

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha sekarang ini sudah sangat pesat, terutama dalam dunia usaha. Hal ini ditandai dengan terus bertambahnya industri-industri kerajinan yang telah memproduksi berbagai macam kerajinan, karena kerajinan merupakan suatu hasil bentuk hasil karya yang mampu menarik minat konsumen untuk memilikinya. Saat ini tidak mengherankan lagi jika harga yang ditawarkan oleh pihak industri kerajinan bervariasi sehingga membuat konsumen lebih teliti dalam memilih produk yang ditawarkan oleh suatu industri tersebut khususnya industri kerajinan batik kayu.

Persaingan industri kerajinan semakin pesat, untuk itu usaha-usaha kerajinan diperlukan periklanan. Periklanan terkadang menghabiskan anggaran besar dalam pemasaran dan seringkali merupakan bahan penting bagi keberhasilan suatu produk, sehingga perusahaan harus berusaha menilai efektivitas suatu iklan dari pesan-pesan tertentu dan efektifitas dari keseluruhan program periklanan dalam mencapai sasaran periklanan.

Iklan mempengaruhi konsumen dengan menggunakan tokoh-tokoh besar atau selebritas sebagai penyampai pesan produk. Sebagian besar iklan yang ditayangkan di televisi atau internet sangat baik karena memberikan informasi suatu produk dan memberikan hiburan yang menarik, akan tetapi sebagian orang beranggapan bahwa iklan menyesatkan konsumen, karena

belum tentu yang disampaikan oleh model iklan tersebut memang baik digunakan.

Seiring dengan perkembangan zaman, konsumen ingin lebih mengenal suatu produk-produk yang ditawarkan pada konsumen. Konsumen dapat mudah mendapatkan informasi dari sebuah produk melalui iklan. Semakin konsumen lebih banyak mengetahui tentang produk-produk kayu batik, persaingan antar pengrajin juga semakin ketat untuk menarik konsumen. Para pengrajin berlomba-lomba membuat produk-produk baru yang menarik. Begitu juga dengan batik kayu Sanggar Punokawan. Sanggar Punokawan selalu memberikan produk-produk yang menarik, bervariasi, dan berinovasi.

Sejalan dengan perkembangan dunia industri kerajinan ini khususnya kerajinan batik kayu, pihak industri mengikuti tuntutan pasar yang besar dengan melancarkan strategi-strategi pemasaran dengan melakukan periklanan tentang produknya untuk mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk yang diperiklankan. Minat adalah suatu keadaan di mana seseorang menaruh perhatian pada suatu dan disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut tentang sesuatu (Walgito, 1989: 57).

Suatu industri dapat menarik perhatian para konsumen yang dijadikan pasar sasarannya, sehingga konsumen akan tertarik dan akan melakukan pembelian terhadap produk yang dibuat oleh suatu industri tersebut. Konsumen akan merasa tertarik untuk membeli produk apabila konsumen merasa terpenuhi akan keinginan dan kebutuhan yang dirasakan. Dengan kata lain suatu industri

harus dapat memuaskan semaksimal mungkin apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen karena konsumen membeli produk bukan hanya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan dalam jangka pendek tetapi membeli produk yang dapat memberikan kepuasan dan kesejahteraan dalam jangka panjang. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian tentang kerajinan batik kayu Sanggar Punokawan di daerah Krebet RT 04 Sendangsari Pajangan Bantul.

Periklanan kerajinan batik kayu Sanggar Punokawan dapat dilihat melalui punokawan_krebet@yahoo.com atau punokawankrebet.blogspot.com. Penelitian yang berupa batik kayu masih relatif sedikit, karena sebagian besar orang meneliti batik tapi yang berupa batik kain.

Kerajinan yang memproduksi batik kayu semakin berkembang pesat, salah satunya adalah Sanggar Punokawan. Berkembangnya batik kayu memberikan dampak persaingan yang ketat. Ketatnya persaingan mengharuskan suatu industri untuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang semakin maju agar mampu menciptakan produk yang baik sehingga konsumen merasa puas dan permintaan terpenuhi.

Berdasarkan latar belakang maka penulis ingin melakukan penelitian tentang periklanan dan minat membeli terhadap kerajinan batik kayu Sanggar Punokawan, dengan judul “Pengaruh Periklanan Terhadap Minat Membeli Kerajinan Batik Kayu Sanggar Punokawan di Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah model iklan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen.
2. Apakah desain iklan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen.
3. Apakah *brand image* berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen.
4. Apakah model iklan, desain iklan, *brand image* berpengaruh bersama-sama secara signifikan terhadap minat konsumen.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh model iklan terhadap minat konsumen.
2. Untuk menguji pengaruh desain iklan terhadap minat konsumen.
3. Untuk menguji pengaruh *brand image* terhadap minat konsumen.
4. Untuk menguji model iklan, desain iklan, *brand image* terhadap minat konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi pengusaha

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi para pengusaha untuk dapat meningkatkan *volume* penjualan.

2. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan kesempatan bagi penulis sebagai sarana latihan untuk mengaplikasikan pengetahuan yang didapat dari bangku kuliah dalam menyelesaikan masalah yang terjadi di masyarakat.

3. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat mendukung teori atau hasil penelitian terdahulu mengenai topik yang sama dan diharapkan bisa dijadikan sebagai dasar untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut.