mengembangkan kreatifitas yang dimiliki kaitannya dengan usaha keberhasilan perusahaan agar volume penjualan perusahaan meningkat dan perusahaan memperoleh pangsa pasar batik Trusmi.