

PENGARUH DESAIN MUKA FASHION BATIK TERHADAP Kuantitas Penjualan Di Malang

Kiswando¹⁾, Sri Indriani²⁾, Sony Haryanto³⁾

^{1,2,3)} Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang

Abstrak, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan desain muka fashion batik galeri outlet terhadap kuantitas penjualan di Malang dan mencari factor yang paling dominan berpengaruhnya dalam desain muka dan warna dalam kualitas penjualan. Berdasarkan penelitian ini terhadap busana perempuan dan laki untuk produk galeri outlet yang ada di Malang terhadap produk galeri outlet yang selama ini kurang memenuhi target dipasaran. Penelitian dilakukan dengan mengamati desain dan warna pada busana laki dan perempuan produk galeri Batik Malang. Hasil Pengujian Kuantitas Penjualan cara yang digunakan dengan menggunakan kuisioner dengan responden penduduk kota Malang yang menjadikan konsumen produk tersebut. Dari Analisa yang dilakukan setelah memvariasikan bentuk desain dan warna dapat diketahui bahwa variasi desain dan warna tidak mempunyai pengaruh pada fashion secara signifikan. Dengan melakukan uji regresi dapat diketahui bentuk dan warna tidak mempengaruhi kualitas penjualann. Dari regresi berganda dapat diketahui variable fashion desain batik yang paling mempengaruhi kuantitas penjualan.

Kata Kunci : Desain Fashion Batik, Kuantitas Penjualan

PENDAHULUAN

Industri tekstil di dunia berkembang terus menerus, hal ini menghasilkan dunia pertekstilan yang geilang diantara kalanagan mode. Sebab apa pakaian telah mengarah ke teknologi yang lebih cerah. Bagaimanapun juga pakaian telah di usahakan dengan sungguh-sungguh untuk memperlihatkan kekuasaannya, berlomba unuk keindahan dan melindungi dari panas dan dingin yang sangat hebat. Namun pada kenyataannya untuk menghasilkan busana yang berkualitas bukan hal yang mudah, karena diperlukan keahlian atau kreatifitas tertentu untuk mencapai tersebut.

Indonesia telah memantapkan tekstil dan produk tekstil sebagai primadona komoditas ekspor nonmigasnya. Oleh karena itu, sepatutnya industri mode di Tanah Air yang dalam jumlah besar mengandung komponen tersebut didorong untuk berkembang secara maksimal. Berkembangnya industri mode Indonesia bergantung pada sumber daya manusianya yang berkualitas dan profesional.

Setia waktu produk tekstil selalu mengalami perubahan, utama dalam bidang garment yang di iringi dengan mode atau trend yang terus berkembang. GO mencoba menciptakan trend yang merupakan perpaduan antara keinginan konsumen dan produk yang disediakan. Penciptaan ternd

yang diterima konsumen akan mengikat konsumen tersebut pada penjualnya. Oleh karena itu jangan heran bila trend yang di tawarkan masing-masing GO berbeda satu sama lain.

Desain pada suatu busana dapat mempegaruhi berbagi macam faktor dalam kuantitas pejualan, salah satunya adalah keaneragaman bentuk dan juga warna, dimana masing-masing faktor tersebut memiliki daya tarik yang berbeda. Secara umum, masing-masing fashion desain tersebut dapat dianalisa bedasarkan bentuk dan kombinasi warnanya pada batik. Tapi dalam hal ini bila model busana digunakan untuk fashion desain, diduga bahwa bentuk dan warna dapat berubah karena pengaruh trend yang diberikan. Faktor-faktor ini menjadi faktor penting yang digunakan oleh konsumen dalam memilih produk GO yang akan digunakan. Model melibatkan berbagai kemampuan agar desain tesebut dapat tampil indah, bertahan lama, berfungsi, mudah digunakan, dengan harga terjangkau dan ekonomis. Hal tersebut membutuhkan keseluruhan keahlian yang dimiliki pendesainnya.

Dunia desain busana batik beraneka ragam. Kegiatan dapat melalui busana seri siap pakai, busana unik, busana seni, adhi busana dan lain-lainnya. Bidang usha pun

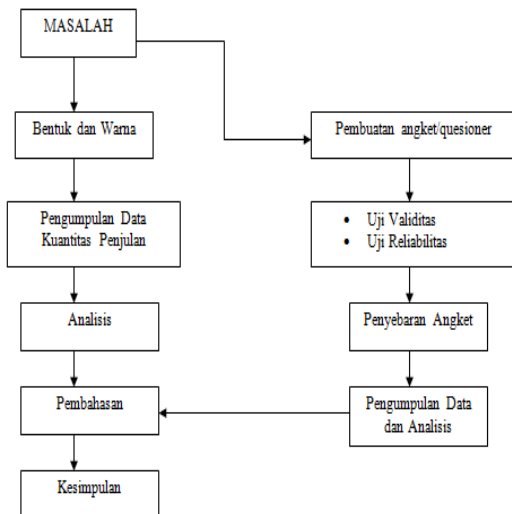
beraneka ragam, yang dapat merupakan konfeksi, modiste atau jahitan khusus.

METODE

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode agar keseluruhan prosedur yang dilalui dapat dilaksanakan dengan teratur. Metode-metode tersebut adalah sebagai berikut:

1. Obserbasi Lapangan
 Adalah cara mengumpulkan data melalui proses pengaman secara langsung terhadap obyek yang diteliti dan dilanjutkan dengan pencatatan data kuantitatif,
2. Metode Angket atau Kuesioner
 Merupakan teknik pengumpulan data dengan mendistribusikan daftar pertanyaan untuk diisi dan dikembangkan kepada peneliti untuk dianalisis lebih lanjut. Kuesioner dibuat dengan bahasa yang sederhana, pertanyaan dan pilihan jawaban yang singkat dan jelas, serta mudah dimengerti oleh responden yang berasal dari berbagai kalangan.

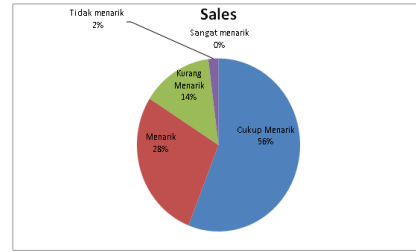
Rancangan Penelitian



HASIL DAN PEMBAHASAN

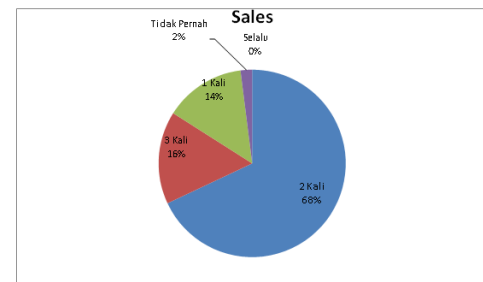
Secara umum mengetahui seberapa besar responden tentang desain muka fashion batik. Responden konsumen yang ingin kita ketahui secara garis besar meliputi :

1. Responden Desain Muka Batik Perempuan dan Laki Laki.



Gambar 1. Diagram Presentase Responden Tentang Desain Muka Batik

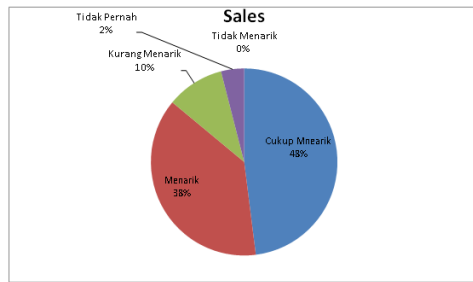
2. Responden Tentang Penggunaan Produk Galeri Outlet Suatu Kebiasaan



Gambar 2. Diagram Presentase Tentang Penggunaan Produk Galeri Outlet Suatu Kebiasaan.

10	3	2	4	2	22	14	19	1
11	1	1	3	2	22	18	13	2
12	1	2	3	1	18	13	20	5
13	2	3	3	2	19	16	16	3
14	3	1	3	2	18	20	17	1
15	2	4	3	2	22	19	17	4
16	3	3	4	1	10	20	13	1
17	1	3	4	2	17	16	17	5
18	1	3	3	1	13	17	23	1
19	3	1	5	2	14	18	19	5
20	3	2	4	2	17	15	17	2
21	3	2	2	1	19	19	17	4
22	2	1	3	1	14	15	18	5

3. Respond Keberadaan Produk Galeri Outlet Batik Saat Ini



Gambar 3. Diagram Tentang Respond Keberadaan Produk Galeri Outlet Batik Saat Ini.

No	IDENTITAS					BENTUK DAN DESAIN PRODUK (X1)	KUANTITAS PENJUALAN (Y)	WARNA PRODUK (X2)	ATRIBUT LAIN
1	2	2	3	1		18	17	14	4
2	3	5	2	1		13	15	13	3
3	5	5	4	1		17	17	17	5
4	3	3	4	2		18	19	16	5
5	1	2	5	1		16	20	20	1
6	2	3	4	2		13	15	19	2
7	1	3	4	3		16	15	21	1
8	2	3	3	1		18	15	16	3

Pembahasan analisa kuesioner

Analisa kuisoner pengaruh fashion desain muka batik gallery outlet terhadap kuantitas penjualan. Hasil Uji regresi dimana harga F hitung = 27,48 dan F table 3,1951 maka dapat disimpulkan model regresi yang dihasilkan signifikan kedua variable terhadap kuantitas penjumlahan. Hasil Uji T untuk mengetahui masing masing mempengaruhi variable kuantitas penjualan dimana variable yang paling dominan yang mempengaruhi terhadap kuantitas penjualan adalah bentuk dan model busana laki maupun busana perempuan pada gallery outlet tersebut. Dari hasil ui T tersebut secara parsial variable bentuk dan model dan warna busana wanita dan busana pria pada gallery outlet berpengaruh signifikan pada kuantitas penjualan. $Y=2,956+0,382X_1+0,413X_2$

Persamaan diatas menunjukkan adanya hubungan positif antara kuantitas penjualan dengan bentuk/model dan warna busana

wanita laki gallery outlet. Artinya setiap tambahan 1 unit bentuk dan model busana wanita/laki produk gallery outlet akan meningkat kuantitas penjualannya sebesar 0,382 dan setiap penambahan 1 nilai warna busana galeri akan meningkat kuantitas penjualan sebesar 0,413

Koefisien determinasi menunjukkan kemampuan model regresi dalam variable R dihasilkan sebesar 53,9% variable bentuk dan model dan warna busana wanita/laki gallery outlet terhadap kuantitas penjualan sebesar 53,9% sedangkan sisanya sebesar 46,1 dipengaruhi oleh variable lainnya.

23	3	5	2	1	20	18	20	3
24	1	4	3	1	21	15	22	2
25	4	1	4	2	14	23	12	4
26	3	2	4	2	20	19	14	5
27	2	4	5	2	13	17	19	1
28	3	3	3	1	21	16	18	2
29	2	3	3	1	20	17	19	4
30	1	3	3	1	19	18	20	5

Kesimpulan

Dapat disimpulkan variable desain muka batik dapat mempengaruhi kuantitas penjualan adapun hasil yang didapat bentuk model busana wanita dan laki produk galeri outlet memiliki pengaruh yang lebih tinggi dibandingkan dengan warna yang ada pada busana wanita laki produk gallery outlet.

Hasil perhitungan kuisoner dapat diketahui bahwa sebagian besar penduduk kota Malang selalu tertarik dengan busana wanita maupun laki produk gallery outlet. Sedangkan adapun

factor lain yang mempengaruhi daripada kuantitas penjualan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produsen busana wanita laki gallery outlet lebih banyak melakukan inovasi dan kreativitas dari terhadap busana galley outlet tersebut tanpa mengubah struktur yang dapat mempengaruhi nilai status social gallery outlet itu sendiri dan lebih banyak melakukan pengenalan terhadap masyarakat tentang produk produk baru.

Produsen galeri outlet diharapkan dapat mempertahankan kualitas dan model yang lebih baik dan harga yang lebih terjangkau

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharismi, 2002, *Prosedur Penelitian*, Rineka Cipta, Jakarta.
Boyd, Walker, Larreche, 2000, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 2, Erlangga, Jakarta.

Chodijah & Alim Zaman, 2001, *Desain Mode Tingkat Dasar*, Meutia Cipta Sarana, Jakarta
Kotler, Philkip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Volume I, Edisi 10, PT. Prehallindo, Jakarta
Murshid, M, 2003, *Mode Busana, Kanasius*, Yogyakarta
Rahmat, Jalalludin, 2002, *Metode Penelitian Komunikasi*, PT. Remaja Rosda Karya Offset, Bandung
Sachari, Agus, 1999, *Tinjauan Historis Desain Modern*, Balai Pustaka, Jakarta.
Sugiyono, 2000, *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung
Supiyono, R.A, 1985, *Manajemen Strategi Dan Kebijakan Bisnis*, BPEE, Jogjakarta.
Singarimbun, Masri & Effendi Sofian, (ed), 1999, *Metode Penelitian Survei*, LP3ES Universitas Negeri Malang, 2000, *Pedoman Penulisan Karya Il*