

ISSN : 2338-994X



PROSIDING SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER

FORUM MANAJEMEN INDONESIA (FMI) KE-5

*Strengthening The Strategy of Local Product in The Border Region :
Opportunity and Challenges of The ASEAN Economic Community 2015*

Aula Bank Indonesia Pontianak, Istana Rakyat Kalbar & Hotel Mercure Pontianak
23-24 Oktober 2013



Fakultas Ekonomi
Universitas Tanjungpura



Co-Organizer & Sponsor



antam



Patria Education
your brighter future



ISSN : 2338-994X

**PROSIDING
SEMINAR NASIONAL
& CALL FOR PAPER
FORUM MANAJEMEN INDONESIA (FMI) KE-5**

**“Strengthening The Strategy of Local Product in The Border Region:
Opportunity and Challenges of The ASEAN Economic Community 2015”.**

**Aula Bank Indonesia Pontianak, Istana Rakyat Kalbar dan Hotel Mercure Pontianak
23-24 Oktober 2013**

DAFTAR REVIEWER

Prof. Dr.Hj.Siti Sulasmi, P.Si, M.Sc.(Universitas Airlangga)

Prof. Dr. Sri Wahjuni Astuti, MS (Universitas Airlangga)

Prof. Hj. Asniar Subagio (Universitas Tanjungpura)

Prof. Dr. Eddy Suratman (Universitas Tanjungpura)

Prof. Dr. James Siagian (Universitas Tanjungpura)

Fariastuti, Ph.D (Universiti Malaysia Sarawak/UNIMAS)

Mustaruddin Shaleh, Ph.D (Universitas Tanjungpura)

Anwar Azazi, SE, DEA (Universitas Tanjungpura)

Dr. Haryono, SE, M.Ak (Universitas Tanjungpura)

Dr. Hernawan Harsono, SE, M.Si (Universitas Tanjungpura)

Dr.Hj.Indrianawati Usman, M.Sc.(Universitas Airlangga)

Dr. Fitri Ismiyanti, SE, M.Si (Universitas Airlangga)

Dr. Ramadania, SE, M.Si (Universitas Tanjungpura)

Dr. Endang Dhamayantie, SE, M.Si (Universitas Tanjungpura)

| | |
|--|----|
| PEMBENTUKAN DIMENSI SERVICE QUALITY DENGAN ANALISIS FAKTOR Yasinta Soelasih | 74 |
| MENGEMBANGKAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK LOKAL DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN DI KANCAH INTERNASIONAL (STUDI KASUS INDUSTRI <i>CLOTHING</i> DAN KULINER KOTA BANDUNG) Martha Tri Lestari | 75 |
| STRATEGI PENGEMBANGAN PELAYANAN KESEHATAN BERBASIS <i>SERVICE DELIVERY SYSTEM</i> (STUDI PADA PUSKESMAS RAWAT INAP DI JAWA TIMUR) Nugroho Mardi Wibowo | 76 |
| PENGARUH <i>RISK AVERSION</i> TERHADAP <i>BRAND LOYALTY</i> MELALUI MEDIASI <i>BRAND TRUST</i> DAN <i>BRAND AFFECT</i> <i>SMARTPHONE</i> BLACKBERRY DI SURABAYA Dina Mariana, Indarini dan Christina Honantha | 77 |
| TOTAL <i>EXPENDITURE</i> BERDASARKAN DEMOGRAPHIC DALAM PEMBELIAN MAKANAN TRADISIONAL DAN MODERN Mutia Tri Satya, Lina Said dan Abdul Fidayan | 78 |
| IMPACT OF MOTIVATION, OPPORTUNITY, AND ABILITY TO CUSTOMER LOYALTY IN USING AIRLINE ONLINE TICKET FACILITIES Jane Renata dan Dudi Anandya | 79 |
| PERILAKU BELANJA TURIS INDIVIDUAL ATAS PRODUK BATIK DI PULAU MADURA Sugeng Hariadi dan Siti Rahayu | 80 |
| DETERMINAN SIKAP DAN INTENSI MEMBELI PRODUK <i>FASHION</i> PALSU Chairy dan Taysa Yuliana | 81 |
| PENGARUH PEMBAGIAN INFORMASI DAN MANAJEMEN PERSEDIAAN TERHADAP KEPUASAN RETAILER Firdanti Saptasari dan Siti Nursyamsiah | 82 |
| PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ARANG TEMPURUNG KELAPA PADA AGRO RAYA Sonata Christian dan Jonathan M. Sutanto | 83 |
| PENGARUH NILAI FUNGSIONAL, EMOSIONAL, SPIRITUAL DAN SOSIAL SEBAGAI MOTIF MINAT MENGGUNAKAN ULANG JEJARING PERTEMANAN FACEBOOK PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TANJUNGPURA PONTIANAK Eddy Zulkarnaen, Ramadania dan Erna Listiana | 84 |
| PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KUE ROTI PRIMA RASA BANDUNG Yenny Maya Dora | 85 |
| NILAI-NILAI PRIBADI DAN ORIENTASI BERBELANJA: STUDI PADA KONSUMEN RITEL DI JAKARTA Vita Kristidan Franky Slamet | 86 |
| PENGEMBANGAN INSTRUMEN PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN PERBANKAN SYARIAH Nursya'bani Purnama | 87 |
| PENGARUH <i>BRAND IMAGE</i> DAN <i>BRAND TRUST</i> TERHADAP <i>BRAND LOYALTY</i> TEH BOTOL SOSRO: SURVEI KONSUMEN TEH BOTOL SOSRO DI FOOD COURTITC CEMPAKA MAS, JAKARTA TIMUR Mohammad Rizan, Basrah Saidani dan Yusiyana Sari | 88 |

**PERILAKU BELANJA TURIS INDIVIDUAL ATAS PRODUK BATIK
DI PULAU MADURA**

**Sugeng Hariadi
Siti Rahayu**

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya
ssihar@gmail.com; sitirahayu151@gmail.com

ABSTRAK

Batik adalah kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan telah menjadi bagian dari budaya Indonesia. Batik, warisan budaya dari Indonesia, telah ditetapkan sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan non-bendawi oleh UNESCO pada 2009, bertepatan dengan Hari Batik Nasional yakni 2 Oktober.

Studi ini menggunakan metode survey untuk mengeksplorasi perilaku belanja turis tradisional atas produk batik, yang datang langsung di pulau Madura. Menggunakan dasar pemikiran Choi, dkk. (2007) yang telah melakukan penelitian tentang perilaku wisatawan Chinese Mainland (CM) yang berbelanja ke Hong Kong, penelitian ini dikembangkan untuk kasus wisata batik.

Ditemukan bahwa pembeli batik adalah kelompok masyarakat menengah, bahkan cenderung ke atas untuk batik-batik dengan motif/corak yang asli Madura, khususnya berupa batik tulis. Meski pengeluaran untuk batik relatif kecil dibandingkan dengan pengeluaran total rumah tangga, namun studi ini menemukan beberapa hal menarik agar pasar batik Madura berkembang.

Oleh karena minat pembeli batik adalah pakaian jadi, maka perlu diperbesar kapasitas produksi pakaian jadi batik tulis, namun dengan motif, pola, dan pengerjaan yang baik dan modern. Perlu pula dibangun pasar batik di Bangkalan yang tidak jauh dari jembatan Suramadu sehingga benar-benar menjadi pusat batik Madura.

Pembeli batik Madura adalah media promosi penjualan yang efektif karena akan menjadi sumber informasi utama pda masa datang. Oleh karena itu harus dilayani dengan baik dan dipenuhi kebutuhannya, seperti ketersediaan ruang pas yang memadai.

Kata Kunci: Batik Madura, Perilaku, Belanja