

## MINAT KONSUMEN PADA TENUN IKAT NTT DI SENTRA TENUN IKAT INA NDAO KOTA KUPANG

**Yersi Florida Nadek**

Mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya,  
[yersi.nadek@yahoo.com](mailto:yersi.nadek@yahoo.com)

**Dewi Lutfiati**

Dosen Program Studi S1 Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya,  
[dewilutfiati@unesa.ac.id](mailto:dewilutfiati@unesa.ac.id)

### Abstrak

Tenun ikat NTT merupakan salah satu warisan budaya. Tenunan yang dikembangkan oleh setiap suku/etnis di NTT memiliki ciri khas ragam hias dan warna berbeda-beda, menjadikan kain tenun dari setiap daerah di NTT mempunyai daya tarik tersendiri bagi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat konsumen pada tenun ikat NTT yang paling diminati ditinjau dari ragam hias, warna dan harga di sentra tenun ikat Ina Ndao Kota Kupang. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan obyek penelitian minat konsumen pada tenun ikat NTT meliputi ragam hias, warna dan harga. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini pengambilan data dilakukan oleh 31 responden di sentra tenun ikat Ina Ndao. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah analisis data statistik deskriptif berupa persentase. Penelitian terbukti bahwa, ragam hias yang paling diminati adalah ragam hias binatang, yang berasal dari daerah Sumba, warna yang paling diminati adalah warna tenun ikat yang berasal dari Timor, sedangkan harga yang terjangkau oleh para konsumen berkisar berkisar Rp. 500.000,- s/d Rp. 700.000,-

**Kata Kunci:** Minat konsumen, tenun ikat NTT.

### Abstract

NTT tie weaving are one of the cultural heritage. The weaving are developed by every tribe in NTT that has different decoration characteristic and color, that makes the weaving from every region in NTT has them own attractiveness to the consumer. This research aim to determine of consumer interest to the most popular NTT tie weaving are terms by decoration, color, and price at centra of tenun ikat Ina Ndao Kota Kupang. Type of this research is descriptive quantitative with object of research is consumer interest to NTT tie weaving including decoration, color, and price. The data collection methods are questionnaire, interview, and documentation. Data retrieval was conducted by 31 respondents in centra of tenun ikat Ina Ndao Kota Kupang. While data analysis used is descriptive statistics with form of percentage. Research proved that, the most popular decoration is the decoration that comes from Sumba, the most popular color is the color of the weaving comes from Timor, while the affordable weaving price is derived from Sabu that ranged 500.000,00 IDR – 700.000,00 IDR

**Keywords:** Consumer interest, NTT tie weaving

### PENDAHULUAN

Kain tenun merupakan salah satu bagian dari warisan budaya dan pakaian bangsa Indonesia yang sudah dikenal dari jaman prasejarah yang diperoleh dari perkembangan pakaian penutup badan setelah rumput-rumputan dan kulit kayu. Tenun merupakan identitas budaya yang sudah populer di Nusantara hingga manca negara, bahkan Indonesia adalah salah satu negara penghasil tenun terbesar terutama dalam hal keragaman corak hiasannya yang dapat dilihat dari segi warna, ragam hias, dan kualitas bahan serta benang yang digunakan (Edie 2011:21)

NTT adalah salah satu dari beberapa daerah penghasil tenun di Indonesia, kain tenun ikat dari kota Kupang NTT menjadi kebanggaan masyarakat provinsi NTT, karena secara adat dan budaya memiliki banyak fungsi, mi-

salnya sebagai busana yang dipakai dalam pesta, tari-tarian, upacara adat, penghargaan kepada tamu yang berkunjung, sebagai mas kawin, sebagai pemberian dalam acara kematian dan sebagai wujud penghargaan, dan masih banyak lagi. Bahkan menurut para ahli NTT adalah salah satu dari beberapa daerah penghasil tenun di Nusantara tercatat paling awal dalam mengembangkan corak ragam hias tenun.

Jenis-jenis tenun ikat NTT adalah tenun ikat yang berasal dari daerah-daerah yang berada dipulau NTT, antara lain tenun ikat daerah Sumba dengan ciri khas ragam hias binatang darat, binatang air dan melata, binatang unggas, dan ragam hias manusia dengan ciri khas warna gelap seperti biru tua, cokelat, merah kecokelat-cokelatan, tenun ikat daerah Sabu dengan ciri khas ragam

hias tumbuh-tumbuhan motif bunga teratai berukuran kecil dan besar, ciri khas warna dasar biru tua dan merah terang, tenun ikat daerah Alor dengan bentuk ragam hias binatang seperti ikan, penyu, naga, gajah dengan ciri khas warna hitam, hijau, kuning. Kemudian tenun ikat daerah Rote dengan ciri khas ragam hias tumbuh-tumbuhan yang tersusun dalam jalur simetris dan warna dasar hitam, putih. Tenun ikat daerah Flores dengan ciri khas motif pada bidang tengah kain, motif tersebut diulang-ulang dan baru berhenti pada jalur pembatas menggunakan warna-warna gelap seperti biru tua dan cokelat, tenun ikat daerah Timor dengan ciri khas motif binatang yang diapit oleh jalur-jalur kecil dengan ragam hias berbentuk geometris ciri khas warna warni yang terang (sugiyono, 2009 : 19-169) (Edie, 2011:54-66).

Valentino Romansya Halan (2015) dengan judul “Usulan Strategi Pemasaran Berdasarkan Tujuan Tingkat Kepentingan Konsumen Dalam Menggunakan Kain Tenun Ikat” mengatakan Berdasarkan data dari Departemen Perindustrian dan Perdagangan, pada tahun 2012 terdapat 12 sentra tenun ikat di Kupang, namun pada tahun 2014 tinggal 6 sentra tenun ikat yang masih bertahan. Salah satu sentra tenun ikat yang terkenal di NTT adalah Ina Ndao yang terletak di jalan Kebun Raja II Kelurahan Naikoten I Kecamatan Oebobo Kota Kupang. Sentra tenun ikat Ina Ndao berdiri pada tahun 1991 yang menjual dan bekerja sama dengan pemasok tenun ikat yang berasal dari daerah-daerah dipulau NTT antara lain Timor, Sabu, Sumba, Flores, sentra tenun ikat Ina Ndao memproduksi tenun ikat yang berasal dari daerah Rote, yang tetap menjaga kualitas dan keaslian tenunan dari setiap daerah di NTT. Harga kain tenun yang ada di sentra tenun Ina Ndao bermacam-macam mulai dari harga Rp. 400.000,- sampai puluhan juta rupiah dengan pendapatan dalam menjual kain tenun mencapai Rp. 50.000.000,- sampai Rp. 100.000.000,- dengan penjualan 60 sampai 70 lembar kain tenun setiap bulan.

Maria Merry Marianti (Lektor Kepala) dan Istiharini, SE.,MM. (Asisten Ahli) (2013) dengan judul “Analisis Karakteristik dan Perilaku Konsumen Tenun Songket Palembang” hasil penelitian menunjukkan bahwa awareness responden pada penelitian ini terhadap kain songket Palembang cukup baik. 135 responden dari 178 responden aware terhadap kain songket Palembang. Persepsi responden terhadap atribut produk kain songket Palembang netral, warna kain songket Palembang memang menarik, cerah dan bervariasi namun warna kain songket Palembang mudah luntur. Persepsi responden terhadap ketersediaan (availability) kain songket Palembang positif. Persepsi responden terhadap harga kain songket Palembang positif. Dalam penelitian ini juga digambarkan lebih jauh mengenai aktivitas, ketertarikan dan minat responden. Responden menginginkan kain songket Palembang diberi merek sehingga lebih meningkatkan citra produk, dan memudahkan konsumen ketika melakukan pembelian ulang.

Seiring berjalannya waktu dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan informasi melalui teknologi yang semakin modern, tuntutan dari konsumen tenun ikat semakin meningkat terhadap produk, maka semakin banyak jenis produk yang diperlukan untuk segmen pasar, se-

hingga tingkat persaingan antara pelaku usaha terus meningkat. Konsumen dihadapkan dengan berbagai alternatif dalam memilih produk kain tenun yang sesuai dengan minat dan kebutuhannya. Konsumen sebagai individu dalam memilih suatu jenis produk yang diinginkan dipengaruhi oleh banyak faktor yang berbeda-beda, perbedaan ini dipengaruhi oleh faktor individu itu sendiri dan juga oleh faktor lingkungan yang mempengaruhi minat dan perilaku konsumen didalam mengambil keputusan terhadap produk yang diinginkan. Adapun faktor yang diperhatikan konsumen sebelum mengambil keputusan dalam membeli tenun ikat, yaitu kualitas produk, corak ragam hias dan harga produk. Hal ini menjadi perhatian bagi para pelaku usaha sebelum memasarkan produk kepada konsumen untuk menarik minat konsumen dalam membeli barang/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Ujiyanto Abdurachman (2004) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen untuk membeli sarung adalah kualitas, referensi, merk dan warna serta kemasan, harga, diskon dan hadiah. Dari keseluruhan faktor tersebut kualitas dan referensi merupakan faktor yang paling dominan. Produk merupakan hasil dari perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk konsumen. kecenderungan perilaku konsumen atau minat konsumen dalam memilih produk kain tenun ikat tidak terlepas dari kualitas tenun ikat itu sendiri baik dari segi corak ragam hias dan kualitas bahan yang digunakan. Ragam hias adalah ornamen artinya menghias. Ornamen adalah komponen produk seni yang ditambahkan atau sengaja dibuat untuk tujuan sebagai hiasan. (Gustami, 1997) dalam Sunaryo (2009:3). Warna Warna merupakan unsur desain yang paling menonjol dan dapat mengungkapkan suasana perasaan atau watak benda yang dirancang (Ernawati,dkk 2008: 205).

Faktor lain yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan adalah harga, harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah-ubah. Harga juga merupakan salah satu faktor persaingan memasarkan produk, harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen lain menghasilkan biaya. Harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan ; fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan *positioning* nilai yang dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar. Harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Atau dapat didefinisikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya (Kotler dan Keller (2009:67), Kotler dan Amstrong (2012:345).

Berdasarkan penelitian ini, bertujuan untuk mengetahui minat konsumen pada tenun ikat NTT di sentra tenun ikat Ina Ndao yang paling diminati ditinjau dari ragam hias, warna, dan harga.

## METODE PENELITIAN

Ditinjau dari maksud dan tujuan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi, atau hal-hal lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian (Arikunto, 2010: 3). Metode penelitian kuantitatif, menurut Sugiyono (2017: 15), dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dite-tapkan.

### Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu yang merupakan inti dari problematika penelitian (Arikunto, 2006:29). Obyek penelitian ini yaitu minat konsumen pada tenun ikat NTT meliputi ragamhias, warna, dan harga di sentra tenun ikat Ina Ndao Kota Kupang.

### Variabel dan Definisi Operasional

Menurut Sutisno variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2010:162). Sedangkan menurut (Sugiyono, 2008:61) variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2014), definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan untuk mengoperasikan konstrak, sehingga memungkinkan bagi para peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama/mengembangkan cara pengukuran konstrak yang lebih baik. Maka variabel dari penelitian ini adalah minat konsumen tenun ikat di sentra tenun Ina Ndao yang ditinjau dari ragam hias, warna dan harga.

### Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini mempunyai 3 macam variabel, yaitu variabel bebas, variabel terikat, dan variabel kontrol, antara lain :

#### 1. Kuesioner atau angket

Arikunto (2013:194), mengungkapkan bahwa angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahuinya.

#### 2. Wawancara (*interview*)

Metode wawancara (*interview*) adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara (Arikunto, 2010: 270). Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi dimana pewawancara melontarkan pertanyaan-pertanyaan untuk dijawab oleh orang yang diwawacarai atau responden. Wawancara dipilih sebagai salah

satu metode pengumpulan data karena penulis ingin mengetahui informasi akurat dari pemilik sentra tentang minat konsumen pada pembelian tenun ikat di sentra tenun ikat Ina Ndao. Selain itu penulis melakukan wawancara dengan konsumen tentang alasan membeli tenun ikat.

### 3. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2010:201), dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Didalam pelaksanaannya peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen dan sebagainya. Data yang diperoleh di dokumentasikan dengan alat-alat yang memadai seperti alat tulis dan alat rekam. Namun dokumentasi tidak hanya dilaksanakan dengan metode tersebut, namun juga dengan pemotretan atau pengambilan gambar. Dokumentasi dalam penelitian yaitu data penjualan sentra tenun ikat Ina Ndao dari tahun 2014-2017 dan foto dokumentasi selama pengambilan data.

### Teknik Analisis Data

Menurut Moleong (2006:248), analisis data yang digunakan adalah upaya dilakukan setelah pengambilan data, dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesis, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang paling dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data statistik berdasarkan pendekatan kuantitatif, dimana statistik berarti cara-cara ilmiah yang dipersiapkan untuk mengumpulkan, menyusun, menyajikan dan menganalisis data yang berwujud pernyataan responden lalu mempresentasikan hasil data yang telah dilakukan kepada responden. Maka penelitian ini menggunakan analisis data distribusi tunggal dengan rumus:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\% \quad (\text{Sugiyono, 2012: 95})$$

Keterangan:

P= Presentase jawaban responden

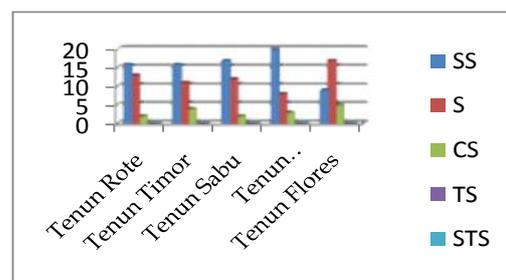
F= Jumlah jawaban responden

N= Jumlah responden

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang didapat dalam penelitian ini adalah data mengenai minat konsumen pada tenun ikat NTT di sentra tenun ikat Ina Ndao Kota Kupang, yaitu:

#### 1. Minat Konsumen pada Tenun Dilihat Dari Ragam Hias

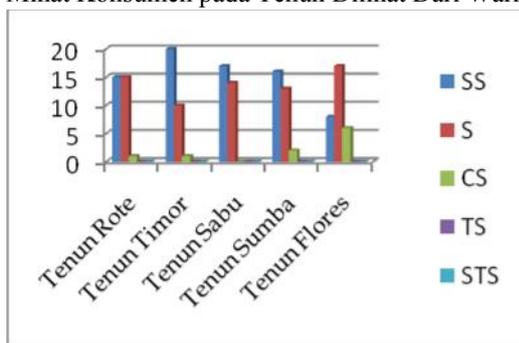


Gambar 1. Diagram batang minat konsumen pada kain tenun NTT ditinjau dari ragam hias

Diagram batang diatas menunjukkan gambaran para responden yang mengisi sebaran kuesioner /angket minat konsumen pada kain tenun NTT yang dilihat dari ragam hias, terlihat bahwa sebagian besar tanggapan responden terletak pada jawaban sangat setuju.

Yang digambarkan dalam pernyataan minat konsumen pada kain tenun NTT yang ditinjau dari ragam hias, yaitu:

- a. Minat konsumen pada bentuk ragam hias tumbuh-tumbuhan dari kain tenun Rote, untuk item pernyataan ini responden menjawab sangat berminat sebanyak 52 %, berminat sebanyak 42 %, cukup berminat sebanyak 6 % dari jumlah 31 responden.
  - b. Minat konsumen pada bentuk ragam hias geometris dari kain tenun Timor, untuk item pernyataan ini responden menjawab sangat berminat sebanyak 51%, berminat sebanyak 35 %, cukup berminat sebanyak 14 % dari jumlah 31 responden.
  - c. Minat koonsumen pada bentuk ragam hias tumbuh-tumbuhan dan binatang dari kain tenun Sabu, untuk item pernyataan ini responden menjawab sangat berminat sebanyak 55 %, berminat sebanyak 39 %, cukup berminat sebanyak 6 % dari jumlah 31 responden.
  - d. Minat konsumen pada bentuk ragam hias binatang dari kain tenun Sumba, untuk item pernyataan ini responden menjawab sangat berminat sebanyak 64 %, berminat sebanyak 26 %, cukup berminat sebanyak, 10 % dari jumlah 31 responden.
  - e. Minat konsumen pada bentuk ragam hias tumbuh-tumbuhan dan geometris dari kain tenun flores, untuk item pernyataan ini responden menjawab sangat berminat sebanyak 29 %, berminat sebanyak 55 %, cukup berminat sebanyak 16 % dari jumlah 31 responden.
2. Minat Konsumen pada Tenun Dilihat Dari Warna



Gambar 2. Diagram batang minat konsumen pada kain tenun NTT ditinjau dari warna

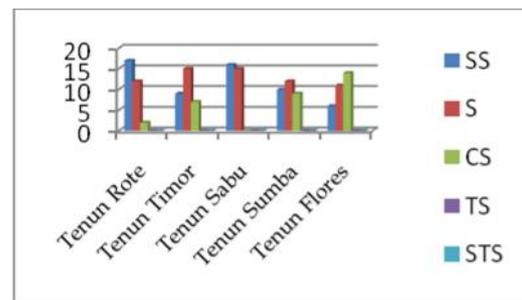
Diagram batang diatas menunjukkan gambaran para responden yang mengisi sebaran kuesioner /angket minat konsumen pada kain tenun NTT yang ditinjau dari warna, terlihat bahwa sebagian besar tanggapan responden terletak pada jawaban sangat setuju.

Yang digambarkan dalam pernyataan minat konsumen pada kain tenun NTT yang ditinjau dari warna, yaitu:

- a. Minat konsumen pada warna kain tenun ikat dari Rote, untuk item pernyataan ini responden menjawab

sangat berminat sebanyak 48 %, berminat sebanyak 48 %, cukup berminat sebanyak 4 % dari jumlah 31 responden.

- b. Minat konsumen pada warna kain tenun ikat dari Timor, untuk item pernyataan ini responden menjawab sangat berminat sebanyak 64 %, berminat sebanyak 32 %, cukup berminat sebanyak 4 % dari jumlah 31 responden.
  - c. Minat konsumen pada warna kain tenun ikat dari Sabu, untuk item pernyataan ini responden menjawab sangat berminat sebanyak 55 %, berminat sebanyak 45 % dari jumlah 31 responden.
  - d. Minat konsumen pada warna kain tenun ikat dari Sumba, untuk item pernyataan ini responden menjawab sangat berminat sebanyak 52 %, berminat sebanyak 42 %, cukup berminat sebanyak 6 % dari jumlah 31 responden.
  - e. Minat konsumen pada warna kain tenun ikat dari Flores, untuk item pernyataan ini responden menjawab sangat berminat sebanyak 26 %, berminat sebanyak 55 %, cukup berminat sebanyak 19 % dari jumlah 31 responden.
3. Minat Konsumen pada Tenun Dilihat Dari Harga



Gambar 3. Diagram batang minat konsumen pada kain tenun NTT ditinjau dari harga

Diagram batang diatas menunjukkan gambaran para responden yang mengisi sebaran kuesioner /angket minat konsumen pada kain tenun NTT yang ditinjau dari harga, terlihat bahwa sebagian besar tanggapan responden terletak pada jawaban setuju.

Yang digambarkan dalam pernyataan minat konsumen pada kain tenun NTT yang ditinjau dari harga, yaitu:

- a. Minat konsumen pada harga kain tenun ikat dari Rote, untuk item pernyataan ini responden menjawab sangat berminat sebanyak 55 %, berminat sebanyak 39%, cukup berminat sebanyak 6 % dari jumlah 31 responden.
- b. Minat konsumen pada harga kain tenun ikat dari Timor, untuk item pernyataan ini responden menjawab sangat berminat sebanyak 29 %, berminat sebanyak 48 %, cukup berminat sebanyak 23 % dari jumlah 31 responden.
- c. Minat konsumen pada harga kain tenun ikat dari Sabu, untuk item pernyataan ini responden menjawab sangat berminat sebanyak 52 %, berminat sebanyak 48 % dari jumlah 31 responden.
- d. Minat konsumen pada harga kain tenun ikat dari Sumba, untuk item pernyataan ini responden men-

jawab sangat berminat sebanyak 32 %, berminat sebanyak 39 %, cukup berminat sebanyak 29 % dari jumlah 31 responden.

- e. Minat konsumen pada harga kain tenun ikat dari Rote, untuk item pernyataan ini responden menjawab sangat berminat sebanyak 20 %, berminat sebanyak 35 %, cukup berminat sebanyak 45 % dari jumlah 31 responden.

### Pembahasan

Hasil pembahasan berdasarkan data yang diperoleh setelah melakukan selebaran angket tentang minat konsumen pada tenun ikat NTT di sentra tenun ikat Ina Ndao Kota Kupang yang ditinjau dari ragam hias, warna, harga dengan sebaran kuesioner kepada 31 konsumen, maka dapat diperoleh dengan hasil sebagai berikut:

#### 1. Minat Konsumen Pada Tenun Dilihat dari Ragam Hias

Berdasarkan hasil data dari angket konsumen, 94 % konsumen berminat dengan bentuk ragam hias tumbuh-tumbuhan pada kain tenun daerah Rote, 86 % konsumen menjawab berminat pada bentuk ragam hias geometris pada kain tenun daerah Timor, 94 % menjawab berminat dengan bentuk ragam hias tumbuh-tumbuhan dan binatang dari kain tenun daerah Sabu, 90 % konsumen menjawab sangat berminat dengan bentuk ragam hias binatang pada kain tenun daerah Sumba, dan 84 % konsumen menjawab berminat dengan bentuk ragam hias tumbuh-tumbuhan dan geometris pada kain tenun daerah Flores.

Ragam hias tenun NTT mempunyai ciri khas yang membedakan dari setiap daerah atau sebagai ciri khas dari suku atau pulau mana kain tenun itu berasal. Seiring berjalannya waktu muncul corak motif yang baru atau modifikasi dari setiap daerah namun tetap tidak menghilangkan ciri khas kain tenun dari daerah tersebut. Seperti motif kain tenun dari daerah Rote yang tetap menggunakan bentuk ragam hias tumbuh-tumbuhan yang mengartikan hasil kekayaan alam yang subur sebagai sumber pengasilan masyarakat setempat, motif kain Timor atau tenun buna dalam istilah daerah setempat yaitu proses menenun dengan cara menggunakan benang yang sudah dicelupkan terlebih dahulu ke pewarna menggunakan ragam hias geometris pilin yang merupakan garis lengkung spiral atau lengkung kait yang berbentuk dasar huruf "s" tersusun secara berulang dan menyambung (Sunaryo, 2009: 23), kemudian bentuk ragam hias Sabu dengan ciri khas bentuk bunga kecil dan besar yang melambangkan keanggotaan dalam klan masyarakat (Edie, 2011:66), kemudian Sumba memiliki kekayaan motif yang khas dengan bentuk motif binatang karena kepercayaan masyarakat terhadap dewa-dewa dan leluhurseperti bentuk ragam hias binatang unggas yang melambangkan kekuatan, keberanian, dan kesuburan, lalu terdapat motif naga yang melambangkan dunia bawah, kesuburan dan kesaktian, motif kuda yang melambangkan ketaatan dan keperkasaan (Sunaryo 2009: 65), dan bentuk ragam hias dari Flores dengan ciri khas pengulangan pada motif dan akan berhenti pada jalur pembatas dan berada pada jalur horizontal (Edie 2011: 60).

#### 2. Minat Konsumen Pada Tenun Dilihat dari Warna

Berdasarkan hasil data dari angket konsumen, 96 % konsumen menjawab berminat pada warna kain tenun dari daerah Rote, 96 % konsumen menjawab sangat berminat dengan warna kain tenun dari daerah Timor, 100 % menjawab berminat dengan warna kain tenun dari daerah Sabu, 94 % menjawab berminat dengan warna kain tenun dari daerah Sumba, 81 % konsumen menjawab berminat pada warna kain tenun dari daerah Flores.

Kain tenun dari setiap daerah mempunyai ciri khas warna masing-masing. Kain tenun dari daerah Rote selalu menggunakan dasar warna hitam yang mengartikan kehidupan masyarakat yang keras, ciri khas warna tenun ikat Rote adalah dasar warna tenun hitam dengan motif warna putih, pada kain tenun Timor atau timor buna ciri khas menggunakan beragam warna-warni yang cerah, selanjutnya pada kain tenun Sabu ciri khasnya menggunakan dasar warna biru tua dan merah, kemudian pada kain tenun Sumba menggunakan dasar warna gelap yang melambangkan kaum atasan yang menguasai bumi, seperti biru tua, cokelat, merah kecoklat-coklatan. Pada daerah Flores ciri khas warna yang digunakan adalah cokelat.

#### 3. Minat Konsumen Pada Tenun Dilihat dari Harga

Berdasarkan hasil data dari angket konsumen, 94 % konsumen menjawab berminat dengan harga kain tenun dari daerah Rote, 77 % konsumen menjawab berminat dengan harga kain tenun dari daerah Timor, 100 % menjawab berminat dengan harga kain tenun dari daerah Sabu, 71 % menjawab berminat dengan harga kain tenun dari daerah Sumba, 55 % menjawab cukup berminat dengan harga kain tenun dari daerah Flores.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Aditya Yoga Wiratama (2012) hubungan antara persepsi harga dengan keputusan pembelian adalah persepsi harga mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Semakin baik persepsi konsumen terhadap harga maka akan semakin tinggi pula dalam menentukan Keputusan Pembelian.

Harga atau nilai beli kain tenun ditentukan dari kerumitan dalam membuat tenun dan bahan baku yang dipakai dalam proses pembuatan kain tenun. Karena dalam membuat satu lembar kain tenun membutuhkan waktu kurang lebih satu bulan proses pengerjaan, sehingga harga satu lembar kain tenun yang ditawarkan sangat beralasan.

## PENUTUP

### Simpulan

#### 1. Minat Konsumen pada Tenun Dilihat Dari Ragam Hias

Bentuk ragam hias yang dikategorikan sangat diminati oleh konsumen dari tenun ikat NTT yang dijual di sentra tenun ikat Ina Ndao adalah ragam hias dari daerah Sumba dengan bentuk ragam hias binatang, kemudian empat bentuk ragam hias yang dikategorikan diminati oleh konsumen, yaitu ragam hias dari daerah Rote dengan bentuk ragam hias tumbuh-tumbuhan dan Sabu dengan bentuk ragam hias tumbuh-tumbuhan dan binatang, kemudian bentuk ragam hias dari daerah Timor dengan

bentuk ragam hias geometris, dan yang terakhir adalah ragam hias dari daerah Flores dengan bentuk ragam hias tumbuh-tumbuhan dan geometris.

## 2. Minat Konsumen pada Tenun Dilihat Dari Warna

Pada warna kain tenun ikat NTT yang dikategorikan sangat diminati konsumen dari tenun ikat NTT yang dijual di sentra tenun ikat Ina Ndao adalah warna tenun ikat dari daerah Timor dengan kombinasi warna hitam, putih, kuning, merah, merah muda, hijau, ungu dan biru, kemudian kategori yang diminati konsumen adalah warna kain dari daerah Sabu dengan kombinasi warna merah, hitam, dan putih. Kemudian warna kain tenun dari daerah Rote dengan kombinasi warna merah, kuning, dan hitam. Lalu warna kain tenun ikat dari daerah Sumba dengan warna birutua dan putih, dan yang terakhir yaitu warna kain tenun ikat dari daerah Flores dengan kombinasi warna hitam, putih, merah, orange, dan biru muda.

## 3. Minat Konsumen pada Tenun Dilihat Dari Harga

Pada harga kain tenun ikat NTT yang dikategorikan diminati adalah harga kain tenun dari daerah Sabu dan Rote dengan harga Rp.500.000,- kemudian harga kain tenun dari daerah Timor dengan harga Rp.650.000,- kemudian harga kain dari daerah Sumba dengan harga Rp. 800.000,- dan yang dikategorikan cukup diminati adalah harga kain tenun dari daerah Flores dengan harga Rp. 700.000,-

## Saran

1. Tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas tenun yang di produksi.
2. Pelayanan yang sangat bagus perlu dipertahankan agar tidak membuat konsumen kecewa.
3. Menambah jenis kain tenun dari daerah lain yang berada di NTT.
4. Diharapkan menambah tenaga kerja atau penenun motif adat.
5. Selalu bekerjasama dengan pemerintah dalam melakukan pelatihan bagi masyarakat agar warisan budaya tetap dilestarikan.
6. Inovasi yang dilakukan jangan terlalu berlebihan agar tidak menghilangkan keaslian arti dari motif kain tenun.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineke Cipta.
- Edie, Tri M. 2011. *Tenun Ikat dan Songket*. Jakarta: Pelita Hati
- Ernawati,dkk. 2008. *Tata busana untuk sekolah menengah kejuruan*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan
- Moleong, Lexy. 2014. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Kotler, dan K.L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, and G. Amstrong. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan*. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, Aryo. 2009. *Ornamen Nusantara Kajian Khusus Tentang Ornamen Indonesia*. Semarang: Dahara Prize.
- Jurnal
- Abdurachman, Ujianto. 2004. *Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung*. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 6, No. 1: hal 34 – 53.
- Halan , Valentino Romansya. 2015 . *Usulan Strategi Pemasaran Berdasarkan Tujuan Tingkat Kepentingan Konsumen Dalam Menggunakan Kain Tenun Ikat*. Jurnal Jurusan Teknik Industri. Bandung: Fakultas Teknik Universitas Kristen Maranatha
- Merry, Maria Marianti & Istiharini. 2013. “*Analisis Karakteristik dan Perilaku Konsumen Tenun Songket Palembang*”. Jurnal Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada