

PEMILIHAN PRODUK BATIK TULIS MENGGUNAKAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS

Tifani Karina

Universitas Negeri Surabaya

tifanikarina@mhs.unesa.ac.id

Abstract

The purpose of this study was to determine the criteria used to determine the order of priority in the assessment and selection of batik products. This type of research is quantitative. The sample of this research is 60 batik buyers from Madiun. The variables of this research are several criteria for selecting batik which consist of batik motifs, batik colors, batik prices, and types of batik fabrics. The instrument used in this study was a questionnaire. In this case, filling out the weighting questionnaire is done by using a measurement scale in the form of a semantic differential by Osgood. The data analysis technique of this research was carried out using the Analytical Hierarchy Process (AHP) method. The results of this study the most influential criteria in the selection of Madiun batik produced by MSMEs in Madiun City are the price criteria, after that the color, then the type of fabric, and finally the motif criteria. Based on the color criteria, porang batik occupies the first priority. Then the best Madiun batik on the price criteria is Porang batik. For the criteria for motifs and types of fabrics, the best Madiun batik is Kenongo. The results of this study can be used as a reference so that batik craftsmen typical of Madiun pay attention to price criteria, colors, types of fabrics and motifs, so that consumers are more interested in buying the batik products offered.

Keywords: AHP method; products selection; colors; fabric types, motif.

PENDAHULUAN

Saat ini ada 20.941 jenis usaha mikro, 2.196 jenis usaha kecil, serta 223 jenis usaha menengah di Kota Madiun (Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Koperasi dan Usaha Mikro Kota Madiun, 2018). Salah satu jenis usaha tersebut adalah UMKM batik. Terdapat 33 perajin batik yang tergabung dalam Paguyuban Koperasi Batik Kharismatik Sejahtera (PKBKS) Kota Madiun. Lima di antaranya telah dipercaya menjadi instruktur pelatihan membuat batik. Akan tetapi, jumlah tersebut bukanlah jumlah keseluruhan dari pengrajin batik di Madiun.

Banyak usaha pengrajin batik yang belum terdaftar karena malu akibat tingkat produksinya yang masih rendah (Newswire, 2019). Rendahnya produksi tersebut disebabkan oleh harga yang masih tergolong mahal dan desain produk yang masih kaku (Radar Madiun, 2019). Sementara itu, satu diantara beberapa penjual Batik di Pasar Besar Madiun mengatakan bahwa penjual batik tersebut belum pernah memasarkan produk khas Madiun. Beragam jenis batik khas Kota Madiun belum pernah ditawarkan di pasar, misalnya motif Pecelan, Seger Arum, dan Keris Tundung Madiun (Jatim Antara, 2017). Seperti yang dikatakan oleh Ketua PKBKS Kota Madiun Muhammad Tonny Wiweko Adjie bahwa belum semua masyarakat mengenal batik dengan baik.

Fungsi batik kini meluas. Tidak hanya difungsikan sebagai bahan utama pembuatan barang, namun juga untuk dikoleksi sebagai pajangan di rumah. Kegunaan batik sebagai bahan utama atau motif pembuatan barang yakni tidak hanya untuk busana saja, namun topi, lukisan, sepatu, sandal, topeng batik, nampan, wadah tisu, tas laptop, bahkan helm, sepeda motor, ponsel, dan mobil pun menggunakan ornamen bermotif batik. Sedangkan, citra batik eksklusif sudah tidak relevan dengan kondisi saat ini. Kain batik yang digunakan pengrajin batik di Madiun menggunakan jenis kain yang membuat batik tersebut terkesan kaku, dan tidak mengikuti tren (Harto, 2010). Kurangnya kreasi desain tersebut yang membuat pelanggan enggan untuk membeli produk batik di UMKM batik Madiun (Radar Madiun, 2019).

Adapun motif batik yang terdapat di Kota Madiun adalah motif Madumongso dan Pecelan. Sementara itu motif batik yang terdapat di wilayah Kabupaten Madiun berlainan dengan yang terdapat di Kota

Madiun. Soekiman *et al.* (2018). Motif batik kabupaten Madiun, di antaranya memiliki ciri corak Suruh, Porang, Serat Kayu Jati, Keris Kolo Gumarang, Dongkreng, Gabah Sinawur, Sekar Gringsing seperti halnya yang terdapat di Griya UMKM Batik Demung Kecamatan Caruban (Soekiman, Handini, & Gustaman, 2018).

PKBKS Kota Madiun menyadari bahwa persaingan bisnis di era informasi dan teknologi sangat ketat. Masing-masing pelaku bisnis di setiap kategori usaha, diharuskan untuk mempunyai sensitivitas terhadap setiap perubahan yang terjadi dan memposisikan orientasi kepuasan pelanggan sebagai prioritas tujuan yang akan dicapai. Konsekuensi dari modernisasi dan teknologi saat ini PKBKS harus bekerja keras untuk menyajikan produk-produk terbaik kepada para konsumen. Jika gagal memberikan kualitas produk kepada konsumen, maka PKBKS tidak akan bisa bertahan lama.

Kepuasan konsumen adalah faktor utama dalam membentuk loyalitas pelanggan. Beragam kegunaan yang diterima oleh PKBKS dengan terbentuknya taraf kepuasan pelanggan yang tinggi, yaitu di samping mampu menaikkan loyalitas pelanggan dapat pula untuk menghindari adanya perpindahan pelanggan, meminimalisasi sensitivitas pelanggan pada harga, meminimalisasi biaya kegagalan pemasaran, meminimalisasi biaya operasional yang disebabkan oleh naiknya jumlah pelanggan, dan naiknya reputasi bisnis. Karena itulah PKBKS harus berupaya menyesuaikan produk-produk dan pelayanan jasanya dengan selera konsumen. PKBKS tidak hanya memberikan produk dan layanan yang berdasarkan kebutuhan pelanggan, tapi lebih jauh dari itu produk tersebut harus sesuai dengan ekspektasi atau bahkan melampaui ekspektasi harapan yang dimiliki oleh pelanggan. PKBKS wajib menjamin produk sesuai dengan standar kualitas atau mutu produk.

Batik sebagai satu di antara beberapa mahakarya seni warisan budaya Indonesia yang mendapatkan pengakuan dunia. Secara resmi UNESCO memberikan pengakuannya terhadap batik pada tahun 2009 sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Non-bendawi. Selanjutnya, pada tahun 2014, penetapan Jogjakarta sebagai Kota Batik Dunia (World Batik City) oleh World Craft Council (Mahmud, 2014). Dalam rangka mendukung upaya tersebut, dibutuhkan pengembangan desain yang sesuai dengan kriteria yang diharapkan para pelanggan.

Batik yang dihasilkan oleh PKBKS Madiun memiliki bermacam-macam jenis jika dilihat dari cara pembuatannya, seperti batik cap, printing, celup, dan batik tulis atau tradisional. Batik-batik tersebut dibuat dengan motif Pecelan, Kenongo, Retno Kumolo, dan Beras Kutah. Pembeli batik-batik karya PKBKS Madiun umumnya adalah masyarakat umum. Batik tulis atau batik tradisional yang dibuat oleh PKBKS cenderung mahal dan motifnya terkesan kaku, sehingga produksinya kini kian merosot. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan desain batik agar menarik minat pelanggan untuk membeli dan menggunakannya.

Beberapa penelitian terdahulu telah melakukan penelitian terkait pemilihan produk batik tulis memakai metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) seperti penelitian Nugraha dan Sudiarto (2017), yang menyatakan bahwa kriteria pertama pemilihan batik yaitu warna, kriteria kedua yaitu bahan, kriteria ketiga yaitu motif, kriteria keempat yaitu harga, dan kriteria kelima yaitu merk. Warna terbaik diperoleh oleh sub kriteria alami, untuk bahan terbaik yaitu mori, sementara itu untuk motif terbaik yaitu klasik. Sedangkan Mardiansyah *et al.* (2014) pada penelitiannya tentang desain sistem pendukung keputusan dalam pemilihan *supplier* batik digunakan metode Algoritma AHP.

Berdasarkan penelitian Kurniasih (2018), pembeli batik didominasi oleh wanita kalangan usia 41-50 tahun. Mengacu pada penelitian tersebut, faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen saat berniat membeli batik adalah motif batik, kecocokan dengan selera, warna, harga, dan kehalusan kain. Sedangkan Astutiningsih (2015) membuktikan bahwa produk, harga, promosi, dan tempat merupakan beberapa hal yang memengaruhi keputusan pembelian batik. Putri *et al.* (2019) Menyatakan bahwa tujuan untuk membeli batik adalah untuk kepuasan diri dan mengikuti tren (Putri, Maryam, & Widayanti, 2019). Sedangkan alasan untuk membeli batik antara lain di antaranya kebutuhan, mendapat pengaruh orang lain, mengikuti tren, melestarikan budaya (Lestari, 2018).

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut maka perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan minat beli pada pelanggan melalui desain batik tulis yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kriteria apa saja yang digunakan untuk menentukan urutan prioritas penilaian dan pemilihan produk batik tulis. Batik tulis dipilih sebagai objek penelitian karena batik tulis merupakan jenis batik yang paling rumit dan cenderung mahal. Di samping itu Batik Tulis khas Madiun mempunyai motif yang terkesan kaku. Metode yang digunakan untuk melakukan penilaian dan pemilihan kriteria batik tulis sesuai dengan yang diinginkan pelanggan adalah metode AHP. Metode AHP ialah salah satu alat untuk mengambil suatu keputusan dengan melaksanakan komparasi berpasangan antara kriteria pilihan dan juga komparasi berpasangan antara pilihan yang ada. Persoalan dalam penentuan keputusan menggunakan AHP biasanya disusun menjadi kriteria, dan alternatif pilihan. Penelitian ini menggunakan metode AHP karena AHP dapat diandalkan sebab dalam AHP suatu prioritas disusun dari berbagai pilihan yang dapat berupa kriteria yang sebelumnya telah didekomposisi (struktur) terlebih dahulu, sehingga penetapan prioritas didasarkan pada suatu proses yang terstruktur (hirarki) dan masuk akal. Hal ini sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian ini yakni untuk mencari kriteria apa saja yang digunakan untuk menentukan urutan prioritas penilaian dan pemilihan produk batik tulis.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Perilaku Konsumen

Caraku konsumen melakukan alokasi pendapatannya guna melakukan pembelian beragam barang dan jasa. Metode paling baik guna memahami perilaku konsumen ialah melalui tiga langkah yang berbeda, yakni selera konsumen, keterbatasan dana, dan pilihan-pilihan konsumen (Pindyck & Rubinfeld, 2009). Faktor-faktor utama yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen ialah faktor budaya, faktor sosial, faktor individu dan faktor psikologis (Kotler & Armstrong, 2015).

Perilaku Konsumen dalam Membeli Batik

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Luhita *et al.* (2017), terungkap bahwa perilaku konsumen dalam membeli batik dan pertimbangan untuk membeli batik tulis terdiri dari tempat pembelian batik, motif, kain, dan harga. Sedangkan penelitian Kurniasih (2018) menyatakan bahwa hal-hal yang dipertimbangkan masyarakat dalam membeli batik tulis antara lain motif, kesesuaian dengan preferensi, warna, harga, dan kehalusan kainnya. Sementara itu dalam penelitian Nugraha dan Sudirso (2017), batik tulis dipilih berdasarkan kriteria motif batik, warna, harga, jenis kain batik, dan merek batik.

Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

Analytical Hierarchy Process (AHP) adalah sebuah metode yang pengembangannya dilakukan pertama kali oleh Thomas L. Saaty, matematikawan dari University of Pittsburgh, Amerika Serikat pada tahun 1970-an. Metode ini dimaksudkan guna membuat model dari permasalahan-permasalahan yang tidak terstruktur dan sejumlah pendapat sedemikian rupa, di mana masalah yang ada sudah sungguh-sungguh disebutkan dengan jelas, dilakukan evaluasi, dilakukan pembahasan atau dijalankan analisis dan ditentukan prioritasnya guna dilakukan kajian yang mendalam (Fewidarto, 1996). Pada implementasi metode AHP yang diprioritaskan ialah kualitas data dari responden yang tidak bergantung kepada kuantitas datanya (Saaty, 1993).

Hubungan antar Variabel

Ketika akan melakukan pembelian batik tulis, konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas dan sesuai dengan selera yang diinginkan. Konsumen umumnya akan membandingkan warna, bahan, motif, harga, dan merek dari setiap produk batik yang ditawarkan di suatu toko (Nugraha & Sudiarso, 2017). Pada kasus pemilihan produk batik tulis di Madiun, merek batik tidak bisa dibagi, sehingga pemilihan produk batik tulis di Madiun hanya dibagi berdasarkan warna, motif, harga, dan jenis kain.

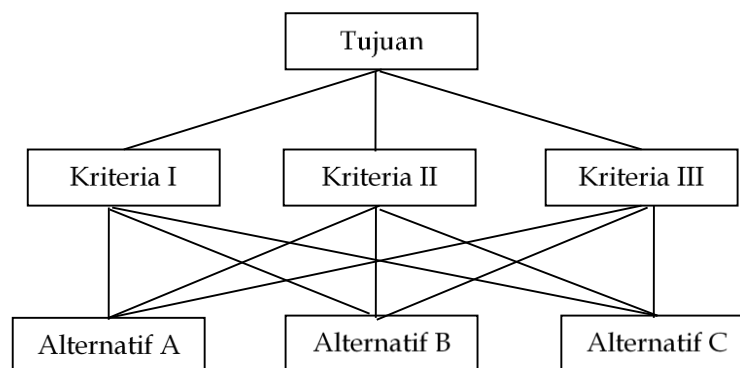
Konsumen yang melakukan pemilihan batik tulis akan mempertimbangkan warna batik yang selaras dengan kepribadiannya (Kurniasih, 2018). Luhita *et al.* (2017) menegaskan bahwa harga juga menjadi salah satu faktor penting dalam membeli batik tulis. Menurut Luhita *et al.* (2017), motif batik tulis lebih

unik daripada batik non tulis. Selain itu, jenis batik yang digunakan sebagai bahan batik juga turut menentukan kenyamanan saat memakai suatu pakaian berbahan batik.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini ialah kuantitatif. Data penelitian ini bersumber dari data primer yang dikumpulkan secara langsung dari responden. Responden penelitian ini yaitu pembeli atau konsumen pembeli batik khas Madiun sebanyak 60 orang. Saaty (1993) menyatakan bahwa dalam penelitian dengan metode *Analytic Hierarchy Process* tidak ada perumusan tertentu untuk menentukan jumlah sampel, namun minimal jumlahnya yaitu sebanyak 2 orang. Oleh karena itu, jumlah sampel penelitian sebanyak 60 orang dalam penelitian ini sudah memenuhi untuk digunakan dalam model penelitian *Analytic Hierarchy Process*. Lokasi penelitian ini di Kabupaten Madiun tempat atau wilayah Paguyuban Koperasi Batik Kharismatik Sejahtera (PKBKS) Kota Madiun melakukan produksi batiknya sekaligus memasarkan batiknya di *outlet* yang dimilikinya. Instrumen yang dipakai dalam riset ini yaitu kuesioner. Kuesioner riset ini berisi sejumlah faktor yang menjadi dasar niat beli konsumen terhadap batik khas Madiun. Bobot pengisian kuesioner ini, ditentukan berdasar skala pengukuran Osgood dalam bentuk *semantic diferensial*. Data dikumpulkan dengan mendistribusikan kuesioner sejumlah 60 orang pembeli batik khas Madiun. Format pengisian kuesioner pada Lampiran 1.

Teknik analisis data riset ini memakai metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Terdapat sejumlah dasar yang perlu dipahami dalam penyelesaian permasalahan dengan mempergunakan metode AHP, antara lain: *Decomposition, Comparative, judgement, Synthesis of priority*, dan *consistency*. Struktur hirarki AHP dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. STRUKTUR HIRARKI AHP

Terdapat sejumlah langkah dalam perhitungan analisis AHP yaitu: (1) Menghitung *geometric mean* dari sejumlah penilaian hasil kuesioner responden, dengan rumus $GM = \sqrt[n]{X_1 \times X_2 \times X_3 \times \dots \times X_n}$. (2) Membuat matriks komparasi, yang selanjutnya diubah menjadi angka decimal. (3) Mengalikan matriks komparasi tersebut dengan prioritasnya. (4) Membagi masing-masing elemen matriks hasil dengan elemen matriks bobot prioritasnya. (5) Menghitung nilai *Maximum Eigenvalue* (ME), dengan rumus $ME = \text{Jumlah elemen matriks} / n$. (6) Menghitung *Consistency Indeks* (CI), dengan rumus $CI = ME - n / n - 1$. (7) Menghitung *Consistency Ratio* (CR), dengan rumus $CR = CI / RI$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengumpulan kuesioner responden didapat data terkait karakteristik responden pembeli batik Madiun pada Lampiran 2.

Penyusunan Struktur Hierarki

Dalam rangka menaikkan mutu batik tulis, khususnya produsen batik tulis khas Madiun, produsen perlu memahami elemen apa dari produk yang harus diperbaiki. Elemen tersebut bisa diperoleh, di antaranya,

dari pendapat atau opini konsumen. Konsumen menyebutkan beberapa hal yang menurutnya adalah penilaian untuk mengukur batik tulis yang bermutu. Sesuai dengan pendapat konsumen tersebut, produsen mampu menimbang produknya dan memandang *gap* atau celah yang harus diperbaiki guna menaikkan mutu batik khas Madiun. Elemen produk itu yang kemudian akan disebutkan sebagai kriteria penentu produk batik tulis yang bermutu. Kriteria tersebut, yaitu warna, harga, motif, dan jenis kain. Sementara itu, untuk alternatif batik tulis khas Madiun yang akan dipilih berdasarkan kriteria tersebut adalah Kenongo, Porang, Retno Madiun, dan Pecelan.

Penentuan Bobot Kriteria Produk Batik Tulis Terbaik

Mengacu pada model struktur AHP, maka langkah pertama yang dijalankan ialah menentukan bobot setiap kriteria dengan merekapitulasi data kuesioner matrik komparasi berpasangan dari 60 orang responden. Sebelum dilakukan perhitungan untuk menentukan matriks *normalized wight* maka hasil kuesioner 60 responden yang telah dimasukkan dalam matriks, maka untuk mendapatkan satu matrik perlu dilaksanakan rata-rata ukur dengan memakai *geometriks mean*. Selanjutnya menjalankan penilaian relatif pada seluruh sel melalui cara nilai setiap sel dibagi dengan jumlah pada setiap kolomnya, maka akan didapat nilai relatif tiap sel. Kemudian pada setiap faktor secara horisontal ditotal dan ditentukan bobot prioritasnya. Hasilnya bisa dilihat pada Lampiran 3 - Lampiran 6 dan Tabel 1. Lampiran 3 merupakan hasil matriks faktor pembobotan hirarki untuk semua kriteria yang dinormalkan, dan Lampiran 4-6 dan Tabel 1 merupakan hasil matriks hasil penilaian komparasi berpasangan untuk kriteria warna, harga, motif, dan jenis kain, pada batik khas Madiun yang dijadikan sampel yaitu Kenongo, Porang, Retno Madiun, dan Pecelan.

Nilai total didapat dari penjumlahan secara horizontal masing masing nilai di setiap kotak. Sementara itu *vector eigen* kriteria jenis batik didapat dari nilai total yang dinormalkan. Nilai total untuk perbandingan jenis batik menurut kriteria warna diperoleh dari penjumlahan secara horizontal masing masing nilai di setiap kotak. Sementara itu *vector eigen* perbandingan jenis batik menurut kriteria warna diperoleh dari nilai total yang dinormalkan.

Nilai total untuk perbandingan jenis batik menurut kriteria harga merupakan hasil penjumlahan secara horizontal nilai di setiap kotak jenis batik. Sementara itu *vector eigen* komparasi jenis batik berdasar kriteria harga didapatkan dari nilai total yang dinormalkan.

Nilai total untuk komparasi jenis batik berdasarkan kriteria motif adalah hasil penjumlahan secara horizontal nilai di masing masing kotak jenis batik. Sementara itu *vector eigen* komparasi jenis batik menurut kriteria motif dihasilkan dari nilai total yang dinormalkan.

Tabel 1.
MATRIKS NORMALIZED WIGHT ALTERNATIF JENIS BATIK BERDASARKAN
KRITERIA JENIS KAIN

	Kenongo	Porang	Retno Madiun	Pecelan	Total	VE
Kenongo	0.512	0.709	0.312	0.413	1.945	0.486
Porang	0.185	0.181	0.308	0.396	1.071	0.268
Retno Madiun	0.154	0.055	0.099	0.063	0.371	0.093
Pecelan	0.150	0.055	0.281	0.128	0.613	0.153
Total	1	1	1	1	4	1.000

Sumber: data diolah penulis

Nilai total untuk perbandingan jenis batik berdasar kriteria jenis kain dihasilkan dengan menjumlahkan secara horizontal nilai di setiap kotak jenis batik. Sementara itu, *vector eigen* komparasi jenis batik menurut kriteria jenis kain diperoleh dari nilai total yang dinormalkan.

Dalam rangka melakukan pengukuran sejauh mana konsistensi *pairwise comparison* pada riset ini, digunakan ukuran *consistency ratio (CR)*. Apabila kalkulasi rasio ini kurang dari 0,1 atau 10% maka dapat dinyatakan ada konsistensi di dalam pemberian angka tingkat kepentingan.

Mengacu pada data yang ada dan kalkulasi yang sudah dijalankan, diperoleh nilai seluruh *consistency ratio* (CR) sebesar kurang dari 10%. Rincinnya adalah sebagai berikut: CR kriteria = 0,044CR warna = 0,059, CR harga = 0,050, CR motif = 0,066, CR jenis kain = 0,062. Hasil tersebut menandakan bahwa sudah ada konsistensi yang cukup di dalam pemberian tingkat kepentingan antar kriteria. Mengacu pada total per kriteria, diperoleh Tabel 2 yang berisi bobot semua kriteria seperti yang menjadi persyaratan pada teori AHP.

Tabel 2.
TOTAL RANGKING

Alternatif	Kriteria	Perbandingan faktor antar kriteria (A)	Perbandingan faktor antar Merek (VE) (B)	Aggregate (AxB)	Peringkat kriteria	Peringkat alternatif	%
Kenongo	Warna	0.258	0.391	0.101	2	Peringkat ke 2	33,4%
	Harga	0.274	0.299	0.082	2		
	Motif	0.490	0.115	0.056	1		
	Jenis Kain	0.486	0.195	0.095	1		
Porang	Warna	0.495	0.391	0.194	1	Peringkat ke 1	42,1%
	Harga	0.483	0.299	0.145	1		
	Motif	0.268	0.115	0.031	2		
	Jenis Kain	0.268	0.195	0.052	2		
Retno Madiun	Warna	0.158	0.391	0.062	3	Peringkat ke 3	14,5%
	Harga	0.158	0.299	0.047	3		
	Motif	0.158	0.115	0.018	3		
	Jenis Kain	0.093	0.195	0.018	4		
Pecelan	Warna	0.088	0.391	0.034	4	Peringkat ke 4	10,0%
	Harga	0.086	0.299	0.026	4		
	Motif	0.084	0.115	0.010	4		
	Jenis Kain	0.153	0.195	0.030	3		

Sumber: data diolah penulis

Dalam rangka mendapatkan total rangking jenis batik yaitu melalui perkalian antara faktor evaluasi tiap-tiap alternatif dengan faktor bobot. Tabel 3 menampilkan nilai akhir serta peringkat dari tiap alternatif hasil kalkulasi dalam struktur AHP.

Tabel 3.
PERINGKAT ALTERNATIF DAN KRITERIA

Peringkat Alternatif				Peringkat Kriteria			
1	Porang	0,421	42,1%	1	Warna	0,391	39,1%
2	Kenongo	0,334	33,4%	2	Harga	0,299	29,9%
3	Retno Madiun	0,145	14,5%	3	Jenis Kain	0,195	19,5%
4	Pecelan	0,100	10,0%	4	Motif	0,115	11,5%
		1,000	100%			1,000	100%

Sumber: data diolah penulis

Merujuk pada Tabel 3 dapat diketahui bahwa peringkat jenis batik tertinggi adalah batik Porang sedangkan peringkat kriteria tertinggi yaitu warna.

Pembahasan

Merujuk pada hasil penelitian bisa diketahui bahwa terdapat 4 kriteria yang menjadi pertimbangan pembeli batik tulis khas Madiun dalam memutuskan untuk membeli produk batik tulis khas Madiun. Kriteria tersebut meliputi motif, warna, harga, dan jenis kain. Kriteria-kriteria yang bisa dipergunakan oleh pembeli menjadi referensi dalam membeli batik tulis khas Madiun tersebut selaras dengan hasil studi yang dijalankan Nugraha dan Sudiarto (Nugraha & Sudiarto, 2017). Penelitian tersebut

menyatakan bahwa ada sejumlah kriteria dalam batik tulis yang digunakan pembeli untuk memilih produk batik tulis, yakni motif, warna, harga, dan jenis kain.

Berdasarkan perhitungan kriteria paling penting dan paling berdampak dalam penentuan pilihan produk batik tulis terbaik ialah warna, harga jenis kain, serta motif. Sementara itu, alternatif pilihan batik yang tertinggi berdasarkan empat kriteria batik maka didapat hasil urutan Porang Kenongo, Retno Madiun, dan Pecelan.

Terkait dengan posisi warna batik, Kurniasih(2018) menyatakan bahwa konsumen yang memilih batik akan mempertimbangkan warna batik yang selaras dengan kepribadian konsumen itu sendiri. Terdapat sejumlah konsumen yang menyenangi warna alam, seperti warna coklat, terdapat pula sejumlah konsumen yang memilih warna cerah. Pada penelitian ini warna batik berada pada urutan pertama sebagai kriteria yang digunakan konsumen dalam menentukan jenis batik khas Madiun yang akan dibeli. Warna yang sesuai kepribadian dan tren warna kekinian akan cenderung dipilih untuk dibeli konsumen dibanding warna yang tidak sesuai dengan kepribadian dan tren warna yang saat ini digemari masyarakat. Selain itu alasan konsumen memilih batik berdasarkan warna adalah karena menyesuaikan dengan penggunaan batik itu sendiri. Jika konsumen ingin membeli batik untuk digunakan acara yang resmi, konsumen tersebut lebih memilih batik berwarna terang atau gelap yang terkesan mewah. Sementara jika konsumen ingin membeli batik untuk acara santai atau semiformal, konsumen akan memilih warna batik yang cerah atau terang. Saat ini, konsumen lebih banyak yang memilih batik berwarna gelap. Mayoritas dasar warna batik Madiun adalah hitam atau gelap, hal tersebut digemari para konsumen saat ini karena warna tersebut lebih netral sehingga dapat dengan mudah dipadukan dengan warna lain untuk pakaian lain yang akan digunakan dengan batik tersebut. Saat ini warna batik yang sedang tren diminati oleh konsumen adalah warna pastel dan warna-warna alam. Para pengerajin batik Madiun kini sedang mencoba memadukan warna tren tersebut dengan standar batik Madiun agar batik Madiun semakin diminati oleh para konsumen.

Luhita *et al.*(2017) mengungkapkan bahwa harga dijadikan sebagai bahan pertimbangan penting dalam membeli batik tulis. Masyarakat memahami bahwa harga batik tulis cukup tinggi, sehingga harga akan dijadikan sebagai acuan dalam memilih atau menentukan pilihan batik khas Madiun yang akan dibeli. Berdasarkan analisis AHP tersebut, harga menjadi prioritas kedua seorang konsumen dalam menentukan pilihan jenis Batik khas Madiun yang akan dibeli konsumen mengalahkan kriteria yang jenis kain dan motif. Hal ini membuktikan bahwa kesesuaian harga dengan produk dan keterjangkauan harga menjadi penentu yang mendorong seorang konsumen dalam membeli batik khas Madiun. Alasan konsumen memilih batik berdasarkan harganya yakni konsumen juga melihat apakah harga yang ditentukan tersebut sesuai dengan produk batiknya. Jika batik dijual dengan harga yang relatif tinggi, namun batik tersebut memiliki kualitas yang kurang sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen kurang berminat untuk membeli batik tersebut karena tentunya konsumen tersebut berpikir bahwa dengan harga yang sama, konsumen tersebut dapat memperoleh batik atau pakaian yang lebih baik lagi.

Jenis kain pada bahan yang digunakan batik Khas Madiun akan menentukan kenyamanan dalam mengenakan batik tersebut. Dalam penelitian ini jenis kain batik berada di urutan ketiga sebagai kriteria dalam pertimbangan konsumen membeli batik Khas Madiun. Semakin nyaman jenis kain yang digunakan maka akan mendorong konsumen untuk memilih batik tertentu. Selain, soal kenyamanan, jenis kain yang sedang menjadi tren juga menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli suatu batik. Tren jenis kain batik Madiun sampai saat ini adalah kain katun karena konsumen merasa bahwa kain tersebut adalah kain yang paling nyaman digunakan untuk pakaian sehari-hari sehingga konsumen tidak merasa gerah untuk memakai kain batik tersebut sebagai pakaian harian.

Mengenai kriteria motif batik, Luhita *et al.*(2017), mengungkapkan bahwa motif batik juga menjadi pertimbangan konsumen. Batik tulis lebih unik daripada batik non tulis. Batik tulis diciptakan melalui tangan manusia secara langsung, oleh karenanya corak tidak akan identik antara bagian satu dengan bagian lainnya. Terdapat bagian yang coraknya lebih lebar dan terdapat pula yang lebih sempit, hal ini disebabkan karena batik tulis dibuat melalui tangan manual. Tidak sama dengan kain dengan motif batik, pola dan motifnya tampil dengan sangat sempurna dan hampir tidak terdapat cacat

disebabkan karena pembuatannya dikerjakan oleh mesin. Pada penelitian ini motif batik berada di urutan terakhir sebagai kriteria yang digunakan sebagai pertimbangan dalam memilih batik khas Madiun. Motif yang sesuai dengan keinginan konsumen batik tulis akan mendorong konsumen untuk membeli produk batik tulis. Motif batik yang diminati konsumen saat ini adalah batik dengan motif modern karena dianggap lebih fleksibel untuk digunakan sebagai pakaian dengan tema formal, semi formal, maupun santai. Motif batik Madiun adalah motif tradisional, oleh karena itu konsumen yang merupakan responden penelitian ini menempatkan motif batik sebagai kriteria paling akhir dalam memilih batik Madiun.

Secara keseluruhan, berdasarkan kriteria-kriteria dalam pemilihan batik khas Madiun yang dinilai sebagai batik terbaik adalah batik Porang dengan nilai agregat 0,421 atau 42,1%. Selanjutnya adalah Kenongo dengan nilai agregat 0,334 atau 33,4%, kemudian Retno Madiun dengan nilai agregat 0,145 atau 14,5%, dan Pecelan dengan agregat 0,100 atau 10%. Hasil ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan batik Madiun terbaik yang akan dipilih oleh UMKM batik di Madiun untuk dijadikan sebagai barang dagangan utama adalah batik Porang karena secara keseluruhan batik tersebut memiliki nilai paling tinggi dibandingkan dengan tiga batik yang lain dilihat dari kriteria warna, harga, motif, dan jenis kainnya.

KESIMPULAN

Kriteria yang paling berpengaruh dalam pemilihan batik khas Madiun yang diproduksi oleh UMKM di Kota Madiun ialah kriteria warna. Prioritas kedua yang berpengaruh adalah kriteria harga. Prioritas ketiga adalah jenis kain, sedangkan prioritas terakhir yaitu kriteria motif. Berdasarkan kriteria warna, batik Porang menempati prioritas pertama. Kemudian batik khas Madiun terbaik pada kriteria harga adalah batik Porang. Pada kriteria motif dan jenis kain, batik khas Madiun terbaik adalah Kenongo.

Mengacu pada kriteria-kriteria dalam pemilihan batik khas madiun, secara keseluruhan batik Porang dinilai sebagai batik terbaik berdasarkan pilihan konsumen yang disusul oleh batik Kenongo. Sementara itu prioritas ketiga, yaitu Retno Madiun dan Pecelan berada di prioritas terakhir dalam pemilihan batik khas Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan batik khas Madiun terbaik bagi UMKM untuk dijadikan sebagai produk utama yang akan didistribusikan atau dijual ke konsumen adalah batik Porang karena secara keseluruhan kriteria batik khas Madiun ini memiliki nilai paling tinggi dibandingkan dengan tiga batik lainnya.

Hasil studi ini bisa dibuat sebagai referensi supaya pengrajin batik tulis khas Madiun memperhatikan kriteria harga, warna, jenis kain dan motif, agar konsumen lebih tertarik untuk membeli produk batik yang ditawarkan. Keempat kriteria tersebut merupakan faktor yang dijadikan sebagai pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan apakah membeli produk batik khas Madiun atau tidak. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan pengembangan jumlah item dan aspek yang dijadikan bahan pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan membeli batik tulis khas Madiun.

DAFTAR PUSTAKA

- Astutiningsih, S. e. (2015). Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Batik di Tulungagung. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 11(2), 78-92.
- Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Koperasi dan Usaha Mikro Kota Madiun. (2018). *Sosialisasi Dukungan Penyediaan Permodalan bagi Koperasi dan Pelaku Usaha Mikro*. Retrieved from DPMPSTSPKUM Madiun Kota: <http://dpmptspkum.madiunkota.go.id/>, diakses tanggal 5 Januari 2022.
- Fewidarto, P. D. (1996). Proses Hirarki Analitik (Analytical Hierarchy Process). *Materi pada Kursus Singkat Teknologi Industri Pertanian, Program Pascasarjana, IPB*. Bogor: IPB.

- Harto, D. B. (2010). Fungsi Batik Masih bisa Diothak-Athik: Sebuah Tawaran Revitalisasi Batik untuk Film Animasi Khas Indonesia. *Makalah Pendamping Seminar Nasional "Revitalisasi Batik melalui Dunia Pendidikan*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Jatim Antara. (2017). *Perajin Batik Madiun Ingin Jadi Destinasi Wisata*. Retrieved from Jatim AntaraneWS: <https://jatim.antaranews.com/berita/206448/perajin-batik-madiun-ingin-jadi-destinasi-wisata>, diakses tanggal 8 Januari 2022
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Market an Introducing*. England: Pearson Education.
- Kurniasih, R. (2018). Analisis Perilaku Konsumen terhadap Produk Batik Tulis Banyumas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA)*, 20(1), 1-12.
- Lestari, R. B. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk UKM Palembang (Studi Kasus Produk Baju Batik Khas Palembang). *Jurnal Manajemen STIE Multi Data Palembang*.5(9),1-20.
- Luhita, T., Kurniasih, & Wulandari, S. Z. (2017). Analisis Perilaku Pembelian Produk Batik Tulis Banyumas. *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers "Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan VII"*.17-18
- Mahmud, F. (2014). *Pecinta Batik Indonesia Bangga Yogyakarta Raih Kota Batik Dunia*. Retrieved November 26, 2019, from <http://liputan6.com/amp/2122885/pecinta-batik-indonesiabangga-yogyakarta-raih-kota-batik-dunia>, diakses tanggal 8 Januari 2022
- Mardiansyah, I., Hartini, S., & Budiawan, W. (2014). Perancangan Sistem Pendukung Keputusan untuk Pemilihan Supplier Batik Menggunakan Algoritma Analytical Process (AHP). *Jurnal Teknik Industri Undip*, 3(2), 1-14.
- Newswire. (2019). *Madiun Terus Berupaya Kembangkan Batik*. Retrieved from Surabaya Bisnis: <https://surabaya.bisnis.com/read/20191003/532/1155259/madiun-terus-berupaya-kembangkan-batik>, diakses tanggal 8 Januari 2022
- Nugraha, M. A., & Sudiarso, A. (2017). *Analisis Pemilihan Produk Batik Tulis Terbaik Menggunakan Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2009). *Ekonomi Mikro*. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Putri, D. O., Maryam, S., & Widayanti, R. (2019). Analisis Perbedaan Keputusan Pembelian, Motivasi, dan Persepsi Produk Batik antara Konsumen Pria dan Wanita di Surakarta. *Majalah Ilmiah Solusi*, 17(3), 251-261.
- Radar Madiun. (2019). *Apa Saja Kendala Perajin Industri Batik di Kota Madiun? Ini Penjelasannya*. Retrieved from Radarmadiun.com: <http://radarmadiun.co.id/apa-saja-kendala-perajin-industri-batik-di-kota-madiun-ini-penjelasannya/>, diakses tanggal 8 Januari 2022
- Saaty, T. L. (1993). *Pengambilan Keputusan bagi Pemimpin, Proses Hirarki Analitik untuk Pengambilan Keputusan dalam Situasi yang Kompleks*. Jakarta: Pustaka Binama Pressindo.
- Soekiman, S., Handini, S., & Gustaman, I. U. (2018). *Pengembangan Model Pelatihan Manajemen dan Pemberdayaan Koperasi dalam Rangka Meningkatkan Pengelolaan serta UMKM di Jawa Timur*. Surabaya: Universitas Dr. Soetomo Surabaya.

Lampiran 1. FORMAT PENGISIAN KUESIONER

Kriteria	Tingkat Kepentingan	Kriteria
Warna	9854321123456789	Motif
Warna	9854321123456789	Harga
Warna	9854321123456789	Jenis Kain
Warna	9854321123456789	Harga
Motif	9854321123456789	Jenis Kain
Harga	9854321123456789	Jenis Kain

Lampiran 2. KARAKTERISTIK RESPONDEN

Karakteristik Responden		Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	14	23,33 %
	Perempuan	46	76,67 %
		60	100,00 %
Usia	18-25 tahun	8	13,33 %
	26-35 tahun	11	18,33 %
	36-45 tahun	23	38,33 %
	>45 tahun	18	30,00 %
		60	100,00 %
Pendidikan	SD-SMP	3	5,00 %
	SMA/SMK	32	53,33 %
	S1	21	35,00 %
	S2-S3	4	6,67 %
		60	100,00 %
Pekerjaan	Pegawai Swasta	29	41,67 %
	PNS/Polri/TNI	11	15,00 %
	Wirausaha	15	25,00 %
	Pelajar/Mahasiswa	5	5,00 %
	Lainnya	10	13,33 %
		60	100,00 %

Lampiran 3 MATRIKS NORMALIZED WIGHT KRITERIA JENIS BATIK

	Motif	Warna	Harga	Jenis Kain	Total	VE
Motif	0.636	0.183	0.283	0.462	1.564	0.391
Warna	0.007	0.513	0.286	0.391	1.197	0.299
Harga	0.191	0.153	0.087	0.030	0.460	0.115
Jenis kain	0.166	0.151	0.344	0.117	0.779	0.195
Total	1	1	1	1	4	1.000

Lampiran 4. MATRIKS NORMALIZED WIGHT ALTERNATIF JENIS BATIK BERDASARKAN KRITERIA WARNA

	Kenongo	Porang	Retno Madiun	Pecelan	Total	VE
Kenongo	0.173	0.125	0.418	0.317	1.032	0.258
Porang	0.726	0.545	0.409	0.301	1.980	0.495
Retno Madiun	0.051	0.165	0.132	0.285	0.633	0.158
Pecelan	0.050	0.165	0.042	0.097	0.354	0.088
Total	1	1	1	1	4	1.000

Lampiran 5. MATRIKS NORMALIZED WIGHT ALTERNATIF JENIS BATIK BERDASARKAN KRITERIA HARGA

	Kenongo	Porang	Retno Madiun	Pecelan	Total	VE
Kenongo	0.181	0.183	0.418	0.313	1.095	0.274
Porang	0.713	0.508	0.409	0.300	1.930	0.483
Retno Madiun	0.054	0.154	0.132	0.290	0.630	0.158
Pecelan	0.053	0.154	0.041	0.097	0.345	0.086
Total	1	1	1	1	4	1.000

Lampiran 6. MATRIKS NORMALIZED WIGHT ALTERNATIF JENIS BATIK BERDASARKAN KRITERIA MOTIF

	Kenongo	Porang	Retno Madiun	Pecelan	Total	VE
Kenongo	0.515	0.709	0.422	0.313	1.959	0.490
Porang	0.187	0.181	0.409	0.294	1.071	0.268
Retno Madiun	0.151	0.054	0.130	0.297	0.633	0.158
Pecelan	0.148	0.055	0.039	0.095	0.337	0.084
Total	1	1	1	1	4	1.000