

Inovasi Strategi Pengembangan Motif Batik Sebagai Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen Mancanegara (pada Batik Manggur Desa Triwung Kidul – Kademangan – Probolinggo)

Jamilatin Sika Karimah¹ NunTupa² Lailatul Azizah³

Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Zainul Hasan Genggong, Kabupaten Probolinggo, Provinsi Jawa Timur, Indonesia^{1,2,3}

Email: jsksika4@gmail.com¹ nuntufa42@gmail.com² lailatulazizah.febiuinsa@gmail.com³

Abstrak

Batik adalah hasil karya bangsa Indonesia yang merupakan perpaduan antara seni dan teknologi oleh leluhur bangsa Indonesia dengan mengaplikasikan lilin panas pada kain, sehingga menghasilkan pola atau gambar yang unik. Batik sebagai warisan budaya dan seni tradisional Indonesia, telah menjadi produk yang semakin populer di pasar internasional. Maka penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel strategi peningkatan minat beli konsumen mancanegara di batik manggur Probolinggo. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Artikel ini menganalisis faktor-faktor yang membuat batik begitu menarik bagi pembeli mancanegara, termasuk aspek estetika, nilai budaya, dan dampak sosial yang terkait. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa batik bukan hanya produk tekstil biasa, tetapi juga merupakan bentuk seni yang memancarkan keindahan dan kearifan lokal. Pembeli mancanegara sering melihat batik sebagai ekspresi budaya yang unik, dan banyak dari mereka membelinya sebagai barang koleksi atau hadiah khas dari Indonesia.

Kata Kunci: Strategi, Minat Beli, Mancanegara

Abstract

Batik is the work of the Indonesian people which is a combination of art and technology by the ancestors of the Indonesian people by applying hot wax to cloth, resulting in unique patterns or images. Batik, as Indonesia's traditional cultural and artistic heritage, has become an increasingly popular product on the international market. So this research was carried out with the aim of finding out the extent to which the strategy variables increase foreign consumers' buying interest in Probolinggo Manggur batik. This research uses a descriptive method with a qualitative approach. Data collection techniques were carried out using interviews, observation and documentation. This article discusses the factors that make batik so attractive to foreign buyers, including its aesthetic aspects, cultural values, and related social impacts. The results of this research show that batik is not just an ordinary textile product, but is also an art form that exudes beauty and local wisdom. International buyers often see batik as a unique cultural expression, and many of them buy it as a collectible or typical gift from Indonesia

Keyword: Strategy, Interest in Buying, Mancanegara



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kepulauan megah yang menjadi rumah bagi lebih dari 17.000 pulau yang membentang dari Sabang hingga Merauke. Dengan keberagaman budaya, etnis, dan alam yang luar biasa, Indonesia menawarkan pemandangan yang menakjubkan, keindahan alam yang memukau, serta keramahan dari beragam suku dan masyarakatnya. Sebagai negara yang beragam, Indonesia menggabungkan kekayaan budaya dengan lanskap yang memikat, menawarkan pengalaman yang tak terlupakan bagi siapa pun yang menjelajahnya. Negara Seribu Budaya” adalah julukan bagi negara Indonesia yang berarti bahwa Indonesia mempunyai beragam budaya, adat, tradisi, dan etnis di Indonesia. Secara tidak langsung dapat

dikatakan bahwa perbedaan menjadi ciri khas negara Indonesia. Setiap daerah pasti mempunyai sesuatu yang menjadi ciri khasnya masing-masing. Ciri khas tersebut dapat berupa pakaian tradisional, makanan tradisional, rumah adat dan bahkan sebuah motif. Indonesia memang dikenal sebagai negara yang kaya akan keberagaman budaya, dan salah satu aset budayanya yang paling dihargai adalah batik. Batik bukan hanya sekadar kain berwarna-warni, ia memiliki kekayaan intelektual yang dalam, di mana setiap motif dan corak memiliki nilai filosofi dan warisan budaya yang kuat. Batik tidak hanya menjadi simbol keindahan artistik, tetapi juga mewakili cerita, nilai-nilai spiritual, serta identitas lokal dari berbagai daerah di Indonesia. Hal ini membuat batik menjadi lebih dari sekadar produk tekstil biasa, melainkan suatu penjagaan dan penyampaian nilai-nilai warisan budaya yang diperlukan untuk dilestarikan.

Batik sebagai sebuah karya seni budaya bangsa Indonesia, banyak negara lain mengagumi batik Indonesia, patut dilestarikan keberadaannya serta membudidayakan secara maksimal, mengingat batik merupakan kerajinan batik adalah salah satu bagian dari karya budaya asli Nusantara yang banyak usaha turun menurun dari generasi ke generasi, dinilai belum seutuhnya ditangani secara profesional sehingga perkembangannya relatif sangat lamban. Batik bagi masyarakat Indonesia memiliki cita rasa tersendiri, Pertama, batik merupakan warisan kebudayaan dari nenek moyang bangsa Indonesia. Kedua, sebagai karya industri, batik merupakan mata pencarian atau lapangan kerja bagi masyarakat yang menginginkannya. Batik Indonesia memiliki banyak kelebihan dengan batik negara lain dari segi ragam motif dan desain pengerjaannya yang cenderung lebih halus. Batik sendiri secara garis besar menjadi dua yaitu batik pedalaman dan batik pesisir. Batik pedalaman meliputi daerah Yogyakarta dan Surakarta yang memiliki ciri penggunaan warna lembut dan motif klasik. Sedangkan batik pesisir, batik yang tumbuh subur di luar batik keraton yang berasal dari wilayah Gresik, Madura dan Tuban dengan ciri penggunaan warna cerah dan motif kekayaan laut. Kata batik sendiri dalam Bahasa Jawa berarti *menulis*. Batik adalah istilah yang digunakan untuk menyebut kain bermotif yang dibuat dengan teknik resist¹.

Tidak ada sejarah yang cukup jelas tentang asal usul batik. Ada yang menduga teknik ini berasal dari Sumatra dan dikembangkan di Jawa setelah dibawa oleh pedagang India. Saat ini batik bisa ditemukan di banyak negara seperti Indonesia, Malaysia, Thailand, India, Sri Lanka dan Iran. Selain di Asia batik juga sangat populer di beberapa negara di benua Afrika. Walaupun demikian batik yang paling terkenal di dunia adalah batik yang berasal dari Indonesia terutama dari Jawa. Mungkin dikarenakan proses pembuatan cukup rumit serta desain spesifik. Batik sebagai salah satu karya seni bangsa Indonesia mempunyai keindahan yang khas yang bahkan unik yang dapat membedakannya dengan corak dekorasi tekstil lainnya. Bahan, alat, dan proses spesifik yang menuntut ketekunan, kerajinan, kesabaran serta kreativitas yang tinggi akan menjadi sumber dari keunikan rupa batik. Dalam setiap coraknya mengandung sejarah dan bahkan menjadi nilai-nilai tradisi dari daerah asal batik itu. Keunikannya yang indah membentuk karakter bangsa yang dapat membedakannya dengan bangsa lain sehingga menjadi ciri dari bangsa tersebut. Batik merupakan salah satu produk tekstil hasil karya tradisional bangsa Indonesia. Hampir setiap daerah di Indonesia memiliki hasil karya batik dengan kekhasan motifnya. Ini merupakan salah satu dari sekian banyak ragam kekayaan bangsa yang perlu dilestarikan dan dijaga kualitasnya.

Macam-macam motif batik di Indonesia sangat bervariasi. Bahkan masing-masing daerah memiliki corak khasnya tersendiri. Mulai dari batik Solo, Yogyakarta, Magetan, Cirebon, Pekalongan, Rembang, Bali, hingga Ternate Maluku Utara. Tidak jarang, kain batik menjadi

¹ Salah satu metode dalam batik dimana metode ini merupakan pewarnaan kain dengan menggunakan malam atau lilin untuk mencegah terjadinya pewarnaan pada bagian tertentu

oleh-oleh khas yang bisa dibawa pulang saat berwisata di daerah penghasil batik tersebut. Berbagai macam corak atau motif batik ini mencerminkan kehidupan dari masing-masing masyarakat di setiap daerahnya. Biasanya motif batik yang diambil dari berbagai hal yang dekat dengan masyarakat tersebut. Seperti motif ikan dan hewan-hewan laut sebagai gambaran aktivitas dan mata pencaharian utama masyarakat di daerah pesisir. Atau juga motif tumbuhan dan berbagai simbol alam yang mempunyai filosofi tersendiri. Sebagai masyarakat Indonesia, harus mengetahui dan mengenal lebih dalam macam-macam motif batik yang menjadi kebanggaan budaya sendiri. Dengan mengenal lebih dalam, akan muncul rasa memiliki dan semangat untuk melestarikan dan mempopulerkan budaya Indonesia yang luhur.

Macam-macam motif batik di Indonesia yang pertama adalah batik Parang Kusumo. Batik asal Kota Solo ini mempunyai corak atau motif klasik, yaitu menyerupai ombak lautan. Di sini, ombak mempunyai sifat kuat yang selalu menghantam tebing dan karang di lautan. Macam motif batik yang kedua tidak kalah populer adalah batik Sidomukti. Jenis batik ini merupakan ciri khas dari batik Keraton Solo, Jawa Tengah. Batik jenis ini biasanya dilukis menggunakan zat pewarna soga alam yang berwarna cokelat. Penggunaan warna ini menunjukkan bahwa batik Sidomukti termasuk jenis batik klasik atau kuno. Batik tujuh rupa juga termasuk salah satu macam-macam motif yang populer. Batik ini merupakan batik khas kebanggaan masyarakat Pekalongan. Ciri khas batik ini didominasi dengan corak tumbuhan dan hewan. Disebut juga sebagai batik pesisir, tidak heran jika motif khas batik Pekalongan menggambarkan kehidupan masyarakat pesisir yang mudah beradaptasi dengan budaya luar. Dalam hal ini, pengrajin batin memasukkan hiasan keramik Tiongkok sebagai simbol akulturasi budaya luhur yang lembut.

Batik Lasem merupakan jenis batik khas Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. Dilihat dari coraknya, batik Lasem mempunyai warna yang mencolok berbeda dengan motif batik pesisir lainnya. Selain itu, Batik Lasem juga menggabungkan budaya China dan Jawa dalam satu kaya batik. Tidak heran jika Batik Lasem ini kental dengan warna merah khas budaya China. Selanjutnya Batik Singa Barong berasal dari Cirebon, Jawa Barat. Batik ini bernama Singa Barong. Di sini, Singa Barong merupakan binatang mitologis yang memiliki kekuatan ajaib. Sebab, berdasarkan bahasa Jawa dan Bali, Barong ini erat kaitannya dengan sifat-sifat ajaib. Dengan begitu, batik Singa Barong ini dibuat sebagai bentuk atau simbol spiritual. Selain itu, simbol singa yang diangkat dikatakan sebagai lambang agama Protestan atau budaya Eropa Barat. Batik Pring Sedapur menjadi salah satu yang menambah daftar panjang macam-macam motif batik di Indonesia. Batik ini berasal dari daerah Magetan, dengan mengangkat tanaman pring atau bambu sebagai ciri khas motifnya. Selain itu, jenis batik ini juga dipadukan dengan hiasan urung yang menawan. Perpaduan motif bambu dan burung tersebut menggambarkan kehidupan yang rukun dan tentram. Batik Kawung juga salah satu dari macam-macam motif batik cukup populer dan sering digunakan. Batik ini memiliki motif tua yang berbentuk seperti kolang-kaling, disusun hingga membentuk persegi empat sudut. Batik ini menggambarkan sifat pengendalian diri yang baik, hati yang tulus dan bersih, tanpa perasaan iri dan dengki terhadap orang lain.

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ²

Artinya: "Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan

² Qs At taubah ayat 105

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, mempertahankan usaha memerlukan strategi yang cermat dan adaptabilitas yang tinggi. Pertama, perkuat identitas merek dan nilai unik yang membedakan usaha sendiri dari pesaing. Fokus pada kepuasan pelanggan dengan menyediakan produk atau layanan berkualitas dan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Selanjutnya, lakukan inovasi secara terus-menerus agar tetap relevan dalam pasar yang berubah cepat. Manfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memahami tren pasar. Jalin kemitraan dan kolaborasi yang strategis untuk memperluas jangkauan dan mendapatkan sumber daya tambahan. Selalu terbuka terhadap umpan balik pelanggan dan beradaptasi dengan perubahan kebutuhan pasar. Terakhir, kelola keuangan dengan bijak, tetap fokus pada profitabilitas dan pertumbuhan berkelanjutan. Dengan kombinasi strategi ini, usaha memiliki peluang lebih besar untuk tetap bersaing dan berkembang di tengah dinamika persaingan bisnis.

Untuk memastikan kelangsungan usaha yang berhasil, penting untuk melakukan analisis SWOT³ (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) terhadap lingkungan bisnis. Kekuatan (*Strengths*): Identifikasi kelebihan dan keunggulan usaha Anda. Pertimbangkan aset, sumber daya, atau keahlian khusus yang membedakan dari pesaing. Kelemahan (*Weaknesses*): Evaluasi keterbatasan atau kelemahan internal yang dapat memengaruhi kinerja. Fokus pada area di mana perbaikan atau pengembangan yang diperlukan. Peluang (*Opportunities*): Identifikasi tren pasar, perubahan regulasi, atau kebutuhan pelanggan baru yang dapat dimanfaatkan. Tinjau peluang eksternal yang dapat mendukung pertumbuhan usaha. Ancaman (*Threats*): Identifikasi faktor eksternal yang dapat menghambat kesuksesan usaha. Pertimbangkan perubahan dalam kompetisi, perubahan pasar, atau risiko ekonomi. Dengan menganalisis faktor-faktor ini, Anda dapat merancang strategi yang lebih baik, memaksimalkan potensi, dan mengatasi tantangan yang mungkin muncul. Proses ini membantu membangun fondasi yang kuat untuk pengambilan keputusan bisnis yang cerdas dan adaptasi terhadap dinamika lingkungan. Sebelum krisis moneter pada tahun 1997 industri kecil menengah ini sempat mengalami kemajuan yang cukup melonjak. Beberapa pengusaha batik sempat mengalami masa kejayaan, apalagi pada tahun 1980 batik merupakan pakaian resmi yang harus di pakai pada setiap acara kenegaraan atau acara resmi lainnya sehingga dapat mengenalkan dan meningkatkan citra batik di dunia internasional pada waktu itu⁴. Industri batik merupakan salah satu industri padat energi, titik dimana proses produksinya masih memiliki ketergantungan yang besar akan bahan bakar (kayu bakar dan gas) dan penggunaan listrik yang tinggi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa adanya proses produksi batik maka dapat mengurangi ekonomi yang disebabkan oleh adanya peningkatan biaya produksi.

Strategi pemasaran penting kaitannya demi kelangsungan suatu usaha. Untuk menguasai pasar maka dibutuhkan suatu strategi pemasaran khusus. Strategi merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasional. pemasaran dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengusahakan agar produk yang di pasarkannya itu dapat diterima dan disenangi oleh pemasar. Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspsektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran

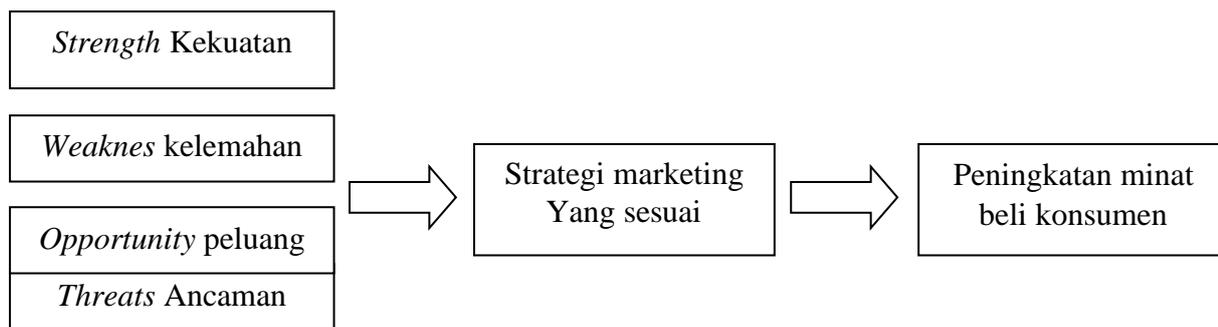
³ Kerangka SWOT di temukan oleh Albet Humphy yang menguji pendekatan pada tahun 1960 dan 1970 di stanford Reserch Institute

⁴ Porter, M., E, *Competitive Strategi – Techniques For Analyzing Industri and Competitors*. The Free Press, 1980.

distribusi⁵. Faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah faktor budaya, sosial, personal dan psikologis. Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku konsumen. Pada dasarnya konsumen memiliki perilaku pembelian yang cukup rumit dengan adanya berbagai perbedaan yang terdapat pada produk dengan jenis yang sama tapi merek dan spesifikasi produk yang umumnya berbeda. faktor-faktor yg mempengaruhi minat beli konsumen mancanegara pada produk batik manggur dapat dibagi menjadi 4 indikator: yaitu Kebutuhan, Harga terjangkau, Produknya berkualitas dan Pengaruh orang lain. Batik Manggur adalah batik khas Kota Probolinggo dengan motif utama Mangga dan Anggur (Manggur). Motif Mangga dan Anggur merupakan identitas dari Kota Bayuangga (Bayu=Angin., Mangga). Sejarah tentang Batik Manggur dimulai pada tahun 1883, yang ditandai dengan pem eran khusus Batik Probolinggo di Amsterdam Belanda dengan total motif. 150 jenis motif. Sebagai inisiator, Batik Manggur mempunyai keunikan tersendiri, dengan ornamen dan bahan yang digunakan menciptak an batik yang berkualitas. Keunikan produk didasarkan pada warna alam yang diambil dari pohon-pohon sekitar serta daun daun yang diambil dari daerah sekitar untuk bahan ecoprint, sehingga memiliki kualitas yang diragukan lagi. Dalam literatur terdahulu yang terkait dengan upaya menarik minat beli terhadap batik, beberapa penelitian telah dilakukan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi preferensi dan keputusan pembelian konsumen. Penelitian oleh Pengarug Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelin Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Matahari Department store yogyakarta 2014 menyoroti pentingnya nilai budaya dan sejarah batik sebagai pendorong utama minat beli. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengetahuan dan apresiasi terhadap nilai-nilai budaya yang terkandung dalam batik dapat meningkatkan minat beli konsumen. Selanjutnya, penelitian oleh Pengaruh Strategi pemasaran online (*online marketing strategy*) terhadap mint beli konsumen 2017 lebih menekankan pada peran branding dan promosi untuk meningkatkan daya tarik batik di pasar. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang efektif, termasuk kampanye visual dan naratif yang kuat, dapat berkontribusi signifikan terhadap peningkatan minat beli konsumen terhadap batik. Meskipun penelitian sebelumnya memberikan wawasan yang berharga, penelitian ini bertujuan untuk mendalami pemahaman terhadap faktor-faktor tersebut dengan fokus pada aspek tertentu, misalnya: pengaruh media sosial, tren mode, atau pengalaman pelanggan, dan bagaimana strategi dapat disesuaikan untuk memperkuat daya tarik batik dalam persaingan pasar yang semakin ketat.

Kerangka Pikir Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah dan beberapa hasil penelitian terdahulu maka kerangka berpikir peneliti adalah sebagai berikut



⁵ Wibowo, D. H., Arifin. Syaifuddin. T., & Wulan, H. S, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM*, Jurnal Administrasi Bisnis, (Studi pada Batik Diajeng Solo, 2017), (JAB), 29(1), 59-66.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Untuk pengumpulan data menggunakan system wawancara observasi dan dokumentasi. Sedangkan untuk analisis data yang ditempuh melalui pengumpulan data (data collection) kondensasi data (data condensation), penyajian kata (data display) serta kesimpulan verifikasi. Tahap untuk memeriksa keaslian data dan mencegah adanya kekeliruan, pada penelitian ini didasarkan pada uji kredibilitas data dengan memanfaatkan teknik triangulasi. Teknik triangulasi yang di teapkan ialah : 1) Triangulasi sumber, triangulasi sumber di gunakan demi memperoleh data dari sumber yang berbeda namun dengan teknik sumber yang sama, 2) Triangulasi metode, triangulasi metode digunakan untuk mendapatkan data dari narasumber yang sama melalui teknik berbeda, 3) Triangulasi teori , pada tahap ini peneliti akan membandingkan teori yang di dapatkan dengan peristiwa di lapangan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menganalisis IKM Batik Manggur Probolinggo

Batik Manggur adalah batik khas Kota Probolinggo dengan motif utama Mangga dan Anggur (Manggur). Motif Mangga dan Anggur merupakan identitas dari Kota Bayuangga (Bayu=Angin, Anggur, Mangga). Sejarah tentang Batik Manggur dimulai pada tahun 1883, yang ditandai dengan pameran khusus Batik Probolinggo di Amsterdam Belanda dengan total motif 150 jenis. Sebagai inisiator, Batik Manggur mempunyai keunikan, dengan ornamen dan bahan yang digunakan menciptakan batik berkualitas. Keunikan produk didasarkan pada warna alam yang diambil dari pohon-pohon setempat. Sehingga memiliki kualitas yang tidak diragukan. Sejarah perkembangan batik di Probolinggo memang tak diketahui secara pasti. Ada yang memperkirakan sekitar tahun 1883, yang ditandai dengan pameran khusus Batik Probolinggo di Amsterdam Belanda dengan total 150 motif. Namun beberapa pembatik memulai usaha batik lagi sekitar tahun 2008. Peluang usaha di sektor industri batik semakin besar seiring meluasnya pengguna kain batik, baik di lingkungan instansi pemerintah maupun masyarakat umum. Kondisi tersebut menarik minat kalangan pelaku usaha kecil menengah di kota Probolinggo ini untuk menggeluti bidang perbatikan. Pembuatan corak atau motif Batik Khas Kota Probolinggo harus menguasai tehnik pembuatan batik secara manual atau batik tulis dengan nuansa alami seperti unsur Bayu, Angin, Anggur dan Mangga (Bayuangga), sehingga batik mempunyai corak khas dan berbeda dengan batik-batik yang lain.

Batik Khas Kota Probolinggo yang asli dibuat secara tradisional atau jenis batik tulis yang bermotif alamiah, cara pembuatannya yaitu dengan cara menggambar batik, terus memakai malam, setelah itu diwarnai sesuai dengan motif. Untuk motif mangga biasanya berwarna hijau, motif anggur pakai warna ungu dan memakai water glass, dicuci rebus, kemudian dicuci memakai air hangat dan dikeringkan. Sebagai salah satu ikon Kota Probolinggo, buah Mangga dan Anggur menjadi identitas bagi para pengrajin batik di kota yang terkenal sebagai Bayuangga (Bayu, Angin, Anggur dan Mangga). Batik Khas Kota Probolinggo dengan motif yang terkesan alami, diambil dari motif-motif yang bernuansa alam seperti motif Anggur, Mangga, Bayu, dan Angin, atau perpaduan dari unsur keempatnya, sehingga memberikan nuansa alami dan khas bagi para penggemar kain atau pakaian batik.

Di Kota Probolinggo dikenal dengan potensi tanaman mangga dan anggur, maka buah yang segar itu diangkat menjadi produk batik. Demikian pula, letaknya yang berada di pinggir pantai utara Jawa (pantura) mengilhami para pembatik untuk menciptakan motif angin. Masing-masing motif memiliki filosofi dan makna tersendiri. Beberapa menyebut Batik Probolinggo dengan sebutan Batik Manggur, yaitu batik tulis yang bermotif mangga dan anggur merupakan ikon kota Probolinggo dan dikombinasikan dengan motif ikon Jawa Timur yaitu

bunga teratai putih dan ayam bekisar, bunga teratai putih melambangkan jiwa seorang wanita yang cantik dan ulet atau kreatif. memiliki corak-corak khas seperti mangga, anggur, angin, manggur dll. Corak-corak unik dan segera menjadi pusat perhatian. Batik-batik ini terbuat dari bahan terbaik dan dikerjakan dengan sangat teliti. Batik Langka dari kota Probolinggo, Jawa Timur ini sangat direkomendasikan untuk para konsumen miliki batik Anggur dan Mangga menjadi corak yang tidak akan ditemui di daerah lain. Salah satu motif batik khas kota Probolinggo buatan batik manggur dalam browsure (Pesona Batik Khas Jawa Timur). Dalam browsure itu ditampilkan kain batik warna hijau yang diberi nama motif seribu taman dan sudah banyak motif seribu taman yang lainnya.

Batik manggur memberikan harga yang bervariasi mulai dari 150 ribu ke atas sampai ratusan ribu bahkan jutaan rupiah. Harga ini tergantung dari segi aspek diantaranya kain, motif, dan warna. Kain terdiri 3 macam kain katun, kain prima, kain sutra, semakin bagus kainnya maka harga batik tulis semakin mahal beda dengan batik cap karena harga batik cap lebih murah dari pada batik tulis karena proses produksi lebih mudah dibandingkan dengan batik tulis. Tingkat kerumitan motif batik yang digambar juga akan mempengaruhi harga batik, semakin rumit motif atau semakin banyak motifnya maka harga batik juga akan semakin mahal, dan semakin banyak varian warna pada kain batik maka semakin mahal pula harga batik karena warna tidak sepenuhnya ada hanya saja ada beberapa warna seperti hitam, merah, coklat, biru, kuning, hijau, selain warna itu varian warnanya harus melalui pencampuran antar warna yang lain contohnya seperti warna ping, oren, ungu, merah hati. Berdasarkan hasil wawancara secara langsung mendalam dan hasil observasi secara langsung oleh pengrajin batik manggur Bapak Firman Abidin skeretaris: *jangkaun pasar batik manggur sudah merambah diluar kota seperti malang, surabaya, madura bahkan diluar pulau jawa yaitu jakarta. konsumen batik manggur ini mengetahui dari mulut ke mulut dan dari promosi. Untuk konsumen yang datang dari luar negeri ada, yang sedang berlibur dan berkunjung di Kota Probolinggo.*⁶ Pengaruh lokasi geografis bagi sebuah sentra industri sangat besar terhadap pemasaran. Letak geografis sentra industri batik manggur berada di wilayah kelurahan Triwung Kidul. Lokasi ini dapat dikatakan cukup mendalam sedikit karena sedikit jauh dari jalan raya. Kondisi ini yang menyebabkan para konsumen baru atau konsumen yang pertama kalinya berkunjung di batik manggur mengalami kesulitan untuk mengakses sentra industri batik manggur.

Menganalisis Strategi Untuk Peningkatan Minat beli konsumen mancanegra di Batik Manggur Probolinggo

IKM Batik Manggur ini sudah sangat ternama dari kalangan masyarakat dan seperti pejabat menteri, sekolah bahkan sampai perguruan tinggi, karena dari Kelurahan Kademangan Kota Probolinggo hanya terdapat 3 industri batik, pertama IKM Batik Manggur yang terletak di Kelurahan Triwung Kidul, kedua Batik Day Art yang terletak di Kelurahan Triwung Lor dan, ketiga Batik YS yang terletak di Kelurahan Triwung Lor juga. Dari hasil wawancara peneliti terhadap owner Batik Manggur terkait proses pembuatan batik: *Untuk bahan yang kami gunakan untuk membuat batik meliputi : kain putih, karbon, pensil, penghapus, canting, lilin malam, kuas, pewarna kain, water glass. Disini kami menyediakan 3 bahan kain yaitu kain katun, kain prima dan kain sutera. Jadi untuk selera konsumen mereka bisa memilih sesuka hati mereka. Dalam pembuatan batik tentunya sangat membutuhkan kesabaran dan proses yang cukup lama. Pertama, untuk membuat desain batik menjadi beberapa kain harus membutuhkan karbon untuk mengecap gambar pada kain putih lainnya, kemudian proses yang kedua memberi lilin malam pada setiap ukiran gambar, yang mana pada tahap ini membutuhkan ketelatenan dan kesabaran yang lebih. Setelah malam kering di permukaan kain baru ke tahap pewarnaan.*

⁶Firman Abidin (sekretaris batik manggur), wawancara; selasa, 08 november 2023 19.30

Pada tahap pewarnaan ini kita bebas memberi varian warna pada batik agar mudah di minati konsumen atau sesuai pesanan dari customer. Langkah selanjutnya masuk pada proses atau penguncian warna pada kain atau waterglass. Setelah kain di masukkan pada waterglass kemudian dikeringkan selama 8 jam. Setelah 8 jam baru kita rebus pada air yang mendidih yang di campur dengan sedikit taburan tawas. Baru masuk pada proses terakhir yaitu pengeringa setelah kering baru kain batik bisa di setrika dan siap untuk di pasarkan

Dari diantara 3 industri batik tersebut, hanya Batik Manggur yang tetap konsisten untuk setiap harinya hampir memproduksi batik dan jangkauan konsumen lumayan banyak setiap bulannya, seperti pemesanan batik atau pembelian secara langsung akan tetapi konsumen yang lebih banyak melalui pemesanan dari pada pembelian langsung, bahkan hampir setiap bulannya mendapat pesanan batik. Berdasarkan hasil wawancara secara langsung dan hasil observasi secara langsung oleh pengrajin Batik Manggur Ibu Siti Malikhah selaku owner: *Strategi yang digunakan saat ada kunjungan dari mancanega seperti Negara Korea, Belanda, Jerman, China, Malaysia, Amerika, Prancis, Jepang menggunakan sistem penjelasan terkait proses pembuatan batik itu sendiri, dimana para touris di ajak ketempat proses pembuatan batik, di sampaikan mulai dari proses penggambaran, penjiplakan dengan karbon, kemudian proses mencanting, mewarnai, waterglass, di diamkan selama 8 jam dan proses terakhir pelorotan.⁷ Dan ada motif khusus yang pada proses waterglass tidak menggunakan mesin akan tetapi dengan cara manual guna untuk memperindah warna motif yang ada pada kain . Baru setelah semua proses pembuatan batik di sampaikan pada touris, mereka di ajak pada tempat pameran produk batik itu sendiri (Galery Batik Manggur). Dan dari penjelasan yang disampaikan kepada costumer mancanegara tersebut menarik minat beli terhadap produk batik. "Awalnya kami tidak langsung mengajak para touris pada tempat proses pembuatan batik, jadi minat beli costumer minim, kemudian kami berinisiatif untuk menjelaskan dulu bagaimana prosesnya sebagai daya tarik minat beli costumer mancanegara", ucap Bapak Sholihuddin.⁸*

Dalam strategi ini tentunya harus menggunakan strategi komunikasi yang baik. Salah satu strategi komunikasi pemasaran yang banyak digunakan di Indonesia ialah pull strategy, yaitu strategi komunikasi pemasaran yang mempunyai tujuan menarik secara langsung dari pemasaran dengan meningkatkan kesadaran dan kehendak untuk lebih tertarik kepada budaya lokal Indonesia tujuannya agar ada peningkatan kesadaran dan bisa lebih menghargai karya seni tangan tangan Indonesia diharapkan dapat memperkuat kedudukan Indonesia sebagai destinasi Negara kaya dengan budayanya. Sistem pemasaran produk batik di Batik Manggur menggunakan penjualan offline yang mana para konsumen berdatangan ke tempat lokasi batik manggur itu sendiri. Tak bisa diragukan meskipun system penjualan tetap stay dengan system offline costumer dari batik manggur tak kalah dengan penjualan secara online. *Untuk kualitas dan mempertahankan produk, kami menggunakan kain, pewarna yang berkualitas, guna untuk menjaga keindahan dari batik tersebut. Tentunya kain batik tak sering di gunakan, biasanya hanya digunakan saat ada hajatan atau acara tertentu. Jadi kami memang sudah menyediakan produk dari bahan bahan yang berkualitas. Ujar Ibu Siti Malikhah selaku owner.*

Ibu Marwah Ibrahim ialah presentator komunikasi dengan kemampuan bahasa inggrisnya yang cukup lihay dalam bercakap mengenai proses pembuatan batik pada touris yang berkunjung. *Dalam proses pembuatan kain batik di batik manggur masih menggunakan teknik tradisional. Karena keterbatasan lahan yang hanya memanfaatkan lahan seadanya dan 3 karyawan saja. Namun hasil batik yang kami peroleh tak kalah indah dengan batik yang sudah menggunakan teknis modern, dengan keahlian yang kami miliki dan ketekunan kami selama ini dalam mendalami proses pembuatan batik. Ucap Ibu Siti Malikhah selaku owner. Di industri*

⁷ Perebusan kain untuk menghilangkan lilin malam

⁸ Bendahara batik manggur

Batik Manggur terdapat 3 macam batik : Batik tulis, Batik cap dan Ecoprin.⁹ Nah minat beli para customer mancanegara lebih banyak pada ecoprin, dimana proses pembuatan ecoprin ini terbuat dari bahan bahan alami, dari pewarnaan, motif gambar menggunakan bahan alami, untuk bahan alami motif menggunakan daun daun yang ada di sekitar dengan bentuk daun yang berbeda guna menciptakan macam motif yang lebih indah.

KESIMPULAN

IKM Batik Manggur adalah salah satu industri batik yang terletak di Kelurahan Triwung Kidul yang sudah sangat ternama dari kalangan masyarakat dari sekolah, pejabat menteri, sampai perguruan tinggi bahkan Mancanegara. Batik Manggur Konsisten memproduksi batik setiap harinya. Dimana batik manggur ini memproduksi batik dengan bermotif utamanya yaitu motif utama Mangga dan Anggur (Manggur), Salah satu motif batik khas kota Probolinggo. Harga batik yang sudah terbandrol tergantung pada kualitas kain proses pembuatannya. Semakin rumit motif serta pewarnaannya maka semakin mahal pula harga yang di bandrol. Strategi yang digunakan guna menarik minat beli konsumen Mancanega menggunakan sistem penjelasan pada setiap proses batik, dari mulai penggambaran, pencantingan juga pewarnaannya bahkan konsumen Manacanegara pun tak enggan untuk diajari dalam proses pewarnaan, guna untuk menarik minat beli serta bisa lebih menghargai kesenian karya tangan sendiri. Negara yang sudah berkunjung di batik manggur antara lain : Korea, Belanda, Jerman, China, Malaysia, Amerika, Prancis, Jepang, akan tetapi para touris biasanya lebih dominan tertarik pada kain batik ecoprint. Dalam konteks penelitian ini, saran dari peneliti untuk meningkatkan kontribusi. Disarankan untuk lebih konsisten dalam jadwal hari libur karyawan dan mahasiswa magang. Karena dalam konteks ini sangat tidak produktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anandi Santosa 2019 Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Citra Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Batik Original (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)
- Argrian 2017 Analisis Diskriptif Strategi Promosi Sport Station Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Galeriamall Yogyakarta
- Buchari Alma, 2018, Pemasaran Strategic Jasa Pendidikan, (Bandung: Alfabeta).
- Firman Abidin (sekretaris batik manggur), wawancara; (selasa, 08 november 2023 19.30).
- George Argteiner dan Jhon B Miner, 1997, Kebijakan dan strategi Manajemen (Erlangga).
- Hafied Cangara, Perencanaan dan Strategi Komunikasi , (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada).
- Herdiana Alamsyah 2017 country of origin dan citra merek: upaya meningkatkan minat beli konsumen
- Herdiana, Tri, and Doni Purnama Alamsyah. "Country of origin dan citra merek: Upaya meningkatkan minat beli konsumen." *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen* 1.1 (2017): 31-40
- Kotler dan Keller, 2008, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Erlangga).
- Nurmutia Firmansyah 2018 Pengaruh Faktor-Faktor Manajemen Hubungan Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Pt.Primarindo Asia Infrastructure, Tbk.
- Onong Uchjana Effendy, 2000, Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi (Bandung: Citra Aditya Bakti).
- Pasal 3 Ayat 1, 2016, Peraturan Menteri Perindustrian No. 6/M-IND/PER/7

⁹ Teknik cetak dengan pewarnaan kain alami yang cukup sederhana namun dapat menghasilkan motif unik dari warna dan daun alami

- Porter, M., E, 1980. Competitive Strategi – Techniques For Analyzing Industri and Competitors. The Free Press. (Placeholder1) (meningkatkan minat beli kosumen, 2015)
- Sami 2017 Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Penelitian Terhadap Pemilik Toko Emas Mulia Indah Di Kota Takengon)
- Sugioni, 2019, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D (Bandung: Alfabeta, CV).
- Wibowo, D. H., Arifin. Syaifuddin. T.,& Wulan, H. S. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 29(1) 59-66.