PERSEPSI KUALITAS BATIK TULIS

Hand-writen batik perception

Guring Briegel Mandegani, Joni Setiawan, Vivin Atika dan Agus Haerudin
Balai Besar Kerajinan dan Batik, Jalan Kusumanegara 7, Yogyakarta, Indonesia
gbmandegani@gmail.com

Tanggal Masuk: 10 Agustus 2018
Tanggal Revisi: 26 September 2018
Tanggal disetujui: 28 September 2018

ABSTRAK
Pasar domestik batik mengalami kelesuan pada tahun 2017. Hal ini dikarenakan kurangnya pemasaran dan kesulitan dalam mendapatkan bahan baku kain dan pewarna. Salah satu cara peningkatan pasar domestik batik adalah dengan cara menggencarkan pemasaran dan memenuhi keinginan konsumen. Masing-masing konsumen memiliki persepsi kualitas batik berdasarkan berbagai latar belakang yang dapat dipenuhi perajin tanpa meninggalkan batik yang sebenarnya. Penelitian ini akan membahas secara spesifik mengenai batik tulis. Batik tulis merupakan tekstil kerajinan yang dikerjakan menggunakan malam panas dengan canting tulis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas produk batik tulis. Penelitian ini menggunakan teknik sampling acak untuk mendapatkan data persepsi konsumen batik yang ada di pameran batik "Batik to the Moon". Hasil penelitian ini menunjukan bahwa konsumen batik menginginkan batik tulis dengan bahan kain yang nyaman, tapak canting yang rapi, motif yang menarik, dan pewarnaan yang berkualitas, sehingga hal tersebut perlu dipersyaratkan dan dipenuhi oleh produsen.

Kata Kunci: batik, batik tulis, kualitas, konsumen

ABSTRACT
In 2017, batik domestic market faced a decrease in market demand caused by less than ideal marketing and difficulties in obtaining fabrics and dyes. Improvement on batik marketing needs to done by means of intense marketing and also fulfilling consumer's needs. Each consumer has a perception on the product that can be fulfilled by the craftsmen based on their own different backgrounds. This research will focus on hand-written batik. Hand-written batik is a handicraft textile that is done using hot wax and writing canting. The purpose of this study is to determine consumer perceptions of the quality of batik products. This research uses random sampling technique to get data of batik consumer perception in batik exhibition "Batik to the Moon". The result of this research shows that batik consumer wants quality hand-written batik uses comfortable fabric, good hand-written technique, interesting motif and coloring that need to be qualified and fulfilled by batik producer.

Keywords: *batik, hand-written batik, quality, consumer's needs.*

PENDAHULUAN

Batik merupakan komoditas tekstil yang berkembang dalam hal desain motif yang didasari kesukaan konsumen terhadap motif serta warna yang digunakan. Telah banyak produk batik yang diproduksi dengan menggunakan berbagai media tekstil dengan motif khas tiap daerah dan secara langsung memperkaya seni batik di Indonesia.

Akan tetapi pada tahun 2017, produk batik mengalami penurunan permintaan, khususnya di pasar domestik akibat lesunya pemasaran, kesulitan bahan kain dan pewarna (Rahayu, 2017) serta berkembangnya produk tiruan batik dengan harga yang lebih murah. Padahal produk batik memiliki prospek industri kreatif yang mampu menyerap banyak tenaga kerja (Salma, Eskak, & Wibowo, 2016). Oleh karena itu, perlu upaya untuk mengangkat pemasaran dan memudahkan pemenuhan bahan baku batik tulis agar industri batik mampu bangkit dan meningkatkan produksinya.

Kualitas produk batik dipengaruhi oleh bahan baku kain, *malam*/lilin batik, zat pewarna, kondisi lingkungan dan sumber daya manusia (Moerniwati & Ayoe, 2013). Produk batik yang sudah jadi, tentunya perlu dijaga kualitasnya, salah satunya dalam ketahanan luntur warna kain. Peningkatan kualitas produk batik, secara langsung akan meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh pasar. Selain dari kualitas produk, produsen juga perlu memperhatikan motif yang akan diproduksi sehingga mampu menciptakan *trend fashion* tersendiri.

Gaspersz (2002) menyebutkan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk mencapai suatu kualitas dari suatu produk. Hal tersebut digunakan sebagai dasar perencanaan strategis dan analisis, terutama untuk produk manufaktur, serta dapat digunakan sebagai acuan kualitas produk. Bagian tersebut adalah: (1) Kinerja (*performance*), merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti dan dalam batik adalah kinerja produk batik dalam bentuk fungsi atau kegunaannya. Produk batik dapat berupa sandang, lukisan, ataupun aksesoris tergantung dari penggunaan yang diinginkan; (2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap. Batik memiliki karakteristik khas dari hasil karya seni tangan yang menghasilkan kreasi motif dan desain yang berbeda dengan kerajinan tekstil lain, serta memiliki filosofi dari kreasi hasil penciptaannya; (3) Kehandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan produk mengalami kerusakan atau gagal pakai. Batik kain dengan kompleksitas dalam proses pembuatannya, tetap dijaga kualitas produk akhirnya. Kualitas tersebut dapat diketahui dari warna yang tahan luntur serta kain yang tahan sobek; (4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik produk memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Kualitas batik pada kain perlu diuji dengan standar SNI Batik kain yang sudah ada, sehingga kualitas produk yang dihasilkan dapat terjamin. SNI Batik pada kain memberikan spesifikasi tidak ada sobek, lubang, serta persyaratan kualitas tahan luntur; (5) Daya tahan (*durability*), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Batik saat ini memiliki kendala dalam produk warna alam. Batik dengan pewarnaan alami masih bermasalah pada daya tahan warna yang cepat pudar. Hal itu tentu perlu penanganan sehingga tidak kalah dengan kualitas batik warna sintetis; (6) *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi, penanganan keluhan yang memuaskan. (7) Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Batik dengan motif yang beraneka ragam tentunya menambah kekayaan budaya Indonesia, terlebih ragam khas daerah terus berkembang dan menunjukkan cirinya masing-masing. Hal tersebut perlu dikembangkan sesuai dengan keinginan pasar tanpa meninggalkan budaya yang

sudah ada. (8) Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Persepsi merupakan cara pandang seseorang terhadap suatu objek tertentu dengan cara yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni pengetahuan, pengalaman, pendidikan, serta cara pandang dari kepentingan seseorang. Persepsi positif maupun negatif seseorang terhadap suatu objek terbentuk dan akan segera muncul ketika ada rangsangan yang memicu. Persepsi merupakan hasil kerja otak dalam memahami atau menilai suatu hal yang terjadi di sekitarnya (Waidi, 2006). Konsumen produk batik akan melakukan evaluasi terhadap kualitas batik yang akan dibeli, sehingga persepsi terhadap batik akan muncul dari setiap individu. Persepsi merupakan sikap seseorang melakukan seleksi, pengaturan dan interpretasi informasi dalam menciptakan gambaran secara keseluruhan (Kotler & Keller, 2008). Persepsi dari masing-masing konsumen bersifat subjektif (Sumarwan, 2011), hal itu dikerenakan konsumen memiliki harapan serta latar belakang yang berbeda terhadap suatu produk (Mowen & Minnor, 2002).

Supriyatna (2011) melakukan penelitian tentang persepsi terhadap minat beli pakaian batik mahasiswa di IPB dan menghasilkan kesimpulan bahwa harga menentukan keputusan untuk membeli produk batik. Persepsi mahasiswa subjek penelitian tersebut mengemukakan bahwa produk batik pakaian jadi dapat digunakan pada berbagai aktifitas oleh semua kalangan dengan mode yang tetap terdepan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi di masyarakat awam mengenai kualitas batik tulis yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode teknik sampel random sederhana. Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung Pameran Batik "Batik to the Moon" yang diselenggarakan di Jogja Expo Center, Yogyakarta pada tanggal 25-29 Oktober 2017 dan produsen batik di Pamekasan, Sragen, Yogyakarta, Pekalongan dan Cirebon. Sebanyak 40 orang pengunjung pameran batik dengan asumsi sebagai masyarakat awam sekaligus konsumen, dan 50 orang produsen batik disurvei mengenai persepsi kualitas batik tulis. Metode pengambilan data menggunakan skor dengan Skala Likert. Data kuisioner yang diambil ditujukan untuk mengetahui persepsi kualitas batik tulis yang meliputi persepsi bahan baku, tapak canting, motif dan warna.

Pernyataan yang diajukan untuk mengetahui persyaratan dasar kualitas batik yakni:

1. Bahan kain - tekstur pegangan kain
2. Bahan kain - tebal tipis kain
3. Bahan kain - jenis anyaman kain
4. Tapak canting - ketebalan tapak klowong, isen-isen
5. Tapak canting - kehalusan tapak klowong, isen-isen
6. Tapak canting - ketegasan tapak klowong, isen-isen
7. Tapak canting - kebersihan tapak canting tembokan
8. Warna - jenis zat warna yang digunakan
9. Warna - kecerahan warna
10. Warna - keragaman warna
11. Warna - jenis/arah warna
12. Warna - kekuatan warna
13. Motif - jenis motif
14. Motif - kerapatan dan kehalusan motif

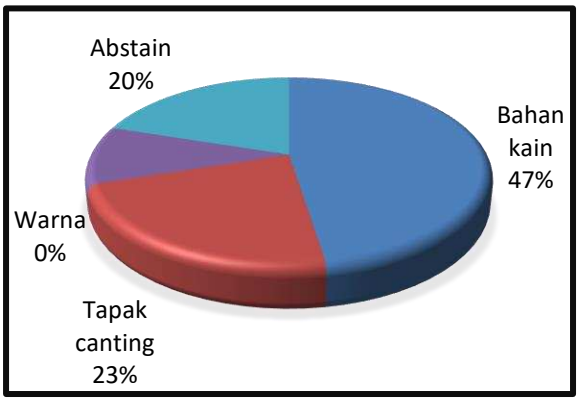
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengunjung pameran batik "Batik to the Moon" cukup bervariasi. Ada banyak pengunjung dengan berbagai latar belakang

pendidikan, pekerjaan, dan umur yang tertarik pada batik.

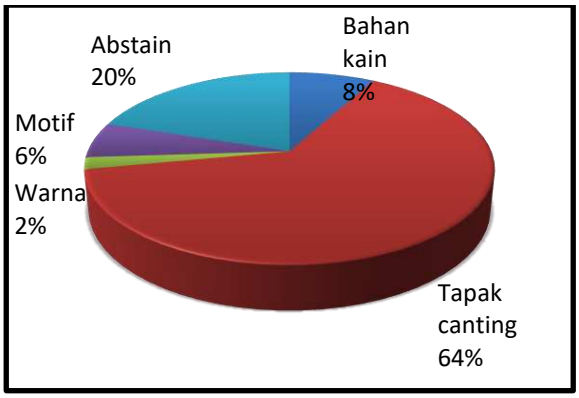
Hasil pengolahan data pada pengunjung memperlihatkan bahwa pada Gambar 1, sebanyak 47% responden, memprioritaskan bahan kain ketika akan memilih batik tulis yang akan dibeli. Bahan kain yang baik, halus, dan nyaman dipakai menjadi pertimbangan konsumen batik. Selain itu, batik tulis seharusnya menggunakan bahan yang baik karena proses yang rumit. Apabila menggunakan bahan yang tidak baik, maka harga produk batik tulis bisa mengalami penurunan, terlebih jika produk batik tulis tersebut merupakan batik tulis halus yang sangat rumit.

Sebanyak 23% pengunjung lebih memilih memperhatikan tapak pencantingan pada pilihan pertama. Ada kemungkinan bahwa pengunjung ini merupakan konsumen yang memang mengerti batik sehingga hal yang pertama kali diperhatikan adalah tapak canting. Konsumen ini memperhatikan detail pembuatan batik yang dibuat dengan kekhususan teknik pencantingan malam panas yang akan menghasilkan tapak canting dengan hasil yang halus, sedang ataupun kasar. Sama halnya dengan produsen batik yang menurut



Gambar 1. Persentase pilihan pertama kualifikasi batik tulis menurut konsumen

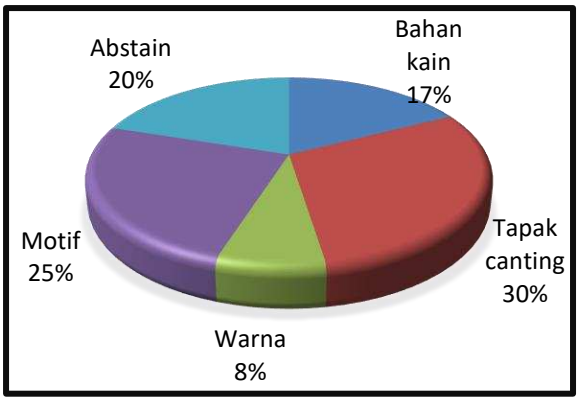
hasil kuisioner lebih mementingkan tapak canting sebagai ciri batik yang berkualitas.



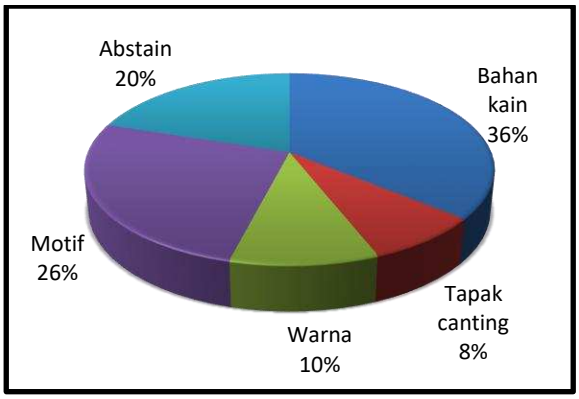
Gambar 2. Persentase pilihan pertama kualifikasi batik tulis menurut produsen batik

Hasil cantingan yang rapi dan terkesan halus, akan meningkatkan harga dan juga nilai seni dari batik itu sendiri. Hal tersebut terlihat pada Gambar 2, sebanyak 64% produsen yang disurvei sepakat bahwa kualitas batik terutama tulis, ditentukan oleh tapak pencantingannya. Kehalusan produk batik secara visual, sangat ditentukan oleh goresan canting oleh perajin yang tentu saja mempunyai keterampilan membatik yang cukup mumpuni. Tanpa dibekali kemampuan tersebut, hasil pencantingan akan menjadi relatif kurang rapi atau kasar.

Tapak canting batik tulis bervariasi dari tiap daerah. Batik tulis daerah Imogiri, batik tulis daerah Pekalongan ataupun daerah lain memiliki kekhasan masing-masing. Hal itu dipengaruhi oleh karakter masyarakat pembatik. Daerah Pekalongan memiliki sifat pembatikan yang relatif lebih halus daripada Imogiri, Yogyakarta. Berbeda lagi dengan batik tulis dari Cirebon yang menggunakan teknik *kalenan* yang membentuk klowong dengan ukuran yang kecil. Hal tersebut tentunya punya daya tarik masing-masing. Pada Gambar 3, dapat terlihat bahwa sebanyak 30% pengunjung memperhatikan



Gambar 3. Persentase pilihan kedua kualifikasi batik tulis menurut konsumen

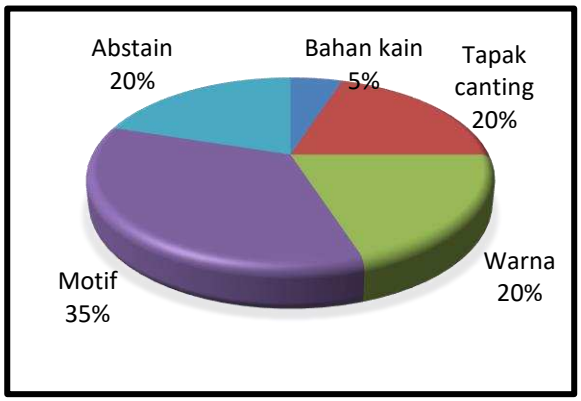


Gambar 4. Persentase pilihan kedua kualifikasi batik tulis menurut produsen batik

tapak canting pada pilihan kedua setelah memperhatikan bahan kain yang digunakan. Setelah konsumen mengetahui bahan kain yang digunakan sesuai dengan kebutuhannya, maka konsumen melanjutkan persepsi dengan memperhatikan tapak canting halus, sedang atau kasar.

Berbeda dengan persepsi konsumen, produsen batik memilih bahan kain setelah kualitas pencantingan. Beberapa produsen bahkan mengganggap kain sama pentingnya dengan tapak canting, karena kualitas pencantingan jika dikerjakan pada kain yang berkualitas rendah seperti kain prima tentunya akan berbeda dengan kain primissima. Sebanyak 36% produsen memilih bahan kain sebagai pilihan kedua terlihat pada Gambar 4. Bahan kain juga menentukan kualitas produk batik ketika sudah menjadi produk terutama jika berupa produk sandang.

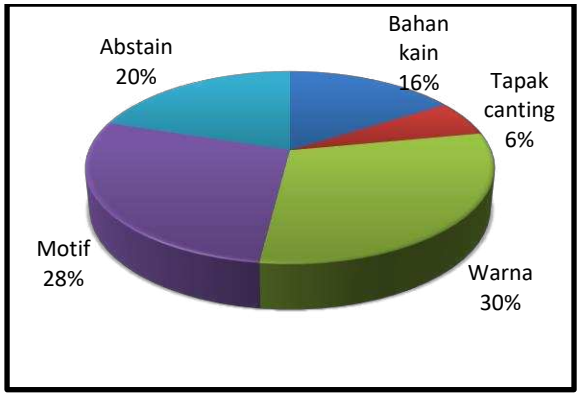
Setelah memperhatikan hasil tapak canting, pengunjung akan memperhatikan motif dari batik tulis. Pada Gambar 5, terlihat bahwa sebanyak 35% pengunjung memperhatikan motif dari batik yang akan dibeli. Jika motif menarik, akan menambah persepsi positif dari konsumen untuk membeli produk tersebut. Persepsi positif terhadap suatu produk akan menguatkan



Gambar 5. Persentase pilihan ketiga kualifikasi batik tulis menurut konsumen

sikap dan pada akhirnya akan menambah niat untuk membeli (Purwanto, 2008).

Produsen batik memiliki pendapat bahwa batik yang baik, selain tapak pencantingan dan kain yang berkualitas, didukung oleh warna dan motif yang batik, hal tersebut tersampaikan pada Gambar 6 dan Gambar 8. Pewarnaan yang rapi, tanpa noda dan merata menjadikan batik lebih menarik bagi konsumen. Selain itu, pemilihan warna juga berdampak pada kesukaan konsumen, terlebih saat ini banyak batik kontemporer yang memiliki warna cerah. Pada kriteria penggunaan zat warna, produsen beranggapan warna alam dan sintetis sama saja, dengan syarat yang terpenting pada proses pewarnaan adalah



Gambar 6. Presentase pilihan ketiga kualifikasi batik tulis menurut produsen batik

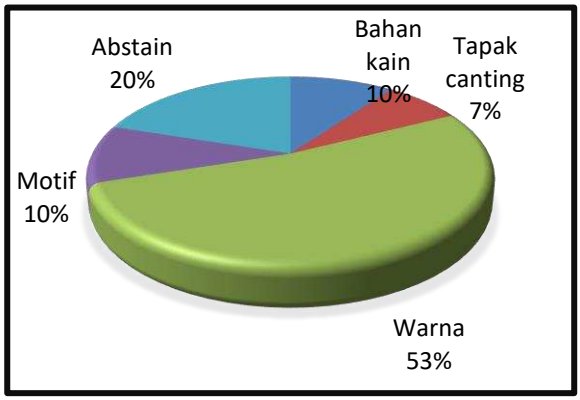
produk yang dihasilkan tidak mengalami kerusakan ataupun ketidakrataan warna.

Kualitas produk batik tulis dengan pewarnaan alami, telah banyak dilakukan, salah satunya adalah dengan ekstrak tegeran (*Cudrania javanensi*) dengan hasil ketahanan luntur 4-5 pada pengujian gosokan basah dan 4 pada pengujian pencucian dan sinar matahari langsung (Atika & Salma, 2017). Daya tahan produk batik warna alam sesungguhnya berkualitas baik, namun memang perlu penanganan yang berbeda dengan produk batik warna sintetis, salah satu penanganannya adalah tidak boleh menggunakan sabun cuci kain biasa atau deterjen karena akan mempercepat proses pudar pada warna produk batik tersebut. Oleh karena itu, perlu penelitian agar mampu meningkatkan daya tahan warna alam pada produk batik sehingga tahan lama dan tidak cepat pudar dibandingkan warna sintetis.

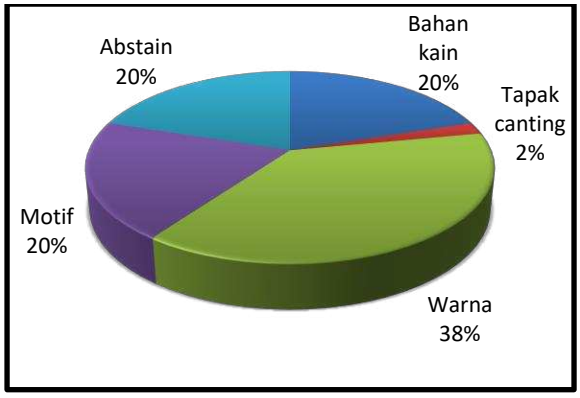
Pada Gambar 7, lebih dari 50% pengunjung memilih warna sebagai pilihan keempat dari kualitas produk batik yang akan dibeli. Kekuatan warna, jenis warna, keragaman, kecerahan dan jenis warna dipertimbangkan konsumen setelah memperhatikan hal yang sebelumnya disampaikan.

Warna mempengaruhi konsumen untuk membeli batik yang sesuai dengan selera dan kesukaan masing-masing konsumen. Apabila konsumen memang mengerti batik, maka pilihan sumber warna yakni warna alam dan sintetis juga mempengaruhi keinginan konsumen. Selain itu, konsumen juga memperhatikan kualitas tingkat kelunturan warna. Konsumen berharap bahwa batik yang dibeli, sudah tidak luntur ketika dicuci, karena stigma masyarakat tentang warna batik yang selalu luntur ketika dicuci, akan melunturi pakaian yang lain dan pada akhirnya membangun persepsi negatif yang menjadikan niat membeli menurun.

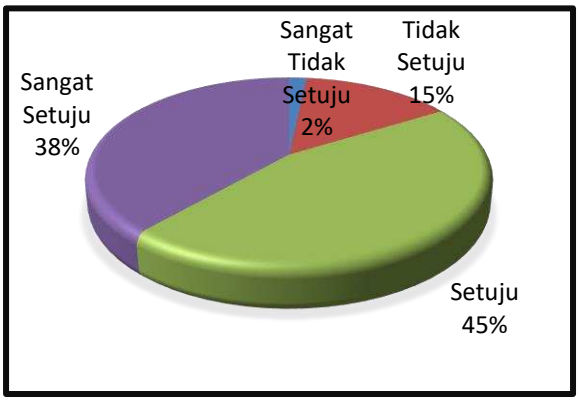
Pengunjung yang disurvei juga diberikan pertanyaan mengenai persyaratan yang diperlukan untuk membuat produk batik tulis yang berkualitas. Pada Gambar 9, sebanyak 45% sampel pengunjung yang setuju bahwa produk batik tulis perlu memperhatikan dan menggunakan bahan yang berkualitas, dan nyaman untuk konsumen. Lebih dari 38% pengunjung merasa sangat setuju terhadap penggunaan kain yang berkualitas pada batik tulis. Hanya 17% yang menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju.



Gambar 7. Persentase pilihan keempat kualifikasi batik tulis menurut konsumen



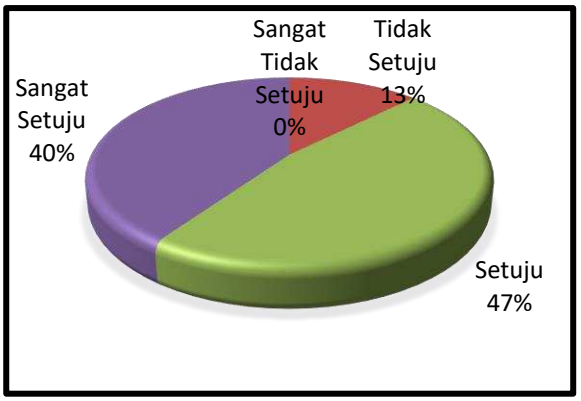
Gambar 8. Presentase pilihan keempat kualifikasi batik tulis menurut produsen batik



Gambar 9. Persentase persyaratan bahan kain batik tulis menurut konsumen

Batik pada kain yang berkualitas, akan menambah keyakinan pengunjung atau konsumen untuk membeli produk batik tulis karena yakin bahwa bahannya enak dipakai serta nyaman. Selain itu jika produk batik tulis halus menggunakan bahan kain yang berkualitas, akan menambah eksklusifitas dari produk batik tersebut. Berbeda halnya jika batik tulis halus menggunakan bahan kain yang kasar (jenis kain prima), maka eksklusifitas batik akan menurun.

Persyaratan kualitas tapak canting disetujui oleh konsumen batik dengan jumlah 87% terlihat pada Gambar 10. Konsumen batik tentu saja memperhatikan kualitas pencantingan yang memang ditentukan oleh sumber daya manusia yang mengerjakannya. Produk batik halus tidak bisa dikerjakan oleh semua orang tanpa ada

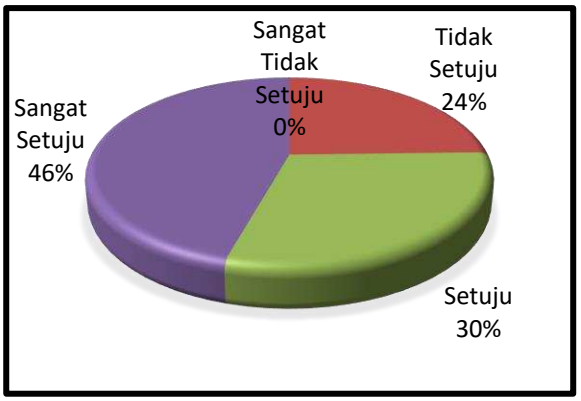


Gambar 10. Persentase persyaratan tapak canting batik tulis menurut konsumen

kemampuan batik tulis halus, sedangkan batik tulis kasar dapat dikerjakan oleh siapa saja namun perlu memperhatikan pakem-pakem pembatikan.

Noda dari proses pembatikan juga perlu diperhatikan karena mempengaruhi kualitas betik tersebut. Batik yang pada dasarnya merupakan proses merintangi warna dengan malam panas dan digores pada media kain atau yang lain, memerlukan kemampuan yang khusus dan melalui proses yang rumit. Proses tersebut akan menghasilkan ketebalan garis, kehalusan garis, serta ketegasan garis yang berpengaruh pada kehalusan kreasi batik secara keseluruhan.

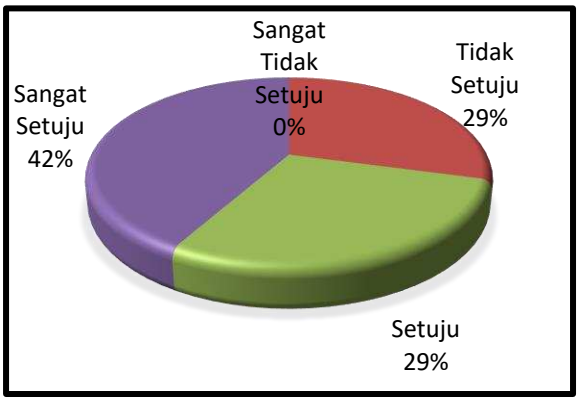
Gambar 11 memperlihatkan sebanyak 76% konsumen batik sepakat



Gambar 11. Persentase persyaratan warna/ kualitas warna batik tulis menurut konsumen

bahwa kualitas warna juga mempengaruhi produk batik tersebut. Konsumen menginginkan warna yang menarik, rapi dan merata. Ketika produk batik memiliki warna yang belang, penurunan minat pembeli mungkin terjadi. Akan tetapi, ketika pewarnaannya rata dan menarik, minat pembeli akan bertambah.

Motif pada batik menurut pengunjung juga perlu dipersyaratkan atau diperhatikan dalam proses batik tulis. Pada Gambar 12, sebanyak 71% pengunjung sepakat (setuju/ sangat setuju) bahwa motif batik tidak bisa sembarangan dibuat tanpa memperhatikan esensi atau filosofi dari batik tersebut. Motif dari masing-masing daerah akan menentukan kesukaan dari konsumen, selain itu juga tren dari fesyen perlu diperhatikan.



Gambar 12. Persentase persyaratan motif batik tulis menurut konsumen

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengunjung pameran dan atau konsumen batik memperhatikan kualitas batik tulis yang akan dibeli. Pengunjung pameran batik memilih bahan kain sebagai syarat utama batik tulis yang berkualitas, dilanjutkan tapak canting, warna dan motif. Perlunya perhatian dari produsen batik untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen batik.

Saran

Perlunya pengembangan penelitian terhadap preferensi dan persepsi produsen batik sehingga dapat menampung keinginan dan harapan konsumen batik. Selain itu perlu adanya regulasi untuk menjamin batik tulis yang berkualitas

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu penelitian ini. Kepala BBKB, Kepala Bidang Saristand yang telah memberikan arahan, dan juga tim penelitian RSNI Batik tulis yang terus berkerja keras dalam menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Atika, V., & Salma, I. R. (2017). Kualitas Pewarnaan Ekstrak Kayu Tegeran (Cudrania javanensis) Pada Batik. *Dinamika Kerajinan Dan Batik: Majalah Ilmiah*, *34*(1), 11. https://doi.org/10.22322/dkb.v34i1.2642

Gaspersz, V. (2002). *Pedoman Implementasi Program Six Sigma*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. (B. Molan, Ed.) (1st ed.). Jakarta: PT Indeks.

Moerniwati, E., & Ayoe, D. (2013). Studi Batik Tulis (Kasus di Perusahaan Batik Ismoyo Dukuh Butuh Desa Gedongan Kecamatan Plupuh Kabupaten Sragen). *ART EDUCARE Pendidikan Seni Rupa*, *1*(1), 1–11.

Mowen, J. C., & Minnor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Purwanto, A. (2008). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio*.

Rahayu, N. (2017). Pemerintah Siap Dukung Industri Batik Bangkit Kembali. Retrieved January 8, 2018, from https://www.wartaekonomi.co.id/read164935/pemerintah-siap-dukung-industri-batik-bangkit-kembali.html

Salma, I. R., Eskak, E., & Wibowo, A. A. (2016). Kreasi Batik Kupang. *Dinamika*

Kerajinan Dan Batik : Majalah Ilmiah, *33*(1), 45–54. https://doi.org/10.22322/dkb.v33i1

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Supriyatna, M. J. (2011). *Analisis Model Sikap : Hubungan Persepsi, Afektif, dan Preferensi Terhadap Minat Beli Batik*. Institut Pertanian Bogor.

Waidi. (2006). *Pemahaman dan teori persepsi*. Bandung: Remaja Karya.