

Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Batik Aceh Menggunakan *Conjoint Analysis*

Consumer Preferences for Batik Aceh Products Using Conjoint Analysis

Sarika Zuhri^{1*}, Ilyas¹, Iqa Fitria¹

¹ Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Syiah Kuala, 23111

*corresponding author: sarikazuhri@unsyiah.ac.id

Tanggal Submisi: 01 Desember 2022, Tanggal Penerimaan: 30 Desember 2022

Abstrak

Batik adalah karya seni yang diekspresikan dalam motif kain untuk pakaian, sarung, kain panjang, dan kain hias lainnya. Industri batik di tanah air berkembang pesat di era globalisasi sebagai warisan budaya yang harus dilestarikan oleh masyarakat. Di Aceh, batik merupakan karya seni yang memiliki nilai jual tinggi. Namun sebagian besar masyarakat Aceh masih belum mengetahui keaslian produk batik Aceh yang terlihat dari preferensi masyarakat untuk menggunakan motif batik daerah lain. Oleh karena itu, untuk mengembangkan batik Aceh di kalangan masyarakat Aceh diperlukan kajian untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap motif atau varian batik Aceh yang banyak diminati konsumen. Sehingga dengan mengetahui preferensi konsumen batik Aceh dapat memberikan masukan kepada pengrajin batik Aceh untuk membuat model batik Aceh yang lebih bervariasi dan inovatif. Metode yang digunakan dalam menganalisis preferensi konsumen adalah analisis konjoin yaitu metode menganalisis pendapat konsumen dengan cara memberikan penilaian terhadap produk yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan terdapat lima faktor yang sangat mempengaruhi konsumen dalam memilih produk batik berdasarkan tingkat kepentingan tertinggi dari masing-masing atribut yaitu warna motif 27,480%, bahan 22,535%, motif 19,529%, warna dasar 17,546%, dan produk 12,910%. Sedangkan kombinasi produk yang paling disukai berdasarkan hasil tingkat utilitas tertinggi dari masing-masing atribut adalah produk pakaian jadi 0,083, warna dasar hitam 0,240, warna motif emas 0,138, bahan katun primis 0,096 dan pola kupula 0,073.

Kata Kunci: batik Aceh, analisis konjoin, preferensi, atribut, tingkat utilitas

Abstract

Batik is an art work expressed in fabric motifs for clothing, sarong, long cloth, and other decorative fabrics. The batik industry in the country is prosperous in the era of globalization as a cultural heritage that should be preserved by the people. In Aceh, batik is an art work that has a high selling value. However, most of Acehnese people are still not familiar with the authenticity of Aceh batik products that be seen from the preference of people to use other regions' batik motifs. Therefore, in order to develop Aceh batik among Acehnese people, a study is needed to find out consumers' preference for motifs or variants of Aceh batik that are highly demanded by consumers. Hence, by knowing consumer preferences for Aceh batik, it can provide input to Aceh batik craftsmen to create more varied and innovative model of Aceh batik. The method used in analyzing consumer preferences is conjoint analysis, which



is a method of analyzing consumer opinion by providing an assessment of the product under study. The results showed that there were five factors that greatly influenced consumers in choosing batik products based on the highest level of importance of each attribute, namely motif color 27.480%, material 22.535%, motif 19.529%, base color 17.546%, and product 12.910% while product combinations were most preferred based on the results of the highest utility level of each attribute are 0.083 of apparel products, 0.240 of black base color, 0.138 of gold motif color, 0.096 of primis cotton material and 0.073 of kupula pattern.

Keywords: Batik Aceh, conjoint analysis, preferences, attributes, utility level

PENDAHULUAN

Batik merupakan karya seni yang diekspresikan pada motif kain untuk pakaian, sarung, kain panjang, dan kain dekoratif lainnya. Secara harfiah batik dijelaskan sebagai kain bergambar yang dibuat secara khusus dengan menuliskan atau menorehkan lilin pada kain, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu. Teknik pembuatan batik dikerjakan dengan cara cap, printing (sablon), batik dengan komputer, serta batik tulis yang dibuat dengan menggunakan canting. Industri batik di tanah air menjadi *booming* dalam era globalisasi sebagai warisan budaya yang patut dilestarikan oleh masyarakatnya (Wulandari, 2011).

Menurut Nurainun, Heriyana, dan Rasyimah (2008), sejalan dengan perkembangan nilai sosial dan budaya bangsa Indonesia, batik hasil karya seni tumbuh dan berkembang menjadi kekayaan nasional yang bernilai tinggi dan telah mendapat pengakuan dari PBB melalui UNESCO sebagai warisan budaya dunia (*Intangible Cultural Heritage*) yang dihasilkan oleh Indonesia. Saat ini batik sudah menjadi pakaian Nasional di Indonesia. Umumnya masyarakat menggunakan pakaian batik dalam acara adat, hari perayaan Nasional, maupun dalam kehidupan sehari-hari.

Di Aceh, batik merupakan suatu karya seni yang memiliki nilai jual yang cukup tinggi. Salah satunya souvenir yang menampilkan berbagai macam produk batik Aceh yang sudah terkenal menjadi buah tangan khas Aceh. Pada souvenir ditampilkan corak dan motif Aceh seperti bungong Jeumpa, rencong Aceh, dan lain sebagainya. Perbedaan batik Aceh dan luar Aceh dapat dilihat dari tiga sisi, yaitu sisi perwarnaan, teknik, dan sisi gambar. Dari segi perwarnaan, batik Aceh mendominasi warna-warna yang mencolok dan berani. Dari sisi teknik pembatikan, tidak ada perbedaan antara batik Aceh dan batik dari luar Aceh. Dari segi gambar, batik Aceh menggunakan gambar berupa bunga yang tumbuh di Aceh seperti bunga Jeumpa dan ikon khas Aceh seperti rencong, kupiah meuketup, pinto Aceh, dan lain sebagainya.

Beberapa upaya telah dilakukan oleh pemerintah untuk mempromosikan batik Aceh di mata dunia, misalnya dengan didirikan Dewan Kerajinan Nasional Daerah Aceh (Dekranasda) yang memfasilitasi proses produksi dan penjualan batik Aceh. Namun masyarakat Aceh masih belum mengenal produk batik Aceh sendiri, dapat dilihat dari masyarakat lebih sering menggunakan pakaian, tas, dompet, dan lain sebagainya yang bermotifkan batik dari luar Aceh. Adapun salah satu cara agar batik Aceh dapat berkembang di kalangan masyarakat Aceh maka di cari tahu preferensi konsumen terhadap motif atau varian batik Aceh yang paling banyak diminati oleh konsumen. Sehingga dengan mengetahui preferensi konsumen terhadap batik Aceh, maka dapat memberikan masukan kepada para pengrajin batik Aceh agar menciptakan batik Aceh yang lebih variatif dan inovatif.

Menurut Surjandari (2010), *conjoint analysis* merupakan salah satu metode untuk menentukan preferensi konsumen. *Conjoint analysis* merupakan salah satu teknik dalam Analisis Multivariat yang digunakan secara spesifik untuk memahami bagaimana responden membangun preferensi terhadap suatu produk (baik barang maupun jasa). *Conjoint analysis* juga dapat mengukur tingkat kepentingan dan utilitas yang dihasilkan dari perhitungan *conjoint analysis*. Untuk menganalisis pendapat (preferensi) pelanggan mengenai suatu produk, *conjoint analysis* memiliki syarat-syarat yang digunakan dalam menyusun atribut produk tersebut.

Menurut Mokhammad, Suhendra, & Aurachman (2018), dalam penelitiannya menganalisis preferensi konsumen terhadap *fashion* batik dengan atribut yaitu desain pakaian, jenis motif, harga pakaian, garis badan dan bentuk lengan baju. Berdasarkan *conjoint analysis*, terpilih atribut jenis motif yang memiliki nilai kepentingan tertinggi dan kepentingan terendah adalah atribut garis badan.

Menurut North, Vos, & Kotzé (2003), untuk mengetahui preferensi konsumen mengenai atribut terpenting dalam pembelian pakaian wanita yaitu dengan menggunakan *Conjoint Analysis*. Hasilnya ialah *style* (gaya) merupakan atribut terpenting dalam pemilihan produk pakaian oleh wanita saat membuat keputusan pembelian.

Menurut (Kim, Kim, & Sohn (2009), untuk mengoptimalkan sebuah desain *mall* mewah di Korea adalah berdasarkan preferensi konsumen. Hasil yang diperoleh yaitu desain *mall* yang optimal adalah *mall* dengan gaya Eropa abad pertengahan, yang mana di dalamnya terdapat *natural tourism*, restoran makanan lezat, dan outlet-outlet dengan rasio sama antara *masstige* dan merek-merek mewah.

Berdasarkan penelitian sebelumnya dan latar belakang tersebut, maka akan dilakukan penelitian mengenai analisis preferensi konsumen terhadap produk batik Aceh yang

merupakan produk unggulan lokal khas Aceh dengan pendekatan *Conjoint Analysis* untuk membantu para konsumen dalam mewujudkan keinginannya terhadap produk yang diminati dan berdampak kepada para pelaku usaha industri kain batik untuk mengetahui keinginan konsumennya.

METODE PENELITIAN

Penelitian diawali dengan studi literatur dan survei lapangan. Studi literatur berfungsi untuk memperkuat analisa penelitian terlebih dahulu dan pendapat dari para ahli untuk membantu memecahkan permasalahan yang ada. Sedangkan survei lapangan dilakukan di Dewan Kerajinan Nasional Aceh (dekranasda) dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana situasi nyata dari pada objek yang akan diteliti sehingga dapat diperoleh informasi mengenai permasalahan yang ada di lapangan serta dapat mengidentifikasinya. Masalah yang telah teridentifikasi pada produk batik Aceh dipaparkan ke dalam latar belakang dan akan menjadi acuan penelitian. Selanjutnya membuat rumusan masalah dan manfaat tujuan penelitian. Pengumpulan data dimulai dengan menentukan atribut dan level untuk dijadikan kuesioner dan disebar oleh 50 responden. Hasil kuesioner kemudian dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Setelah data dinyatakan valid dan reliabel maka hasil kuesioner diolah menggunakan SPSS. Kemudian diperoleh hasil dari SPSS dan dilanjutkan dengan menganalisis dan interpretasi hasil. Dan penelitian diakhiri dengan membuat kesimpulan dan saran.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut dan level yang memiliki kombinasi terbaik. Mengidentifikasi atribut dan level yang memiliki nilai tertinggi pada produk batik Aceh sehingga dapat diketahui preferensi konsumen. Tahap pengumpulan data didasari oleh studi literatur dan survei lapangan yang telah dilakukan. Data yang digunakan pada penelitian ini bersumber dari para ahli di bidangnya dan katalog batik Aceh. Para ahli yang ditemui diantaranya, karyawan Dekranasda Aceh dan pengrajin batik di Rumoh Batek Aceh.

Sebelum penentuan atribut, sebelumnya tahap pertama yang dilakukan metode *conjoint analysis* adalah penentuan tujuan penelitian dalam menentukan kontribusi dari setiap atribut dan level dari produk. Selanjutnya penentuan atribut dan level adalah tahap kedua dari metode *conjoint analysis*. Dari hasil pertemuan dengan para ahli maka diperoleh atribut dan level yang ada pada produk batik. Atribut batik yang diperoleh dari *catalog* Batik Aceh Dekranasda terdiri dari produk, warna dasar, warna motif, bahan kain, dan jenis motif kain.

Produk merupakan jenis produk yang paling sering dikombinasikan dengan kain batik. Warna dasar merupakan warna dari kain batik tersebut yang terdiri dari berbagai macam warna. Warna motif merupakan warna yang ada pada gambar motif. Bahan kain merupakan bahan yang digunakan dalam membuat kain batik. Motif merupakan jenis motif yang ditampilkan pada kain batik. Kuesioner yang digunakan sebagai media untuk memperoleh informasi terkait kombinasi atribut dan level apa saja yang paling diminati oleh para pengguna batik. Kuesioner berupa kombinasi atribut dan level-level merupakan perolehan dari pengolahan *Orthogonal Design* dari SPSS.

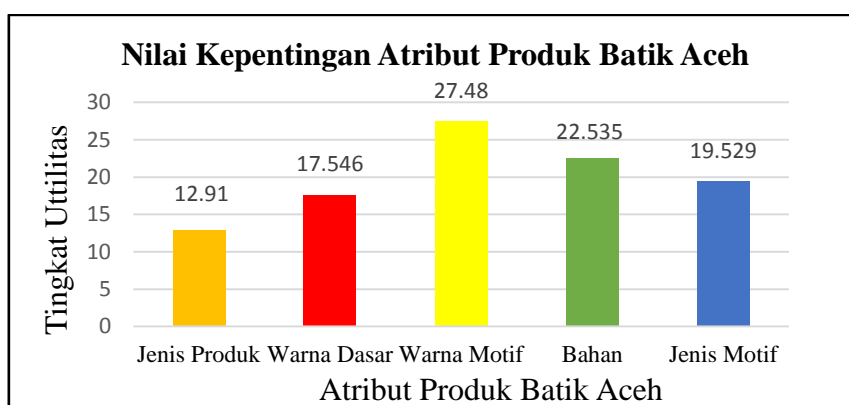
Jumlah responden yang ditetapkan adalah sebanyak 50 responden. Jumlah responden sebanyak 50 ditetapkan berdasarkan rata-rata jumlah pelanggan yang mengunjungi lokasi objek penelitian yaitu Dekranasda adalah sebanyak 50 pelanggan setiap bulannya. Kriteria responden yang akan mengisi kuesioner adalah orang berdomisili di Banda Aceh dan Aceh Besar dan pelanggan yang tertarik dan menyukai batik. Dalam penyebaran kuesioner menggunakan metode penentuan sampel berupa *non probability sampling* yaitu sampel yang tidak acak. Artinya penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu anggota populasi yang ditemui bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel. Penyebaran kuesioner sesuai dengan jumlah responden yang ditetapkan. Responden yang dijumpai adalah pelanggan di Dekranasda dan Rumoh Batek Aceh. Penyebaran kuesioner dilakukan dalam waktu dua minggu di lokasi objek penelitian yaitu Rumoh Batek Aceh dan Dekranasda Kota Banda Aceh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Preferensi konsumen terhadap masing-masing level yang ada pada atribut dapat dilihat dari perolehan tingkat utilitas atau nilai kegunaan. Tingkat utilitas dari level atribut produk batik Aceh ditampilkan pada Tabel 1. Berdasarkan perolehan hasil tingkat utilitas yang diperoleh dari SPSS, maka dapat diketahui kombinasi dari level atribut produk batik Aceh yang paling diminati oleh konsumen. Mengacu pada Tabel 1, maka terpilih kartu 8 adalah kombinasi produk batik Aceh yang paling banyak diminati oleh konsumen. Tabel 1 menunjukkan peringkat kartu kombinasi produk batik Aceh dari preferensi konsumen dari peringkat pertama yang paling disukai hingga peringkat terakhir yaitu paling tidak disukai. Grafik perolehan nilai kepentingan atribut batik Aceh disajikan pada Gambar 1.

Tabel 1. Nilai dan Peringkat dari 16 Kartu Stimuli

Kartu	Jenis Produk	Warna Dasar	Warna Motif	Bahan	Jenis Motif	Nilai	Peringkat
1	Pakaian	hitam	cokelat	katun dobi	kekacang	0,156	5
2	tas	abu-abu	cokelat	katun primis	pinto aceh	-0,307	14
3	tas	hitam	putih	atbm	pinto aceh	0,128	6
4	tas	hitam	merah	atbm	pinto aceh	-0,008	8
5	tas	hitam	merah	katun primis	kekacang	0,099	7
6	tas	abu-abu	emas	atbm	kekacang	-0,247	12
7	pakaian	abu-abu	merah	katun dobi	pinto aceh	-0,375	16
8	pakaian	hitam	emas	katun primis	kupula	0,630	1
9	tas	abu-abu	cokelat	atbm	kupula	-0,320	15
10	pakaian	hitam	cokelat	atbm	pinto aceh	0,221	3
11	tas	abu-abu	emas	katun dobi	pinto aceh	-0,292	13
12	pakaian	abu-abu	putih	katun primis	pinto aceh	-0,068	9
13	tas	hitam	putih	katun dobi	kupula	0,177	4
14	pakaian	hitam	emas	atbm	pinto aceh	0,409	2
15	pakaian	abu-abu	merah	atbm	kupula	-0,216	11
16	pakaian	abu-abu	putih	atbm	kekacang	-0,195	10

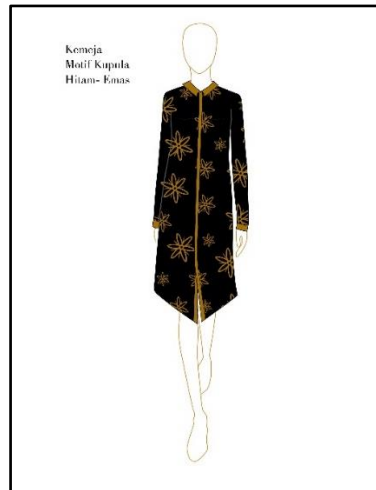


Gambar 1. Tingkat kepentingan atribut

Gambar 1 menunjukkan perolehan hasil preferensi konsumen bahwa atribut warna motif menjadi atribut paling berpengaruh dalam konsumen memilih produk batik Aceh. Setelah warna motif kemudian atribut bahan menjadi kedua yang berpengaruh dalam pemilihan produk batik Aceh, selanjutnya diikuti dengan atribut jenis motif, dan paling terakhir adalah atribut jenis produk.

Gambar 2 menunjukkan kombinasi produk batik Aceh yang terpilih berdasarkan hasil preferensi konsumen. Gambar tersebut menunjukkan bahwa produk pakaian dengan warna

dasar hitam, warna motif emas, jenis motif kupula dan bahan katun primis menjadi produk yang paling disukai oleh konsumen. Berikut merupakan tabel penilaian preferensi konsumen terhadap kombinasi produk batik Aceh dari paling yang disukai yaitu urutan 1 hingga paling tidak disukai yaitu urutan 16.



Gambar 2. Produk Batik Aceh terpilih

Atribut warna motif menjadi paling berpengaruh terhadap pemilihan produk batik Aceh karena memiliki tingkat utilitas tertinggi yaitu sebesar 27,48%. Dibandingkan dengan atribut lainnya yaitu bahan yang memiliki nilai sebesar 22,535%, jenis motif sebesar 19,529%, warna dasar sebesar 17,546% dan jenis produk sebesar 12,91%. Berdasarkan penilaian tersebut maka ditetapkan warna motif adalah atribut yang paling mempengaruhi konsumen dalam memilih produk batik Aceh.

KESIMPULAN

Atribut dan level terpilih berdasarkan hasil preferensi konsumen terhadap produk batik Aceh adalah produk pakaian dan tas; warna dasar hitam dan abu-abu; warna motif emas, putih, coklat, dan merah; jenis bahan atbm, katun primis, dan katun dobi; serta jenis motif pinto aceh, kacang, dan kupula. Atribut yang mempengaruhi konsumen dalam pemilihan produk batik Aceh dapat dilihat dari nilai tingkat kepentingan yang menunjukkan bahwa atribut warna motif memperoleh persentase tertinggi dibandingkan dengan atribut lainnya dengan nilai utilitas sebesar 27,480%. Atribut yang memiliki nilai utilitas terendah yaitu jenis produk sebesar 12,91%. Dari 144 kombinasi yang diperoleh dari perkalian tiap level, pengurangan kombinasi menggunakan Fractional Factorial Design menjadi 16 kombinasi. Kartu nomor 8 terpilih menjadi kartu dengan kombinasi yang paling diminati konsumen

dalam memilih produk batik Aceh. Kombinasi tersebut terdiri atas pakaian dengan warna dasar hitam, warna motif emas, berbahan katun primis dengan jenis motif kupula.

DAFTAR PUSTAKA

- Wulandari, A. (2011). *Batik Nusantara : Makna Filosofis , Cara Pembuatan , dan Industri Batik*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Nurainun, Rasyimah, & Heriyana. (2008). Analisis Industri Batik Di Indonesia. *Fokus Ekonomi*, 7(3), 124–135.
- Surjandari, I. (2010). *Conjoint Analysis Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Mokhammad, A., Suhendra, A. A., & Aurachman, R. (2018). Perancangan Produk Baju Batik En-Zy Menggunakan Metode Conjoint Analysis Designing En-Zy Batik Product Using Conjoint Analysis Method. *E-Proceeding Of Engineering*, 5(3), 6864–6870.
- North, E. J., Vos, R. B. De, & Kotzé, T. (2003). The Importance Of Apparel Product Attributes For Female Buyers. *Journal Of Family Ecology And Consumer Sciences*, 31, 41–51.
- Kim, G., Kim, A., & Sohn, S. Y. (2009). Conjoint Analysis For Luxury Brand Outlet Malls In Korea With Consideration Of Customer Lifetime Value. *Expert Systems With Applications*, 36(1), 922–932.