

## Hubungan Pemahaman Masyarakat Mengenai Kebudayaan Kepulauan Riau terhadap Daya Beli Batik Gonggong

Miftah Amalia Hasibuan<sup>1</sup>, Alifia Delviyanti<sup>2</sup>, Kiki Devita Sari<sup>3</sup>, Ivanika Satria<sup>4</sup>,  
Nailul Himmi<sup>5\*</sup>

<sup>1,2,3</sup>Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Riau Kepulauan  
email: <sup>1</sup>[miftahamaliahsb@gmail.com](mailto:miftahamaliahsb@gmail.com); <sup>2</sup>[alifiadeviyanti176@gmail.com](mailto:alifiadeviyanti176@gmail.com); <sup>3</sup>[kikidevitasari08@gmail.com](mailto:kikidevitasari08@gmail.com)

<sup>4</sup> Ilmu Hukum, Universitas Riau Kepulauan

email: <sup>4</sup>[ivanikasatria77@gmail.com](mailto:ivanikasatria77@gmail.com)

Pendidikan Matematika, Universitas Riau Kepulauan

email: <sup>5\*</sup>[nailulhimmi@fkip.unrika.ac.id](mailto:nailulhimmi@fkip.unrika.ac.id)

### Abstrak

Perkembangan zaman yang semakin tinggi menyebabkan tergerusnya pemahaman terhadap kebudayaan. Apabila masyarakat tidak memiliki rasa pemahaman terhadap suatu produk dapat mempengaruhi terhadap daya beli yang memiliki unsur budaya. Untuk itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat bagaimana pengaruh pemahaman masyarakat terhadap kebudayaan KEPRI terhadap daya beli batik gonggong. Instrument yang digunakan berupa angket sudah valid dan reliable yaitu angket pemahaman masyarakat sebanyak 20 pertanyaan ( $r_{11} = 0.863$ ) dan angket daya beli sebanyak 12 pertanyaan ( $r_{11} = 0.858$ ). Metode penelitian secara kuantitatif dengan populasi masyarakat kota Batam dan sampel sebanyak 108 orang secara *simple random sampling*. Uji hipotesis menggunakan Korelasi Kendal Tau. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pemahaman masyarakat mengenai kebudayaan Kepri terhadap Daya Beli Batik Gonggong dengan besaran korelasi 60.2% kategori hubungan kuat. Untuk itu diperlukan edukasi pemahaman masyarakat, melakukan inovasi suatu produk, serta memilih strategi pasar yang tepat agar daya beli batik gonggong lebih meningkat.

**Keywords:** Batik Gonggong, Daya Beli, Pemahaman Masyarakat.

### PENDAHULUAN

Pelestarian merupakan sebuah aktivitas atau penyelenggaraan kegiatan untuk melindungi, mempertahankan, melindungi, menjaga, memelihara, memanfaatkan, membina dan mengembangkan. Pelestarian juga disebut sebagai sebuah proses aktif dan sadar, yang memiliki tujuan untuk memelihara, melindungi, menjaga, dan mempertahankan, serta membina dan mengembangkan sesuatu yang berasal dari sekelompok masyarakat yaitu benda-benda, aktivitas berpola, serta ide-ide (Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, 2003:146). Adapun pemerintah juga harus membuat kebijakan dalam mengimplementasikan kebijakan desa budaya dalam upaya pelestarian budaya lokal (Triwardani, R & Rochayanti, C. 2014).

Sebagai contoh untuk melestarikan kebudayaan KEPRI dengan mengembalikan eksistensi Batik Gonggong. Batik adalah salah satu dari sekian banyak karya bangsa Indonesia yang merupakan perpaduan antara unsur seni dan juga teknologi dan sudah ada sejak zaman para leluhur bangsa Indonesia. Dalam Bahasa Jawa, Batik berasal dari kata “amba” dan “tik”. Batik memiliki pengertian menulis dan titik, kegiatan tersebut berhubungan dengan sesuatu pekerjaan yang halus, lembut, dan kecil yang berupa titik-titik yang digabungkan sedemikian rupa dan mengandung suatu unsur keindahan (Setiati, 2007). Batik merupakan karya nusantara yang harus dilestarikan sebagai refleksi kebudayaan Indonesia yang memiliki kekhasan dan sejarah tersendiri (Suharson, 2021). Beberapa daerah di Indonesia memiliki ciri khas motif batik tersendiri.

Motif batik memiliki filosofinya masing-masing. Perbedaan motif batik ini dipengaruhi oleh suku, ras, dan nilai-nilai budaya. Salah satu diantaranya adalah Batik Gonggong dari

Kepulauan Riau tepatnya Kepulauan Tanjung Pinang. Dari namanya sendiri dapat diketahui bahwa Batik Gonggong merupakan perpaduan dari 2 unsur, yaitu Batik sebagai kain khas dari Indonesia dan Gonggong yang merupakan jenis siput bercangkang unik yang hidup di laut. Dilansir dari Leonardo (2018) Gonggong merupakan salah satu kuliner seafood khas Kepulauan Riau, mengingat provinsi ini memiliki banyak pulau yang berbatasan langsung dengan laut. Bentuk cangkang Gonggong yang unik dipadukan sebagai motif Batik Gonggong yang menarik. Pencipta motif Batik Gonggong “Efiyar M Amin” menghadiri acara Pekan ekonomi kreatif Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Tanjung Pinang untuk menerima peresmian batik gonggong sebagai batik khas KEPRI.

Laju pertumbuhan ekonomi di Batam pada tahun 2020 sebesar -2.55% (BPS Kota Batam, 2021), termasuk UMKM Batik di Batam memberikan sumbangsih dalam laju pertumbuhan di ekonomi. Tantangan yang harus dihadapi UMKM dalam upaya untuk melestarikan dan megembangkan kebudayaan memang tidak mudah. Manifestasi budaya lokal dalam kehidupan bermasyarakat pada kenyataannya belum berjalan dengan baik. Nilai-nilai kebudayaan yang bersumber pada kearifan lokal dan kebudayaan suku-suku bangsa dengan masuknya unsur-unsur budaya asing dalam interaksi kebudayaan lintas bangsa, membuat masyarakat cenderung mengabaikan nilai-nilai budaya lokal. Untuk itu,

Pemahaman masyarakat terhadap suatu produk sangat diperlukan. Adapun indikator pemahaman masyarakat meliputi: interpretasi, mencontohkan, mengklasifikasikan, meringkas, menyimpulkan, membandingkan, menjelaskan (Susilo, 2020). Adapun pemahaman masyarakat terhadap pengapresiasi budaya antara lain: pemahaman, pengintegrasian dan penghargaan (Alexon, 2010). Cinta budaya lokal adalah cara berfikir, bersikap, dan berbuat yang menunjukkan ketertarikan, kesetiaan, kepedulian, dan penghargaan yang tinggi. Adapun indikator cinta budaya lokal yaitu ketertarikan, kesetiaan, kepedulian, penghargaan terhadap budaya local (Cahyaningrum, 2016). Apabila masyarakat sudah memahami budaya local dan dimana budaya local tersebut sudah dikemas menjadi sebuah produk, maka masyarakat pun akan berupaya membeli produk itu.

Daya beli merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu barang (Sambur, 2015). Semakin rendah daya beli suatu masyarakat berkaitan erat dengan perekonomian pada saat itu yang sedang memburuk yang berarti semakin rendah kemampuan masyarakat membeli suatu barang atau jasa (Hernaningsih, 2018). Adapun indikator utama dalam adaya beli meliputi faktor internal dan faktor eksternal (Efendi, 2020). Indikator dalam promosi antara lain: periklanan, penjualan pribadi, publisitas, sales promotion (Hanafi, 2021).

Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian untuk melihat hubungan Pemahaman Masyarakat Mengenai Kebudayaan Kepulauan Riau terhadap Daya Beli Batik Gonggong.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini secara kuantitatif. Populasi penelitian adalah masyarakat kota Batam dan diambil sampel penelitian secara *simple random sampling* sebanyak 108 orang. Instrumen yang digunakan sudah valid dan reliable dengan menggunakan Angket berskala Linkert. Angket pemahaman masyarakat sebanyak 20 pertanyaan dengan nilai reliabilitas 0.863 dan angket daya beli sebanyak 12 pertanyaan dengan nilai reliabilitas 0.858. Adapun indikator setiap variabelnya antara lain:

Tabel 1: Indikator Setiap Variabel

| No | Variabel             | Indikator                               |
|----|----------------------|---|
| 1  | Pemahaman Masyarakat | Ketertarikan<br>Kesetiaan<br>Kepedulian |

|   |           |  |
|---|-----------|--|
| 2 | Daya Beli | Penghargaan<br>Faktor Internal<br>Faktor Eksternal |
|---|-----------|--|

Adapun drajat pencapaian setiap indikator dihitung menggunakan:

$$DP = \frac{\sum X}{n \times \sum \text{item} \times \text{skala tertinggi}} \times 100\%$$

(Lubis, 2016)

Ket:  $DP = \text{Derajat Pencapaian}$

$\sum X = \text{Total Skor Pengukuran}$

$n = \text{Jumlah Responden}$

$\sum \text{item} = \text{Jumlah Butir Instrumen}$

Dan di sesuaikan dengan menggunakan tabel :

Tabel 2. Derajat Pencapaian

| No | % Pencapaian | Kategori    |
|----|--------------|-------------|
| 1  | 90 – 100     | Sangat Baik |
| 2  | 80 – 89      | Baik        |
| 3  | 65 – 79      | Cukup       |
| 4  | 55 – 64      | Kurang      |
| 5  | 0 -54        | Tidak Baik  |

Data dianalisis menggunakan korelasi *Kendal-Tau* (Siregar, 2018) dengan menggunakan aplikasi SPSS, dan nilai interpretasi koefisien korelasinya berdasarkan tabel:

Tabel 3. Tabel Interpretasi Korelasi

| No | % Pencapaian | Kategori      |
|----|--------------|---------------|
| 1  | 0.00 – 0.199 | Sangat Rendah |
| 2  | 0.20 – 0.399 | Rendah        |
| 3  | 0.40 – 0.599 | Sedang        |
| 4  | 0.60 – 0.799 | Kuat          |
| 5  | 0.88 – 1.00  | Sangat Kuat   |

(Sugiono, 2008)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Pengambilan data dilakukan pada Bulan Agustus 2022 sebanyak 108 orang sampel penelitian antara lain:

Tabel 4. Deskripsi Sampel

| Kriteria      | Sub Kriteria  | Jumlah |
|---------------|---------------|--------|
| Pendidikan    | SMA           | 43     |
|               | Sarjana       | 44     |
|               | Pascasarjana  | 21     |
| Umur          | 16 - 25 Tahun | 47     |
|               | 36 - 45 Tahun | 31     |
|               | > 45 Tahun    | 30     |
| Jenis Kelamin | Perempuan     | 74     |
|               | Laki-laki     | 34     |

Adapun hasil uji normalitas tes sebagai berikut:

Tabel 5. Tests of Normality

|           | Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup> |     |      | Shapiro-Wilk |     |      |
|-----------|---------------------------------|-----|------|--------------|-----|------|
|           | Statistic                       | Df  | Sig. | Statistic    | df  | Sig. |
| Pemahaman | .144                            | 108 | .000 | .845         | 108 | .000 |
| DayaBeli  | .130                            | 108 | .000 | .888         | 108 | .000 |

a. Lilliefors Significance Correction

Dikarenakan nilai tes normality pada pemahaman dimana  $Sig (0.000) < \alpha(0.05)$  dan pada daya beli dimana  $Sig (0.000) < \alpha(0.05)$  sehingga data tidak berdistribusi normal, maka data dianalisis secara nonparametric dengan menggunakan uji Kendal tau, yang hasilnya seperti tabel

Tabel 6. Correlations Test

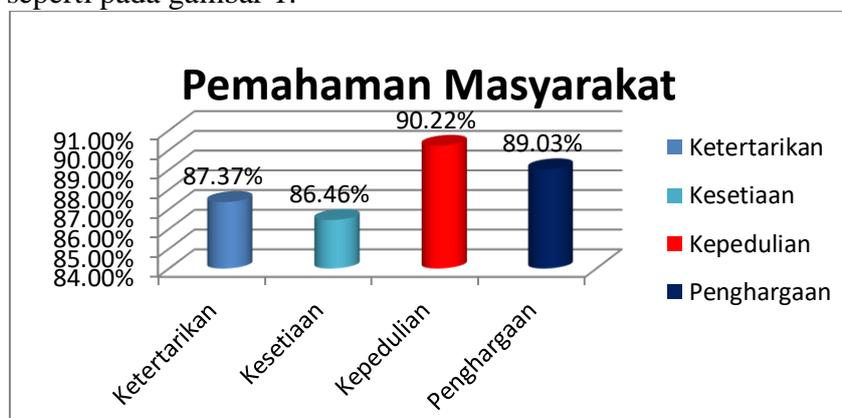
|                 |           | Pemahaman               | DayaBeli |
|-----------------|-----------|-------------------------|----------|
| Kendall's tau_b | Pemahaman | Correlation Coefficient | 1.000    |
|                 |           | Sig. (2-tailed)         | .000     |
|                 |           | N                       | 108      |
|                 | DayaBeli  | Correlation Coefficient | .602**   |
|                 |           | Sig. (2-tailed)         | .000     |
|                 |           | N                       | 108      |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diperoleh bahwa nilai  $Sig (0.000) < \alpha(0.05)$  yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara pemahaman masyarakat mengenai kebudayaan Kepri terhadap daya beli batik gonggong dengan besar hubungannya 60,2% dengan kategori kuat.

### Pembahasan

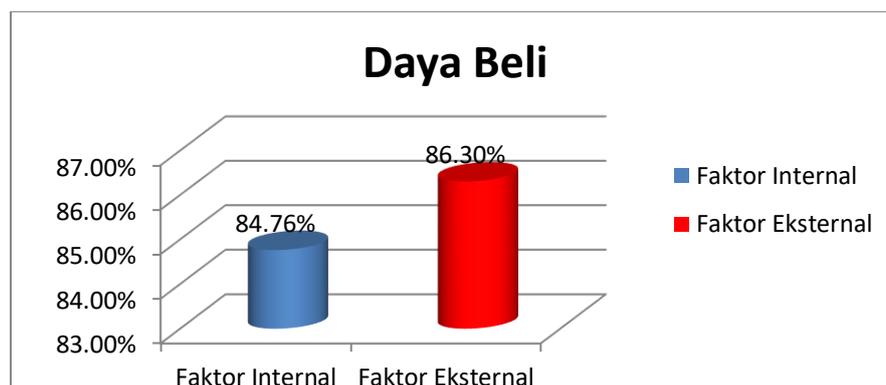
Berdasarkan hasil analisis data diatas diperoleh bahwa terdapat hubungan yang kuat antara pemahaman masyarakat mengenai kebudayaan Kepri terhadap daya beli batik gonggong dengan nilai korelasi 60.2%. untuk melihat detail pemahaman masyarakat terhadap suatu produk seperti pada gambar 1.



Gambar 1. Persentase Setiap Indikator Pemahaman Masyarakat

Dari gambar diatas, maka baiknya produsen harus memberikan pemahaman terhadap barang yang dijualnya kepada konsumen. Dimana unsur yang harus dipahami masyarakat berupa ketertarikan, kesetiaan, kepedulian dan penghargaan. Hal ini sesuai dengan penelitian

terdahulu, dimana bila masyarakat mengetahui produk yang dipasarkan maka masyarakat akan memiliki minat untuk membeli produk tersebut (Hanafi, 2021). Masyarakat cenderung tertarik dengan memperhatikan suatu produk dari mutu yang dimiliki produk tersebut. Terhadap nilai kebudayaan yang dimiliki produknya, masyarakat akan lebih mengaguminya jika mereka melakukan interaksi secara langsung. Terkait Indikator kesetiaan sendiri memiliki pencapaian terendah dari pada indikator lainnya, hal ini terkait masyarakat kurangnya informasi-informasi mengenai keberadaan batik gonggong ini. Sementara itu, pada indikator kepedulian, masyarakat sangat peduli terhadap keberadaan batik ini, dan pemerintah tersendiri dapat melakukan kegiatan budaya tahunan di lingkungan masyarakat untuk mempertahankan eksistensi budaya yang ada. Untuk itu, diupayakan dilakukannya pengembangan secara berkelanjutan terhadap batik gonggong ini. Adanya pengembangan ataupun inovasi (Asmoro, 2021), memerlukan suatu kreatifitas yang tinggi serta strategi pemasaran (Fikri, dkk. 2022) untuk menciptakan produk baru sehingga dapat meningkatkan daya beli konsumen (Fikri, dkk. 2022).



**Gambar 2. Persentase Setiap Indikator terhadap Daya Beli**

Adapun dari gambar 2 diperoleh bahwa faktor eksternal lebih dominan dari pada faktor internal seseorang untuk membeli sebuah produk. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian (Efendi. 2020) dimana perilaku daya beli seorang konsumen dari faktor internal lebih dominan daripada faktor eksternalnya. Faktor internal daya beli persen pencapaiannya sebesar 84.76%. Faktor internal daya beli seorang pembeli lebih besar dipengaruhi oleh keadaan ekonomi pembeli tersebut. Sedangkan pada faktor eksternal memiliki persen pencapaian sebesar 86.30%, dimana faktor eksternal daya beli seseorang khususnya pada batik gonggong ini adalah terhadap kualitas dari batik gonggong serta kreatifitas dalam pengolahan batik gonggong itu tersendiri.

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pemahaman masyarakat mengenai kebudayaan Kepri terhadap Daya Beli Batik Gonggong dengan besaran korelasi 60.2% kategori hubungan kuat

#### **SARAN**

Adapun saran yang diusulkan adalah diperlukan edukasi pemahaman masyarakat, melakukan inovasi suatu produk, serta memilih strategi pasar yang tepat agar daya beli batik gonggong lebih meningkat.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alexon & Sukmadinata, N.S. (2010). Pengembangan Model Pembelajaran Terpadu Berbasis Budaya untuk Meningkatkan APresiasi Siswa terhadap Budaya Lokal. *Cakrawala Pendidikan*. Vol 24 No 2
- Asmoro, Akbar Ariza. (2021). Hubungan Inovasi Produk Makanan Terhadap Minat Beli Masyarakat di Gresik. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*. Vol 4 No 1

- BPS Kota Batam (2021). *Kota Batam Dalam Angka 2021*. Batam: BPS Kota Batam
- Cahyaningrum, N., & Sukestiyarno, Y. L. (2016). Pembelajaran REACT berbantuan modul etnomatematika mengembangkan karakter cinta budaya lokal dan meningkatkan kemampuan pemecahan masalah. *Unnes Journal of Mathematics Education Research*, 5(1), 50-59.
- Efendi, dkk. (2020). Analisis Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Sebagai Pelanggan Tetap Di Toko Roti Athira Lamongan. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*. Vol 4 No 2
- Fikri, M.K, Filzah, A. & Imani, M.F., (2022). Pengaruh Kreatif, Inovasi dan Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Daya Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol 2 No 1
- Hanafi, Agustina, L.A. 2021. Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Produk dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Dalam Berasuransi Syariah (Studi Pada Desa Kabandungan Kabupaten Sukabumi). *Jurnal Syar'insurance (SIJAS)*. Vol 7 No 1
- Hernaningsih, F. (2018). Pengaruh Kestabilan Inflasi Dan Ketimpangan Pendapatan Terhadap Daya Beli Masyarakat. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 8(2).
- Idris, I., Saade, A., & Surya, S. S. P. K. (2021). Evaluasi Pemahaman Masyarakat tentang Pemotongan Halal RPU di Kota Makassar. *Jurnal Agrisistem: Seri Sosek dan Penyuluhan*, 17(2), 79-86.
- Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. (2003). *Revitalisasi peran serta agamawan dalam pemulihan dan pengembangan pariwisata Nusantara* (Doctoral Dissertation, PP-LPNU & Kementerian tsb).
- Leonardo, S. 2018. Batik Gonggong. URL: <https://budaya-indonesia.org/BatikGonggong>. Diakses tanggal 23 Februari 2022.
- Lubis, S. (2016). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Padang: Sukabina Press.
- Sambur, N. C. P. (2015). Analisis Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5).
- Setiati, Destin Huru. 2007. *Membatik Yogyakarta*: PT Macanan Jaya Cemerian
- Siregar, S. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Suharson, Arif. (2021). Batik dalam Konstelasi Budaya Global Merajut Kembali Nilai-nilai Estetika, Etika dan Religius. *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan dan Batik*. Oktober 2021
- Susilo, E. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pemahaman Masyarakat Desa Terhadap Produk Perbankan Syariah (Studi Di Desa Sumber Jaya Jati Agung Lampung Selatan)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Triwardani, R & Rochayanti, C. (2014). Implementasi Kebijakan Desa Budaya dalam Upaya Pelestarian Budaya Lokal. *Reformasi*. Vol 4 No 2
- YULIYANTO, S. A. Memperkuat Karakter Cinta Budaya Lokal dan Pemecahan Masalah Siswa Melalui Model Problem Based Learning Bermuatan Etnomatematika.