BAB II

PEMBAHASAN DAN PENYELESAIAN MASALAH RUMAH INDUSTRI RAJUT TIARA SWEATER

II.1 Sentra Rajut Binong Jati

Binong Jati dikenal sebagai tempat produksi perajin rajutan di Bandung. Gapura yang bertuliskan "Sentra Industri Rajutan Binong Jati" di Jl. Gatot Subroto, Bandung, menjadi penandanya. Di sekitar gapura, terdapat sebuah pasar yang bernama Pasar Binong.

Rajut adalah benang yang di pintal mengunakan jarum sehingga membentuk sehelai kain rajut. Binong Jati sebagai sentra rajut di kota Bandung terdapat beberapa pengusaha yang bergerak di bidang rajutan. Salah satunya Wiwi Wiarsih yang mempunyai rumah industri yang bernama *Tiara Sweater*. Binong Jati terletak dijalan Gatot Subroto dengan gapura sebagai tanda sentra rajut Binong Jati. selain gapura jalan masuk menuju sentra rajut Binong Jati terdapat pasar yang dinamakan pasar Saeran Binong. Pasar inilah penanda lokasi industri rajut Binong Jati.

Industri Rajut adalah industri yang bergerak dalam bidang pakaian, dimana industri ini membutuhkan beberapa peralatan untuk proses produksi. Sebagai contoh mesin rajut yang berfungsi sebagai proses pemintalan benang menjadi lembaran kain rajut, mesin linking yang berfungsi sebagai proses dimana lembaran kain menjadi pakaian rajut, mesin obras dan jarum sontek yang berfungsi sebagai perapihan pakaian rajut. Lalu dilanjutkan dengan proses penguapan pakaian rajut menggunakan mesin uap yang berfungsi untuk membentuk ukuran pakaian rajut, dan proses terakhir adalah pengemasan untuk siap kirim.

II.2 Rumah Industri Rajut *Tiara Sweater*

Industri kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah dan bahan baku menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi dan berharga bagi penggunanya. Pakaian rajutan biasanya digunakan pada saat cuaca dingin dengan fungsi sebagai

pakaian hangat. Di rumah industri rajut *Tiara Sweater* pakaian rajut mempunyai beberapa jenis pakaian dan beberapa jenis model pakaian dan dapat digunakan bukan pada cuaca dingin saja.

Dilihat dari aspek lokasi usaha, lokasi rajut Binong Jati belum semua orang mengetahuinya, dikarenakan akses jalan menuju lokasi tidak efisien. Selain itu rumah industri rajut *Tiara Sweater* ini berada di kawasan padat penduduk dan petunjuk untuk menuju lokasi kurang, sehingga sulit diakses oleh para konsumen.

Menurut Asep Rahmat (2012) Para pengusaha rajut sudah pasrah dengan keadaan akses jalan yang kurang memadai.

Akses jalan berpengaruh terhadap kegiatan usaha rajut *Tiara Sweater* di Binong Jati. Selain merugikan rumah industri rajut *Tiara Sweater*, akses jalan pun mempersulit para pengunjung yang mengunjungi kawasan industri rajut Binong Jati. Tidak adanya petunjuk jalan membuat para pengunjung tidak tahu mengenai lokasi rumah industri rajut *Tiara Sweater*.

M. Yacob Ibrahim menjelaskan (2009) "Faktor lokasi mempengaruhi proses dari kegiatan usaha karena lokasi perusahaan erat hubungannya dengan masalah pemasaran hasil produksi dan masalah biaya pengangkutan, disamping masalah persediaan bahan baku." (h. 119).

Rumah industri *Tiara Sweater* yang dimiliki Wiwi Wiarsih sulit mengembangkan pemasaran didaerah Bandung, dikarenakan persaingan pemasaran jenis sandang di Bandung begitu banyak. Apabila pemasaran rajutan *Tiara Sweater* keluar Bandung terhambat oleh biaya pengiriman yang semakin mahal. Pemasaran juga dihambat oleh faktor perdagangan bebas yang sudah masuk di Indonesia. Sehingga lebih banyak konsumen yang mengambil barang yang di impor dari Cina dikarenakan harga lebih murah dan pengiriman yang murah. Walaupun kualitas produk rajut *Tiara Sweater* lebih bagus.

Pemasaran didaerah Binong Jati pun terhambat karena daerah pemasaran di Binong Jati tidak begitu menguntungkan untuk rumah Industri *Tiara Sweater*. Hal ini disebabkan karena akses jalan tidak begitu menguntungkan untuk memasarkan barang

hasil dari para perajin rajut. Selain itupun modal usaha rajut yang dirintis oleh Hj. Wiwi Wiarsih kurang begitu mencukupi untuk membuat toko dan memasarkan produk hasil produksinya.

II.3 Produksi Rajut *Tiara Sweater*

Produksi adalah pembuatan suatu bahan dari nol hingga menjadi sesuatu yang berguna atau berharga. Dalam setiap pekerjaan di bidang industri ada proses produksi. Proses produksi ini adalah awal dari pembuatan rajut. Produksi rajut diawali dengan pemintalan benang oleh mesin rajut sehingga membentuk sehelai kain kemudian lembaran kain rajut tersebut disatukan oleh mesin linking atau mesin obras. Kemudian dilakukan proses pengesoman atau perapihan benang – benang rajut yang telah selesai dikerjakan. Setelah menjadi pakaian dan telah dirapihkan, rajutan tesebut kemudian di *steam* atau setrika uap gunanya yaitu agar pakaian rajut menjadi lebih rapih dan membentuk ukuran atau bentuk yang diinginkan. Terakhir adalah proses pembungkusan pakaian yang telah selesai di setrika uap dan siap untuk dikirim.

Oon Mison menjelaskan (2012) Proses produksi rajutan di rumah industri rajut *Tiara Sweater* banyak melibatkan masyarakat setempat untuk membantu proses produksi. Proses merajut banyak dikerjakan oleh pria sedangkan perempuan atau ibu–ibu rumah tangga biasanya mengerjakan pengesoman atau perapihan benang rajut yang telah beres di linking atau di obras. Selain dari pengesoman para ibu–ibu ini juga bertugas sebagai pembungkus hasil produksi yang telah selesai.

Dengan banyak masyarakat yang terlibat dalam proses usaha rumah industri rajut *Tiara Sweater,* rumah industri rajut *Tiara Sweater* merupakan sumber ekonomi bagi masyarakat setempat. Hal ini perlu diperhatikan agar usaha rumah industri rajut *Tiara Sweater* terus berproduksi sehingga mampu membantu masyarakat setempat.



Gambar II.1 Beberapa karyaman rumah industri rajut *Tiara Sweater* sedang mengerjakan pemintalan benang menjadi kain rajut.
Sumber : Dokumen Pribadi (6 Desember 2012)



Gambar II.2 Beberapa karyaman rumah industri rajut *Tiara Sweater* sedang mengerjakan proses linking yaitu menyatukan kain rajut menjadi pakaian rajut.
Sumber : Dokumen Pribadi (6 Desember 2012)



Gambar II.3 Beberapa karyaman rumah industri rajut *Tiara Sweater* sedang mengerjakan proses setim untuk merapihkan pakaian rajut.
Sumber : Dokumen Pribadi (6 Desember 2012)

II.4 Produk-Produk Rumah Industri Rajut *Tiara Sweater*

Jenis pakaian rajut *Tiara Sweater* di buat menarik agar para konsumen berminat untuk memesan pakaian rajut dari *Tiara Sweater*. Desain pakaian rajutan dibuat sendiri oleh para pengusaha dan ada juga desain yang dibuat oleh konsumen. Ada beberapa macam jenis pakaian rajut yang telah di desain dan dibuat oleh rumah industri rajut *Tiara Sweater* di Binong Jati, antara lain :

- *Cardigan*
- *Baby doll*
- *Jumbo*
- *Balero*
- *Jipper*
- *Rainbow pocket*
- *Brother*

Jenis – jenis pakaian tersebut biasa di pesan oleh para konsumen. Rumah industri rajut *Tiara Sweater* membuat desain sendiri untuk di jual. Order pakaian rajutan yang di desain sendiri oleh rumah industri rajut *Tiara Sweater* terkadang

dibagikan kepada para pengusaha rajut lainnya jika sedang kelebihan pesanan, itupun dengan kesepakatan harga produksinya.

Berikut adalah beberapa gambar pakaian rajut yang dihasilkan di rumah industri rajut *Tiara Sweater* :



Gambar II.6 Jenis pakaian rajut Rainbow Pocket
Sumber : Dokumen Pribadi (6 Desember 2012)



Gambar II.7 Jenis pakaian rajut Cardigan
Sumber : Dokumen Pribadi (6 Desember 2012)



Gambar II.8 Jenis pakaian rajut Brother
Sumber : Dokumen Pribadi (6 Desember 2012)

Jenis pakaian rajut *Tiara Sweater* ini di pasarkan di sejumlah daerah di Indonesia seperti di Jakarta, Solo, Malang, Surabaya, Makasar dan kota kota besar lainnya di Indonesia.

II.5 Analisa Pengantar

II.5.1 Daerah Pemasaran Rumah Industri Rajut *Tiara Sweater*

Rumah industri rajut *Tiara Sweater* sulit mengembangkan pemasaran didaerah Bandung, dikarenakan persaingan pemasaran jenis sandang di Bandung begitu banyak. Apabila pemasaran keluar Bandung terhambat oleh biaya pengiriman yang mahal. Pemasaran juga dihambat oleh faktor perdagangan bebas yang sudah masuk di Indonesia. Sehingga lebih banyak konsumen yang mengambil barang impor dari Cina dikarenakan harga lebih murah dengan bahan yang sama dan pengiriman yang murah. Daerah pemasaran yang padat penduduk membuat pengiriman bahan baku sedikit terhambat dikarenakan akses yang sulit dijangkau oleh mobil pengirim barang. Sehingga pada saat pembeliaan bahan baku tidak langsung ditempatkan kepada

pengusaha dan biasanya dikirim ke satu tempat jasa pengiriman barang dengan biaya berlebih.

Perdagangan bebas sangat merugikan rumah industri rajut *Tiara Sweater*, barang rajutan yang diimpor dari Cina ke Indonesia, harganya lebih murah dari harga produk yang dihasilkan rumah industri rajut *Tiara Sweater*. Akan tetapi produk yang dihasilkan rumah industri rajut *Tiara Sweater* jauh lebih baik dari rajut yang diimpor dari Cina. Selain itupun harga bahan baku menjadi naik karena permintaan dari pasar berkurang dan banyak merugikan rumah industri rajut *Tiara Sweater.*

Konsumen lebih memilih produk rajut yang murah karena para konsumen bisa memesan lebih banyak lagi barang dan lebih mudah menjualnya. Hal ini merupakan hambatan bagi rumah industri rajut *Tiara Sweater* yang menjual produknya lebih mahal dari barang rajut yang di impor dari Cina. Tetapi jika rumah industri rajut *Tiara Sweater* melakukan perubahan penjualan dengan memanfaatkan media jaringan seperti website diharapkan mampu menaikan penjualan dan lebih memiliki karakter dari produk – produk yang dihasilkan.

Pemasaran didaerah Binong Jati terhambat, karena daerah pemasaran di Binong Jati tidak begitu menguntungkan untuk rumah industri rajut *Tiara Sweater*. Hal ini disebabkan karena akses jalan tidak begitu menguntungkan untuk memasarkan barang hasil dari para perajin rajut. Selain itupun modal usaha rumahindustri rajut *Tiara Sweater* kurang begitu mencukupi untuk membuat toko dan memasarkan produk hasil produknya.

Sondang P. Siagan menjelaskan (2009) “Dalam era globalisasi ekonomi seperti sekarang ini, persaingan merupakan salah satu pemicu perubahan yang harus di perhitungkan” (h. 211).

Jalan keluar rumah industri rajut *Tiara Sweater* adalah dengan mencari konsumen yang melakukan transaksi jual lepas diluar kota Bandung ataupun diluar pulau Jawa. Hal ini menjadikan harga produksi menjadi lebih tinggi karena pola jual lepas memerlukan jasa antar barang. Selain itu rumah industri rajut *Tiara Sweater* harus mengeluarkan uang untuk jasa angkut barang.

Untuk transaksi penjualan rumah industri rajut *Tiara Sweater* menggunakan jenis pembayaran berupa giro. Jenis pembayaran ini harus menunggu jangka waktu untuk pengambilan uang yang dikirim oleh para konsumen. Giro akan dikirim jika para konsumen telah mendapatkan barang rajut yang telah dikirim oleh rumah industri rajut *Tiara Sweater*. Biasanya giro ini akan bisa diambil dengan batas waktu tertentu sesuai kesepakatan konsumen dan para pengusaha rajut.

Media sebagai sarana untuk memperkenaakna rumah industri rajut *Tiara Sweater* tentu saja diperlukan untuk menunjang daerah pemasaran rumah industri rajut *Tiara Sweater*. media ini di perlukan untuk memperluas jaringan antara rumah industri rajut *Tiara Sweater* dan para konsumen. Media ini diharapkan mampu menjadi jalan keluar rumah industri rajut *Tiara Sweater* untuk tetap memproduksi rajutan. Media juga menjadi peranan penting rumah industri rajut *Tiara Sweater* untuk memperluas perkembangan industri rajut Binong Jati di Indonesia.

II.5.2 Usaha Untuk Memperkenalkan Rumah Industri Rajut *Tiara Sweater*

Rumah industri rajut *Tiara Sweater* belum melakukan usaha untuk memperkenalkan rumah industri rajut *Tiara Sweater* padahal hal tersebut penting bagi rumah industri rajut *Tiara Sweater* untuk mengembangkan dan memperkenalkan hasil produksi produk – produk yang dihasilkan oleh rumah industri rajut *Tiara Sweater.* Rumah industri rajut *Tiara Sweater* hanya mengandalkan konsumen yang sudah mengenal baik Wiwi Wiarsih selaku pemilik rumah industri rajut *Tiara Sweater.*

Kurangnya usaha untuk memperkenalkan produk yang dilakukan *Tiara Sweater* menghambat persaingan dipasaran. Dengan mengandalkan konsumen yang sudah dikenal tidak akan efektif disamping saat ini kompetitor semakin banyak dan adanya pasar bebas menjadikan *Tiara Sweater* semakin tersisihkan dalam mengembangkan usahanya.

Target pemasaran rumah industri rajut Tiara sweater lebih kepada konsumen pengecer yang menjual kembali barang hasil produk rumah industri rajut tiara sweater.

Selain itu juga konsumen yang membeli produk satuan adalah sasaran penjualan bagi *Tiara Sweater*. Untuk menaikan jumlah barang untuk dipasarkan kepada konsumen pengecer untuk dijual kembali dan konsumen satuan tentu saja diperlukan langkah untuk mengenalkan produk rajut tiara sweater. Hal ini perlu dilakukan agar target pasar juga mengetahui keberadaan rumah industri rajut tiara sweater.

Internet adalah media untuk mencari barang, dimana saat ini masyarakat memanfaatkan media internet untuk mencari barang yang dibutuhkan. Jika melihat karakter masyarakat sekarang yang selalu memanfaatkan media internet untuk mencari barang baik untuk digunakan maupun untuk dijual kembali, penulis tertarik untuk membuat *website.*

M. Suyanto menjelaskan (2003) "Internet adalah jaringan global dari komputer yang menghubungkan sumberdaya–sumberdaya bisnis, pemerintahan, dan intitusi pendidikan menggunakan protocol TCP/IP" (h. 36).

Dengan memanfaatkan internet untuk menaikan penjualan pakaian rajut *Tiara Sweater* diharapkan mampu memperkenalkan rumah industri rajut *Tiara Sweater* sebagai rumah industri yang mengerjakan pakaian rajut dengan produk yang berkualitas. Disamping pada saat ini internet sedang digemari masyarakat.

Internet sebagai jaringan global dan *website* sebagai media diharapkan mampu untuk memperkenalkan rumah industri rajut *Tiara Sweater*. Dengan melihat karakter masyarakat yang ingin mendapatkan barang dengan mudah, penulis tertarik untuk memperkenalkan *Tiara Sweater* melalui media internet.

M. Suyanto menjelaskan (2003) "Penerapan multimedia diperusahaan yang menonjol tertuju pada aktivitas pemasaran, khusunya aktivitas promosi" (h. 306).

Website yang akan digunakan adalah *website* pemasaran yaitu *website* yang isinya pengenalan rumah industri rajut *Tiara Sweater*, produk rajut *Tiara Sweater*, peta lokasi rumah industri rajut *Tiara Sweater*, dan cara untuk belanja *online*.

II.5.3 Promosi

Suatu perusahaan dalam memasarkan produknya perlu merancang dan menyebarkan informasi tentang kehadirannya, ketersediaanya, ciri-ciri produk dan kondisi produknya serta manfaat yang dapat diperoleh para pelanggan/calon pelanggan atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Usaha untuk mengenalkan produk kepada pasar yaitu dilakukan strategi promosi.

Usaha yang perlu dilakukan adalah melalui promosi sebagai rangkaian rencana pemasaran secara keseluruhan. Strategi ini pada dasarnya merupakan proses komunikasi yang ditujukan untuk mempengaruhi perilaku konsumen kearah pengambilan keputusan yang positif dalam pembelian bagi perusahaan. Promosi menurut Mc.Charty & Perrealt (seperti dikutip M. Rizwar Ghazali, 2010) Promosi adalah komunikasi informasi antara penjual dan calon pembeli atau pihak-pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.

Menurut Swatha dan Irawan (seperti dikuti M. Rizwar Gahazali, 2010) Tujuan utama dari promosi adalah modifikasi tingkah laku konsumen, menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan produk atau jasa yang dijualnya. Secara rinci dapat dijabarkan sebagai berikut :

a. Menginformasikan

Kegiatan promosi ditujukan untuk memberitahukan pasar yang dituju tentang penawaran dari perusahaan.

b. Membujuk pelanggan sasaran

Promosi yang bersifat membujuk umumnya kurang disenangi masyarakat namun demikian promosi ini diarahkan untuk mendorong pembelian.

c. Mengingatkan

Promosi yang bersifat mengingatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan merk produk dalam masa kedewasaan produk.

d. Modifikasi tingkah laku konsumen

Promosi diarahkan untuk merubah kebiasan pembelian konsumen, missal iklan pemakaian pasta gigi Pepsodent yang menginformasikan kalau pemakaian pasta gigi diletakkan penuh di bulu sikat.

Produk, Harga, dan Promosi yang diberikan kepada konsumen. Dari hasil analisis diketahui bahwa secara kesluruhan variabel mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian

II.5.4 *Website*

Menurut Rahmat Hidayat (2010) " *Website* atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakanuntuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya baik bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yan saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman" (h. 2).

Website yang digunakan dalam proses memperkenalkan rumah industri rajut *Tiara Sweater* adalah jenis *website* komersial. *Website* jenis komersial ini adalah jenis *website* pemasaran dan bisnis yang didalam *website* tersebut terdapat transaksi jual-beli.

II.5.5 Jenis-jenis *Website*

Seiring dengan perkembangan teknologi terdapat jenis-jenis *website* yang diantaranya :

- *Personal Website*

- *Commercial Website*
- *Government Website*
- *Non Profit Organitation Website*

Berdarsarkan kegunaan memperkenalkan rumah industri rajut *Tiara Sweater* dan *website* yang ditujukan untuk pemasaran serta bisnis maka jenis *website* yang digunakan untuk memperkenalkan rumah industri rajut tiara sweater adalah *commercial website* yaitu *website* yang bersifat bisnis.

Commercial website adalah website yang digunakan untuk menggambarkan penjualan barang dan jasa melalui Internet. *Commercial website* dapat digunakan untuk mempromosikan produk. Didalam *commercial website* terdapat transaksi jual beli produk yang ditawarkan secara *online.* Didalam commercial website disediakan tata cara pemesanan produk yang diinginkan konsumen dan tata cara pembayaran produk yang telah dipesan oleh konsumen.

II.5.6 *Layout*

Layout adalah tataletak beberapa unsur desain agar teratur dan memdapatkan dampak yang kuat bagi yang melihatnya. Banyak yang medefinisikan bahwa *layout* sama seperti desain.

Prinsip-prinsip *layout* :

- Keseimbangan : membangun menentukan ukuran dan peraturan setiap bagian dalam sebuah layout. *Layout* yang tidak seimbang akan menyulitkan pengunjung website ketika melihat website yang *layoutnya* tidak seimbang.
- Irama : irama merupakan bentuk yang dihasilkan dari pengulangan elemen secara bervariasi. Pengulangan secara konsisten dan bervariasi saling melengkapi agar tidak timbul kebosanan bagi pengunjung website.

- Kesatuan : keselurahan elemen pada layout harus satu kesatuan. Hal ini membantu banyaknya elemen yang akan digunakan dan akan membantu terciptanya keselarasan.

II.5.7 Warna

Warna sebagai pembangkit emosi :

- Kehidupan yang penuh warna dalam keseharian manusia berpengaruh pada emosi, perasaan dan hal semacamnya. Untuk memperkuat desain diperlukan satu pemahaman atas respon seseorang terhadap warna dan pengertian terhadap target market yang dituju. Faktor sosiologis, histories, politis, geografis, psikologis dan budaya juga menentukan respon target terhadap warna.

Warna yang mengandung makna :

- Pesan utama dari sebuah warna dapat digunakan sebagai identitas yang kuat dari sebuah brand. Penggunaan warna corporate dapat memberikan produk sebuah posisi yang lebih kuat di pasar.

Warna sebagai media penarik perhatian :

- Warna adalah elemen utama yang dapat digunakan untuk mendapatkan perhatian dari orang-orang yang melihatnya. Kekuatan dari warna dapat menarik perhatian dan memotivasi penjualan, warna dapat digunakan memberikan identitas pada sebuah brand.

II.5.8 Tipografi

Tipografi adalah suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf. Selain itu, tipografi adalah salah satu sarana untuk menterjemahkan kata-kata yang terucap ke halaman yang dapat dibaca. Peran dari pada tipografi adalah mengkomunikasikan ide atau informasi dari halaman tersebut ke pengamat.Pengertian tipografi yang

sebenarnya adalah ilmu yang mempelajari bentuk huruf di mana huruf, angka, tanda baca, dan sebagainya tidak hanya dilihat sebagai suatu desain.

Tipografi yang digunakan menggunakan jenis tipografi sans serif agar tercipta nuansa yang tidak kaku.

II.5.9 Fotografi

Sebuah Foto akan terlihat baik apabila foto tersebut dapat mengungkapkan atau menceritakan banyak hal kepada audience tentang sesuatu yang ada dalam foto tersebut.

Menurut Marcus Sudjojo " Mata kita bisa melihat dengan adanya cahaya baik cahaya secara langsung (dari sumbercahaya itu sendiri) maupun cahaya yang terpantul dari benda lain. Cahaya berbagai warna dengan tingkat keterangan yang berbeda-beda membentuk pola cahaya yang ditangkap oleh mata, dan diteruskan ke otak. Otak kita kemudian mengartikan pola cahaya yang diteruskan tersebut sebagai persepsi kita terhadap objek yang kita lihat" (h.1)

Foto yang digunakan harus memenuhi kebutuhan agar dapat berpadu dengan konsep yang telah ditentukan.

II.6 Analisis 5W+1H

Metode analisis 5W+1H adalah metode yang terdiri dari what (apa), when (kapan), where (dimana), who (siapa), why (siapa) dan 1H adalah how (bagaimana). Dalam pembuatan media promosi ini digunakan analisis 5W+1H berikut analisisnya :

What (apa)

Rumah industri rajut *Tiara Sweater* dapat dikunjungi serta dapat dijadikan sebagai peluang usaha untuk masyarakat yang ingin berwirausaha dibidang rajutan.

When (kapan)

Rumah industri rajut *Tiara Sweater* dapat dikunjugi ketika para konsumen datang untuk mengunjungi rumah industri rajut *Tiara Sweater*.

Where (dimana)

Rumah industri rajut *Tiara Sweater* dapat dikunjungi di jl. Binong Jati 2 no.1 Kel. Binong Kec. Batununggal Bandung.

Who (siapa)

Rumah industri rajut *Tiara Sweater* sebagai industri rumahan yang bekerja dibidang industri tekstil jenis rajutan.

Why (kenapa)

Rumah industri rajut *Tiara Sweater* mengalami penurunan produksi sehingga membutuhkan promosi untuk memperkenalkan produknya.

How (bagaimana)

Dengan cara memperkenalkan rumah industri rajut *Tiara Sweater* dengan memanfaatkan media jaringan mampu memperkenalkan rumah industri rajut *Tiara Sweater* dan hasil produknya sehingga di kenal oleh masyarakat dan konsumen.

II.7 Solusi

Permasalan rumah industri rajut *Tiara Sweater* tentu saja memerlukan solusi untuk tetap memproduksi produk – produknya dan dapat bersaing dengan kompetitor. Selain itu rumah industri rajut *Tiara Sweater* ini juga dapat menjalin hubungan dengan para konsumen semakin dekat. Pokok permasalahan rumah industri rajut *Tiara Sweater* ini adalah pemasaran jadi di butuhkan promosi untuk dapat memperkenalkan

produk – produk yang dihasilkan rumah industri rajut *Tiara Sweater* sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Target *audience* rumah industri rajut *Tiara Sweater* adalah kalangan dewasa. Target *audience* menetukan desain yang akan di terapkan pada proses promosi rumah industri rajut *Tiara Sweater*.

Untuk mengembangkan suatu wilayah untuk dijadikan objek bisnis harus dilakukan promosi sebagai informasi dari apa yang ada ditempat tersebut. Promosi diharapkan mampu mengembangkan produksi rumah industri rajut *Tiara Sweater* dan mampu bersaing dengan kompotitor. Rumah industri rajut *Tiara Sweater* mempunyai keunggulan dari produknya. Hal ini mampu mengembangkan daerah pemasarannya jika *Tiara Sweater* dapat meningkatkan usahanya dengan melakukan promosi.

Kotler & Armstrong (seperti dikutip M. Rizwar Ghazali, 2010) variabel-variabel yang ada di dalam *promotional mix* ada lima, yaitu periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung.

Promosi rumah industri rajut *Tiara Sweater* diharapkan mampu menjalin hubungan baik dengan konsumen. Promosi pun diharapkan mampu menaikan penjualan.

Promosi yang akan digunakan yaitu dengan cara memanfaatkan media didalam internet seperti website. Selain murah, internet pada saat ini sedang digemari oleh sebagian masyarakat di Indonesia khususnya masyarakat menengah dan menengah keatas. Melihat karakter masyarakat Indonesia sekarang selalu memanfaatkan internet untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan maka dari itu penulis memanfaatkan internet dan *website* sebagia media untuk mempromosikan rumah industri rajut *Tiara Sweater.*

Promosi ini ditujukan untuk para pedagang pengecer dan pembeli langsung. Hal ini menjadi sasaran promosi bagi *Tiara Sweater* untuk mengembangkan hasil produksinya.

Media yang akan digunakan untuk mempromosikan rumah industri rajut *Tiara Sweater* ini antara lain :

- *Website* pemasaran sebagai media utama
- Buku Katalog
- Poster
- Spanduk
- Kalender
- Kartu Nama