

**STUDI ANALISIS ESTETIKA PRODUK DAN MINAT
KONSUMEN BATIK PLENTONG, MANTRIJERON,
YOGYAKARTA
BULAN JUNI - SEPTEMBER 2019**



PENGKAJIAN

Retno Damayanti

1411814022

**PROGRAM STUDI S-1 KRIYA SENI
JURUSAN KRIYA FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2021**

**STUDI ANALISIS ESTETIKA PRODUK DAN MINAT
KONSUMEN BATIK PLENTONG, MANTRIJERON,
YOGYAKARTA
BULAN JUNI - SEPTEMBER 2019**



PENGKAJIAN

Disusun oleh:

Retno Damayanti

1411814022

Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang Kriya Seni
2021

Laporan Tugas Akhir Skripsi:

**STUDI ANALISIS ESTETIKA PRODUK DAN MINAT KONSUMEN
BATIK PLENTONG, MANTRIJERON, YOGYAKARTA BULAN JUNI -
SEPTEMBER 2019** diajukan oleh Retno Dayamanti, 1411814022, Program Studi S-1
Kriya Seni, Jurusan Kriya, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah
disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada....

Pembimbing I/ Anggota



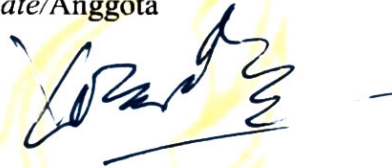
Drs. Andono, M.Sn
NIP 195602 198503 1002

Pembimbing II/ Anggota



Dr. Suryo Tri Widodo, S.Sn, M.Hum.
NIP 19730422 199903 1 005

Cognate/ Anggota



Dr. Ir. Yulriawan Dafri, M.Hum.
NIP. 19620729 199002 1 001

Ketua Program Studi/ Ketua/ Anggota



Dr. Alvi Lufiani, S.Sn., M.F.A.
NIP. 19740430 199802 2 001

Mengotahui
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Timbul Raharjo, M.Hum.
NIP 19691108 199303 1 001/ NIDN. 00081 16906



PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Retno Damayanti
NIM : 1411814022
Program Studi : S-1 Kriya Seni
Fakultas : Seni Rupa
Jenis : Tugas Akhir Pengkajian

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa, Tugas Akhir Pengkajian yang berjudul **STUDI ANALISIS ESTETIKA PRODUK DAN MINAT KONSUMEN BATIK PLENTONG, MANTRIJERON, YOGYAKARTA BULAN JUNI - SEPTEMBER 2019**, diajukan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana untuk Program Studi S-1 Kriya Seni, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Karya yang ditulis ini adalah asli hasil pemikiran dan analisis penulis sendiri, dilakukan secara sungguh-sungguh dan sepengetahuan saya belum pernah dipublikasikan di lingkungan lembaga lain, kecuali dalam informasi acuan yang dicantumkan dalam daftar pustaka sesuai dengan etika dan tata cara penulisan karya ilmiah yang baik dan benar.

Yogyakarta, 10 Mei 2021



Retno Damayanti

NIM. 1411814022

PERSEMBAHAN

Terselesaikannya naskah Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada seluruh pihak yang telah banyak membantu dan pihak-pihak yang kelak menjadikan penelitian ini sebagai acuan penelitian-penelitian selanjutnya.



MOTTO

「胸を張って生きろ。」

“Hiduplah dengan bangga.”

—Rengoku Kyoujiro dalam 鬼滅の刃, 2019.

“Those who dream by day are cognizant of many things which escape those who dream only by night.”

—Edgar Allan Poe dalam “Eleonora”, 1844.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan segala nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulisan Laporan Tugas Akhir Pengkajian dengan judul “Studi Analisis Estetika Produk dan Minat Konsumen Batik Plentong, Mantrijeron, Yogyakarta Bulan Juni - September 2019” ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan Laporan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar kesarjanaan S-1 Program Studi Kriya Seni, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Terselesaikannya penulisan Laporan Tugas Akhir ini tentu saja tidak lepas dari bantuan dan sumbangsih pemikiran yang diterima dari berbagai pihak, baik secara mental dan material. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum selaku rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Dr. Timbul Raharjo, M.Hum selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Dr. Alvi Lufiani, S.Sn., M.F.A. selaku Ketua Jurusan dan Program Studi Kriya Seni, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Drs. Andono, M.Sn selaku Dosen Pembimbing I.
5. Dr. Suryo Tri Widodo, S.Sn., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing II.
6. Dr. Noor Sudiyati, M.Sn., selaku Dosen Wali.
7. Seluruh Staf Pengajar dan Karyawan Fakultas Seni Rupa, khususnya seluruh Dosen dan Karyawan Jurusan Seni Kriya.
8. Seluruh staf Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
9. Seluruh pihak yang ada di “Batik Plentong”, pemilik dan juga karyawan serta para perajin batik.
10. Kedua orang tua, adik tersayang, dan keluarga besar penulis.
11. Sahabat-sahabat, Dessy Rahmawati, Olivia Fatimatuzzaroh, Shilvi Putri Ramadhani, Pinkan Ayudya Elivianti, dan Oktarina Isnaini.
12. Teman-teman jurusan Kriya angkatan 2014.

13. Pihak-pihak yang tidak bisa dituliskan satu per satu.

Terlepas dari kurangnya laporan ini, penulis masih berharap semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Kriya dan umumnya bagi pembaca dan penikmat seni.

Yogyakarta, 10 Mei 2021.

Retno Damayanti



ABSTRAK

PT. Batik Plentong berkontribusi dalam pengembangan batik tradisional dan menyediakan layanan pengenalan proses batik bagi wisatawan. Studi analisis merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan latar belakang berdirinya PT. Batik Plentong, proses pembuatan produk dan faktor yang mempengaruhi tingkat konsumen PT. Batik Plentong dilihat dari sudut pandang estetika. Teori estetika yang digunakan adalah milik Monroe Beardsley yang membagi prinsip karya seni menjadi 3 yaitu kesatuan (*unity*), kerumitan (*complexity*), dan kesungguhan (*intensity*). Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis sampel produk batik PT. Batik Plentong yang berupa satu busana jadi wanita, satu busana jadi pria, satu selendang dan satu sapu tangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam studi analisis ini ialah metode studi pustaka, observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari studi analisis ini ialah bahwa PT. Batik Plentong didirikan pada tahun 1950 sebagai perusahaan batik tradisional yang dikelola secara turun-temurun. Proses pembuatan produk PT. Batik Plentong melalui tahap: persiapan alat dan bahan batik, proses pembatikan, proses pelorodan, proses penjahitan dan *finishing*. Produk-produk PT. Batik Plentong terdiri dari produk batik tulis dan cap, dengan proses pewarnaan tutup celup dan colet dan menggunakan zat warna naphthol, indigosol dan warna alam. Dalam pemasaran PT. Batik Plentong menggunakan strategi pemasaran serba-aneka atau *different rated marketing* dengan segmentasi pasar secara geografis, demografis, psikografis, dan pendapatan konsumen. Media pemasaran utama yang digunakan ialah *showroom* yang berdiri tepat di samping rumah produksi. Konsumen PT. Batik Plentong terdiri dari konsumen mancanegara dan dalam negeri. Konsumen mancanegara PT. Batik Plentong berasal dari Asia dan Eropa. Pengunjung Asia menyukai produk dengan warna cerah sedangkan pengunjung eropa lebih menyukai motif klasik dengan warna gelap. Pengunjung dalam negeri cenderung meminati produk busana. Faktor internal yang mempengaruhi ialah inovasi produk yang dibuat. Faktor eksternal yang mempengaruhi ialah keadaan pasar, preferensi konsumen serta dukungan dari instansi terkait.

Kata kunci: batik, estetika, Plentong, minat, konsumen

ABSTRACT

PT. Batik Plentong contributes to the development of traditional batik and provides an introduction to the batik process for tourists. This analysis study is a descriptive qualitative research which aims to describe the background of the establishment of PT. Batik Plentong, the product manufacturing process and techniques, and the factors that influence the level of consumers of PT. Batik Plentong which is seen from an aesthetic point of view from their products. The aesthetic theory used belongs to Monroe Beardsley, which divides the principles of art into three, namely unity, complexity, and intensity. This approach is used to analyze the batik product samples of PT. Batik Plentong in the form of a woman's outfit, one men's outfit, one scarf and one handkerchief. The data collection technique used in this analytical study is the method of literature study, observation, interviews and documentation.

The result of this analysis study is that PT. Batik Plentong was founded in 1950 as a traditional batik company that has been managed from generation to generation. The product manufacturing process of PT. Batik Plentong goes through the stages: preparation of batik tools and materials, the batik process, the sewing process and finishing processes. Products of PT. Batik Plentong consists of written and stamped batik products, with the process of dyeing the cover, dipping and dabbing, and using naphthol, indigosol and natural colors. In term of marketing PT. Batik Plentong uses the different rated marketing with geographic, demographic, psychographic, and consumer income segmentations of the market. The main marketing media used is the showroom which is right next to the production house. Consumers of PT. Batik Plentong consists of international and domestic consumers. International consumers of PT. Batik Plentong originates from Asia and Europe. Asian visitors prefer products in bright colors while European visitors prefer classic motifs in dark colors. Domestic visitors tend to be interested in fashion products. Internal factors that influence are the product innovations that are made. External factors that influence are market conditions, consumer preferences and support from related agencies.

Key words: batik, aesthetic, Plentong, preference, consumers

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA | iv |
| LEMBAR PERSEMBAHAN | v |
| MOTTO | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| ABSTRAK | viii |
| ABSTRACT | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR TABEL | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 2 |
| C. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 3 |
| D. Metode Penelitian | 3 |
| 1. Metode Pendekatan..... | 4 |
| a. Populasi dan Sampel..... | 5 |
| 2. Metode Pengumpulan Data..... | 5 |
| a. Studi Pustaka..... | 5 |
| b. Observasi..... | 6 |
| c. Wawancara..... | 6 |
| d. Dokumentasi | 6 |
| 3. Metode Analisis | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI | 8 |
| A. Tinjauan Pustaka..... | 8 |
| B. Landasan Teori..... | 10 |
| 1. Teori Minat Beli..... | 10 |
| 2. Teori Estetika | 11 |

| | |
|------------------------------------------------------|-----------|
| C. Tinjauan Mengenai Batik..... | 12 |
| 1. Pengertian Batik..... | 12 |
| 2. Sejarah Batik..... | 13 |
| 3. Jenis Batik..... | 14 |
| 4. Motif Batik..... | 15 |
| 5. Alat dan Bahan Batik..... | 18 |
| BAB III PENYAJIAN HASIL PENELITIAN | 23 |
| A. Latar Belakang Berdirinya PT. Batik Plentong..... | 23 |
| B. Proses Produksi PT. Batik Plentong | 25 |
| 1. Proses Pembuatan Batik..... | 25 |
| 2. Produk yang Dihasilkan..... | 35 |
| C. Pemasaran dan Penjualan..... | 43 |
| 1. Strategi Pemasaran..... | 43 |
| 2. Segmentasi Pasar..... | 45 |
| 3. Media Pemasaran..... | 46 |
| 4. Penjualan..... | 49 |
| a. Harga Produk Batik Plentong | 49 |
| b. Pendapatan | 52 |
| BAB IV ANALISIS DATA..... | 53 |
| A. Analisis Estetika..... | 55 |
| B. Minat Konsumen PT. Batik Plentong | 67 |
| 1. Minat Beli Konsumen | 67 |
| 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi | 68 |
| BAB V PENUTUP..... | 71 |
| A. Kesimpulan..... | 71 |
| B. Saran..... | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 75 |
| DAFTAR NARASUMBER | 77 |
| LAMPIRAN | 78 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 01. Motif Batik Tradisional..... | 16 |
| Gambar 02. Perbedaan Batik Yogyakarta dan Surakarta..... | 17 |
| Gambar 03. Kain mori..... | 18 |
| Gambar 04. Cnating | 18 |
| Gambar 05. Lilin malam | 19 |
| Gambar 06. Kompot dan wajan batik | 19 |
| Gambar 07. <i>Dingklik</i> | 20 |
| Gambar 08. Gawangan..... | 20 |
| Gambar 09. Daftar zat warna alam dan warna yang dihasilkan..... | 21 |
| Gambar 10. Zat warna naphthol..... | 22 |
| Gambar 11. Zat warna indigosol dan remasol | 22 |
| Gambar 12. Logo perusahaan | 23 |
| Gambar 13. Rumah produksi PT. Batik Plentong..... | 25 |
| Gambar 14. Tempat pencelupan warna indigosol..... | 26 |
| Gambar 15. Tempat pewarnaan | 26 |
| Gambar 16. Tempat proses batik cap..... | 27 |
| Gambar 17. Bagan proses pembuatan batik tulis PT. Batik Plentong | 28 |
| Gambar 18. Bagan proses pembuatan batik cap PT. Batik Plentong..... | 28 |
| Gambar 19. Skema proses pembuatan batik PT. Batik Plentong..... | 29 |
| Gambar 20. Proses perendaman kain pada larutan TRO | 30 |
| Gambar 21. Proses pembuatan desain..... | 31 |
| Gambar 22. Proses <i>nyorek</i> | 31 |
| Gambar 23. Proses <i>ngiseni</i> | 32 |
| Gambar 24. Proses pengecapan..... | 32 |
| Gambar 25. Tempat penyimpanan zat warna PT. Batik Plentong..... | 33 |
| Gambar 26. Proses penyolekan..... | 34 |
| Gambar 27. Proses pewarnaan tutup celup | 34 |
| Gambar 28. Tempat pelorodan..... | 35 |
| Gambar 29. Tempat penjemuran..... | 35 |
| Gambar 30. Produk kain panjang..... | 36 |
| Gambar 31. Deretan produk busana wanita | 37 |
| Gambar 32. Deretan produk busana pria..... | 37 |
| Gambar 33. Busana wanita | 38 |
| Gambar 34. Busana pria..... | 38 |
| Gambar 35. Produk busana anak..... | 39 |
| Gambar 36. Produk selendang | 39 |
| Gambar 37. Produk sapu tangan | 40 |
| Gambar 38. Produk aksesoris..... | 41 |
| Gambar 39. Produk blankon dan topi | 41 |
| Gambar 40. Produk mini canting tulis dan cap | 41 |
| Gambar 41. Produk hiasan dinding..... | 42 |
| Gambar 42. Produk hiasan dinding..... | 42 |
| Gambar 43. Pre-order batik Yayasan Masjid Syuhada | 47 |
| Gambar 44. Seragam batik Yayasan Masjid Syuhada | 47 |
| Gambar 45. Suasana dalam <i>showroom</i> Batik Plentong 1 | 48 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 47. Suasana dalam <i>showroom</i> Batik Plentong 2 | 49 |
| Gambar 48. Suasana dalam <i>showroom</i> Batik Plentong 3 | 49 |
| Gambar 49. Busana wanita dengan teknik batik tulis | 55 |
| Gambar 50. Detail motif busana wanita..... | 56 |
| Gambar 51. Busana pria dengan teknik batik tulis | 58 |
| Gambar 52. Detail motif busana pria | 59 |
| Gambar 53. Macam-macam selendang | 61 |
| Gambar 54. Detail selendang | 62 |
| Gambar 55. Salah satu produk sapu tangan | 64 |
| Gambar 56. Detail motif sapu tangan | 65 |



DAFTAR TABEL

| | |
|----------------------------------------------------------|----|
| Tabel 01. <i>Range</i> harga produk Batik Plentong | 53 |
| Tabel 02. Perbandingan produk Batik Plentong | 57 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Salah satu hasil kriya tekstil yang sampai saat ini masih eksis di Indonesia adalah batik. Teknik yang dipakai dalam batik adalah dengan menggoreskan lilin batik panas di atas kain lalu dicelup ke dalam zat pewarna. Batik dapat dikerjakan dengan teknik batik tulis, cap, maupun *printing*. Batik diterapkan dalam kehidupan sosial sebagai salah satu objek atau media bahan utama pembuatan kebutuhan pokok yaitu sandang. Batik pun menjadi salah satu peluang usaha dan bisa dibilang menjadi salah satu mata pencaharian bagi masyarakat.

Pengrajin batik kebanyakan mendirikan usaha batik dalam bentuk perusahaan, baik besar maupun rumahan. Salah satu perusahaan pembuatan batik yang cukup terkenal di Yogyakarta adalah PT. Batik Plentong yang berlokasi di Tirtodipuran no. 48 Mantirejon, Daerah Istimewa Yogyakarta. PT. Batik Plentong berkontribusi dalam pengembangan batik tradisional yang menggunakan motif-motif Yogyakarta dan Solo, seperti Kawung, Parang, Gurda, dan lain-lain. PT. Batik Plentong tidak hanya memproduksi produk batik berupa kain-kain panjang tetapi juga mempunyai *showroom* untuk menjual produk batik jadi berupa tas, aksesoris, hingga busana pria dan wanita serta anak-anak. Selain menawarkan produk, perusahaan ini juga menyediakan layanan pengenalan proses batik bagi wisatawan. Dengan lokasinya yang strategis yaitu berdekatan dengan hotel dan tempat pariwisata, PT. Batik Plentong menjadi salah satu destinasi bagi wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Secara keseluruhan, PT. Batik Plentong dapat dikatakan sebagai perusahaan yang mampu bersaing di ranah ekonomi produk batik

Dengan meluasnya peluang usaha batik yang diciptakan menimbulkan pesaing-pesaing perusahaan batik yang lebih inovatif dalam perkembangan usahanya. PT. Batik Plentong sempat mengalami kesulitan dalam penjualan

dan pemasaran. Selama kurang lebih tujuh tahun terakhir Batik Plentong hanya dapat memproduksi 200 hingga 300 helai kain per bulan. Hal ini menjadi ancaman kelangsungan proses produksi perusahaan tersebut. Ancaman ini salah satunya adalah menurunnya tingkat minat konsumen terhadap produk batik Plentong.

Konsumen produk sandang terutama batik sebenarnya luas dan beraneka ragam. Tidak hanya kain panjang, namun juga produk batik seperti busana dan aksesoris pun diminati oleh banyak kalangan. Sejak tiga tahun terakhir, Batik Plentong yang juga memiliki *showroom* tepat di sebelah rumah produksi, mulai mengalami penurunan pengunjung. Menurunnya jumlah konsumen PT. Batik Plentong dipengaruhi oleh berbagai faktor, mulai dari faktor internal dan eksternal berupa siklus pengunjung yang datang. Dalam satu tahun PT. Batik Plentong mendapat kunjungan dari para wisatawan dalam negeri dan luar negeri melalui mitra *travel agents*. Tentu saja hal ini mempengaruhi jumlah produksi dan penjualan produk. Para pengunjung cenderung datang pada waktu menjelang liburan panjang seperti akhir tahun. Maka dari itu dipilihlah bulan Oktober-Desember 2019 sebagai waktu yang tepat untuk mengetahui dinamika PT. Batik Plentong ketika beroperasi sebagai sebuah perusahaan dan tempat edukasi batik.

Berdasarkan paparan di atas, maka kajian terhadap tingkat minat konsumen batik terhadap produk PT. Batik Plentong ini sangat menarik untuk dilakukan. Mengingat Batik Plentong tidak hanya memproduksi batik akan tetapi juga menawarkan layanan edukasi terhadap wisatawan tentu saja sudah menjadi salah satu bentuk kontribusi nyata dalam mengembangkan budaya dan seni batik di Indonesia. Dalam penelitian ini diharapkan agar PT. Batik Plentong dapat mengatasi masalah penurunan penjualan dengan mengetahui faktor-faktor pemicunya.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat disusun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa yang melatarbelakangi berdirinya PT. Batik Plentong?

2. Bagaimana proses produksi dan teknik batik yang digunakan di PT. Batik Plentong?
3. Bagaimana nilai estetika produk-produk PT. Batik Plentong?
4. Apa saja faktor yang mempengaruhi tingkat minat konsumen batik Plentong?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mendeskripsikan latar belakang berdirinya PT. Batik Plentong.
- b. Mendeskripsikan proses pembuatan produk serta teknik batik dan pewarnaan yang digunakan dalam proses produksi PT. Batik Plentong.
- c. Mendeskripsikan nilai estetika dari produk-produk PT. Batik Plentong.
- d. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen pada produk batik PT. Batik Plentong bulan Juni-September 2019.

2. Manfaat

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menambah keberagaman penelitian Kriya Tekstil terkait perusahaan batik dan pemasarannya.
- b. Menjadi referensi pencarian solusi bagi pengrajin batik mengenai faktor penyebab kurangnya minat konsumen terhadap batik.
- c. Menjadi referensi penelitian terkait perusahaan batik dan pemasarannya bagi peneliti lain khususnya di lingkup Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

D. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2007:6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Metode ini muncul karena terjadi penambahan paradigma dalam memandang suatu realitas atau fenomena atau gejala. Sering pula disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah di mana peneliti sebagai instrumen kunci. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan di lapangan. (Sugiyono, 2014:1-3).

Penelitian ini juga merupakan penelitian deskriptif. Menurut Syaifuddin Azwar dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian* tahun 2010, disebutkan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang memuat analisis yang hanya sampai pada taraf deskripsi yaitu menyajikan fakta secara sistematis agar mudah dipahami. Kesimpulan yang diberikan selalu jelas dasar faktualnya, dan pengolahan datanya didasarkan pada analisis prosentase dan kecenderungan. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan situasi secara sistematis, dan akurat mengenai fakta dan karakteristik populasi atau bidang tertentu. Penelitian ini akan menguraikan tingkan minat konsumen produk batik di PT. Batik Plentong, Yogyakarta secara deskriptif, dan sistematis.

1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan estetika. Pendekatan estetika yaitu pendekatan yang mengacu pada nilai-nilai estetis (keindahan) yang terkandung dalam kesatuan (*unity*), keselarasan (*harmony*), dan keseimbangan (*balance*) (Dharsono,

Perwira, 2004: 3). Pendekatan ini digunakan dalam menganalisis nilai estetika dari produk-produk perusahaan batik Plentong agar sesuai dengan minat konsumen batik.

a. Populasi dan Sampel

Objek yang akan diteliti yaitu produk batik PT. Batik Plentong terhitung sejak bulan Oktober hingga Desember 2019 dan konsumen batik berupa wisatawan lokal dan mancanegara.

1) Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015: 80). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi ialah produk batik berupa busana jadi, kain panjang serta aksesoris yang ditawarkan Batik Plentong.

2) Sampel

Pemilihan data dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pada teknik *purposive sampling* pemilihan sampel didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian. Pada penelitian ini teknik *purposive sampling* dibatasi hanya pada 2 busana jadi, 1 selendang, serta 1 aksesoris yang dijual di *showroom* Batik Plentong.

2. Metode Pengumpul Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pendekatan yang bertujuan untuk mencari dan mengumpulkan data atau referensi berupa buku, majalah, surat kabar, dan sebagainya. Bahan-bahan yang berkaitan dengan pokok masalah yang diteliti sekaligus juga berguna untuk menyusun beberapa kerangka teori, yang mendasar dan relevan sesuai dengan pokok permasalahan (Arikunto, 1997: 108).

Studi pustaka dilakukan untuk mencari informasi data yang relevan sebagai pijakan dalam mencari informasi. Studi pustaka yang dilakukan oleh penulis yakni dengan mengkaji sejumlah buku maupun dokumen yang berkaitan erat dengan industri batik, dan produk kerajinan batik.

b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung dan sistematis terhadap segala gejala-gejala yang dimiliki dengan cara meneliti, mengamati, merangkum dan mendata kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan yang sebenarnya (Moleong, 2007: 174). Observasi menggunakan dua sudut pandang yaitu *participant observation* dan *non participant observation*. Penelitian ini akan menggunakan *non participant observation* atau observasi yang dilakukan oleh peneliti yang tidak turun langsung dalam kegiatan yang diteliti. Objek yang akan diobservasi pada penelitian ini mengacu pada produk batik PT. Batik Plentong, serta pemasaran produk Batik Plentong di *showroom*.

c. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi pada narasumber yang dibutuhkan. Teknik

pengumpulan data ini digunakan untuk memberikan data sebenarnya mengenai produk batik Plentong menggunakan narasumber yang berhubungan langsung dengan PT. Batik Plentong yaitu para tenaga kerja dan pengurus utama.

d. Dokumentasi

Dokumentasi ialah metode pengumpulan data dengan mengarsip informasi yang didapatkan menggunakan media *audio*, *audio visual* maupun tulisan tangan. Dalam penelitian ini akan dikumpulkan data berupa gambar dan video kegiatan produksi dan pemasaran Batik Plentong, juga data jumlah penjualan, serta agenda kegiatan perusahaan untuk memperkuat data yang telah dikumpulkan.

3. Metode Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan apabila data yang diperoleh dari sumber data telah cukup, maka data hasil penelitian tersebut diolah dan ditelaah. Metode analisis data merupakan salah satu cara untuk mengetahui dan mengungkapkan semua permasalahan yang terdapat dalam penelitian.

Metode pengolahan data yang akan dilakukan meliputi langkah sebagai berikut:

a. Pengamatan

Pengamatan yang dilakukan terhadap objek yang dikaji, melihat dan memperhatikan setiap aspek yang tersusun.

b. Identifikasi

Menyajikan penjabarkan unsur fisik yang ada di dalam objek penelitian secara objektif dan detail meliputi produk perusahaan yang dijual maupun tingkat konsumen atau pengunjung yang datang.

c. Deskripsi

Tahapan sekunder untuk menjelaskan setiap unsur pembangun objek yang dikaji yang sudah teridentifikasi secara detail.

d. Interpretasi

Proses penafsiran objek yang dikaji dengan landasan teoretis atau pendekatan yang digunakan dalam penelitian.