

SKRIPSI

**STUDI FENOMENOLOGI: PERILAKU KONSUMTIF WANITA
TERHADAP BUSANA KEBAYA DI KUTA SELATAN**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Diajukan untuk melengkapi tugas dan syarat Lulus Sarjana Terapan Program

Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis

Politeknik Negeri Bali

Oleh

NI LUH EKA PRISTIA DEWI

NIM. 2015744041

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

SKRIPSI

**STUDI FENOMENOLOGI: PERILAKU KONSUMTIF WANITA
TERHADAP BUSANA KEBAYA DI KUTA SELATAN**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Diajukan untuk melengkapi tugas dan syarat Lulus Sarjana Terapan Program

Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis

Politeknik Negeri Bali

Oleh

NI LUH EKA PRISTIA DEWI

NIM. 2015744041

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

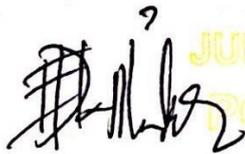
1. Judul Skripsi : Studi Fenomenologi: Perilaku
Konsumtif Wanita Terhadap Busana Kebaya
di Kuta Selatan
2. Penulis
 - a. Nama : Ni Luh Eka Pristia Dewi
 - b. NIM : 2015744041
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 26 Agustus 2024

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D
NIP. 196409291990032003

Ida Ayu Putri Widiasuari Riyasa, SE., MM
NIP. 202111008

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Luh Eka Pristia Dewi

NIM : 2015744041

Prodi/Jurusan : D4 Manajemen Bisnis Internasional / Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Skripsi saya dengan judul:

“Studi Fenomenologi: Perilaku Konsumtif Wanita Terhadap Busana Kebaya di Kuta Selatan”

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 12 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Ni Luh Eka Pristia Dewi

NIM. 2015744041

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**STUDI FENOMENOLOGI: PERILAKU KONSUMTIF WANITA
TERHADAP BUSANA KEBAYA DI KUTA SELATAN**

Oleh

Ni Luh Eka Pristia Dewi

NIM. 2015744041

Disahkan:

Ketua Penguji


Ida Ayu Putri Widiasuari Riyasa, SE., MM

NIP. 202111008

Penguji I



Ni Wayan Sumetri, SE., M.Agb

NIP. 196403131990032003

Penguji II



Drs. Ida Bagus Artha Adnyana, M.Hum

NIP. 196312311989031023

Mengetahui,

Jurusan Administrasi Bisnis

Ketua




Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D

NIP. 196409291990032003

Badung, 26 Agustus 2024

Prodi. Manajemen Bisnis Interasional

Ketua,



Ketut Vini Elfarosa, SE., MM

NIP. 197612032008122001

MOTTO

“It is okay to take your time. We live in a generation that romanticizes moving forward as quickly as possible when it comes to careers and our futures and our success within them. But there is no point in rushing quickly towards a life that will not inspire you or fulfill you. It is okay to slow down. It is okay to take the time you need. You are in no rush to figure out your own soul. It’s never too late to start over, it’s never too late to change your mind, it’s never too late to redirect yourself, to replace the dreams you thought you wanted for the ones that genuinely excite and challenge you.”

— Bianca Sparacino, A Gentle Reminder

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

PERSEMBAHAN

Terselesaikannya skripsi ini merupakan hal yang sangat membahagiakan bagi penulis setelah selama kurang dari enam bulan telah menyusun skripsi ini hingga rampung dengan banyaknya dukungan dari orang-orang terdekat. Rasa terima kasih yang teramat besar penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah mendukung penulis selama penyusunan skripsi ini, sehingga penulis ingin persembahkan skripsi ini untuk:

1. Orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan tanpa henti, baik secara moral maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Adik tercinta yang telah memberikan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
3. Teman-teman terdekat yang telah memberikan dukungan, pertukaran pikiran, serta pendapat selama sama-sama disibukkan dengan penyusunan skripsi.
4. Kedua dosen pembimbing penulis yang sangat hebat selama membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena perilaku konsumtif wanita terhadap busana kebaya di Kuta Selatan dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan para wanita yang telah membeli busana kebaya dari tiga toko di Kuta Selatan, di antaranya adalah *Cahaya Abadi Collection*, *Pradita Attire*, dan *Tawon Fashion*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif wanita dipengaruhi oleh faktor keinginan untuk mengikuti tren terbaru, kualitas bahan, potongan harga, serta kebutuhan menjaga penampilan dan status sosial. Penelitian ini juga menemukan bahwa perubahan desain busana kebaya secara cepat memicu pembelian kebaya berulang oleh konsumen. Selain itu, kebutuhan akan busana kebaya yang disebabkan oleh pemberwajiban penggunaan kebaya di hari Kamis serta kebudayaan Hindu untuk memakai kebaya di hari raya Hindu juga menjadi pemicu. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya bagi pelaku bisnis untuk memahami dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif konsumen.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

Kata-kata kunci: perilaku konsumtif, harga, potongan harga, busana kebaya, fenomenologi

ABSTRACT

This study aims to understand the phenomenon of women's consumptive behavior towards kebaya clothing in South Kuta using a phenomenological approach. In this study, data were obtained through in-depth interviews with women who had purchased kebaya clothing from three stores in South Kuta, namely Cahaya Abadi Collection, Pradita Attire, and Tawon Fashion. The results of this study indicate that women's consumptive behavior is influenced by factors such as the desire to follow the latest trend, fabric quality, discounts, and the need to maintain appearance and social status. The study also found that rapid changes in kebaya clothing designs trigger repeated purchases by consumers. Additionally, the necessity of wearing kebaya due to the mandate to wear kebaya on Thursdays and the Hindu culture of wearing kebaya on Hindu holy days also acts as a trigger. The implications of this research highlight the importance for business actors to understand and adjust their marketing strategies according to the factors influencing consumer consumptive behavior.

Keywords: consumptive behavior, price, discount, kebaya clothing, phenomenology

PRAKATA

Om Swastyastu,

Puji serta Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang mengangkat judul **“Studi Fenomenologi: Perilaku Konsumtif Wanita Terhadap Busana Kebaya di Kuta Selatan”** tepat pada waktunya.

Penulis tentu tidak bisa menyelesaikan skripsi ini tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis bermaksud menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.Ecom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D selaku Ketua Jurusan Administasi Bisnis Politeknik Negeri Bali sekaligus selaku Dosen Pembimbing I skripsi penulis yang telah memberikan masukan dan arahan selama masa bimbingan.
3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan arahan dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Ida Ayu Putri Widiasuari Riyasa, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II skripsi yang telah membimbing serta banyak memberikan arahan dan motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Aji selaku pemilik toko *Cahaya Abadi Collection* yang telah memberikan saya izin untuk menggunakan data penjualan kebaya pada toko beliau sebagai data sekunder dalam skripsi penulis.
6. Ibu Kadek Yuni Sri Paradita selaku pemilik toko *Pradita Attire* yang telah memberikan saya izin untuk menggunakan data penjualan kebaya pada toko beliau sebagai data sekunder dalam skripsi penulis.
7. Ibu Dewi Sulastri selaku pemilik toko *Tawon Fashion* yang telah memberikan saya izin untuk menggunakan data penjualan kebaya pada toko beliau sebagai data sekunder dalam skripsi penulis.
8. Keluarga dan teman-teman terdekat yang telah memberikan dukungan dan doa selama menyusun skripsi ini.

Penulis memohon maaf apabila masih ada kesalahan dalam skripsi ini, penulis sangat terbuka apabila ada kritik maupun saran terhadap skripsi ini. Penulis juga berharap penelitian ini ketika rampung nanti, dapat bermanfaat bagi banyak orang, terutama para mahasiswa yang selanjutnya akan melakukan penelitian di bidang yang sama maupun pembaca umum lainnya.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

Badung, 14 Juli 2024

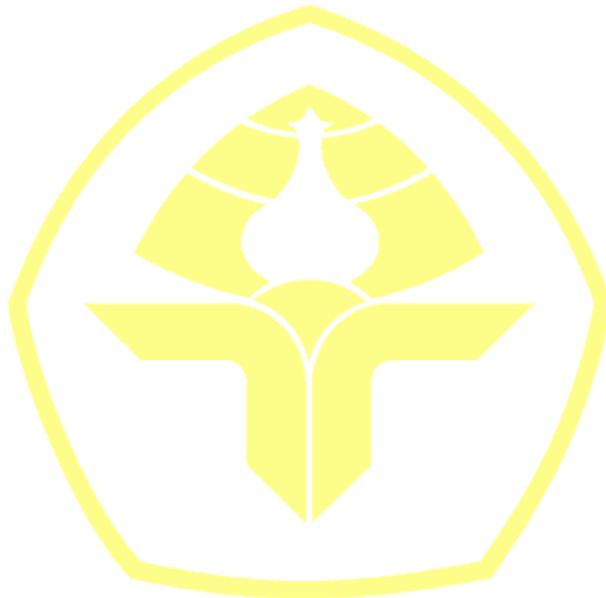
Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian.....	9
1.4.1 Kontribusi Bagi Peneliti	9
1.4.2 Kontribusi Bagi Perusahaan	10
1.4.3 Kontribusi Bagi Akademisi	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teoritis.....	12
2.1.1 Pengertian Fenomenologi.....	12

2.1.2	Perilaku Konsumen	13
2.1.3	Perilaku Konsumtif	20
2.2	Penelitian Terdahulu	22
2.3	Kerangka Teoritis	25
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Jenis Penelitian	26
3.2	Lokasi Penelitian.....	26
3.3	Jenis dan Sumber Data	26
3.3.1	Jenis Data.....	26
3.3.2	Sumber Data.....	28
3.4	Teknik Pengumpula Data	29
3.4.1	Wawancara.....	29
3.4.2	Observasi.....	30
3.4.3	Dokumentasi	30
3.5	Teknik Analisis Data	30
3.5.1	<i>Data Reduction</i> (Reduksi Data)	31
3.5.2	<i>Data Display</i> (Penyajian Data).....	31
3.5.3	Conclusion Drawing/Verifivation (Pendarikan Kesimpulan/ Verifikasi).....	32
BAB IV PEMBAHASAN		33
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	33
4.1.1	Gambaran Umum Cahaya Abadi <i>Collection</i>	33
4.1.2	Gambaran Umum Pradita <i>Attire</i>	38
4.1.3	Gambaran Umum Tawon <i>Fashion</i>	47
4.2	Hasil dan Pembahasan.....	54
4.2.1	Rekapitulasi Hasil Wawancara	54

4.2.2 Pembahasan.....	67
4.3 Implikasi Hasil Penelitian	82
4.3.1 Implikasi Teoritis.....	82
4.3.2 Implikasi Praktis	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Simpulan.....	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA.....	89



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

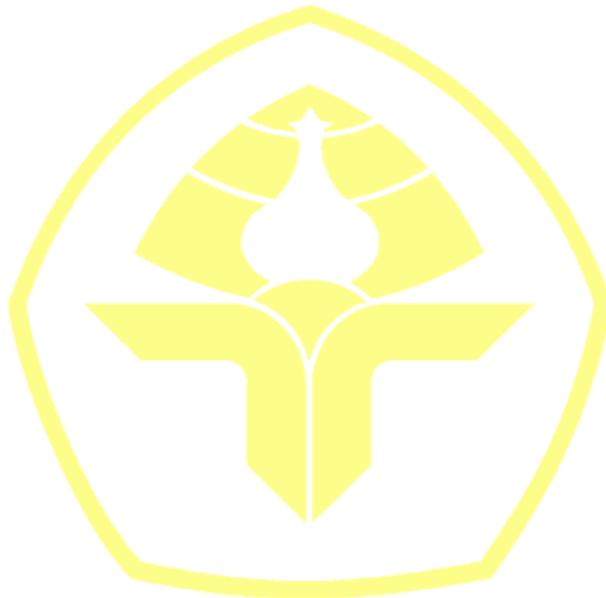
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Penjualan Kebaya Toko Kebaya di Kuta Selatan	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4. 1 Daftar Informan Penelitian.....	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Informan.....	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Informan Berdasarkan Generasi.....	54
Tabel 4. 4 Karakteristik Informan Berdasarkan Agama	56
Tabel 4. 5 Karakteristik Informan Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Jawaban Informan Terkait Intensitas Membeli Kebaya.	58
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Jawaban Informan Terkait Faktor yang Dipertimbangkan Ketika Membeli Kebaya	62
Tabel 4. 8 Matriks Indikator Perilaku Konsumtif	68

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

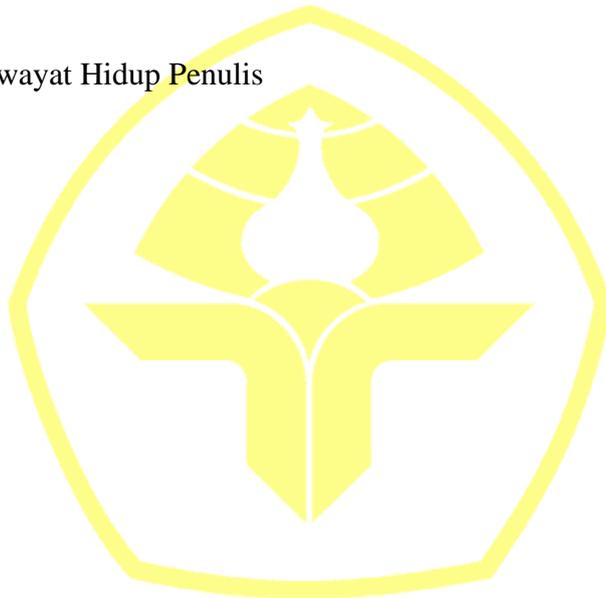
Gambar 2. 1 Kerangka Teoritis	25
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Cahaya Abadi Collection.....	37
Gambar 4. 2 Logo Pradita Attire	41
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Pradita Attire	45
Gambar 4. 4 Logo Tawon Fashion	49
Gambar 4. 5 Struktur Organisasi Tawon Fashion	52



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Formulir Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2: Formulir Perubahan Judul Skripsi
- Lampiran 3: Pertanyaan dan Hasil Wawancara
- Lampiran 4: Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 5: Luaran Penelitian
- Lampiran 6: Riwayat Hidup Penulis



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara yang masih kental akan budayanya. Dengan jumlah pulau sebanyak 17,508 pulau, tentu menjadikan Indonesia memiliki beragam kebudayaan. Bangsa Indonesia memiliki beraneka ragam suku bangsa, agama, budaya, serta adat istiadat (Wijayanti, 2019). Lebih lanjut, semua itu terlihat dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia seperti upacara adat, rumah adat, pakaian adat, nyanyian dan tarian adat daerah, alat musik, hingga makanan khas daerah. Kebudayaan diartikan sebagai nilai-nilai yang digunakan oleh masyarakat untuk memberikan arti dan tujuan pada kehidupan dan kebiasaan mereka (Syamsudin, 2020). Sementara itu, arus globalisasi tidak dipungkiri telah banyak memberikan perubahan pada dunia, termasuk Indonesia sendiri yang memiliki budaya adat yang kental. Globalisasi dimaknai sebagai suatu proses perubahan sosial berupa meningkatnya keterkaitan di antara masyarakat dengan elemen-elemennya yang terjadi oleh sebab dari transkulturasi serta berkembangnya teknologi di bidang komunikasi, informasi, dan transportasi (Fakrulloh & Wismulyani, 2018). Terlepas dari kuatnya arus globalisasi tersebut, namun ternyata banyak wilayah di Indonesia yang dapat ditemukan kekentalan budaya dan adat istiadatnya.

Salah satu yang paling menonjol dan menunjukkan ciri khas masing-masing budaya dan adat di Indonesia adalah pakaian adat mereka yang berbeda-beda antara satu pulau dengan pulau lainnya, atau suatu daerah tertentu dengan daerah lainnya. Pakaian adat mencakup semua perlengkapan yang dikenakan oleh seseorang dari suatu daerah tertentu, yang dapat merepresentasikan etos budaya masyarakatnya. (Halim, 2021). Lebih jauh, Halim menyebutkan bahwa pakaian adat berkembang dari bentuk paling sederhana menjadi lebih variatif dan kompleks seiring perkembangan zaman dan rasa estetika manusia. Walau saat ini sedang berada di era globalisasi yang mana semakin menarik masyarakat untuk bergaya *modern* dan mengikuti zaman, namun nyatanya masih banyak wilayah di Indonesia yang mana sering ditemukan penggunaan-penggunaan pakaian adat tradisionalnya di beberapa kesempatan atau hari tertentu.

Salah satu daerahnya yang terkenal akan budayanya adalah pulau yang sering dijuluki sebagai Pulau Dewata, yakni Pulau Bali. Bali dikenal sebagai pulau tujuan wisata yang sudah sangat mendunia. Pada tahun 2023, Bali dinobatkan menjadi destinasi wisata terpopuler peringkat dua di Dunia, di atas London, Roma, dan Paris pada *Travelers' Choice Award* (Hendriyani, 2023) Pengunjungnya datang dari berbagai belahan dunia, sehingga arus globalisasi juga sangat pesat berkembang di pulau ini. Terlepas dari itu, Bali masih menjadi salah satu daerah Indonesia yang budayanya tidak pudar walau sudah menjadi destinasi wisata terkenal. Selain dari keindahan alam dan banyaknya destinasi wisata yang dimiliki, budaya dan tradisinya pun menjadi hal yang

mampu menarik perhatian wisatawan (Fikriansyah, 2024). Kini, sebab dari adanya arus globalisasi juga, beberapa budaya ikut melalui proses perubahan tersebut, salah satunya adalah pakaian adat di Bali. Pakaian adat di Bali yang sering dipakai ketika adanya persembahyangan baik di rumah masing-masing maupun di pura ialah kebaya dan baju safari. Kebaya sendiri bukan hanya dipakai oleh masyarakat Bali, namun juga oleh beberapa penduduk di daerah Indonesia lainnya seperti di Pulau Jawa, namun memang pemakainya jauh lebih jarang dibandingkan di Bali yang cenderung sering memakai pakaian adat berupa kebaya, khususnya wanita.

Masyarakat Bali sejak tahun 2018 telah diwajibkan oleh pemerintah Bali untuk memakai pakaian adat Bali di setiap Hari Kamis dan di setiap hari raya atau hari suci tertentu. Dalam PERGUB Nomor 79 Tahun 2018, ditetapkan Hari Penggunaan Busana Adat Bali tersebut dengan tujuan salah satunya guna menjaga dan memelihara kelestarian busana adat Bali, dan hari yang diwajibkan itu diantaranya adalah setiap Hari Kamis, Purnama, Tilem, dan Hari Jadi Provinsi yang jatuh pada tanggal 14 Agustus. Oleh sebab itu, tingkat pemakaian pakaian adat di Bali sangat tinggi.

Membahas seputar busana, wanita cenderung gemar memberikan sentuhan yang segar pada busana yang mereka kenakan, sehingga ketika kebaya menjadi salah satu busana wajib setiap minggunya, banyak pelaku bisnis utamanya di bidang bisnis busana adat Bali menemukan peluang mereka yang lebih besar, sebab kini tingkat permintaan akan produk kebaya semakin tinggi dan terus-menerus terjadi. Permintaan yang tinggi terhadap busana

kebaya menunjukkan bahwa adanya sebuah perilaku dari konsumen yang muncul akibat tren atau fenomena baru, dalam hal ini timbul sebab dari adanya peraturan dari pemerintah yang mewajibkan penggunaan busana adat. Hal ini membuat para pelaku bisnis di bidang terkait tentunya berlomba-lomba memasarkan dan menjual produk busana kebaya mereka. Persaingan mulai dari mode, kualitas, hingga harga terlihat semakin ketat setiap tahunnya, mereka berusaha memperkuat eksistensinya di pasar baik secara *online* maupun *offline*.

Perilaku konsumen pada dasarnya menjelaskan bagaimana seseorang memutuskan untuk mengeluarkan uangnya, waktunya, dan tenaganya terhadap suatu produk yang pemasar tawarkan (Schiffman & Wisenblit, 2019). Menurut Chita et al. (2015), perilaku konsumtif adalah sebuah kecenderungan dalam diri manusia untuk melakukan konsumsi tanpa batas, manusia membeli sesuatu yang berlebihan atau tidak terencana. Perilaku semacam ini menimbulkan permintaan yang tinggi terhadap suatu produk dengan kecepatan perubahan selera yang harus diimbangi oleh para pelaku bisnis di bidang terkait.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013), kebutuhan manusia ialah sebuah ketidakberadaan beberapa kepuasan dasar, sedangkan keinginan ialah hasrat akan pemuas terhadap suatu kebutuhan yang spesifik, sehingga produsen tidak perlu menciptakan kebutuhan karena kebutuhan pada dasarnya telah melekat pada diri manusia, namun produsen akan memengaruhi keinginan manusia tersebut. Disinilah sesungguhnya adanya variasi dan inovasi-inovasi terkait

busana kebaya semakin lama berubah menjadi sebuah keinginan yang menimbulkan meningkatnya permintaan terhadap produk busana kebaya.

Cahaya Abadi *Collection*, Pradita *Attire*, dan Tawon *Fashion* adalah tiga dari sekian banyaknya toko kebaya yang tersebar di Kuta Selatan. Cahaya Abadi *Collection* baru berdiri pada penghujung tahun 2023 dan telah menunjukkan tingginya peminat pelanggan terhadap toko kebaya. Cahaya Abadi *Collection* terfokus menjual busana adat Bali, utamanya kebaya dan kamben wanita dan beberapa busana adat Bali untuk pria. Pradita *Attire* memiliki sedikit perbedaan, yakni menerima permintaan pembuatan busana kebaya perorangan ataupun kelompok, tidak hanya menjual busana kebaya yang siap pakai. Pemilik toko Pradita *Attire* baru aktif memakai nama tokonya sejak tahun 2023 dan membuka toko di daerah Ungasan, namun sudah berkecimpung di bidang tata busana sejak 2017 sembari melaksanakan pendidikannya. Tawon *Fashion* yang telah berdiri sejak 2013 ini memiliki konsep yang hampir mirip dengan Pradita *Attire*, yakni selain menjual kebaya siap pakai juga menerima permintaan pembuatan kebaya namun tidak perorangan melainkan dalam jumlah kelompok. Pemilik dari ketiga toko tersebut mengakui bahwa memang peminat busana kebaya semakin tahun semakin meningkat, tidak jarang juga ada yang bisa membeli lebih dari satu busana kebaya dalam satu kali proses pembelian. Selain menjual busana kebaya, ketiga toko tersebut menjual busana adat Bali dan perlengkapan penunjang busana adat Bali lainnya seperti kamben, kain kebaya, selendang, sandal, perhiasan, busana adat untuk pria, dan lainnya. Namun, terdapat pola

perilaku dimana konsumennya cenderung membeli busana kebaya lebih sering dan lebih banyak waktu yang singkat dari pembelian pertama ke pembelian selanjutnya dan permintaan terkait desain busana kebaya juga sangat cepat mengalami perubahan yang menimbulkan berlanjutnya pembelian-pembelian selanjutnya terhadap busana kebaya.

Tabel 1. 1 Data Jumlah Penjualan Kebaya Toko Kebaya di Kuta Selatan

2023-2024	Penjualan Busana Kebaya Dalam Pcs		
	Cahaya Abadi Collection	Pradita Attire	Tawon Fashion
June	toko belum buka	162	113
July		117	98
August		105	104
September		132	121
October		178	145
November		154	107
December	283	169	129
January	303	120	92
February	384	110	116
March	337	144	144
April	266	161	136
May	279	129	109
Total (pcs)	1852	1681	1414

Sumber: Cahaya Abadi *Collection*, Pradita *Attire*, Tawon *Fashion*

Berdasarkan pada Tabel 1.1, dapat dilihat adanya tren yang mencerminkan perilaku konsumtif wanita terhadap busana kebaya di Kuta Selatan. Pada tahun 2023-2024, Cahaya Abadi Collection mencatat total penjualan sebanyak 1.853 pcs, Praditta Attire mencapai 1.681 pcs, dan Tawon Fashion sebanyak 1.414 pcs. Penjualan tertinggi terlihat pada bulan Desember 2023 hingga Maret 2024, dengan Cahaya Abadi Collection mencapai puncaknya pada

Februari 2024 sebanyak 384 pcs, Pradita Attire pada bulan Desember 2023 sebanyak 169 pcs, dan Tawon Fashion juga mencatat penjualan tertinggi pada Desember 2023 dengan 129 pcs. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan permintaan yang signifikan selama periode tersebut, yang dapat dihubungkan dengan meningkatnya kebutuhan busana kebaya untuk acara khusus, seperti hari raya dan upacara adat. Selain itu, peningkatan penjualan pada bulan-bulan tertentu di luar hari raya menunjukkan adanya pola konsumsi yang tidak hanya berdasarkan kebutuhan tetapi juga dorongan lain seperti menjaga penampilan dan status sosial.

Fenomenologi berakar pada filsafat dan psikologi, dengan penekanan pada pengalaman subjektif individu. Studi ini berusaha memahami esensi dari suatu fenomena sebagaimana dialami dari perspektif mereka yang telah mengalaminya (Lindzon, 2021). Fenomenologi seperti yang disebutkan oleh Hadi et al. (2021) ialah merupakan sebuah studi mengenai pengetahuan yang asalnyaa dari kesadaran, atau cara manusia memahami suatu objek maupun peristiwa dengan mengalaminya secara sadar. Menurut Barnawi dan Darojat (2018) fenomenologi adalah suatu aliran yang membahas mengenai *fenomenon* atau segala hal yang menampakkan dirinya. Lebih jauh, Barnawi dan Darojat mengatakan bahwa fenomenologi adalah sebuah pendekatan penelitian yang bersifat perspektif *emic*, yang artinya penelitian tersebut menggunakan perspektif atas dasar apa yang peneliti lihat dan peneliti dapatkan dari fakta fenomena nyata yang ditelitinya. Fenomena adalah suatu peristiwa atau fakta yang dapat diamati, maka dari uraian permasalahan yang

telah disampaikan, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian pada konsumen busana kebaya utamanya wanita, yang berdomisili di Kuta Selatan dan telah melakukan pembelian kebaya pada toko-toko kebaya di Kuta Selatan untuk mengetahui gambaran perilaku konsumtif dari pelanggan wanita terhadap busana kebaya berdasarkan indikator perilaku konsumtif, serta apa saja yang mendasari pengambilan keputusan pembelian mereka, yang mana juga nantinya akan dijadikan sebagai acuan bagi pemilik toko-toko kebaya di Kuta Selatan dan daerah lainnya di Bali untuk memasarkan produknya lebih baik dan bijak lagi sehingga dapat terus bersaing di pasaran dengan banyaknya kompetitor. Dengan itu, penulis hendak mengangkatnya dalam penelitian yang berjudul **“Studi Fenomenologi: Perilaku Konsumtif Wanita Terhadap Busana Kebaya di Kuta Selatan”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

- a. Bagaimanakah gambaran perilaku konsumtif pelanggan wanita terhadap busana kebaya?
- b. Bagaimanakah pengambilan keputusan pembelian busana kebaya oleh pelanggan wanita pada toko-toko kebaya di Kuta Selatan?
- c. Bagaimanakah perbedaan minat terhadap desain busana kebaya berdasarkan perbedaan usia pelanggan wanita di Kuta Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Ada pula tujuan yang hendak peneliti capai dari dilakukannya penelitian ini ialah diantaranya:

- a. Untuk mengetahui bagaimana gambaran perilaku konsumtif pelanggan wanita terhadap busana kebaya di Kuta Selatan
- b. Untuk mengetahui bagaimana pengambilan keputusan pembelian busana kebaya oleh pelanggan wanita pada toko-toko kebaya di Kuta Selatan
- c. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan minat terhadap desain busana kebaya berdasarkan perbedaan usia pelanggan wanita di Kuta Selatan

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

Penelitian terkait fenomena perilaku konsumtif wanita terhadap busana kebaya di Kuta Selatan penting dilakukan untuk kemudian hasil penelitiannya dapat menjadi acuan dan wawasan bagi pebisnis di bidang terkait, tidak hanya pada industri kebaya saja, namun juga pada industri busana secara keseluruhan untuk lebih mengetahui strategi pemasaran yang tepat mengikuti bagaimana perilaku konsumen mereka. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini akan membawa berbagai manfaat, di antaranya sebagai berikut:

1.4.1 Kontribusi Bagi Peneliti

Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis diharapkan mampu menggali wawasan lebih dalam lagi mengenai fenomena perilaku konsumtif dalam konteks budaya dan *fashion* di Bali. Penelitian ini juga merupakan sarana bagi penulis dalam mengimplementasikan berbagai

ilmu yang dipelajari selama mengampu pendidikan di Politeknik Negeri Bali.

1.4.2 Kontribusi Bagi Perusahaan

Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana perilaku konsumtif wanita terhadap busana kebaya di Kuta Selatan. Hasil temuan dari proses analisis ini nantinya, akan memberikan wawasan yang berharga bagi para pelaku bisnis dalam industri fashion mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan informasi ini, bisnis dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan produk yang lebih sesuai dengan keinginan konsumen.

Kontribusi Bagi Akademisi

1.4.3 Kontribusi Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat digunakan oleh akademisi dalam mengembangkan teori pembelajaran yang akan diterapkan pada proses belajar sehingga memiliki wawasan mengenai perilaku konsumtif dalam konteks budaya lokal. Dengan demikian, berbagai strategi pengembangan industri fashion yang tepat dapat dipelajari untuk memperdalam wawasan akademisi akan perilaku konsumen dan pemasaran produk budaya. Selain itu, luaran penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti lainnya serta membantu kemajuan dari disiplin ilmu manajemen bisnis dan budaya.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian. Bagian ini memberikan gambaran tentang alasan pentingnya penelitian dilakukan dan permasalahan yang ingin dipecahkan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian, serta kerangka konsep yang menjelaskan alur pikir penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum subjek atau lokasi penelitian, hasil penelitian yang diperoleh dari analisis data, serta pembahasan temuan-temuan penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya. Bab ini juga memberikan saran yang berguna untuk penelitian selanjutnya atau bagi pihak-pihak yang terkait.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berlandaskan pada hasil pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Wanita di Kuta Selatan cenderung memiliki perilaku konsumtif yang tinggi karena menunjukkan berbagai ciri-ciri perilaku konsumtif dan sesuai dengan indikator yang digunakan untuk mengukur perilaku konsumtif tersebut seperti intensitas pembelian yang tinggi dalam waktu dekat, lalu membeli kebaya karena mempertahankan status sosial, membeli kebaya karena memberi rasa gengsi bila menggunakan desain kebaya sesuai tren terkini, dan memiliki sikap impulsif *buying* saat melihat ada model dan desain kebaya yang menarik, cepat memutuskan untuk membeli ketika ada promo atau potongan harga, serta lebih melakukan pembelian atas dasar keinginan dan kepuasan diri dibandingkan dengan kebutuhan.
2. Keputusan pembelian busana kebaya oleh pelanggan wanita pada toko-toko kebaya di Kuta Selatan disebabkan oleh faktor kualitas produk kebaya, desain kebaya yang selalu mengikuti zaman (*up to date*),

3. kemudian adanya harga terjangkau, adanya promo atau potongan harga yang diberikan. Terdapat perbedaan minat terhadap desain busana kebaya berdasarkan perbedaan usia pelanggan wanita di Kuta Selatan. Hasil menunjukkan Generasi X dan Y memiliki minat beli terhadap desain busana kebaya yang cenderung lebih rendah dibandingkan Generasi Z. Hal ini disebabkan karena wanita Generasi X dan Y cenderung lebih memutuskan pembelian berdasarkan kebutuhan dan kualitas kebaya. Selain itu Generasi X dan Y juga memiliki preferensi terhadap desain kebaya yang sedikit berbeda dari Generasi Z, yang mana Generasi X dan Y lebih mementingkan kebaya yang nyaman dipakai, seperti pas di badan namun tidak *press body*. Berbeda dengan Generasi Z yang sangat gemar dengan kebaya yang *press body*. Desain lainnya seperti desain tangan kebaya cukup bervariasi berdasarkan preferensi masing-masing, namun rata-rata dari seluruh generasi tersebut memiliki kesamaan pada preferensi mereka terhadap kebaya dengan lengan panjang.

5.2 Saran

Mengacu dari simpulan dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya maka dapat diberikan beberapa saran yaitu:

1. Bagi Cahaya Abadi *Collection*

Cahaya Abadi *Collection* sebaiknya meningkatkan kehadiran mereka di *platform e-commerce*, mengingat kecenderungan pelanggan generasi X dan Y yang lebih suka melakukan pembelian secara *online*

dan sering memutuskan melakukan pembelian setelah melihat etalase di sosial media. Selain itu, aktif di media sosial, terutama *Instagram*, dengan menampilkan model desain kebaya yang menarik dan mengikuti tren terbaru akan sangat membantu. Penggunaan fitur *Instagram Shopping* serta konten interaktif seperti *IG Live* dan *Stories* dapat menarik perhatian dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

2. Bagi Pradita Attire

Pradita Attire perlu melakukan segmentasi pemasaran yang lebih spesifik, memahami bahwa pelanggan dari generasi X dan Y memiliki preferensi yang berbeda. Kampanye iklan yang terarah dan personalisasi konten pemasaran untuk setiap kelompok usia dapat meningkatkan efektivitas pemasaran. Selain itu, Pradita Attire bisa menggandeng *influencer* atau *selebgram* yang sesuai dengan target pasar untuk meningkatkan visibilitas produk. Mengadakan kolaborasi eksklusif atau *giveaway* di Instagram akan sangat bermanfaat untuk meningkatkan *engagement* dan jangkauan pasar.

3. Bagi Tawon Fashion

Tawon Fashion sebaiknya fokus pada peningkatan kualitas layanan pelanggan secara *online*. Menyesuaikan desain kebaya dengan tren *fashion* terbaru serta memperhatikan umpan balik pelanggan juga sangat penting. Mengadakan *survey online* secara berkala untuk

mengetahui preferensi pelanggan dan terus berinovasi dalam produk yang ditawarkan akan membantu Tawon *Fashion* tetap relevan dan menarik di mata pelanggan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

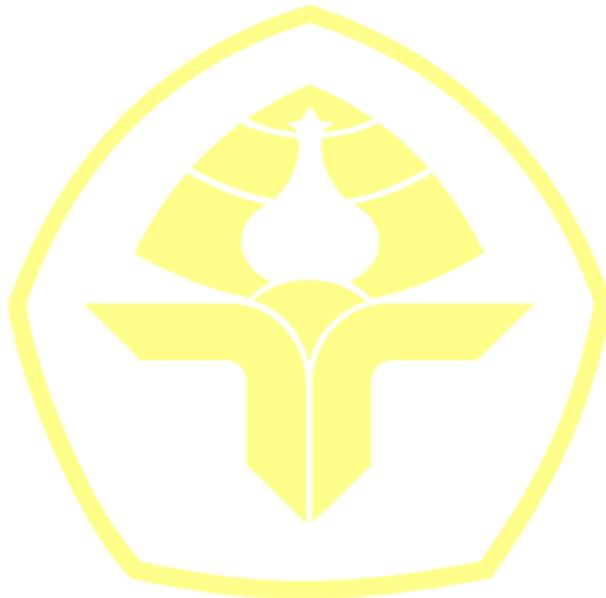
- a. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah informan dari pihak Toko Busana Kebaya agar memiliki sudut pandang yang berbeda dan dapat memperoleh gambaran yang lebih kompleks terkait perilaku konsumtif pelanggan kebaya
- b. Terdapat beberapa keterbatasan penelitian ini seperti jumlah informan yang masih kurang memadai, usia informan yang belum dapat mewakili generation X dan Y secara lebih proporsional, serta masih belum tergalinya faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya perilaku konsumtif itu sendiri. Oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah informan dengan komposisi yang lebih merata dari sisi usia agar dapat mewakili generation X dan Y, serta dapat diteliti berbagai faktor penyebab ataupun yang dapat mempengaruhi terbentuknya perilaku konsumtif, baik melalui metode kuantitatif maupun kualitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 17. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6712>
- Barnawi, & Darajat, J. (2018). *Penelitian Fenomenologi Pendidikan* (N. Hidayah, Ed.). ARR-RUZZ Media.
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. In *Jurnal e-Biomedik (eBm)* (Vol. 3, Issue 1). <https://doi.org/10.35790/ebm.v3i1.7124>
- Derivanti, A. Des, Wahidin, D. W., & Desty, M. W. (2022). Studi Fenomenologi: Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Skincare Melalui Media Platform Digital di Era Covid-19. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(9), 1617–1628. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i9.204>
- Fakrulloh, Z. A., & Wismulyani, E. (2018). *Globalisasi dan Masalah Kependudukan* (I. R. Ernawati, Ed.). Cempaka Putih.
- Fikriansyah, I. (2024, February 1). 10 Kebiasaan Warga Bali yang Bikin Turis Betah Berlama-lama. *DetikBali.Com*, 1. <https://www.detik.com/bali/budaya/d-7170833/10-kebiasaan-warga-bali-yang-bikin-turis-betah-berlama-lama>
- Hadi, A., Asrori, & Rusman. (2021). *Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*. CV. Pena Persana.
- Halim, A. M. (2021). *Pakaian Adat Nusantara* (Nurika, Ed.). Multi Kreasi Satudelapan.
- Harisnanda, R., Setiawan, W., & Sudarmanti, R. (2023). Fenomenologi Minat Pembelian Tiket Konser Pasca Pandemi: War Ticket Konser Coldplay Jakarta Tahun 2023 Phenomenology of Post-Concert Ticket Purchase Interest Pandemi: Jakarta Coldplay Concert War Tickets In 2023. *Sibatik Journal / Volume*, 2(9). <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i9.1329>
- Hendriyani, I. G. A. D. (2023). Siaran Pers: Bali Masuk 10 Destinasi Terpopuler Dunia Versi TripAdvisor Ungguli London dan Paris. *Kemenparekraf.Go.Id*. <https://www.kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/siaran-pers-bali-masuk-10-destinasi-terpopuler-dunia-versi-tripadvisor-ungguli-london-dan-paris>

- Hidayati, D.N.R., & Puspita, S.S. (2023). Perilaku Konsumtif Masyarakat Urban Dalam Fenomena Jastip (Studi Fenomenologi Pelanggan Perempuan Pada Layanan Jasa Titip Produk Fast Fashion). *The Commercium*, 7(2), 203-211.
- Idris, D. L. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Uin Mataram Pada Tren Fashion (Pakaian). *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(6), 638-647. <https://doi.org/10.36418/jii.v1i6.114>
- Isnawati, S. I., & Purwanto, A. (2022). Generation Z Buying Behaviour Analysis of Retail Business Opportunities. In *Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 2, Issue 2). <http://jibaku.unw.ac.id>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, 17th Global Edition*. Pearson
- Lindzon, B. (2021). *Tren Forecasting and Consumer Behaviour* [Toronto Metropolitan University]. <https://doi.org/https://doi.org/10.32920/23979294.v1>
- Park, D. (2023). *Phenomenological Study on Veteran Resource Center (VRC) in California Community Colleges* [Chapman University]. <https://doi.org/10.36837/chapman.000513>
- Pemerintah Provinsi Bali. (2018). *Peraturan Gubernur tentang Hari Penggunaan Busana Adat Bali (Pergub No. 79 Tahun 2018)*. https://jdih.baliprov.go.id/pergub_no_79_tahun_2018.pdf
- Permatasari, A. (2018). *Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Busana Secara Online (Survey pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)*. Sarjana thesis, Universitas Negeri Jakarta. <http://repository.unj.ac.id/id/eprint/193>
- Rasyid, A. (2019). *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi*, 5(2), 172-186. <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/yurisprudencia>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen* (Nikoemus WK, Ed.). C.V ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*. Pearson
- Siregar, N. S. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pakaian Bermerek Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area*. Universitas Medan Area. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/16206>
- Solomon, M. R. (2019). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta

- Syamsudin. (2020). *Ideas of Cultural Reform in Sinclair Lewis' Main Street*. UIN-Maliki Press.
- Wati, E. P., Wantu, T., & Botutihe, S. N. (2022). *Deskripsi Perilaku Konsumtif Siswa Kelas IX SMP Negeri 3 Gorontalo*. 2(1), 30–38. <https://doi.org/10.37411/sjgc.v2i1.1342>
- Wijayanti, D. (2019). *Ensiklopedia Kebudayaan Indonesia*. Desa Pustaka Indonesia.
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 37. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI