

ANALISIS FAKTOR PENDORONG MINAT MASYARAKAT TERHADAP PEMAKAIAN BATIK DALAM UPAYA PELESTARIAN BATIK PATI

Muchlison Anis*, Avida Hanif Indriyagandhi

^{1,2}Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Surakarta
Jl. A Yani Tromol Pos I Pabelan, Surakarta.

*Email: muclion.anis@gmail.com

Abstrak

Batik merupakan warisan budaya Indonesia yang harus dilestarikan dan batik merupakan suatu kesatuan teknik, serta pengembangan motif dan budaya yang terkait. Pengakuan dari UNESCO terhadap batik memicu respon masyarakat Kabupaten Pati tepatnya di Kecamatan Juwana untuk mengembangkan batik. Saat ini Pemerintah Kabupaten Pati mewajibkan Aparatur Sipil Negara (ASN) mengenakan Batik Bakaran, namun masih banyak ASN yang belum menggunakan Batik Bakaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang model struktur faktor pendorong minat masyarakat terhadap pemakaian batik dalam upaya pelestarian Batik Pati. Metode yang digunakan yaitu dan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu Faktor Pribadi, Faktor Lingkungan Sosial, Faktor Budaya dan Faktor Tingkat Pemahaman sebagai variabel laten eksogen (independen). Variabel Minat Pemakaian berperan sebagai variabel eksogen (independen) dan endogen (dependen) serta Upaya Pelestarian Budaya sebagai variabel endogen (dependen). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Minat Pemakaian dipengaruhi oleh Faktor Pribadi, Faktor Budaya, Faktor Tingkat Pemahaman, sedangkan Upaya Pelestarian Budaya dipengaruhi oleh Faktor Pribadi dan Faktor Budaya serta Minat Pemakaian berpengaruh terhadap Upaya Pelestarian Budaya.

Kata kunci: Batik Pati, Minat Pemakaian dan Pelestarian Budaya.

1. PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan negara yang kaya akan warisan budaya (Sari *et al.*, 2019). Salah satunya seni kerajinan tradisional yang khas serta menjadi identitas dan kebangsaan nasional yang memiliki nilai budaya adiluhung yaitu batik (Sugiarti, 2011). Batik adalah warisan budaya Indonesia yang harus dilestarikan dan batik merupakan keseluruhan teknik atau proses (Saraswati, 2016). Proses tersebut dimulai dari penggambaran motif hingga *plorodan*, proses pembuatan motif yang masih tradisional yaitu menggunakan canting dan malam menjadi ciri khas dari batik (Taufiqoh *et al.*, 2018) dan juga yang membedakan batik Indonesia dengan batik yang dihasilkan oleh negara lain (Sugiarti, 2011).

Pada tanggal 2 Oktober 2009, batik telah diakui sebagai warisan budaya dunia (*world heritage*) dan dimasukkan ke dalam Daftar Representatif sebagai Budaya Tak-Benda Warisan Manusia (*Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity*) yang ditetapkan oleh UNESCO, sehingga kita sebagai bangsa Indonesia perlu bangga dengan adanya batik (Sugiarti, 2011). Seiring perkembangan zaman dan ilmu pengetahuan, membawa pengaruh besar dalam proses pembuatan batik. Proses pembuatan batik yang menggunakan canting berisi malam, kini berubah dengan menggunakan mesin cetak. Dalam perkembangannya, batik yang dihasilkan oleh mesin cetak bukanlah kain batik, namun tekstil bermotif batik yang biasanya disebut dengan batik *printing*. Cina merupakan salah satu negara yang juga memproduksi batik, meskipun baru sedikit mempelajari motif batik Indonesia, tetapi negara tersebut sudah dapat memproduksi batik secara massal. Batik Indonesia butuh perlindungan ekstra dari berbagai upaya klaim dari negara lain, pencurian motif dan maraknya batik *printing* (Sari *et al.*, 2019).

Batik merupakan bagian dari kebudayaan yang sudah menjadi keseharian masyarakat Indonesia yang tidak bisa dipisahkan (Fitri, 2013). Beberapa tahun silam batik masih identik dengan pakaian khas orang tua yang tradisional dan kuno. Tetapi saat ini batik menjadi produk yang bisa dikonsumsi oleh semua kalangan, baik dari kalangan pria, wanita, tua, muda bahkan anak-anak (Marwati, 2016). Namun sebagian orang awam akan sulit membedakan pakaian antara tekstil bermotif batik, batik tulis dan batik cap. Konsumen pembeli tekstil bermotif jumlahnya

sangat besar hal ini dikarenakan harganya yang murah, warna dan motifnya menarik, serta minimnya informasi konsumen tentang jenis-jenis batik (Sari *et al.*, 2019).

Salah satu daerah penghasil batik di Provinsi Jawa Tengah, yaitu Kabupaten Pati lebih tepatnya di Kecamatan Juwana. Pemicu respon dari masyarakat untuk melestarikan keberadaan batik dimulai dengan adanya pengakuan yang didapat dari UNESCO terhadap batik sebagai warisan budaya (Triningsih, 2018). Kabupaten Pati memiliki batik khas yang berada di Desa Bakaran Wetan dan Bakaran Kulon Kecamatan Juwana. Masyarakat setempat menyebutnya Batik Bakaran (Suyikno dan Suharso, 2016). Pemerintah Kabupaten Pati menginstruksikan kepada Aparatur Sipil Negara (ASN) untuk menggunakan Batik Bakaran dalam upaya melestarikan Batik Bakaran serta mendorong produktivitas pengrajin Batik Bakaran. Hal tersebut juga dilakukan dalam upaya untuk memperkenalkan Batik Pati kepada masyarakat di luar Pati. Namun, masih banyak pegawai yang masih mengenakan batik dari luar Pati (Pos Jateng, 2019). Hal tersebut menunjukkan bahwa kurangnya minat masyarakat terhadap Batik Pati.

Penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2016) tentang pengaruh minat remaja dalam pemakaian batik terhadap pelestarian Batik Kudus yang menjelaskan bahwa remaja tidak begitu suka memakai batik karena dalam pandangannya batik merupakan *trend* pada jaman orang tua mereka dulu, dan Putriana (2015) menyebutkan bahwa secara konsep minat masyarakat dalam pemakaian batik adalah perubahan untuk melestarikan batik. Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui minat masyarakat Pati terhadap Batik Pati dalam upaya untuk melestarikan Batik Pati. Penelitian ini berfokus pada *fashion* Batik Pati serta responden yang dan berfokus pada masyarakat yang bertempat tinggal di Pati, karakteristik responden yang dipilih yaitu masyarakat yang mengetahui tentang Batik Pati.

2. METODE PENELITIAN

Structural Equation Model (SEM) merupakan metode analisis statistik untuk membuat model yang dapat menjelaskan hubungan antar variabel-variabel. Variabel-variabel tersebut baru bisa diukur dengan sejumlah indikator (variabel *mainfes*) dan hubungan diantara keduanya, serta antar variabel laten memunculkan model yang membutuhkan alat analisis lanjutan untuk menyelesaikannya. SEM adalah gabungan dari analisis faktor dan analisis regresi (Ginting, 2009). SEM mempunyai fleksibilitas yang tinggi dan memungkinkan peneliti untuk menghubungkan antara teori dengan data penelitian (Latan, 2013). Umumnya terdapat dua tipe SEM yang dikenal secara luas (Fornell dan Bookstein, 1981) yaitu *Covariance Based Structural Modeling* (CB-SEM) dan *Partial Least Squares Path Modeling* (PLS-SEM) yang sering disebut *variance* atau *component based structural equation modeling*. PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* dan sering diebut juga sebagai *soft modeling* karena meniadakan asumsi-asumsi OLS (*Ordinary Least Squares*) regresi, seperti data harus normal secara multivariate dan tidak adanya problem multikolonieritas antar variabel eksogen (Wold, 1985). PLS-SEM bertujuan untuk menguji hubungan prediktif antar konstruk dengan melihat apakah ada hubungan atau pengaruh antar konstruk tersebut. PLS-SEM juga metode SEM berbasis varian yang didesai untuk menyelesaikan persoalan yang tidak dapat dilakukan oleh CB-SEM. *Software* yang digunakan untuk menganalisis PLS-SEM salah satunya adalah SmartPLS 3.0 yang mana jumlah sampel yang dibutuhkan dalam analisis relatif kecil dan datanya tidak harus berdistribusi normal.

Penelitian ini menggunakan faktor pribadi, faktor lingkungan sosial, faktor budaya, faktor tingkat pemahaman, minat pemakaian dan upaya pelestarian budaya.

2.1 Faktor Pribadi

Minat merupakan contoh faktor pribadi yang kecenderungan perhatiannya besar terhadap sesuatu, sehingga terbentuk suatu perasaan yang senang dan sikap positif (Soraya, 2015). Menurut teori dari Kotler (1965) tentang sikap perilaku manusia dipengaruhi oleh diri individu, hal ini diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2016) dimana minat pemakaian batik dipengaruhi oleh diri individu, beberapa peneliti juga mengatakan bahwa faktor pribadi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pemakaian (Kumar *et al.*, 2009; Niinimaki, 2010; Kang *et al.*, 2013; O'Cass dan Muller, 2015; Cham *et al.*, 2018).

2.2 Faktor Lingkungan Sosial

Lingkungan dibagi menjadi dua bagian yaitu lingkungan fisik berupa alat misalnya keadaan tanah, sedangkan yang kedua yaitu lingkungan sosial yaitu lingkungan masyarakat dimana lingkungan ini terdapat interaksi antara individu yang satu dengan yang lainnya (Suharyat, 2009). Lingkungan memiliki pengaruh yang langsung pada selera dan pendapat seseorang, hal ini seperti keluarga, teman dekat, tetangga, sesama pekerja dan sebagainya (Kotler, 1965). Lingkungan sosial juga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan (Wiederhold dan Martinez, 2015). Lingkungan sosial merupakan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi minat dalam pemakaian batik (Putriana, 2015 dan Handayani, 2016). Hubungan antara faktor lingkungan sosial dengan minat memakai didukung dengan penelitian lain seperti (Rani, 2014) serta (Wiederhold dan Martinez, 2015).

2.3 Faktor Budaya

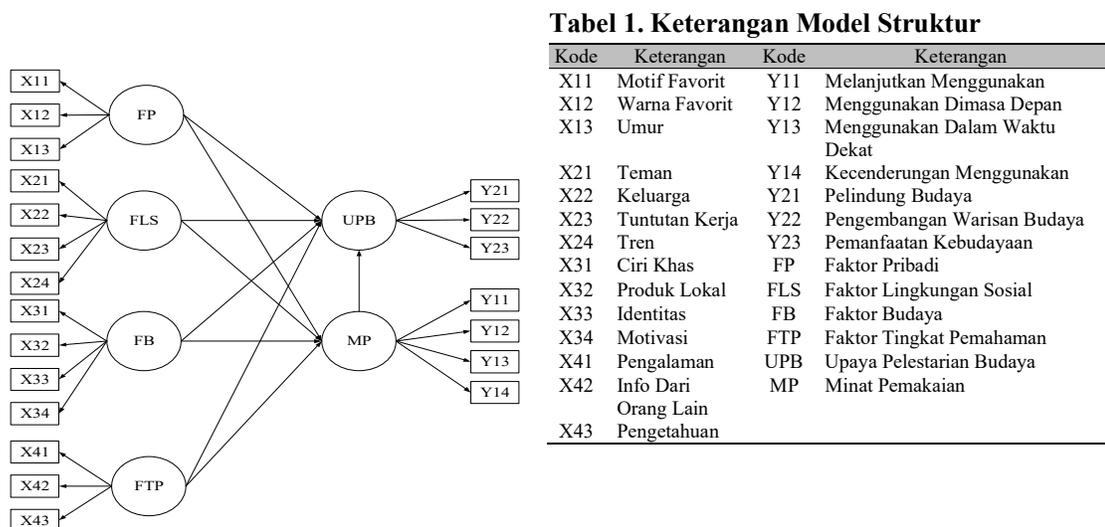
Kebudayaan atau budaya merupakan sebuah sistem yang terbentuk dari perilaku maupun pikiran yang berkaitan dengan adanya gerakan dari masyarakat (Pratama, 2014). Menurut Wiederhold dan Martinez (2015) budaya juga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan, dan salah satu sikap dan perilaku manusia dipengaruhi oleh faktor budaya (Kotler, 1965; Gajjar, 2013; Rani, 2014).

2.4 Faktor Tingkat Pemahaman

Saat ini, tingkat pemahaman masyarakat tentang batik perlu ditingkatkan, karena banyak yang belum paham mengenai batik (Kompas, 2017). Hal tersebut disebabkan karena beberapa masyarakat masih sulit membedakan antara batik tulis, batik cap dan batik *printing*, sehingga masyarakat cenderung untuk memilih batik *printing* yang lebih murah (Kurniasih, 2018). Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh faktor tingkat pemahaman terhadap minat pemakaian batik. Penelitian ini melakukan pendekatan terhadap penelitian yang sudah dilakukan oleh Vhistika (2017) dan Kurniawati *et al* (2018), hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat pemahaman terhadap minat menggunakan suatu produk.

2.5 Faktor Pelestarian Budaya

Pelestarian budaya bertujuan untuk penguat agar budaya tersebut tidak hilang (Pratama, 2014). Berdasarkan penelitian dari Handayani (2016) terdapat pengaruh yang signifikan antara minat dalam pemakaian batik terhadap minat pelestarian. Berdasarkan teori dari penelitian sebelumnya serta kondisi yang sesungguhnya, peneliti membuat pengembangan model struktural seperti pada gambar 1.



Gambar 1. Model Struktural

Pada Gambar 1 menunjukkan model struktural yang digunakan pada penelitian ini. Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu Faktor Pribadi, Faktor Lingkungan Sosial, Faktor Budaya

dan Faktor Tingkat Pemahaman sebagai variabel laten eksogen (independen). Variabel Minat Memakai berperan sebagai variabel eksogen (independen) dan endogen (dependen) serta Upaya Pelestarian Budaya sebagai variabel endogen (dependen).

Berdasarkan model struktural seperti pada gambar 1, maka hipotesis yang sesuai dengan model struktur tersebut adalah sebagai berikut:

H₁: Faktor Pribadi berpengaruh signifikan terhadap Minat Pemakaian.

H₂: Faktor Lingkungan Sosial berpengaruh signifikan terhadap Minat Pemakaian.

H₃: Faktor Budaya berpengaruh signifikan terhadap Minat Pemakaian.

H₄: Faktor Tingkat Pemahaman berpengaruh signifikan terhadap Minat Pemakaian.

H₅: Faktor Pribadi berpengaruh signifikan terhadap Upaya Pelestarian Budaya.

H₆: Faktor Lingkungan Sosial berpengaruh signifikan terhadap Upaya Pelestarian Budaya.

H₇: Faktor Budaya berpengaruh signifikan terhadap Upaya Pelestarian Budaya.

H₈: Faktor Tingkat Pemahaman berpengaruh signifikan terhadap Upaya Pelestarian Budaya.

H₉: Faktor Minat Pemakaian berpengaruh signifikan terhadap Upaya Pelestarian.

Objek yang diambil dari penelitian ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di Kabupaten Pati, Jawa Tengah dengan kriteria responden yang digunakan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan karakteristik utama responden untuk keberlanjutan pengisian kuesioner yaitu masyarakat yang mengetahui Batik Pati dan bertempat tinggal di Pati. Pada penelitian ini model kuesioner yang digunakan adalah skala *likert* yang terdiri dari 5 pilihan jawaban, yaitu: Sangat Setuju (bobot = 5), Setuju (bobot = 4), Ragu-ragu (bobot = 3), Tidak Setuju (bobot = 2), dan Sangat Tidak Setuju (bobot = 1) (Pujihastuti, 2010).

PLS-SEM tidak menuntut sampel dalam jumlah banyak, namun menurut Chin (1998) jumlah sampel dapat dihitung dengan cara sepuluh kali jumlah variabel endogen dalam model. Dalam penelitian ini jumlah variabel endogen sebanyak 5 variabel, sehingga minimum jumlah responden dalam penelitian ini adalah 50 sampel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan kriteria tertentu (Farrugia, 2019). Pada penelitian ini didapatkan responden sebanyak 171, namun responden yang memenuhi kriteria sebanyak 158 yang akan digunakan dalam pengolahan data.

Data yang diperoleh dari hasil kuesioner kemudian diolah dengan bantuan *software Excel* setelah itu dilakukan evaluasi model dengan bantuan *software SmartPLS 3.0*. Terdapat dua pemodelan dalam *Path Model PLS* yaitu *Outer Model* dan *Inner Model*.

2.5.1 Outer Model

Outer Model atau pengukuran merupakan model yang menghubungkan variabel laten dengan indikatornya. Cara yang digunakan untuk melakukan pengukuran model melalui analisis faktor konfirmatori adalah dengan menguji validitas *convergent*, *discriminant* serta uji reliabilitas. *Rule of Thumb* yang biasanya digunakan untuk melihat validitas *convergen* yaitu nilai *loading factor* harus $> 0,7$ untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan $0,6 - 0,7$ masih diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory*, serta nilai *Average Variance Extracted* (AVE) harus lebih dari $0,5$ (Chin, 1998). Untuk menguji validitas *discriminant* dengan indikator reflektif yaitu dengan melihat nilai *cross loading* setiap variabel harus $> 0,7$. Selain uji reliabilitas, pengukuran model juga dilakukan untuk menguji reliabilitas suatu konstruk. Terdapat dua cara untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, namun lebih disarankan untuk menggunakan *Composite Reliability* karena *Cronbach' Alpha* lebih cenderung *under estimate* (memberikan nilai yang lebih rendah). *Composite Reliability* harus $> 0,7$ untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan $0,6 - 0,7$ masih diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory*.

2.5.2 Inner Model

Inner Model atau model struktural merupakan model yang menghubungkan setiap variabel laten dalam model. Terdapat dua hal yang harus dilakukan dalam pengujian *inner model* yaitu: pengujian *R-Square* dan Pengujian Hipotesis. Nilai *R-Square* $0,67$; $0,33$; $0,19$ menunjukkan model kuat, moderate dan lemah (Chin, 1998). Selanjutnya evaluasi model dengan melihat nilai signifikansi untuk mengetahui pengaruh antar variabel melalui prosedur *Jackknifing* atau *Bootstrapping*. Program *SmartPLS 3.0* hanya menyediakan metode *bootstrapping*. Nilai signifikansi yang digunakan (two-tailed) sebesar 5% sehingga nilai t-value sebesar $1,96$ (Ghozali dan Latan, 2015).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pengujian Validitas Data pada Outer Model

3.1.1 Pengujian Validitas Data dengan Convergent Validity

Convergent validity digunakan untuk mengukur sejauh mana indikator saling berkorelasi positif dalam variabel laten yang sama. Hasil pengujian *convergent validity* dengan *outer loading* dapat dilihat pada Tabel 2 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada Tabel 4.

Tabel 2. Hasil Pengujian Convergent Validity dengan Outer Loading

Indikator	Model Awal		Hasil	Indikator	Model Awal		Hasil
X11 <- FP	0,857	> 0,70	Terpenuhi	X41 <- FTP	0,832	> 0,70	Terpenuhi
X12 <- FP	0,822	> 0,70	Terpenuhi	X42 <- FTP	0,892	> 0,70	Terpenuhi
X13 <- FP	0,765	> 0,70	Terpenuhi	X43 <- FTP	0,837	> 0,70	Terpenuhi
X21 <- FLS	0,763	> 0,70	Terpenuhi	X51 <- MP	0,856	> 0,70	Terpenuhi
X22 <- FLS	0,803	> 0,70	Terpenuhi	X52 <- MP	0,869	> 0,70	Terpenuhi
X23 <- FLS	0,438	> 0,70	Tidak Terpenuhi	X53 <- MP	0,182	> 0,70	Tidak Terpenuhi
X24 <- FLS	0,787	> 0,70	Terpenuhi	X54 <- MP	0,522	> 0,70	Tidak Terpenuhi
X31 <- FB	0,829	> 0,70	Terpenuhi	X61 <- UPB	0,876	> 0,70	Terpenuhi
X32 <- FB	0,906	> 0,70	Terpenuhi	X62 <- UPB	0,912	> 0,70	Terpenuhi
X33 <- FB	0,899	> 0,70	Terpenuhi	X63 <- UPB	0,867	> 0,70	Terpenuhi
X34 <- FB	0,908	> 0,70	Terpenuhi				

Berdasarkan Tabel 1 tersebut, untuk indikator yang memiliki nilai *loading factor* > 0,70 artinya model awal sudah memenuhi *convergen validity*. Sedangkan untuk indikator yang memiliki nilai *loading factor* < 0,70 yaitu X23, X53 dan X54 artinya model awal tidak memenuhi *convergen validity* maka dari itu indikator tersebut perlu dieliminasi dan dilakukan perhitungan ulang. Hasil pengujian *Convergent Validity* dengan *Outer Loading* setelah dilakukan eliminasi X23, X53 dan X54 dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Pengujian Convergent Validity dengan Outer Loading Setelah Eliminasi

Indikator	Model Awal		Hasil	Indikator	Model Awal		Hasil
X11 <- FP	0,859	> 0,70	Terpenuhi	X34 <- FB	0,908	≥ 0,70	Terpenuhi
X12 <- FP	0,819	> 0,70	Terpenuhi	X41 <- FTP	0,830	≥ 0,70	Terpenuhi
X13 <- FP	0,766	> 0,70	Terpenuhi	X42 <- FTP	0,893	≥ 0,70	Terpenuhi
X21 <- FL	0,746	> 0,70	Terpenuhi	X43 <- FTP	0,837	≥ 0,70	Terpenuhi
X22 <- FL	0,813	> 0,70	Terpenuhi	X51 <- MP	0,885	≥ 0,70	Terpenuhi
X24 <- FL	0,793	> 0,70	Terpenuhi	X52 <- MP	0,906	≥ 0,70	Terpenuhi
X31 <- FB	0,831	> 0,70	Terpenuhi	X61 <- UPB	0,875	≥ 0,70	Terpenuhi
X32 <- FB	0,905	> 0,70	Terpenuhi	X62 <- UPB	0,912	≥ 0,70	Terpenuhi
X33 <- FB	0,898	> 0,70	Terpenuhi	X63 <- UPB	0,867	≥ 0,70	Terpenuhi

Berdasarkan Tabel 3 semua indikator memiliki nilai *loading factor* ≥ 0,70 artinya model sudah memenuhi *convergen validity*.

Tabel 4. Hasil Pengujian Convergent Validity dengan AVE

Variabel	AVE	Keterangan
FP	0,665	Valid
FL	0,616	Valid
FB	0,785	Valid
FTP	0,729	Valid
MP	0,802	Valid
UPB	0,783	Valid

Berdasarkan Tabel 4 tersebut, diperoleh nilai AVE > 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam model memenuhi kriteria *discriminant validity*.

3.1.2 Pengujian Validitas Data dengan *Discriminant Validity*

Discriminant validity digunakan untuk mengetahui tingkat perbedaan pada suatu blok indikator pada pengukuran variabel laten tersebut, dimana sebuah blok indikator hanya cocok berpasangan dengan variabel laten yang mendasarinya. Hasil pengujian *Discriminant Validity* dengan *Cross Loading* dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Pengujian *Discriminant Validity* dengan *Cross Loading*

	FP	FLS	FB	FTP	MP	PB
X11	0,859	0,291	0,405	0,364	0,439	0,536
X12	0,819	0,313	0,452	0,466	0,436	0,474
X13	0,766	0,359	0,429	0,314	0,470	0,488
X21	0,214	0,746	0,214	0,188	0,142	0,113
X22	0,346	0,813	0,318	0,211	0,274	0,255
X24	0,327	0,793	0,299	0,300	0,216	0,244
X31	0,493	0,280	0,831	0,549	0,553	0,597
X32	0,482	0,360	0,905	0,553	0,541	0,597
X33	0,405	0,411	0,898	0,542	0,492	0,594
X34	0,479	0,259	0,908	0,595	0,584	0,715
X41	0,396	0,278	0,503	0,830	0,482	0,440
X42	0,451	0,305	0,583	0,893	0,459	0,527
X43	0,345	0,186	0,535	0,837	0,491	0,417
X51	0,495	0,291	0,501	0,468	0,885	0,539
X52	0,491	0,222	0,595	0,529	0,906	0,582
X61	0,548	0,290	0,680	0,577	0,546	0,875
X62	0,556	0,240	0,625	0,456	0,568	0,912
X63	0,524	0,209	0,576	0,397	0,551	0,867

Berdasarkan Tabel 5, dapat dilihat bahwa nilai *cross loading* untuk setiap indikator dari masing-masing variabel laten lebih besar dibanding nilai *cross loading* jika dihubungkan dengan variabel laten lainnya. Karena semua konstruk yang terpenuhi, maka dianggap bahwa secara keseluruhan variabel laten diestimasi memenuhi *discriminant validity* yang baik.

3.1.3 Pengujian Reliabilitas Data pada *Outer Model*

Hasil dari reliabilitas data dengan *composite reliability* dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Reliabiliti dengan *Composite Reliability*

Variabel	Reliabilitas Komposit		Keterangan
FP	0,936	>0,7	Reliabel
FL	0,828	>0,7	Reliabel
FB	0,856	>0,7	Reliabel
FTP	0,890	>0,7	Reliabel
MP	0,890	>0,7	Reliabel
UPB	0,916	>0,7	Reliabel

Berdasarkan Tabel 6 di atas dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memenuhi kriteria reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai semua konstruk tersebut memiliki nilai *composite reliability* lebih dari 0,70.

3.2 Analisis Inner Model

3.2.1 Pengujian *Inner Model* dengan *R-Square*

R-Square dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang *substantive*.

Hasil dari pengujian inner model dengan *R-Square* dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Inner Model dengan R-Square

Variabel	R Square	Keterangan
Minat Memakai	0,477	Moderate
Upaya Pelestarian Budaya	0,611	Moderate

Berdasarkan Tabel 7 dapat disimpulkan bahwa variabel laten Upaya Pelestarian Budaya memiliki nilai *R-Square* tertinggi dengan nilai 0,611 yang berarti 61,1% pengaruh yang diterima oleh variabel Upaya Pelestarian Budaya dipengaruhi oleh Faktor Pribadi, Faktor Lingkungan, Faktor Budaya, Faktor Tingkat Pemahaman dan Minat Memakai sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel di luar model penelitian. Sedangkan pada variabel Minat Memakai memiliki nilai *R-Square* sebesar 0,477 yang menunjukkan 47,7% pengaruh yang diterima oleh variabel laten Minat Memakai dipengaruhi oleh Faktor Pribadi, Faktor Lingkungan, Faktor Budaya dan Faktor Tingkat Pemahaman, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain dari luar model penelitian.

3.2.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel – variabel penelitian. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada *output result for inner weight*. Hasil *output* estimasi untuk pengujian model struktural dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Pengujian Hipotesis dari Path Coefficient

Hipotesis	Sampel Asli (O)	T Statistik	P Values	Keterangan
FP → MP	0,277	3,660	0,000	Diterima
FP → UPB	0,333	4,416	0,000	Diterima
FLS → MP	-0,013	0,196	0,845	Ditolak
FLS → UPB	-0,061	1,015	0,311	Ditolak
FB → MP	0,334	4,132	0,000	Diterima
FB → UPB	0,502	6,379	0,000	Diterima
FTP → MP	0,221	2,872	0,004	Diterima
FTP → UPB	0,087	1,082	0,280	Ditolak
MP → UPB	0,199	2,318	0,021	Diterima

Tabel 8 merupakan pengujian secara statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan metode *bootstrap* terhadap sampel. Hasil pengujian dengan *bootstrapping* dari analisis PLS adalah sebagai berikut :

1. **H₁**: H1: Faktor Pribadi berpengaruh signifikan terhadap Minat Pemakaian

Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa hubungan antara FP → MP adalah signifikan dengan T-Statistik sebesar 3,660 > 1,96. Maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 1 dapat diterima, yang artinya Faktor Pribadi berpengaruh signifikan terhadap Minat Pemakaian. Nilai original sampel adalah positif yaitu sebesar 0,277 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara FP → MP adalah positif.

2. **H₂**: Faktor Lingkungan Sosial berpengaruh signifikan terhadap Minat Pemakaian

Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa hubungan antara FLS → MP adalah signifikan dengan T-Statistik sebesar 0,196 < 1,96. Maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 2 ditolak, yang artinya Faktor Lingkungan Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Pemakaian. Nilai original sampel adalah negatif yaitu sebesar -0,013 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara FLS → MP adalah negatif.

3. **H₃**: Faktor Budaya berpengaruh signifikan terhadap Minat Pemakaian

Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa hubungan antara FB → MP adalah signifikan dengan T-Statistik sebesar 4,132 > 1,96. Maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 3 dapat diterima, yang

artinya Faktor Budaya berpengaruh signifikan terhadap Minat Pemakaian. Nilai original sampel adalah positif yaitu sebesar 0,334 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara FB → MP adalah positif.

4. **H₄**: Faktor Tingkat Pemahaman berpengaruh signifikan terhadap Minat Pemakaian

Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa hubungan antara FTP → MP adalah signifikan dengan T-Statistik sebesar $2,872 > 1,96$. Maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 4 dapat diterima, yang artinya Faktor Tingkat Pemahaman berpengaruh signifikan terhadap Minat Pemakaian. Nilai original sampel adalah positif yaitu sebesar 0,221 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara FB → MP adalah positif.

5. **H₅**: Faktor Pribadi berpengaruh signifikan terhadap Upaya Pelestarian Budaya

Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa hubungan antara FP → UPB adalah signifikan dengan T-statistik sebesar $4,416 > 1,96$. Maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 5 dapat diterima, yang artinya Faktor Pribadi berpengaruh signifikan terhadap Minat Pemakaian. Nilai original sampel adalah positif yaitu sebesar 0,333 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara FP → UPB adalah positif.

6. **H₆**: Faktor Lingkungan Sosial berpengaruh signifikan terhadap Upaya Pelestarian Budaya

Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa hubungan antara FLS → UPB adalah signifikan dengan T-Statistik sebesar $1,015 < 1,96$. Maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 6 ditolak, yang artinya Faktor Lingkungan Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap Upaya Pelestarian Budaya. Nilai original sampel adalah negatif yaitu sebesar -0,061 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara FLS → UPB adalah negatif.

7. **H₇**: Faktor Budaya berpengaruh signifikan terhadap Upaya Pelestarian Budaya

Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa hubungan antara FB → UPB adalah signifikan dengan T-Statistik sebesar $6,379 > 1,96$. Maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 7 dapat diterima, yang artinya Faktor Budaya berpengaruh signifikan terhadap Upaya Pelestarian Budaya. Nilai original sampel adalah positif yaitu sebesar 0,502 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara FB → UPB adalah positif.

8. **H₈**: Faktor Tingkat Pemahaman berpengaruh signifikan terhadap Upaya Pelestarian Budaya

Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa hubungan antara FTP → UPB adalah signifikan dengan T-Statistik sebesar $1,082 < 1,96$. Maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 8 ditolak, yang artinya Faktor Tingkat Pemahaman tidak berpengaruh signifikan terhadap Upaya Pelestarian Budaya. Nilai original sampel adalah positif yaitu sebesar 0,087 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara FTP → UPB adalah positif.

9. **H₉**: Faktor Minat Pemakaian berpengaruh signifikan terhadap Upaya Pelestarian Budaya

Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa hubungan antara MP → UPB adalah signifikan dengan T-Statistik sebesar $2,318 > 1,96$. Maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 9 dapat diterima, yang artinya Faktor Minat Pemakaian berpengaruh signifikan terhadap Upaya Pelestarian Budaya. Nilai original sampel adalah positif yaitu sebesar 0,199 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara MP → UPB adalah positif.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan bahwa Minat Pemakaian dipengaruhi oleh Faktor Pribadi, Faktor Budaya dan Faktor Tingkat Pemahaman, sedangkan Upaya Pelestarian Budaya dipengaruhi oleh Faktor Pribadi dan Budaya serta Minat Pemakaian berpengaruh signifikan terhadap Upaya Pelestarian Budaya. Dimana Faktor Pribadi dijelaskan oleh *mainfest* berupa motif *favorit*, warna *favorit*, dan umur, kemudian Faktor Budaya dijelaskan oleh *mainfest* berupa ciri khas, produk lokal, identitas budaya dan motivasi, sedangkan Faktor Tingkat Pemahaman dijelaskan oleh *mainfest* berupa pengalaman, informasi dari orang lain dan pengetahuan. Untuk Minat Pemakaian dijelaskan oleh *mainfest* berupa melanjutkan menggunakan dan menggunakan dimasa depan serta Upaya Pelestarian Budaya dijelaskan oleh *mainfest* berupa pelindung budaya, pengembangan budaya dan pemanfaatan budaya.

4.2 Saran

- Saran yang diberikan kepada UMKM Batik Pati dan Pemerintah Kabupaten Pati antara lain:
1. Diperlukan penelitian ulang terkait motif dan warna seperti apa yang menjadi favorit masyarakat agar mereka minat dalam memakai Batik Pati, serta model yang seperti apa yang cocok digunakan oleh berbagai umur.
 2. Kepada Pemerintah Kabupaten Pati untuk membuat program ataupun suatu agenda yang berkaitan dengan cinta produk lokal.
 3. Memberikan pendidikan sejak dini kepada pelajar serta masyarakat terhadap pentingnya melestarikan budaya Batik Pati dan memberikan pengetahuan terhadap masyarakat bahwa batik sebagai warisan budaya adalah batik tulis. Karena masih banyak masyarakat yang menganggap batik *printing* sebagai batik padahal itu hanya kain bermotif batik.

DAFTAR PUSTAKA

- Cham, T. H., Ng, C. K. Y., Lim, Y. M., dan Cheng, B. L., 2018, "Factors Influencing Clothing Interest and Purchase Intention: A Study of Generation Y Consumers in Malaysia", *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*. Routledge, Vol. 28, No.2, hh. 174–189.
- Chin, W., W., 1998, The Partial Least Squares Approach for Structural Equation Modeling. In G. A. Marcoulides (Ed), *Modern Methods for Business Research*, hh. 295-236, Lawrence Erlbaum Associates, , London.
- Farrugia, B., 2019, WASP (Write a Scientific Paper): Sampling in Qualitative Research. *Early Human Development*, Vol. 133, hh. 69–71. doi: 10.1016/j.earlhumdev.2019.03.016.
- Gajjar, N., B., 2013, "Factors Affecting Consumer Behavior", *International Journal of Research In Humanities and Social Sciences*. Vol. 1, No. 2, hh. 10–15.
- Ghozali, I., dan Latan, H., 2015, *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*, UNDIP, Semarang.
- Ginting, D., B., 2009, "Structural Equation Model (SEM)", *Media Informatika*, Vol.8, No.3, hh. 121–134.
- Handayani, R., A., 2016, *Pengaruh Minat Remaja Dalam Pemakaian Batik*. Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Kang, J., Liu, C., dan Kim, S. H., 2013, "Environmentally Sustainable Textile and Apparel Consumption: The Role of Consumer Knowledge, Perceived Consumer Effectiveness and Perceived Personal Relevance". *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 37, No.4, hh. 442–452. Doi: 10.1111/Ijcs.12013.
- Kompas. 2017. *Pentingnya Edukasi Tentang Batik Agar Tak Tertipu Saat Membelinya*. <https://biz.kompas.com/read/2017/06/02/102406728/pentingnya.edukasi.tentang.batik.agar.ta.k.tertipu.saat.membelinya>, diakses pada 13 Oktober 2019.
- Kotler, P., 1965. For Analyzing Buyers. *Behavioral Models*, Vol. 29, hh. 37–45.
- Kumar, A., Kim, Y. K., dan Pelton, L., 2009, "Indian Consumers' Purchase Behavior Toward US Versus Local Brands", *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 37, No. 6, hh. 510–526. Doi: 10.1108/09590550910956241.
- Kurniasih, R., 2018, "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Batik Tulis Banyumas", *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA)*, Vol. 20, No.1, hh. 1–12.
- Kurniawati, E. O., Kusyanti, A., dan Rokhmawati, R. I., 2018, "Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pemahaman Privasi Informasi pada Pengguna Smartphone Di XYZ dengan Menggunakan Mobile User's Information Privacy Concerns (MUIPC)", Vol. 2, No. 4, hh. 1358–1365, Universitas Brawijaya, Malang.
- Latan, H., 2013, *Model Persamaan Struktural Teori dan Implementasi AMOS 21.0*, Alfabeta, Bandung.
- Marwati, S., 2016, *Batik Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Yogyakarta dan Surakarta*, hh. 1–11.
- Niinimaki, K., 2010, "Eco-Clothing, Consumer Identity and Ideology". *Sustainable Development*, Vol. 18, No.3, hh. 150–162. Doi: 10.1002/Sd.455.
- O'Cass, A., dan Muller, T., 2015, "A Study of Australian Materialistic Values, Product Involvement and The Self-Image Product-Image Congruency Relationships for Fashion Clothing", hh. 400-402.

- Pratama, A., 2014, *Upaya Pelestarian Budaya Lokal Oleh Pusat Kegiatan Belajar Mengajar (PKBM) Dewi Fortuna Melalui Peltihan Pengkaderan Berbasis Budaya*, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Pos Jateng, 2019, *ASN Pati Wajib Pakai Batik Bakaran*. <http://www.posjateng.id/warta/asn-pati-wajib-pakai-batik-bakaran-b1Xpl9cyf>, diakses pada 13 Oktober 2019.
- Pujihastuti, I, 2010, “Rinsip Penulisan Kuesioner Penelitian”, *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, Vol. 2, No. 1, hh. 43–56.
- Putriana, C. H., 2015, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Melestarikan Batik Semarang*, Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Rani, P., 2014, “Factors Influencing Consumer Behaviour”. *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 2, No.9, hh. 52–61. Doi:10.1111/J.1470-6431.2009.00743.X.
- Saraswati, N., 2016, “Paguyuban Batik Sekar Nitik Kembangsono, Desa Trimulyo, Bantul Tahun 2000-2015: Tinjauan Sejarah dan Perkembangannya”, *Avatara, e-Journal Pendidikan Sejarah*, Vol.4, No. 3, hh. 593–608.
- Sari, I. P., Wulandari, S., dan Maya, S., 2019, “Urgensi Batik Mark dalam Menjawab Permasalahan Batik Indonesia (Studi Kasus di Sentra Batik Tanjung Bumi)”, *Sosio E-Kons*, Vol.11, No.1, hh. 16-27. Doi: 10.30998/Sosioekons.V11i1.2932.
- Soraya, I., 2015, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Belajar”, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 6, No.1, hh. 10-23.
- Sugiarti, R., 2011, “Regenerasi Seniman Batik di Era Industri Kreatif untuk Mendorong Pengembangan Pariwisata Budaya”, *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, Vol. 17, hh. 102–120.
- Suharyat, Y., 2009, *Hubungan Antara Sikap, Minat dan Perilaku Manusia*, Universitas Islam 45 Bekasi, Bekasi.
- Suyikno, E., dan Suharso, R., 2016, “Perkembangan Kerajinan Batik Tradisional di Desa Bakaran Kecamatan Juwana”, *Journal of Indonesia History*, Vol. 5, No.1, hh. 18–25.
- Taufiqoh, B. R., Nurdevi, I., dan Khotimah, H., 2018, Batik sebagai warisan budaya Indonesia. *Prosiding SENASBASA (Seminar Nasional Bahasa dan Sastra)*, hal. 58–65.
- Triningsih, D. S., 2018, *Pengaruh Industri Batik Tjokro di Kecamatan Juwana Tahun 1977-1998*, Universitas Yogyakarta, Yogyakarta.
- Vhistika, N., 2017, *Pengaruh Tingkat Pemahaman E-Money dan Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi pada Masyarakat Pemilik Uang Elektronik Atau E-Money di Wilayah Tanah Abang)*. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Wiederhold, M., dan Martinez, L. F., 2015, *Ethical Customer Behavior in Germany: The Attitude-Behavior Gap in the Green Apparel Industry*. Universidade Nova de Lisboa, Portugal. Doi: 10.1111/Ijcs.12435.
- Wold, H., 1985, *Partial Least Squares*. In S. Kotz and N. L. Johnson (Eds). *Encyclopedia of Statistical Sciences*, Wiley, New York.