

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI PELAKU USAHA BATIK DI KOTA YOGYAKARTA DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA) 2015

Bayu Rizqi Aprianto¹⁾, Jatmika Rahmawati Yuwana¹⁾, Mohammad Abdu Falah¹⁾, Kariyam²⁾

¹⁾Mahasiswa Prodi Statistika FMIPA, Universitas Islam Indonesia

email: bayu_rizqi@yahoo.co.id

²⁾Dosen Prodi Statistika FMIPA, Universitas Islam Indonesia

email: kariyam@uii.ac.id

ABSTRACT

The ASEAN (Association of Southeast Asian Nations) charter signed on 20 November 2007, that yield is ASEAN focus on economic integration process towards the ASEAN Economic Community (AEC). This research was carried out related to the holding of the 2015 ASEAN Free Trade Area (AFTA), with the object of research is the perception of batik's entrepreneur in the city of Yogyakarta to face of the AFTA 2015. The purpose of this study was to determine the factors that influence the perception of batik's entrepreneur in the city of Yogyakarta. This research used a primary data by sampling using a questionnaire. The method of analysis that used in this study is the Principal Component Analysis (PCA). The software used in this research is SPSS 17. This research produced 4 factors that influence the perception of batik's entrepreneur in the city of Yogyakarta in the face of AFTA 2015, There are the Products and Capital Factors, Management of Business Factors, Opportunities and Challenges Facing the Free Market Factors, and External Factors.

Keywords: AFTA 2015, Batik, Entrepreneur, Perception, Factor Analysis

1. PENDAHULUAN

Pada Tanggal 20 November 2007 disepakati Piagam ASEAN dan menjadikan ASEAN organisasi berbadan hukum dengan fokus perhatian pada proses integrasi ekonomi menuju Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Ditahun ini juga, ASEAN sepakat mempercepat implementasi MEA dari tahun 2020 ekonomi dalam menjadi tahun 2015 [1].

MEA akan membuka peluang kerja yang lebih luas bagi tenaga kerja terampil Indonesia. Penyerapan tenaga kerja baru di Indonesia meningkat menjadi 5.409 pada rentang waktu 2004-2012 (setelah implementasi AFTA) dari 1.347 di rentang waktu 2001-2003 (sebelum implementasi AFTA). Meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) atau Nilai Tambah Bruto (NTB) Indonesia meningkat dari Rp 160.201 milyar di tahun 2001-2003 menjadi Rp 575.415 milyar tahun 2004-2012. Sektor Jasa memberikan kontribusi sekitar 47% terhadap

GDP ASEAN dan 47,2% terhadap GDP Indonesia tahun 2012 [1].

Integrasi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015 menjadi tantangan sekaligus peluang bagi pelaku usaha nasional (BUMN, swasta, koperasi, dan UKM). Pemahaman bahwa pelaku usaha Indonesia lebih perlu fokus hanya pada pasar domestik di tengah membesarnya kelas menengah nasional hanya akan mengurangi pemanfaatan potensi terbukanya pasar ASEAN. Integrasi kawasan atau regionalisasi juga memberikan peluang usaha, pasar, basis produksi dan investasi bagi pelaku usaha nasional di tingkat regional [2].

Menurut Polin W Napitupulu (Kepala Bidang Industri, Logam, Sandang, dan Aneka Disperindagkop DIY), "Sektor industri batik hingga saat ini menjadi andalan utama dalam peningkatan daya saing IKM di DIY." Menurut Beliau, rata-rata IKM batik di DIY mampu memproduksi 20 meter kain per hari, dengan mematok harga Rp250.000-

Rp4.000.000 per lembar untuk batik tulis, dan mulai Rp150.000 per lembar untuk batik cap. Adapun, nilai ekspor batik di DIY rata-rata mengalami peningkatan 5-10 persen setiap tahun [3].

Fernandes dan Andadari (2012), dalam penelitiannya yang berjudul "Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemberlakuan Masyarakat Ekonomi ASEAN" menjelaskan bahwa dalam penelitiannya sekitar 20% mahasiswa yang mengetahui tentang Masyarakat Ekonomi ASEAN. Ini menunjukkan masih banyak orang yang belum mengetahui dan memahami pemberlakuan MEA. Dari 113 orang yang mengetahui MEA. Hal ini bisa disebabkan karena masih kurang gencarnya pemerintah dalam mensosialisasikan pemberlakuan MEA kepada masyarakat luas. Ini menjadi tantangan terberat pemerintah sebagai pengambil keputusan dalam menjalankan kebijakan negara untuk mensejahterakan rakyat [4].

Dari uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apa saja faktor yang mempengaruhi pelaku usaha batik kategori kecil dan mikro di kota Yogyakarta tentang adanya pasar bebas MEA 2015. Oleh karena itu, penelitian yang berjudul "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pelaku Usaha Batik di Kota Yogyakarta dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015" diadakan. Setelah didapatkan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pelaku usaha diharapkan dapat dijadikan acuan dalam menentukan kebijakan oleh pihak terkait, guna meningkatkan kesiapan pelaku usaha batik dalam menghadapi pasar bebas atau MEA 2105.

2. KAJIAN LITERATUR

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

MEA adalah bentuk integrasi ekonomi ASEAN dalam artian adanya system perdagangan bebas antara negara-negara ASEAN. Indonesia dan sembilan negara anggota ASEAN lainnya telah menyepakati perjanjian Masyarakat Ekonomi ASEAN

(MEA) atau ASEAN Economic Community (AEC). Pada KTT di Kuala Lumpur pada Desember 1997 Para Pemimpin ASEAN memutuskan untuk mengubah ASEAN menjadi kawasan yang stabil, makmur, dan sangat kompetitif [1].

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) adalah realisasi tujuan akhir dari integrasi ekonomi yang dianut dalam Visi 2020, yang didasarkan pada konvergensi kepentingan negara-negara anggota ASEAN untuk memperdalam dan memperluas integrasi ekonomi melalui inisiatif yang ada dan baru dengan batas waktu yang jelas. dalam mendirikan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), ASEAN harus bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip terbuka, berorientasi ke luar, inklusif, dan berorientasi pasar ekonomi yang konsisten dengan aturan multilateral serta kepatuhan terhadap sistem untuk kepatuhan dan pelaksanaan komitmen ekonomi yang efektif berbasis aturan [1].

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) akan membentuk ASEAN sebagai pasar dan basis produksi tunggal membuat ASEAN lebih dinamis dan kompetitif dengan mekanisme dan langkah-langkah untuk memperkuat pelaksanaan baru yang ada inisiatif ekonomi; mempercepat integrasi regional di sektor-sektor prioritas; memfasilitasi pergerakan bisnis, tenaga kerja terampil dan bakat; dan memperkuat kelembagaan mekanisme ASEAN [1].

Batik

Batik adalah salah satu cara pembuatan bahan pakaian. Selain itu batik bisa mengacu pada dua hal. Yang pertama adalah teknik pewarnaan kain dengan menggunakan malam untuk mencegah pewarnaan sebagian dari kain. Batik Indonesia, sebagai keseluruhan teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya yang terkait, oleh UNESCO telah ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity) sejak 2 Oktober, 2009. Secara etimologi, kata "batik" berasal

dari gabungan dua kata bahasa Jawa: "amba", yang bermakna "menulis" dan "titik" yang bermakna "titik"[5].

Persepsi

Kotler (2000) menjelaskan persepsi sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti [6].

Mangkunegara (dalam Arindita, 2002) berpendapat bahwa persepsi adalah suatu proses pemberian arti atau makna terhadap lingkungan. Dalam hal ini persepsi mencakup penafsiran obyek, penerimaan stimulus (input), pengorganisasian stimulus, dan penafsiran terhadap stimulus yang telah diorganisasikan dengan cara mempengaruhi perilaku dan pembentukan sikap [7].

Usaha Kecil dan Mikro

Usaha Mikro Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Menengah Kecil dan Mikro) adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang.

Analisis Faktor : PCA

Analisis faktor adalah sebuah teknik yang digunakan untuk mencari faktor-faktor yang mampu menjelaskan hubungan atau korelasi antara berbagai indikator independen yang diobservasi. Analisis faktor merupakan perluasan dari analisis komponen utama. Analisis faktor digunakan untuk mengidentifikasi sejumlah faktor yang relatif kecil

yang dapat digunakan untuk menjelaskan sejumlah besar variabel yang saling berhubungan..

Berbagai langkah yang dilakukan dalam analisis faktor yaitu [8]: (1) membuat matriks korelasi antar masing-masing subfaktor, (2) pengujian *Measure of Sampling Adequacy* (KMO) dengan *Kaiser Meyer Olkin* (KMO), (3) menentukan faktor atau ekstraksi faktor dengan menggunakan *Principle Component Analysis* (PC) karena dapat mengambil atau menyedot varians sebanyak-banyaknya (Fruchter, 1954), (4) untuk menghentikan ekstraksi faktor menggunakan tolak ukur *eigen value* diatas 1, (5) melakukan rotasi dari faktor yang telah terbentuk. Tujuan rotasi untuk memudahkan dalam interpretasi. Metode rotasi yang digunakan adalah rotasi orthogonal dengan metode *varimax*. Pemilihan metode rotasi orthogonal karena strukturnya sederhana dan metode *varimax* untuk memudahkan interpretasi bagi peneliti mengenai faktor-faktor yang diperoleh.

PCA (Principal Component Analysis) atau yang sering disebut analisis komponen utama adalah suatu analisis yang mencoba memperkecil (mereduksi) dimensi variabel atau menyederhanakan variabel, tanpa kehilangan banyak informasi. Dalam hal ini p variabel dapat diperkecil menjadi $1, 2, \dots, q$ komponen utama. Komponen utama merupakan kombinasi linear dari peubah yang diamati, dimana informasi yang terkandung pada komponen utama merupakan gabungan dari semua peubah dengan bobot tertentu. Kombinasi linear yang dipilih merupakan kombinasi linear dengan ragam paling besar atau memuat informasi paling banyak. Antar komponen utama bersifat ortogonal (tidak berkorelasi atau informasi tidak tumpang tindih [8]). Bentuk ilustrasi :

Gugus peubah asal Gugus KU (Komponen Utama)

$$\{X_1, X_2, \dots, X_p\} \longrightarrow \{KU_1, KU_2, \dots, KU_q\}$$

(1)

Hanya dipilih $k < p$ KU saja, namun mampu memuat sebagian besar informasi. Secara umum q kombinasi linier dari p variabel random X_1, X_2, \dots, X_p adalah :

$$Y_1 = a_{11}X_1 + a_{12}X_2 + \dots + a_{1p}X_p \quad (2)$$

$$Y_2 = a_{21}X_1 + a_{22}X_2 + \dots + a_{2p}X_p \quad (3)$$

:

$$Y_q = a_{q1}X_1 + a_{q2}X_2 + \dots + a_{qp}X_p \quad (4)$$

atau

$$Y_{(q \times p)} = \begin{bmatrix} Y_1 \\ Y_2 \\ \vdots \\ Y_q \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1p} \\ a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2p} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{q1} & a_{q2} & \dots & a_{qp} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} X_1 \\ X_2 \\ \vdots \\ X_p \end{bmatrix} = AX \quad (5)$$

Vektor rata-rata dan matriks varian kovarians dari $Y=AX$ adalah

$$\mu_Y = E(Y) = E(AX) = A\mu_X \quad (6)$$

$$\Sigma_Y = Cov(Y) = Cov(AX) = A\Sigma_X A' \quad (7)$$

Teorema :

Misalkan Σ adalah matriks varians kovarians yang berhubungan dengan vektor random $X' = [X_1, X_2, \dots, X_p]$. Misalkan Σ mempunyai pasangan nilai eigen dan vektor eigen $(\lambda_1, e_1), (\lambda_2, e_2), \dots, (\lambda_p, e_p)$ dimana $\lambda_1 \geq \lambda_2 \geq \dots \geq \lambda_p \geq 0$. Maka komponen utama ke- i diberikan oleh :

$$Y_i = e_i X = e_{1i}X_1 + e_{2i}X_2 + \dots + e_{pi}X_p, \quad i = 1, 2, \dots, p \quad (8)$$

Dengan pilihan ini :

$$Var(Y_i) = e_i \Sigma e_i = \lambda_i, i = 1, 2, \dots, p \quad (9)$$

$$Cov(Y_i, Y_k) = e_i \Sigma e_k = 0, i \neq k \quad (10)$$

Jika beberapa λ_i sama dengan beberapa pilihan vektor koefisien e_i yang bersesuaian, maka dalam hal ini Y_i tidak tunggal. Adapun sebelum dilakukan analisis komponen utama dilakukan pengujian kecukupan data (uji KMO) dan pengujian kebebasan antar variabel multivariat (Uji Bartlet).

Metode Successive interval

Salah satu metode konversi data yang sering digunakan oleh peneliti untuk menaikkan tingkat pengukuran ordinal ke interval adalah metode successive interval

(MSI).Langkah kerja yang dapat dilakukan untuk merubah jenis data ordinal ke data interval melalui method of successive intervals adalah: (1) perhatikan banyaknya (frekuensi) responden yang menjawab (memberikan) respon terhadap alternatif (kategori) jawaban yang tersedia, (2) bagi setiap bilangan pada frekuensi oleh banyaknya responden (n), kemudian tentukan proporsi untuk setiap alternatif jawaban responden tersebut, (3) jumlahkan proporsi secara beruntun sehingga keluar proporsi kumulatif untuk setiap alternatif jawaban responden, (4) dengan menggunakan Tabel Distribusi Normal Baku, hitung nilai z untuk setiap kategori berdasarkan proporsi kumulatif pada setiap alternatif jawaban responden tadi, (5) menghitung nilai skala (scale value) untuk setiap nilai z dengan menggunakan rumus: $SV = (\text{Density at lower limit dikurangi Density at upper limit})$ dibagi $(\text{Area under upper limit dikurangi Area under lower limit})$, (6) melakukan transformasi nilai skala (transformed scale value) dari nilai skala ordinal ke nilai skala interval, dengan rumus: $Y = SV_i + |SVM_{in}|$. Dengan catatan, SV yang nilainya kecil atau harga negatif terbesar diubah menjadi sama dengan satu (=1) [9].

Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner [10]. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini (*content validity*) menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur [11]. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi konstruk atau indikator (variabel) penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu [10].

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif atau statistik deduktif adalah bagian dari statistik mempelajari cara pengumpulan data dan penyajian data sehingga mudah dipahami. Statistik deskriptif hanya berhubungan

dengan hal menguraikan atau memberikan keterangan-keterangan mengenai suatu data atau keadaan atau fenomena. Dengan kata statistik deskriptif berfungsi menerangkan keadaan, gejala, atau persoalan. Penarikan kesimpulan pada statistik deskriptif hanya ditunjukkan pada kumpulan data yang ada [12].

Statistik deskriptif adalah fase statistika dimana hanya berusaha melukiskan atau mengalisa kelompok yang diberikan tanpa membuat atau menarik kesimpulan tentang populasi atau kelompok yang lebih besar dinamakan statistika deskriptif [13].

3. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha batik yang tergabung dalam UKMK Kota Yogyakarta dengan kategori Mikro dan Kecil dengan jumlah 84 usaha. Data yang digunakan dalam penelitian

ini adalah data primer yang dikumpulkan dari responden. Sumber data diperoleh dari kuesioner yang diajukan langsung oleh responden yaitu pelaku usaha batik di Kota Yogyakarta. Pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik non probability sampling dengan metode aksidental sampling. Jumlah sampel yang dipakai menggunakan rumus slovin dan diperoleh sebanyak 33 responden. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah tentang persepsi pelaku usaha dimana terdiri dari beberapa poin yang diambil dari penelitian Fernandes dan Andadari 2012, yaitu: Pengetahuan tentang MEA, Implikasi pemberlakuan MEA, Kesiapan diri menghadapi MEA dan Peran pemerintah dalam menghadapi MEA. Variabel persepsi dalam kuesioner penelitian ini terdiri dari 20 item pertanyaan, sebagai berikut.

Tabel 1. Deskripsi item pertanyaan

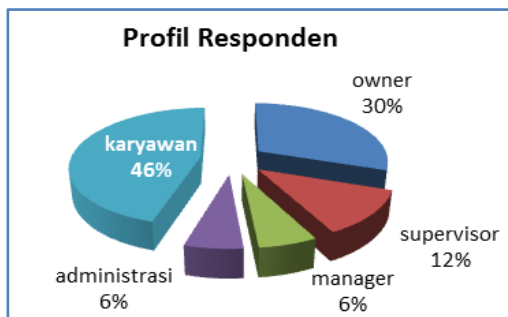
Variabel Penelitian	Item	Deskripsi
Pengetahuan tentang MEA	1	Pengetahuan tentang jumlah negara ASEAN
	2	Pengetahuan tentang negara yang tergaung dalam ASEAN
	3	Sumber informasi MEA
Implikasi pemberlakuan MEA	4	Dukungan pelaku usaha batik tentang adanya MEA
	5	Peran pemerintah menghadapi MEA
	6	Pendapat pelaku usaha tentang dampak positif dari MEA
	7	Pendapat pelaku usaha tentang dampak negatif dari MEA
	8	Pendapat pelaku usaha tentang tenaga kerja Indonesia untuk bersaing dengan tenaga kerja asing.
	9	Pendapat pelaku usaha tentang keahlian dasar yang harus dimiliki tenaga kerja Indonesia untuk menghadapi MEA.
Kesiapan diri menghadapi MEA	10	Kemampuan produk batik menghadapi MEA
	11	Peningkatan kualitas produk untuk menghadapi MEA
	12	Pendapat pelaku usaha batik tentang produknya yang mampu bersaing di MEA
	13	Perubahan harga untuk menghadapi MEA
	14	Inovasi produk untuk mendapatkan pangsa pasar di MEA
	15	Strategi pemasaran untuk mendapatkan pangsa pasar di MEA
	16	Kecocokan manajemen usaha untuk menghadapi MEA
	17	Peningkatan jumlah produksi untuk menghadapi MEA
18	Peningkatan modal usaha untuk menghadapi MEA	
Peran pemerintah dalam menghadapi MEA	19	Pemerintah memfasilitasi pengusaha batik untuk menghadapi MEA
	20	Pendapat pengusaha batik tentang hubungan dengan negara lain untuk memasarkan produk Indonesia.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

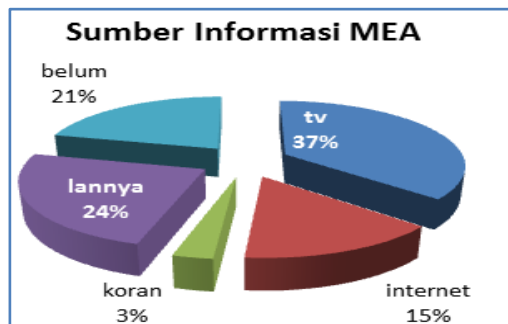
Uji Instrumen Penelitian

Langkah awal yang harus dilakukan adalah menguji instrument penelitian, yang dalam hal ini adalah menguji variabel yang terdapat dalam kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas variabel. Dari 14 item pertanyaan yang diuji validitas, dirapat dua pertanyaan yang tidak valid yaitu item 4 dan 19, sedangkan dari 14 item yang diuji reliabilitas didapat bahwa semuanya reliabel, sehingga yang digunakan dalam analisis selanjutnya hanya 12 item pertanyaan.

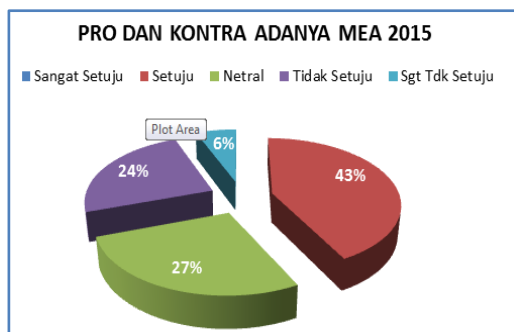
Analisi Deskriptif



Gambar 1. Profil Responden



Gambar 2. Sumber Informasi MEA



Gambar 3. Pro-kontra pemberlakuan MEA

Berdasarkan grafik deskriptif di atas, didapat gambaran sebagai berikut. Profil responden pada penelitian ini di dominasi oleh karyawan dan owner dari usaha batik yang ada di kota Yogyakarta. Media informasi yang paling efektif untuk mensosialisasikan pasar bebas ASEAN ini adalah melalui televisi dan sosialisasi langsung kepada para pelaku usaha batik di kota Yogyakarta. Sedangkan media koran dikatakan tidak begitu efektif dalam menyalurkan informasi tentang pasar bebas ASEAN kepada para pelaku usaha batik di kota Yogyakarta. Selain itu, masih banyak pelaku usaha batik yang belum mengetahui informasi tentang adanya pasar bebas di tahun 2015, kondisi ini tentunya sangat dikhawatirkan, karena menyangkut kesiapan para pelaku usaha batik dalam menghadapi arus barang dan jasa yang masuk ke dalam negeri. Oleh karena itu, perlunya peran aktif baik dari pemerintah Indonesia dalam menyalurkan informasi mengenai adanya pasar bebas ini agar para pelaku usaha ini dapat bersaing dan mengembangkan usahanya demi meraih pasar ASEAN.

Selain itu partisipasi pelaku usaha batik dalam menghadapi pasar bebas ASEAN dikatakan cukup baik, hal ini ditandai dari dukungan terhadap penyelenggaraan pasar bebas ASEAN yang cukup banyak. Namun demikian tidak sedikit pula pelaku usaha batik yang menyatakan netral dan ketidaksetujuannya terhadap penyelenggaraan pasar bebas ini. Perlunya sosialisasi yang lebih intensif guna merangkul para pelaku usaha batik ini untuk berperan aktif dalam pasar bebas ASEAN 2015 ini.

Analisis Faktor

Sebelum dilakukan analisis faktor data yang digunakan dilakukan transformasi dengan metode MSI. Setelah dilakukan transformasi MSI maka dilakukan uji kecukupan data dengan KMO dan diperoleh kesimpulan bahwa data yang digunakan sudah cukup untuk difaktorkan, sehingga dilanjutkan ke uji *Bartlett* dan didapat hasil bahwa variabel yang diteliti independen

secara serentak, dengan demikian analisis komponen utama dapat dilakukan.

Jumlah faktor yang terbentuk dari analisis faktor : PCA (model awal)

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.723	31.026	31.026	3.723	31.026	31.026
2	1.712	14.264	45.289	1.712	14.264	45.289
3	1.451	12.091	57.380	1.451	12.091	57.380
4	1.156	9.634	67.013	1.156	9.634	67.013
5	.938	7.818	74.831			
6	.783	6.526	81.357			
7	.693	5.779	87.136			
8	.448	3.731	90.867			
9	.439	3.662	94.529			
10	.285	2.371	96.900			
11	.219	1.828	98.728			
12	.153	1.272	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Gambar 4 Output analisis faktor :Total Variance Explained

Berdasarkan output di atas, diperoleh 4 faktor (kelompok) untuk kasus yang dikerjakan karena nilai eigen value (λ) > 1 sampai faktor ke 4, sedangkan mulai faktor ke 5 nilai eigen value < 1. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan dari data yang ada dapat difaktorkan / dikelompokkan menjadi 4 faktor. Adapun interpretasi nya adalah sebagai berikut.

- a. 1 faktor

Variabilitas dari ke 12 item tersebut apabila dikelompokkan menjadi 1 faktor saja mampu menjelaskan kasus tersebut sebesar 31,026 % (Output Extraction Sums of Squared Loadings).
- b. 2 faktor

Variabilitas dari ke 12 item tersebut apabila dikelompokkan menjadi 2 faktor mampu menjelaskan kasus tersebut sebesar 45,289 % (Output Extraction Sums of Squared Loadings).
- c. 3 faktor

Variabilitas dari ke 12 item tersebut apabila dikelompokkan menjadi 3 faktor mampu menjelaskan kasus tersebut sebesar 57,380 % (Output Extraction Sums of Squared Loadings).
- d. 4 faktor

Variabilitas dari ke 12 item tersebut apabila dikelompokkan menjadi 4 faktor mampu menjelaskan kasus tersebut sebesar 67,013 % (Output Extraction Sums of Squared Loadings).

Dengan demikian maka dipilih jumlah faktor sebanyak 4 faktor, karena memiliki kemampuan untuk menjelaskan kasus paling besar.

Pembagian Faktor

Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
Item14	.731	-.253	-.061	.445
Item10	.727	.120	-.279	.033
Item11	.717	.040	-.381	.071
Item18	.705	-.133	.104	-.010
Item12	.638	.383	-.191	-.388
Item17	.591	-.433	.390	-.220
Item20	.523	-.332	-.427	.171
Item15	.471	-.347	.360	-.360
Item8	.455	.282	.455	.016
Item16	.207	.714	-.015	.445
Item13	.274	.639	-.011	-.500
Item5	.269	.227	.712	.383

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Gambar 5. Output analisis faktor : Component Matrix

Berdasarkan output di atas, dengan membandingkan nilai mutlak loading factor didapat pengelompokan awal dari variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

- i. Faktor 1 terdiri dari item14, item10, item11, item18, item12, item17, item20, dan item15
- ii. Faktor 2 terdiri dari item16 dan item13
- iii. Faktor 3 terdiri dari item8 dan item5
- iv. Faktor 4 : -

Berdasarkan pengelompokan awal, diperoleh hasil yang meragukan karena tidak ada item pertanyaan yang masuk dalam faktor ke 4. Hal ini dikarenakan terdapat nilai loading factor yang identik dari beberapa item pertanyaan seperti item12, item15, dan item8. Untuk memastikan hasil pengelompokan awal perlu dilakukan Rotasi nilai loading factor nya. Metode rotasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode varimax. Berikut adalah hasil pengelompokannya.

Jumlah faktor yang terbentuk dari analisis faktor : PCA (dengan rotasi nilai loading factor)

Component	Initial Eigenvalues			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.723	31.026	31.026	2.795	23.294	23.294
2	1.712	14.264	45.289	1.830	15.249	38.543
3	1.451	12.091	57.380	1.751	14.592	53.135
4	1.156	9.634	67.013	1.665	13.879	67.013
5	.938	7.818	74.831			
6	.783	6.526	81.357			
7	.693	5.779	87.136			
8	.448	3.731	90.867			
9	.439	3.662	94.529			
10	.285	2.371	96.900			
11	.219	1.828	98.728			
12	.153	1.272	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Gambar 6 Output analisis faktor :Total Variance Explained (rotation loadings)

Berdasarkan output di atas, diperoleh 4 faktor (kelompok) dari hasil rotasi nilai loading factor untuk kasus yang dikerjakan, karena nilai eigen value (λ) > 1 sampai faktor ke 4, sedangkan mulai faktor ke 5 nilai eigen value < 1. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan dari data yang ada dapat difaktorkan / dikelompokkan menjadi 4 faktor. Adapun interpretasi nya adalah sebagai berikut.

a. 1 faktor

Variabilitas dari ke 12 item tersebut apabila dikelompokkan menjadi 1 faktor saja mampu menjelaskan kasus tersebut sebesar 23,294 % (Output Rotation Sums of Squared Loadings).

b. 2 faktor

Variabilitas dari ke 12 item tersebut apabila dikelompokkan menjadi 2 faktor mampu menjelaskan kasus tersebut sebesar 38,543 % (Output Rotation Sums of Squared Loadings).

c. 3 faktor

Variabilitas dari ke 12 item tersebut apabila dikelompokkan menjadi 3 faktor mampu menjelaskan kasus tersebut sebesar 53,135 % (Output Rotation Sums of Squared Loadings).

d. 4 faktor

Variabilitas dari ke 12 item tersebut apabila dikelompokkan menjadi 4 faktor mampu menjelaskan kasus tersebut sebesar 67,013 % (Output Rotation Sums of Squared Loadings).

Dengan merotasi nilai loading factor-nya, maka dipilih jumlah faktor sebanyak 4 faktor, karena memiliki kemampuan untuk

menjelaskan kasus paling besar. Kemudian melalui output rotated component matrix di bawah ini didapat komposisi item persepsi yang diteliti terbagi menjadi empat, yaitu:

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
Item14	.804	.188	-.178	.296
Item11	.760	.044	.293	.006
Item20	.733	.115	-.085	-.193
Item10	.691	.069	.361	.097
Item18	.517	.416	.158	.244
Item17	.268	.792	.009	.194
Item15	.124	.750	.116	.103
Item16	.203	-.574	.278	.550
Item13	-.074	-.022	.847	.105
Item12	.381	.133	.759	.042
Item5	-.036	.120	-.085	.868
Item8	.090	.225	.285	.595

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Gambar 7. Output analisis faktor :Rotated Component Matrix

Berdasarkan output Rotated Component Matrix di atas, dengan membandingkan nilai mutlak loading factor yang telah dirotasi didapat pengelompokan dari variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

- i. Faktor 1 didominasi oleh item10, item11, item14, item18, dan item20
- ii. Faktor 2 didominasi oleh item15, item16, dan item17
- iii. Faktor 3 didominasi oleh item12 dan item13
- iv. Faktor 4 didominasi oleh item5 dan item8

Berdasarkan item-item pertanyaan yang masuk kedalam masing-masing faktor, maka ke 4 faktor tersebut diidentifikasi sebagai berikut.

- a. Faktor 1 (Faktor Produk dan Permodalan)
Faktor yang pertama adalah faktor produk dan permodalan yaitu faktor-faktor yang terkait dengan produksi dan modal usaha yaitu : Kualitas produk batik Yogyakarta apakah sudah mampu bersaing di pasar bebas, harga produk batik apakah sudah memenuhi spesifikasi pasar bebas ASEAN, Inovasi produk batik, keunggulan produk batik yang diproduksi,

- apakah perlu menambah modal, dan apakah perlu menerima modal asing.
- b. Faktor 2 (Faktor Manajemen Usaha)
Faktor yang kedua adalah faktor manajemen usaha, yaitu kesesuaian manajemen usaha dalam menghadapi pasar bebas dan strategi pemasaran yang akan diterapkan untuk menghadapi pasar bebas ASEAN.
 - c. Faktor 3 (Faktor Peluang dan Tantangan Menghadapi Pasar Bebas)
Faktor peluang dan tantangan adalah apakah produk batik memiliki peluang di pasar bebas ASEAN, kesiapan produk batik dalam menghadapi arus ekspor impor, dan kekhawatiran akan duplikasi produk batik oleh negara lain.
 - d. Faktor 4 (Faktor Eksternal atau Pendukung)
Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi pengusaha batik adalah dukungan pemerintah dalam memfasilitasi pengusaha batik untuk menghadapi pasar bebas ASEAN.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan data yang diperoleh media informasi yang paling efektif untuk mensosialisasikan pasar bebas ASEAN ini adalah melalui televisi dan sosialisasi langsung kepada para pelaku usaha batik di kota Yogyakarta. Selain itu partisipasi pelaku usaha batik dalam menghadapi pasar bebas ASEAN dikatakan cukup baik, hal ini ditandai dari dukungan terhadap penyelenggaraan pasar bebas ASEAN yang cukup banyak. Akan tetapi tidak sedikit pula pelaku usaha batik yang menyatakan netral dan ketidaksetujuannya terhadap penyelenggaraan pasar bebas ini.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pelaku usaha batik kategori mikro dan kecil dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN (MEA) 2015 di kota Yogyakarta, yaitu

1. Faktor Produk dan Permodalan.
2. Faktor Manajemen Usaha
3. Faktor Peluang dan Tantangan dalam Menghadapi Pasar Bebas
4. Faktor Eksternal atau Pendukung

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka peneliti memiliki saran sebagai berikut. Sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah harus dilaksanakan dengan lebih intensif dengan mempertimbangkan media yang paling efektif untuk mensosialisasikan pasar bebas ASEAN sebagai mana telah dijelaskan pada penelitian ini, yaitu TV. Dan diharapkan para pelaku usaha batik di kota Yogyakarta mengetahui adanya pasar bebas sehingga dapat mempersiapkan diri dalam menghadapi arus barang dan jasa dari adanya pasar bebas ini. Masih banyak pelaku usaha batik menyatakan ketidaksetujuannya terhadap pasar bebas ini, oleh karena itu pemerintah perlu membuat program yang dapat menarik simpati para pelaku usaha batik dalam menyukseskan terselenggaranya pasar bebas ASEAN.

Perlunya perhatian khusus bagi semua pihak, diantaranya pemerintah Indonesia, para pelaku usaha batik, dan masyarakat Indonesia untuk memperhatikan ke empat faktor tersebut sehingga produk batik tidak hanya sukses dipasarkan di dalam negeri tetapi juga sukses dipasarkan di luar negeri, khususnya pasar ASEAN. Dengan demikian Indonesia dapat dikenal dunia dari sisi produk yang dihasilkannya. Pasar bebas ASEAN merupakan salah satu peluang untuk menunjukkan eksistensi Indonesia di kalangan internasional. Oleh karena itu, penelitian dengan kajian yang lainnya tentang pasar bebas ASEAN 2015 sangat perlu diadakan guna memberikan informasi yang luas kepada masyarakat sehingga diharapkan melalui dukungan masyarakatnya, Indonesia dapat mendominasi di pasar bebas ASEAN ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kemendagri.TT.*Menjadi Pemenang pada Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015*. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Kemendagri), Jakarta.
- [2] Firmanzah. 2012. *Menjadi Pelaku Ekonomi Global*. <http://ekbis.sindonews.com/read/2012/11/26/39/>

- [691517/menjadi-pelaku-ekonomi-global](#). Diakses pada 3 November 2014
- [3] Kholil. Akhmad. 2014. IKM Batik di DIY Siap Hadapi MEA 2015. <http://m.ekonomi.rimanews.com/bisnis/read/20140930/175493/IKM-Batik-di-DIY-Siap-Hadapi-MEA-2015> . Diakses pada 3 November 2014
- [4] Fernandes, J.A.P.S.E., dan Andadari, R.K. 2012. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemberlakuan Masyarakat Ekonomi ASEAN*. FEB UKSW program studi S1 Manajemen, Salatiga.
- [5] Setia, lina. 2013. *Pengenalan batik nusantara*. <http://lina-aries.blogspot.com/2013/06/pengenalan-batik-nusantara.html>. Diakses pada 4 Desember 2014
- [6] Kotler, Philip, 2000. *Marketing Management, The Millenium Edition*. Prentice Hall International, Inc., New Jersey
- [7] Arindita.S. 2003. *Hubungan antara Persepsi Kualitas Pelayanan dan Citra Bank dengan Loyalitas Nasabah*. Fakultas Psikologi UMS, Surakarta.
- [8] Fruchter,B.1954. *Introduction to Factor Analysis*. D.van Nostrand Company,Ltd., New York
- [9] Muhidin, Sambas Ali. 2011. *Dasar-dasar Metode Statistika untuk Penelitian*. Pustaka Setia, Bandung.
- [10] Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- [11] Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- [12] Hasan, Iqbal. 2001. *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. PT Bumi Aksara, Jakarta
- [13] Sudjana, 1996. *“Metode Statistika”*. Penerbit Tarsito, Bandung