

**MINAT WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BATIK SOLO**



SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

LATIF SETIAWAN

B 100 060 269

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2010**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemahaman akan perilaku konsumen sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada konsumen. Perilaku konsumen juga akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian untuk setiap konsumen adalah sama, namun seluruh proses tidak selalu dilakukan oleh konsumen. Proses pengambilan keputusan merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan.

Industri batik di kota Solo sudah lama berkembang dan menjadi lokomotif perekonomian di kota ini. Banyak perusahaan kecil, menengah dan besar menggantungkan ekonominya dari industri ini. Produk batik telah berkembang dengan berbagai motif (corak) dan dengan berbagai kegunaan. Dimasyarakat Solo serta Jawa pada umumnya pakaian batik bahkan menjadi pakaian yang banyak digunakan untuk acara-acara resmi kemasyarakatan seperti resepsi pernikahan, kematian, acara keluarga, dan lain sebagainya. Batik telah menjadi identitas budaya Solo. Trend memakai batik belakangan ini cukup mencuri perhatian publik.

Biasanya, hanya hari Jum'at batik digunakan di beberapa kantor, termasuk kantor pemerintahan. Namun saat ini semakin banyak orang

mengenakan batik dalam kesehariannya. Menggunakan kerangka pikir tokoh Mahzab Frankfurt seperti Theodore Adorno dan Walter Benjamin, memakai batik bisa jadi merupakan sebuah bentuk tanda resistensi atas 'budaya unggul' (*high culture*). Mengenakan batik merupakan suatu simbol perlawanan atas "pakaian resmi" (jas, dasi atau gaun). "Pakaian resmi" itu adalah sebuah bentukan dari budaya Barat (Eropa) yang sudah diperkenalkan sejak zaman kolonial dan rupanya kadang mbingkai cara berpakaian kebanyakan orang Indonesia. "Pakaian resmi" itu dianggap tidak mewakili identitas diri sebagai orang Indonesia. Oleh karena itu, dengan memakai batik, ada identitas yang ditunjukkan. Memainkan kalimat terkenal Descartes, "Saya memakai batik, maka saya ada-sebagai orang Indonesia".

Batik, secara umum telah diterima oleh masyarakat Solo. Namun demikian, bagi kaum muda batik belum menjadi produk yang populer. Dari sisi produksi, semakin sedikit anak muda yang menguasai tehnik membatik karena lapangan kerja pada industri batik tidak menjanjikan tingkat upah yang cukup tinggi. Banyak perusahaan kesulitan memperoleh tenaga kerja muda yang mampu dan mau terjun dalam produksi batik (Solo Pos, 2004).

Dari sisi pemasaran, kaum muda menyimpan potensi pasar yang menjanjikan. Pertama, kaum muda mempunyai jumlah yang besar. Kedua, kaum muda merupakan pasar di masa yang akan datang. Kaum muda pada akhirnya akan beranjak menjadi dewasa. Dalam pemasaran, tahapan

siklus kehidupan manusia mempunyai pengaruh penting dalam pembelian. Kotler (2000), menyatakan bahwa orang akan membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang tahapan siklus kehidupan mereka. Seiring dengan perubahan umur, manusia mengalami perubahan fisik dan selera terhadap kepemilikan benda-benda. Ketiga, kebutuhan pakaian semasa tahap perkembangan (usia muda) dimungkinkan lebih besar karena perubahan fisik berdampak terhadap pemenuhan kebutuhan akan pakaian. Keempat, selera kaum muda pada umumnya cenderung berubah dan mempunyai perhatian terhadap perubahan mode dan trend. Bagi pemasaran atau produsen, hal ini menguntungkan karena dapat memberikan penawaran produk yang beraneka ragam. Menurut Goeltom (1995), fenomena seperti demografi, daya beli dan perilaku konsumen akan membawa perubahan mendasar bagi perilaku, kebutuhan, penggunaan dan permintaan konsumen. Trend batik sekarang ini jelas adalah suatu bentuk kompromi antara industri tradisional (pengrajin batik) dengan industri besar (garmen). Artinya, batik tidak lagi dibuat untuk digunakan pada acara-acara resmi.

Desain pakaian berbahan dasar batik sudah mulai dipopulerkan dalam kegiatan sehari-hari, sehingga tidak terkesan terlalu formal. Alih-alih memberikan keuntungan besar bagi sektor ekonomi mikro, keuntungan terbesar dari meningkatnya minat masyarakat mengenakan batik justru diperoleh oleh para distributor bukan pengrajin. Pengambil keuntungan terbesar dari trend ini adalah para desainer ataupun pemegang

merek tertentu. Mereka mengambil bahan dasar batik dari para pengrajin dengan harga yang cukup murah, kemudian dirajut dan disesuaikan dengan permintaan konsumen.

Batik masih hidup dan dihidupkan oleh masyarakat dunia. Seluruh dunia mengenal batik sebagai salah satu karya cipta suatu bangsa, dan mengenakannya pada berbagai kesempatan. Batik dipakai semua orang dari segala lapisan. Batik pun pada akhirnya tidak hanya sekadar kain yang dibalutkan pada tubuh. Lukisan batik pun menjadi bagian dari perjalanan batik yang tak bisa dibendung. Batik, batik, dan batik seakan menjadi nafas kehidupan. Tak bosan-bosannya pula kita memandang batik, membicarakan batik, mengenakan batik, karena batik ternyata hidup dan berkembang. Perkembangan Batik Solo tersebut tidak hanya diminati oleh masyarakat solo dan sekitarnya, namun banyak juga para wisatawan yang membeli Batik Solo.

Diberlakukannya ACFTA, banyak pedagang batik menyediakan Batik Cina. Di Solo pun, Batik Cina seakan menyaingi produk Batik Solo. Fenomena ini menarik untuk diteliti, yaitu respon pengusaha Batik Solo terhadap persaingan dengan Batik Cina. Dan dari latar belakang tersebut penulis terdorong melakukan penelitian tentang ***”Minat Wisatawan Terhadap Keputusan Pembelian Batik Solo”***.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat wisatawan dalam membeli Batik Solo?
2. Faktor mana yang paling dominan mempengaruhi minat wisatawan dalam membeli Batik Solo?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan dalam membeli Batik Solo.
2. Untuk mengetahui faktor yang dominan mempengaruhi minat wisatawan dalam membeli Batik Solo.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Praktisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan wisatawan dalam mengevaluasi pembelian Batik Solo melalui sikap, gaya hidup, trend, produk, brand/ merek, motif/ corak.

2. Bagi Akademisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam setiap penyusunan tentunya tidak akan mungkin terlepas dari adanya suatu sistematika untuk memudahkan pemahaman terhadap isi skripsi. Berikut akan penulis sampaikan sistematika skripsi yang terdiri dari lima bab. Adapun susunannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai pendahuluan yang terdiri dari lima sub bab, yaitu latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam tinjauan pustaka akan dijelaskan tentang landasan teori, pengertian minat, perilaku konsumen, keputusan pembelian serta penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang : kerangka berfikir, hipotesis, jenis penelitian, populasi dan sampel, variabel

penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data dan pengolahan data dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum dari obyek penelitian, diskripsi data, analisa data dan pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan, serta saran-saran yang perlu untuk disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN