

## **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PELUANG KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK DI KAWASAN BATIK TRUSMI CIREBON**

---

**Faulika Dwi Astuti**  
Program Studi Ekonomi Pembangunan  
Universitas Pasundan

diterima: 28/10/2020; direvisi: 28/12/2020; diterbitkan: 31/12/2020

### ***Abstract***

*Sales of batik in the Trusmi Cirebon Batik Area in 2017 experienced a very drastic decline, reaching 50.8%. This decline was caused by internal factors, namely the competitiveness of batik sales between stores and showrooms and another factor was the increase in Chinese printed batik entering Indonesia. This study used a sample of 100 respondents. The method used in this research is descriptive quantitative method. The regression model used is the probit nonlinear regression model. Based on the analysis of the research that has been done, it is found that the average age of consumers is 16-31 years old with 70% of consumers being women. As many as 64% of consumers have a D3 / S1 education with 65% of consumers having a type of work in the private sector. Another conclusion obtained is that age and education variables have a significant effect on batik purchasing decisions.*

**Keywords :** *Opportunities, Purchasing Decisions, Internal Factors.*

### **Abstrak**

Penjualan batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon pada tahun 2017 mengalami penurunan yang sangat drastis yakni mencapai 50.8%. Penurunan ini disebabkan oleh faktor internal yaitu daya saing penjualan batik antar toko dan showroom serta hal lainnya adalah maraknya batik cetak Cina yang masuk ke Indonesia. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif deskriptif. Model regresi yang digunakan yaitu model regresi nonlinier jenis probit. Berdasarkan analisa penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa usia rata-rata konsumen berusia 16-31 tahun dengan 70% konsumennya perempuan. Sebanyak 64% konsumennya pendidikan terakhir D3/S1 dengan 65% konsumennya memiliki jenis pekerjaan dalam bidang swasta. Kesimpulan lain yang diperoleh yaitu variabel usia dan pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian batik.

**Kata Kunci :** Peluang, Keputusan Pembelian, Faktor Internal.

## PENDAHULUAN

Batik merupakan ciri khas sekaligus identitas bagi negara Indonesia. Indonesia telah memiliki 101 sentra batik yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Industri batik Indonesia telah menjadi penggerak perekonomian nasional. Industri batik Indonesia memiliki daya saing komparatif dan kompetitif di pasar internasional. Badan Pusat Statistik mencatat pada tahun 2017 industri batik Indonesia mencapai nilai ekspor sebesar US\$ 58,46 juta dengan negara tujuan ekspor yaitu Jepang, Amerika Serikat, dan Eropa. Ditetapkannya Hari Batik Nasional pada tanggal 2 Oktober sebagai implementasi dari penetapan UNESCO dalam *Fourth Session of the Intergovernmental Committee* menjadi peluang bagi Indonesia untuk mengembangkan produk batik ke berbagai negara. Namun masuknya produk batik cetak Cina ke Indonesia membuat daya saing kompetisi batik semakin ketat. Batik impor dari Cina ini memiliki harga yang murah sehingga digemari oleh masyarakat Indonesia. Badan Pusat Statistik mengumumkan bahwa impor batik pada tahun 2015 mencapai 1.037 ton atau setara US\$ 30 juta lalu pada tahun 2013 mencapai 278 ton atau setara dengan US\$ 5,1 juta .

### Data Penjualan Kawasan Batik Trusmi Cirebon Tahun 2015-2018

| Tahun | Jumlah (pcs) | Penjualan (Rp)  | Presentase Pertumbuhan |
|-------|--------------|-----------------|------------------------|
| 2015  | 1.378.000    | 110.240.000.000 | -                      |
| 2016  | 1.563.500    | 125.080.000.000 | 13,4 %                 |
| 2017  | 768.500      | 61.480.000.000  | -50,8 %                |
| 2018  | 821.500      | 65.720.000.000  | 6,8 %                  |

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Cirebon

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa penjualan batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon mengalami fluktuatif (naik turun). Namun pada tahun 2017 terjadi penurunan penjualan yang sangat drastis mencapai 50,8 % dengan jumlah penjualan Rp 61.480.000.000 yang sebelumnya telah mencapai Rp 125.080.000.000. Penurunan tingkat penjualan yang drastis ini disebabkan oleh faktor internal. Faktor internal yang dimaksud adalah adanya daya saing penjualan produk batik. Pada saat ini semakin banyak produk batik cetak Cina yang masuk ke Indonesia. Konsumen pun lebih menyukai berbelanja secara online dibandingkan berbelanja datang secara langsung. Selain menghemat biaya perjalanan, berbelanja online pun sangat mudah para konsumen tidak perlu mengeluarkan tenaganya untuk datang langsung ke tempat.

Dalam membentuk keputusan pembelian batik, konsumen tidak akan terlepas dari perilakunya. Perilaku konsumen merupakan bagaimana seorang konsumen mengalokasikan pendapatan mereka untuk membeli berbagai macam barang atau jasa untuk memperoleh kepuasan maksimum. Faktor perilaku konsumen dalam penelitian ini adalah usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan yang merupakan faktor personal dari perilaku konsumen.

## METODE

Menurut Sugiyono (2011:3) metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh melalui penelitian adalah data empiris yang mempunyai kriteria-kriteria tertentu. Kriteria tersebut adalah valid, reliabel, dan obyektif.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2011:11) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2003:11) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Dengan kata lain, metode penelitian kuantitatif deskriptif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu keadaan atau masalah yang hendak diteliti pada masa sekarang atau yang sedang berlangsung.

Responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang responden jumlah ini didapat melalui penghitungan sampel rumus Slovin. Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen yang datang ke Kawasan Batik Trusmi Cirebon.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi non linier probit yang diolah dengan bantuan aplikasi Eviews10. Model probit merupakan pengembangan dari model logit dengan menggunakan bantuan tabel statistik Z. Istilah probit merupakan *probability unit* dikenalkan oleh Chester Bliss pada sekitar tahun 1930. Analisis regresi probit digunakan dalam penelitian ini dikarenakan untuk melihat hubungan antara variabel dependen yang bersifat kategori (kualitatif) dan variabel-variabel independen yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Model probit menggunakan *Normal Cumulative Distribution Function* (CDF) yang biasa disebut model normit untuk menjelaskan fungsi persamaannya.

## HASIL

Variabel usia memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan variabel usia memiliki nilai p value probability  $\leq \alpha$  yaitu sebesar  $0.001 \leq 0.05$  (pada tingkat signifikansi 5%). Berdasarkan nilai koefisien variabel usia yaitu sebesar 0.045 dan bernilai positif maka variabel usia memiliki hubungan positif dengan keputusan pembelian. Artinya semakin tua usia konsumen yang datang ke Kawasan Batik Trusmi maka meningkatkan keputusan pembelian batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon. Berdasarkan nilai odds rasionya yaitu 0.9140 memiliki arti setiap terjadi kenaikan sebesar 1% maka variabel usia memiliki peluang 91.4% meningkatkan membeli batik dibandingkan dengan yang tidak membeli batik. Hal ini searah dan sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Umar Khasan pada tahun 2018 yang menyatakan bahwa usia berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian. Jika dilihat berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan bahwa konsumen yang membeli batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon merupakan konsumen yang sudah berusia matang dan sangat jarang sekali konsumen yang masih dibawah umur dikarenakan konsumen yang sudah berusia matang memiliki keperluan khusus yang diwajibkan untuk menggunakan batik.

## PEMBAHASAN

Variabel jenis kelamin tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan variabel jenis kelamin memiliki nilai p value probability  $\geq \alpha$  yaitu sebesar  $0.5562 \geq 0.05$  (pada tingkat signifikansi 5%). Berdasarkan nilai koefisien variabel jenis

kelamin yaitu sebesar 0.192 dan bernilai positif maka variabel jenis kelamin memiliki hubungan positif dengan keputusan pembelian. Artinya konsumen yang berjenis kelamin perempuan meningkatkan keputusan pembelian batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon. Berdasarkan nilai odds rasionya yaitu 0.9533 memiliki arti setiap terjadi kenaikan 1% maka variabel jenis kelamin memiliki peluang 95.3% meningkatkan membeli batik dibandingkan dengan yang tidak membeli batik. Hal ini searah dan sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Umar Khasan pada tahun 2018 yang menyatakan bahwa jenis kelamin memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan fakta lapangan sebanyak 70% konsumen yang datang ke Kawasan Batik Trusmi Cirebon merupakan berjenis kelamin perempuan sehingga konsumen berjenis kelamin perempuan memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan keputusan pembelian batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon.

Variabel pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan variabel pendidikan memiliki nilai p value probability  $\leq \alpha$  yaitu sebesar  $0.029 \leq 0.05$  (pada tingkat signifikansi 5%). Berdasarkan nilai koefisien variabel pendidikan yaitu sebesar 0.589 dan bernilai positif maka variabel pendidikan memiliki hubungan positif dengan keputusan pembelian. Artinya semakin tinggi tingkat pendidikan konsumen yang datang ke Kawasan Batik Trusmi Cirebon meningkatkan keputusan pembelian di Kawasan Batik Trusmi Cirebon. Berdasarkan nilai odds rasionya yaitu 0.9847 memiliki arti setiap terjadi kenaikan sebesar 1% maka variabel pendidikan memiliki peluang 98.4% meningkatkan membeli batik dibandingkan dengan yang tidak membeli batik. Hal ini searah dan sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Resy Anastasia pada tahun 2017 yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya berdasarkan fakta dan hasil wawancara kepada responden di lapangan, responden menjelaskan bahwa keputusan mereka membeli batik adalah untuk kegiatan pendidikan seperti perkuliahan ataupun seminar pendidikan.

Variabel pekerjaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan variabel pekerjaan memiliki nilai p value probability  $\geq \alpha$  yaitu sebesar  $0.186 \geq 0.05$  (pada tingkat signifikansi 5%). Berdasarkan nilai koefisien variabel pekerjaan yaitu sebesar -0.182 dan bernilai negatif maka variabel pekerjaan memiliki hubungan negatif dengan keputusan pembelian. Artinya walaupun semakin tinggi jenis pekerjaan konsumen yang datang ke Kawasan Batik Trusmi Cirebon tetap tidak meningkatkan keputusan pembelian batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon. Berdasarkan nilai odds rasionya yaitu -0.9519 memiliki arti setiap terjadi kenaikan sebesar 1% maka variabel pekerjaan memiliki peluang 95.1% mengurangi membeli batik dibandingkan dengan yang tidak membeli batik. Hal ini searah dan sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan Ainun Jariah pada tahun 2012 yang menyatakan bahwa pekerjaan tidak berpengaruh dan memiliki hubungan negatif terhadap keputusan pembelian. Jika dilihat dari kenyataan atau fakta yang ada di lapangan yaitu bahwa konsumen yang membeli batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon memiliki jenis pekerjaan yang berbeda-beda mulai dari buruh/tani hingga pegawai swasta ataupun wirausahawan.

Variabel pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan variabel pendapatan memiliki nilai p value probability  $\geq \alpha$  yaitu sebesar  $0.619 \geq 0.05$  (pada tingkat signifikansi 5%). Berdasarkan nilai koefisien variabel pendapatan yaitu sebesar 0.088 dan bernilai positif maka variabel pendapatan memiliki hubungan positif dengan keputusan pembelian. Artinya semakin tinggi tingkat pendapatan konsumen yang datang ke Kawasan Batik Trusmi meningkatkan keputusan

pembelian batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon. Berdasarkan nilai odds rasionya yaitu 0.9320 memiliki arti setiap terjadi kenaikan 1% maka variabel pendapatan memiliki peluang 93.2% meningkatkan membeli batik dibandingkan dengan yang tidak membeli batik. Hal ini searah dan sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Budi Hartono, Umi Wisapti Ningsih, dan Nila Fithria pada tahun 2011 yang menyatakan bahwa pendapatan memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan fakta lapangan konsumen yang memiliki pendapatan tinggi memiliki peluang yang lebih besar membeli batik dikarenakan pendapatannya yang sudah mencukup untuk memenuhi keperluan utama sehingga konsumen tersebut dapat membeli kebutuhan diluar kebutuhan utama seperti contohnya batik.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai peluang keputusan pembelian batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Profil Konsumen Kawasa Batik Trusmi Cirebon Konsumen yang datang ke Kawasan Batik Trusmi memiliki rata-rata usia yaitu antara 16-31 tahun. Sementara itu sebanyak 70% konsumennya berjenis kelamin perempuan. Rata-rata tingkat pendidikan terakhir konsumen yaitu D3/S1 dan rata-rata konsumen yang datang ke Kawasan Batik Trusmi Cirebon memiliki jenis pekerjaan pada bidang swasta. Tingkat pendapatan rata-rata konsumen yang datang Kawasan Batik Trusmi Cirebon yaitu lebih dari Rp6.000.000. (2) Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan dengan aplikasi Eviews10 didapat hasil bahwa variabel usia dan pendidikan berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan positif dengan keputusan pembelian. Sementara itu variabel jenis kelamin dan pendapatan tidak berpengaruh signifikan namun memiliki hubungan positif dengan keputusan pembelian. Variabel pekerjaan tidak berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan negatif terhadap keputusan pembelian.

### DAFTAR PUSTAKA

- Alfiana., 2016., Model Peringatan Resiko Sitemik Pada Perbankan Indonesia : Perbandingan Menggunakan Regresi Logit dan Regresi Probit., Universitas Widyatama
- Alvianti, Gina Dwi., 2019., Faktor Ekonomi yang Menyebabkan Masyarakat Tetap Bermukim di Kawasan Banjir Kecamatan Dayeuh Kolot Kabupaten Bandung., Universitas Pasundan
- Al-Qahhar, Riayat Syah., 2012, “Klasifikasi dan Pengertian Pekerjaan”,
- Anastasia R, W Roessali, W.D Prastiwi, 2017., *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Buah Jambu Air di Pasar Modern Kawasan Semarang Tengah*
- Basuki, Agus., 2017., *Regresi Logistik*, Yogyakarta
- Batik Heritage di akses pada <https://batik.or.id/sejarah-batik-trusmi-cirebon/>
- Boediono., 1982., *Ekonomi Mikro*, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta
- Departemen Pendidikan Nasional., 2003., Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2003, *Tentang Sistem Pendidikan Nasional Jakarta: Depdiknas*
- Depkes RI., 2009, *Profil Kesehatan Indonesia*, Jakarta : Departemen Republik Indonesia

- Engel, J.F. et.al. 1994. *Consumer Behavior* Jilid 1, Alih Bahasa Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fadly, Ferdian., 2012., Interpretasi Analisis Regresi Logistik., <https://ferdifadly.blogspot.com/2012/07/interpretasi-output-analisis-regresi.html?commentPage=2>
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Ghozali, Imam., 2009, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi 4, Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang
- Hendri, Ma'aruf., 2006, Pemasaran Ritel, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Joyohadikusumo, Sumitro., 1957, *Dasar Teori Pertumbuhan dan Ekonomi Pembangunan*. LP3ES
- Khasan, Umar., 2018, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian White Coffee*. Volume 12 Nomor 2
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Malldina Trysni, Bertho Tantular, Defi Yusti Faidah, dan Gungum Darmawan., 2016., Analisis Regresi Probit Untuk Menentukan Peluang Kemenangan Pemain dalam Age of Empire 2., diakses pada <http://riset.fmipa.unpad.ac.id/data/uploads/paper/semnas/2016/004.-017-020-trysni-malldina1.pdf>
- Meilia Nur Indah S, 2014. *Statistika Deskriptif dan Induktif*. Yang menerbitkan Graha Ilmu : Yogyakarta.
- Nordhaus, dan Samuelson., 2003, *Ilmu Mikroekonomi*, Jakarta : PT. Global Media Edukasi.
- Pindyck, S. Robert dan Daniel L. Rubinfeld., 2009 : *Mikroekonomi*, Edisi Keenam, PT. Indeks, Jakarta
- Prastowo, Andi., 2012, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruuz Media.
- Rahadini, Marjam Desma dan Edi Wibowo., 2018, *Analisis Pengaruh Faktor Penentu Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Tengkleng di Surakarta*
- Sa'adah, Fita Zinaidatus., 2011., Analisis Regresi Dummy Variabel Model Probit (Kasus pada Estimasi Hujan di Karangploso Malang., Universitas Islam Negeri Malang
- Sasrawan, Hedi., 2014, 15 Pengertian Industri, <http://hedisasrawan.blogspot.com/2014/06/15-pengertian-industri-menurut-para-ahli.html>
- Setiadi, Nugroho., 2003, *Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta.
- Setiawan, Sobur., 2018, *Uji Regresi Logistik Sederhana dengan SPSS*, [www.academia.edu](http://www.academia.edu)
- Sugiyono., 2003, *Metode Penelitian Bisnis. Bandung* : Pusat Bahasa Depdiknas
- Sugiyono., 2011, *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung : Penerbit Alfabeta Bandung
- Sukirno, Sadono., 2002, *Pengantar Teori Makroekonomi*, edisi kedua, Jakarta : Rajawali Pers.
- Soebroto, Thomas., 1979, Pengantar Teknik Berusaha : Semarang EFFAR. Co.ltd
- Syah, Muhibbin., 2010, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru* : PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Tambunan, Tulus., 1999, *Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat
- W. Gulo., 2002, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Grasindo

- Widarjono, Agus., 2015, *Analisis Multivariate Terapan*, Edisi Kedua, UPP STIM YKPN : Yogyakarta
- Wild, John J., 2003, *Financial Accounting : Information for Decisions*. Edisi kedua, Diterjemahkan oleh Yanivi S. Bachtiar, Jakarta : Salemba Empat.
- Yulizar, Ahmad dan Dra Apriatni EP Msi., 2017., Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merk Acer
- Yusron, Achmad., 2019., Pengertian Peluang, <https://rocketmanajemen.com/definisipeluang/>