

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu produk dari Indonesia yang sangat dikenal dan disukai oleh masyarakat luar negeri adalah kerajinan tangan tradisional. Selama beberapa tahun ini dapat dilihat bahwa angka ekspor kerajinan tangan dari Indonesia ke luar negeri terus meningkat. Barang-barang kerajinan tangan yang ada di Indonesia dianggap memiliki nilai yang eksotis, unik, dan juga antik. Selain itu juga barang-barang tersebut dirasa cocok dengan selera sebagian masyarakat luar negeri yang mulai kembali kepada *trend* pola hidup alami (*back to nature*).

Beberapa contoh barang-barang kerajinan tangan yang cukup laku dipasar luar negeri antara lain batik, wayang, kain tenun, ulos, angklung dan sebagainya. Dengan bermodalkan bahan-bahan alami yang murah dan mudah didapat, barang-barang kerajinan ini dapat menembus pasar di luar negeri dengan cukup sukses. Standar mutu yang ditawarkan pun sudah mengikuti standar-standar dari negara-negara luar, dan juga tidak sedikit wisatawan luar yang berani membayar mahal untuk membeli barang-barang kerajinan tangan ini.

Barang-barang kerajinan tangan ini asalnya tersebar di berbagai daerah yang ada di Indonesia. Salah satu kerajinan tangan yang terkenal, yang berasal dari Jawa Barat, adalah Kerajinan tangan Rajapolah, yang mana barang-barangnya dapat ditemui dan dibeli di sentra penjualan kerajinan tangan Rajapolah yang merupakan salah satu objek wisata belanja yang ada di kabupaten Tasikmalaya.

Sentra Kerajinan tangan Rajapolah merupakan suatu wadah besar yang menampung dan menjual berbagai macam kerajinan tangan yang di produksi di Rajapolah maupun oleh tempat-tempat lainnya yang tersebar disekitar Tasikmalaya. Berbagai macam barang kerajinan tangan yang ditawarkan disini memiliki macam-macam kegunaan yang mana kualitasnya sudah diakui oleh negara-negara luar seperti Jepang, Amerika, dan Eropa. Ciri khas dari produk-produknya sendiri terlihat

dari bahan-bahan yang digunakan untuk membuat produknya yang bersifat alamiah, juga dari teknik anyam dan permainan warna yang membuat produk tampil unik dan menarik. Kelebihan lainnya yang ditawarkan oleh Rajapolah adalah adanya sistem *costum made* bagi konsumen yang ingin membuat produk kerajinan tangan dengan menggunakan desain buatan mereka sendiri.

Namun ada beberapa kendala yang ditemukan di Sentra kerajinan tangan Rajapolah ini, diantara lain adalah promosi yang dirasakan masih kurang maksimal mengingat masih cukup banyak wisatawan di kota lain yang belum begitu mengenal tempat ini. Di kota Tasikmalaya sendiri tidak tampak ada tanda-tanda yang menunjukkan promosi tempat wisata belanja Rajapolah, sehingga membuat wisatawan sebagian besar tidak mengetahui informasi dasar seperti lokasi Rajapolah, produk-produk yang di jual di Rajapolah, ciri khas produk Rajapolah, dan sebagainya. Selain itu juga jalan Raya Rajapolah dianggap belum memiliki suatu ciri khas yang unik yang dapat diingat oleh wisatawan yang pernah berkunjung kesana. Kondisi toko-toko yang ada di tempat ini pun tampak kurang menarik perhatian sehingga wisatawan yang melewati tempat ini terkadang enggan untuk singgah dan melihat-lihat produk yang dijual.

Topik ini diambil karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak Rajapolah sendiri. Maka dari itu kawasan kerajinan tangan Rajapolah perlu dipromosikan karena mempunyai potensi sebagai objek wisata belanja bagi para wisatawan, khususnya wisatawan lokal.

1.2 Permasalahan

Berikut dirumuskan permasalahan-permasalahan yang perlu dipecahkan:

- 1) Langkah-langkah apa saja yang dapat dilakukan untuk membuat *brand* produk kerajinan tangan Rajapolah yang menarik dan mudah diingat oleh wisatawan lokal?
- 2) Bagaimana cara mempromosikan produk kerajinan tangan Rajapolah agar lebih dikenal oleh wisatawan lokal?

1.3 Ruang Lingkup

Sesuai dengan permasalahan diatas, masalah yang akan dibahas meliputi perancangan *brand* dan promosi untuk kerajinan tangan Rajapolah. Perancangan akan melibatkan wisatawan yang berada di luar kota, khususnya kota Bandung, Indonesia, dengan waktu perancangan antara Januari hingga Juli 2013.

1.4 Tujuan Perancangan

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, tujuan perancangan yang ingin dicapai antara lain adalah:

- 1) Membuat *brand* produk kerajinan tangan Rajapolah yang menarik dan mudah diingat oleh wisatawan lokal.
- 2) Mempromosikan produk kerajinan tangan Rajapolah agar lebih dikenal oleh wisatawan lokal.

1.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang akan digunakan dalam penelitian ini, digunakan teknik observasi, wawancara, kuesioner, dan juga studi pustaka.

- 1) Observasi

Pengamatan secara langsung dilakukan di Jalan Raya Rajapolah, Tasikmalaya. Disamping itu dilakukan juga pengambilan dokumentasi yang dianggap akan berguna untuk membantu proses perancangan *brand* dan promosi kerajinan tangan Rajapolah.

- 2) Wawancara

Tanya dan jawab dilakukan dengan pihak yang kompeten dalam permasalahan promosi kerajinan tangan Rajapolah dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya. Pihak-pihak yang diwawancarai diantaranya adalah:

- a) Beberapa pemilik toko yang ada di Rajapolah, diantaranya pemilik toko “Mekar Asih”, “Yuka”, dan “Nucrea Craft”.
- b) Pemilik Koperasi Rajapolah Tasikmalaya.
- c) Beberapa pengerajin yang ada di Rajapolah.

3) Kuesioner

Daftar pertanyaan sebanyak 110 buah responden yang ada di Bandung sebagai sampel wisatawan luar kota, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa penting perancangan promosi yang akan dilakukan di Rajapolah.

4) Studi Pustaka

Data-data yang digunakan didapat dari mempelajari buku-buku ataupun literatur seperti koran, majalah, juga literatur dari internet dengan mengandalkan sumber yang benar, terpadu, tepat dan dapat mendukung data yang dibutuhkan untuk melakukan perancangan promosi.

1.6 Skema Perancangan

