

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Industri tekstil dan produk tekstil merupakan sebuah industri yang menghasilkan berbagai macam benang, serat, pakaian jadi tekstil, kain, pakaian jadi rajutan, barang jadi rajutan, barang jadi tekstil serta pakaian jadi tekstil (Riyardi dkk., 2015). Menurut Menteri Perindustrian, Agus Gumiwang, mengatakan industri tekstil dan produk tekstil adalah salah satu bidang yang memberikan kontribusi signifikan sehingga memiliki peran penting dalam perekonomian nasional serta mampu menghasilkan devisa dalam jumlah yang signifikan (IDN Financials, 2020).



Gambar I. 1 Perkembangan PDB Industri Tekstil Indonesia (2016-2021)

(Sumber: Karnadi, 2022)

Berdasarkan Gambar 1.1 diketahui bahwa puncak pertumbuhan industri tekstil dan pakaian jadi yaitu pada tahun 2019 dengan Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp.145,8 triliun dan persentase pertumbuhan sebesar 15,35% dari tahun sebelumnya. Namun pertumbuhan industri tekstil dan pakaian jadi mengalami penurunan yang sangat signifikan pada tahun 2020 dikarenakan adanya pandemi COVID-19, persentase penurunan pada tahun 2020 mencapai 8,88%, kemudian kembali mengalami kenaikan pada tahun 2021 yaitu dengan persentase

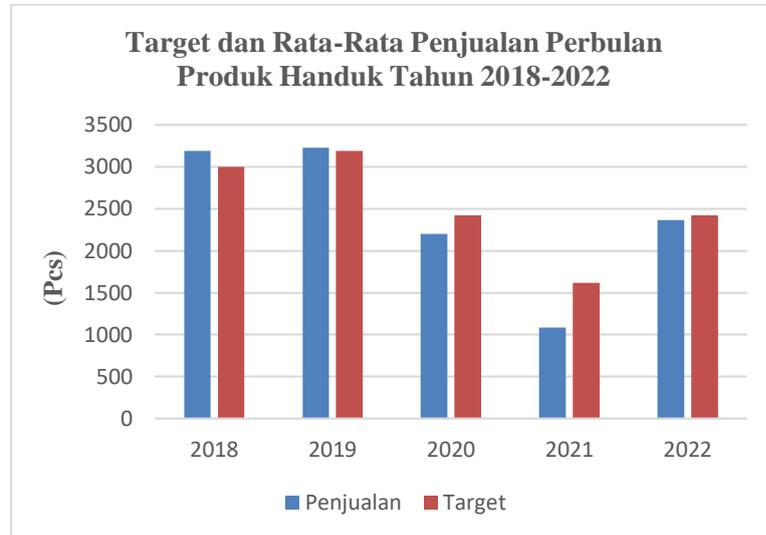
pertumbuhan sebesar 4,08%. Pertumbuhan industri tekstil dan pakaian jadi sejak tahun 2020 dinilai masih lemah akibat adanya COVID-19, meskipun demikian, pertumbuhan PDB industri tekstil tahun 2021 sudah lebih baik dibandingkan pada tahun 2020. Hal ini dikarenakan pada tahun 2020 masyarakat mengalihkan pengeluarannya untuk bidang kesehatan sehingga mulai mengurangi pengeluaran untuk bidang tekstil.

Pulau Jawa merupakan pusat dari sektor industri tekstil dan produk tekstil (TPT) di Indonesia. Berdasarkan data laporan perekonomian provinsi Jawa Tengah tahun 2022 oleh Bank Indonesia, kinerja industri tekstil dan produk tekstil (TPT), furnitur, makanan dan minuman, farmasi dan alas kaki akan tumbuh positif pada tahun 2022. Dengan adanya kebijakan pengenaan bea masuk tindak pengamanan (BMTP) atau *safeguard* pada produk aksesoris serta pakaian yang tertuang pada Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 142/PMK.010/2021 diharapkan dapat meningkatkan kinerja industri tekstil dan produk tekstil (TPT) di Jawa Tengah.

Salah satu usaha yang bergerak pada bidang tekstil di Jawa Tengah adalah Perusahaan Handuk Ngremboko. Perusahaan Handuk Ngremboko merupakan sebuah UMKM yang berlokasi di Kabupaten Klaten, Jawa Tengah yang bergerak di bidang tekstil. Perusahaan Handuk Ngremboko didirikan pada tahun 1988. Perusahaan Handuk Ngremboko mulai memasarkan produknya melalui toko fisik yang berlokasi di Desa Janti, Polanharjo, Klaten dan hanya mengandalkan *word of mouth*, kemudian mulai berkembang hingga memiliki beberapa *reseller* dan sekarang Perusahaan Handuk Ngremboko memasarkan produknya melalui *website, shopee, instagram, tokopedia, facebook*, bukalapak hingga mengadakan *outing class* bagi anak TK (Taman Kanak-kanak).

Pada tahun 2020 hingga tahun 2021 Perusahaan Handuk Ngremboko terdampak pandemi COVID-19 sehingga penjualan produk handuk mengalami penurunan. Namun produk handuk kembali mengalami kenaikan penjualan pada tahun 2022. Meskipun mengalami kenaikan penjualan pada tahun 2022, produk handuk tidak mampu mencapai target penjualan pada tahun 2022. Ketidakstabilan penjualan

produk dan belum tercapainya target penjualan Perusahaan Handuk Ngremboko diperkuat dengan Gambar 1.2.



Gambar I. 2 Target dan Rata-Rata Penjualan Perbulan Produk Handuk Tahun 2018-2022 Perusahaan Handuk Ngremboko (pcs)

(Sumber: Data Internal Perusahaan Handuk Ngremboko 2022)

Berdasarkan data target dan rata-rata penjualan perbulan pada Gambar 1.2, maka dapat diketahui bahwa Perusahaan Handuk Ngremboko mengalami penjualan yang tidak stabil dan tidak mampu mencapai target penjualan. Pada tahun 2020 rata-rata penjualan produk handuk yaitu 2199 buah perbulan, kemudian mengalami penurunan penjualan pada tahun 2021 yaitu sebesar 50,75% dengan rata-rata penjualan 1083 buah perbulan. Hal ini dikarenakan adanya COVID-19 yang menimbulkan dampak buruk kepada hampir semua sektor kecuali sektor kesehatan. Namun, pada tahun 2022 rata-rata penjualan kembali mengalami kenaikan sebesar 118,28% dikarenakan pandemi COVID-19 sudah mulai mereda serta hampir berjalan normal kembali. Selain karena meredanya pandemi COVID-19, terdapat faktor lain yang menyebabkan adanya kenaikan penjualan pada tahun 2022, yaitu dikarenakan pada saat ini penjualan produk melalui media *online* ataupun *E-commerce* sedang banyak di gemari oleh masyarakat. Oleh karena itu, Perusahaan Handuk Ngremboko ingin memanfaatkan peluang tersebut dengan memaksimalkan penjualan produk handuk.

Dalam memaksimalkan penjualan produk handuk, terdapat permasalahan bahwa penjualan produk handuk mengalami ketidakstabilan serta tidak mampu mencapai target penjualan yang diperkuat pada Gambar 1.2. Tidak tercapainya target penjualan produk handuk dikarenakan selama ini Perusahaan Handuk Ngremboko kurang memahami keinginan konsumen serta desain produk handuk berasal dari internal perusahaan, oleh karena itu dilakukan survey pendahuluan dengan tujuan untuk mengetahui keluhan konsumen. Survey pendahuluan dilakukan melalui wawancara dengan konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk handuk dari Perusahaan Handuk Ngremboko.

Tabel I. 1 Rekapitulasi Hasil Survey Pendahuluan

No	Tanggapan	Persentase
1	Pilihan warna terbatas	58%
2	Ukuran kurang bervariasi	58%
3	Harga kurang bersaing	42%
4	Kemasan kurang menarik	33%
5	Bahan kurang menyerap	33%
6	Proses pemesanan lama	16,7%
7	Jarang ada promo di <i>E-commerce</i> dan media sosial	16,7%
8	Tidak ada <i>stock ready</i>	16,7%

Tabel 1.1 merupakan rekapitulasi hasil survey pendahuluan yang dilakukan kepada 12 responden. Keluhan yang paling banyak dialami adalah ukuran kurang bervariasi, pilihan warna terbatas, kemasan kurang menarik, harga kurang bersaing dan bahan kurang menyerap. Berdasarkan hasil survey pendahuluan dapat disimpulkan bahwa produk handuk memiliki beberapa kelemahan.

Beberapa faktor yang menyebabkan target penjualan produk pada Perusahaan Handuk Ngremboko tidak tercapai dapat dilihat dalam *fishbone diagram* pada Gambar 1.3 berikut:



Gambar I. 3 *Fishbone Diagram*

Pada Gambar I.3 terdapat tiga faktor yang memengaruhi penjualan produk Perusahaan Handuk Ngremboko yaitu *price*, *promotion* dan *product*.

- *Price*

Dibandingkan dengan kompetitor yang menjual produk dengan ukuran yang sama, harga produk handuk dari Perusahaan Handuk Ngremboko dinilai kurang bersaing. Di era digital ini, konsumen dengan mudah mengakses informasi mengenai harga, jenis dan ukuran produk handuk dari berbagai penjual. Sebagai contoh, dalam mencari produk handuk di *E-commerce* shopee, konsumen ditawarkan sangat banyak sekali pilihan terkait produk handuk, salah satunya adalah handuk merk Merah Putih, menjual handuk ukuran 30x70 cm dengan harga Rp.10.800. Kemudian dari akun shopee @helixhomecraft yang menjual handuk ukuran 35x80 cm dengan harga Rp.8.800. Sedangkan handuk ukuran 35x70 cm dari Perusahaan Handuk Ngremboko dijual dengan harga Rp.12.000 dan ukuran 35x80 cm dengan harga Rp.13.000.

- *Promotion*

Dalam mempromosikan produknya, Perusahaan Handuk Ngremboko menggunakan media sosial dan *E-Commerce*. Disaat penggunaan media sosial sedang meningkat seperti TikTok dan Twitter, media sosial yang digunakan oleh Perusahaan Handuk Ngremboko hanya instagram dan *facebook*. Nama akun instagram Perusahaan Handuk Ngremboko yaitu @ngremboko.handuk_bordir dan akun *facebook* dengan nama ngremboko handuk. Namun kedua akun media sosial tersebut sudah tidak aktif dan jarang mengunggah foto produk sehingga penggunaan media sosial kurang dimanfaatkan secara maksimal. Selain hanya menggunakan instagram dan *facebook*, Perusahaan Handuk Ngremboko tidak memanfaatkan layanan iklan menggunakan akun instagram daerah. Sebagai contoh, di daerah Kabupaten Klaten terdapat sebuah akun instagram @Kabarklaten, akun instagram @Kabarklaten berisi tentang informasi terkini serta layanan iklan untuk daerah Kabupaten Klaten, memiliki pengikut sebanyak 286 ribu pengikut. Hal ini tentunya merupakan sebuah peluang besar bagi Perusahaan Handuk Ngremboko untuk mempromosikan produknya agar dapat menjangkau konsumen secara luas terutama pada daerah Kabupaten Klaten.

Selain menggunakan media sosial, dalam mempromosikan produknya Perusahaan Handuk Ngremboko menggunakan *E-commerce* seperti Shopee, Tokopedia dan Bukalapak. Namun pada akun tersebut, pada hari biasa jarang diadakan promo atau diskon. Diskon hanya dilakukan pada tanggal tertentu seperti pada tanggal 1 Januari, 2 Februari atau pada hari kemerdekaan tanggal 17 Agustus. Sehingga pembeli kurang tertarik untuk membeli produk.

- *Product*

Berdasarkan keluhan konsumen pada rekapitulasi hasil survey pendahuluan, produk handuk pada Perusahaan Handuk Ngremboko Ngremboko masih memiliki beberapa kelemahan, yaitu pilihan warna terbatas, kemasan kurang menarik, ukuran kurang bervariasi, tidak ada stok produk setengah jadi dan bahan kurang menyerap. Pada penjualan produk handuk,

Perusahaan Handuk Ngremboko tidak menyiapkan *stock* handuk setengah jadi. *Stock* handuk setengah jadi merupakan produk handuk yang sudah selesai ditenun namun belum dilakukan proses pewarnaan, penjahitan dan proses packing. Hal ini menyebabkan tidak adanya ready *stock* produk handuk, sehingga konsumen tidak bisa melakukan pembelian secara mendadak serta menyebabkan proses pemesanan produk lama.

I.2 Alternatif Solusi

Berikut merupakan tabel alternatif solusi dari permasalahan tidak tercapainya target penjualan produk handuk pada Perusahaan Handuk Ngremboko:

Tabel I. 2 Alternatif Solusi

No	Akar Masalah		Potensi Solusi
1	<i>Promotion</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Penjualan pada media sosial belum maksimal • Promo kurang menarik 	Perancangan strategi promosi di <i>e-commerce</i> dan media sosial.
2	<i>Price</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Harga kurang bersaing 	Perancangan perbaikan atribut produk handuk berdasarkan preferensi konsumen
3	<i>Product</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pilihan warna terbatas • Kemasan kurang menarik • Ukuran kurang bervariasi • Bahan kurang menyerap 	Perancangan perbaikan atribut produk handuk berdasarkan preferensi konsumen
		<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada <i>stock</i> produk setengah jadi 	Perancangan penjadwalan mesin agar pembagian mesin dan job merata untuk memenuhi stok produk setengah jadi.

Setelah dilakukan identifikasi akar masalah serta diberikan potensi solusi dari berbagai permasalahan yang terdapat pada Tabel I.2, kemudian dilakukan pemilihan potensi solusi. Pemilihan potensi solusi dilakukan dengan memberikan penilaian pada masing-masing potensi solusi dengan skala satu sampai lima. Penilaian dilakukan dengan berdiskusi bersama *owner* Perusahaan Handuk Ngremboko agar pemilihan solusi sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Hasil wawancara dengan pihak Perusahaan Handuk Ngremboko terdapat pada Lampiran B. Setelah melakukan penilaian maka terpilih alternatif solusi dengan skor nilai yang paling besar. Berikut merupakan penilaian potensi solusi dari beberapa akar masalah.

Tabel I. 3 Penilaian Potensi Solusi

No	Potensi Solusi	Kriteria Pemilihan Potensi Solusi				Total Nilai
		Relatif murah	Memberi dampak signifikan	Menyelesaikan beberapa masalah	Mudah dilakukan	
1	Perancangan strategi promosi di <i>e-commerce</i> dan media sosial.	3	4	3	3	13
2	Perancangan penjadwalan mesin agar pembagian mesin dan job merata untuk memenuhi stok produk setengah jadi.	3	3	2	2	10
3	Melakukan perancangan perbaikan atribut produk handuk berdasarkan preferensi konsumen	3	4	5	4	16

Berdasarkan Tabel 1.3 yaitu tabel penilaian potensi solusi, maka solusi terpilih dengan total nilai terbesar untuk mengatasi masalah pada Perusahaan Handuk Ngremboko adalah pada potensi solusi ketiga, yaitu melakukan perancangan perbaikan atribut produk handuk berdasarkan preferensi konsumen. Potensi solusi pertama memiliki total nilai sebesar 13, potensi solusi kedua memiliki total nilai sebesar 10 dan potensi solusi ketiga dengan total nilai tertinggi memiliki total nilai sebesar 16. Dalam pengimplementasiannya, potensi solusi ketiga dinilai relatif murah, memberikan dampak yang signifikan, dapat menyelesaikan beberapa masalah dan mudah dilakukan. Potensi ketiga dinilai paling mampu menyelesaikan beberapa masalah sekaligus dikarenakan mampu menyelesaikan 5 akar masalah. Masalah tersebut meliputi pilihan warna terbatas, kemasan kurang menarik, ukuran kurang bervariasi, harga kurang bersaing dan bahan kurang menyerap. Sedangkan potensi masalah pertama mampu menyelesaikan 2 akar masalah, sedangkan potensi solusi kedua hanya mampu menyelesaikan satu masalah.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan alternatif solusi yang dipaparkan pada bab 1.2 maka terpilih alternatif solusi perancangan perbaikan atribut handuk mandi berdasarkan preferensi konsumen untuk mencapai target penjualan. Maka didapatkan perumusan masalah berikut:

1. Apa atribut yang dianggap penting oleh konsumen pada saat membeli produk handuk dari Perusahaan Handuk Ngremboko?
2. Bagaimana perbandingan atribut serta taraf atribut produk handuk dari Perusahaan Handuk Ngremboko dengan atribut dari preferensi konsumen?
3. Apa saja rekomendasi perbaikan atribut yang terpilih berdasarkan preferensi konsumen produk handuk dari Perusahaan Handuk Ngremboko?

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan Tugas Akhir ini yaitu:

1. Mengetahui atribut yang dianggap penting oleh konsumen pada saat membeli produk handuk dari Perusahaan Handuk Ngremboko.
2. Membandingkan atribut serta taraf atribut produk handuk dari Perusahaan Handuk Ngremboko dengan atribut dari preferensi konsumen.
3. Merancang rekomendasi perbaikan atribut yang terpilih berdasarkan preferensi konsumen produk handuk dari Perusahaan Handuk Ngremboko.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

1. Manfaat Teoritis
Hasil dari Tugas Akhir ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi mengenai penelitian *conjoint analysis* selanjutnya dan diharapkan dapat memberikan gambaran tentang perancangan perbaikan atribut produk handuk pada Perusahaan Handuk Ngremboko berdasarkan preferensi konsumen.
2. Manfaat Praktis
Hasil dari Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Perusahaan Handuk Ngremboko untuk mengetahui atribut prioritas produk handuk berdasarkan preferensi konsumen dalam mencapai target penjualan produk handuk.

I.6 Sistematika Penulisan

Bagian ini berisi sistematika penulisan hasil Tugas Akhir yang dilakukan oleh mahasiswa.

BAB I Pendahuluan

Bab ini membahas mengenai uraian latar belakang masalah Tugas Akhir yang dilakukan di Perusahaan Handuk Ngremboko, alternatif solusi, perumusan masalah, tujuan tugas akhir, manfaat tugas akhir, serta sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini membahas mengenai teori atau konsep umum terkait dengan permasalahan dan rancangan, teori/model/kerangka standar terkait permasalahan dan rancangan dan pemilihan teori standar yang digunakan dalam perancangan.

BAB III Metodologi Perancangan

Bab metodologi perancangan menjelaskan tahapan mekanisme/rencana perancangan solusi/penyelesaian masalah yang meliputi mekanisme pengumpulan data, tahapan perancangan, mekanisme verifikasi dan mekanisme validasi hasil rancangan. Pada metodologi penelitian juga terdapat batasan dan asumsi tugas akhir, identifikasi komponen sistem integral dan rencana waktu penyelesaian tugas akhir.

BAB IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Bab ini berisi spesifikasi rancangan yang ditentukan berdasarkan data faktual dan proses perancangan yang dilakukan sesuai dengan tahap yang telah dijelaskan pada sistematika perancangan.

BAB V Validasi dan Evaluasi Hasil Rancangan

Bab ini berisi penjelasan proses validasi dan evaluasi hasil rancangan dari tugas akhir ini. Bab ini berisikan validasi hasil rancangan, evaluasi hasil rancangan serta analisis dan rencana implementasi hasil rancangan.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini terdapat kesimpulan dari hasil tugas akhir yang sudah dilakukan dan pemberian saran atau rekomendasi yang dikaitkan dengan analisis hasil rancangan dan analisis implementasi hasil rancangan sehingga didapatkan hasil perancangan yang lebih baik.