

manajemen

by Erma W

Submission date: 17-Jul-2022 09:09AM (UTC+0800)

Submission ID: 1871367868

File name: Layout_Buku_Manajemen_Batik_Nusantara_2.pdf (4.75M)

Word count: 54569

Character count: 344191

Dr. Muslichah Erma Widiananda, Dra. Ec., MM

BUKU MONOGRAF

Manajemen
**USAHA BATIK
NUSANTARA**

Editor : Karsam, MA., Ph.D



BUKU MONOGRAF
MANAJEMEN USAHA BATIK
NUSANTARA

Dr. Muslichah Erma Widiani, Dra. Ec., MM



199

pena persada

PENERBIT CV. PENA PERSADA

BUKU MONOGRAF
**MANAJEMEN USAHA BATIK
NUSANTARA**

Penulis:

Dr. Muslichah Erma Widiani, Dra. Ec., MM

ISBN: 978-623-455-155-6

Editor

Karsam, MA., Ph.D

53

Design Cover:

Retnani Nur Brilliant

Layout:

Nisa Falahia

Penerbit CV. Pena Persada

Redaksi:

Jl. Gerilya No. 292 Purwokerto Selatan, Kab. Banyumas
Jawa Tengah

Email: penerbit.penapersada@gmail.com

Website: penapersada.com Phone: (0281) 7771388

Anggota IKAPI

All right reserved

Cetakan Pertama: April 2020

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang
memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
penerbit

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucap puji syukur kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Buku Monograf **Manajemen Usaha Batik Nusantara**.¹²⁵

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya manusia organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Salah satu budaya Indonesia yang mendunia adalah batik. Batik merupakan warisan budaya yang memiliki berbagai macam motif. Dengan adanya berbagai macam motif ini, memberikan tantangan kepada para pengusaha batik untuk mengembangkan produknya dalam persaingan bisnis. Sehingga diperlukannya strategi manajemen industri bagi para pelaku usaha batik nusantara.¹⁷⁷

Buku monograf ini, diharapkan bermanfaat bagi para akademisi dan masyarakat pada umumnya dalam meningkatkan strategi pemasaran batik nusantara. ¹⁶Penulis menyadari bahwa dalam penulisan buku monograf ini masih banyak kekurangan sehingga saran dan kritik yang bersifat membangun ¹⁶⁵dari semua pihak sangat penulis harapkan. Tidak lupa penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah membantu dalam penyusunan buku monograf ini.

Surabaya, Desember 2020

⁵³
Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAGIAN 1 PENGENALAN BISNIS BATIK DI JAWA TIMUR	1
A. Sejarah dan Tujuan Pembuatan Batik Di Jawa Timur	2
B. Macam-Macam Proses Produksi Batik Di Jawa Timur	4
C. Asal-Usul Motif Batik Di Jawa Timur.....	11
D. Strategi Pemasaran Batik Di Jawa Timur	27
E. Standarisasi dan Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Pengerajin Batik Di Jawa Timur	32
STUDI KASUS	33
RANGKUMAN	35
 BAGIAN 2 LINGKUNGAN BISNIS BATIK PROVINSI JAWA TENGGAH.....	36
A. Sejarah Batik di Jawa Tengah.....	37
B. Macam-Macam Batik Di Setiap Kota Di Provinsi Jawa Tengah dan Proses Pembuatannya	45
C. Strategi Pemasaran Batik Di Provinsi Jawa Tengah	61
D. Perilaku dan Strategi Pemasaran	65
E. Faktor Internal dan Eksternal Batik Jawa Tengah .	67
STUDI KASUS	69
RANGKUMAN	71
 BAGIAN 3 BADAN USAHA BATIK RIAU TERHADAP NILAI DAN TRADISI BUDAYA MELAYU	73
A. Sejarah Batik Di Kepulauan Riau	74
B. Regenerasi Pola dan Motif Batik Melayu	78
C. Proses Pembuatan Batik Tulis Riau	90
D. Upaya Pemerintah Dalam Meregenerasi Batik Melayu Riau	93

E. Penggunaan Internet Dalam Sistem Penjualan	
Online	103
STUDI KASUS	112
RANGKUMAN	114
 BAGIAN 4 AWAL MULA PERKEMBANGAN SENI BATIK	
PROVINSI KALIMANTAN TENGAH	119
A. Jenis-Jenis Batik Kalimantan Tengah	121
B. Bahan Dan Alat Dalam Proses Pembuatan Batik ..	123
C. Proses Membatik Provinsi Kalimantan Tengah	134
D. Faktor Pendukung dan Penghambat Pemberdayaan	
Masyarakat Melalui Industri Batik.....	152
E. Strategi Pelestarian Batik Provinsi Kalimantan	
Tengah	153
STUDI KASUS	155
RANGKUMAN	158
 BAGIAN 5 LINGKUNGAN BISNIS BATIK PAPUA DALAM	
SEGI PERMINTAAN	159
A. Lingkungan Bisnis	160
B. Strategi Pemasaran	162
C. UMKM Batik Papua	163
D. Permintaan.....	170
E. Penawaran	173
F. PON Papua Meningkatkan Batik Papua	175
STUDI KASUS	177
RANGKUMAN	181
 BAGIAN 6 FUNGSI PERUSAHAAN BATIK	
DI JAWA BARAT	183
A. Sejarah Batik Jakarta.....	186
B. Pemasaran.....	198
C. Promosi	205
D. Saluran Distribusi Produk	208
E. Retailing dan Wholesaling.....	211
STUDI KASUS	217
RANGKUMAN	218

BAGIAN 7 PERKEMBANGAN BATIK	
DI SUMATERA UTARA.....	219
A. Sejarah Batik Sumatera	220
B. Perkembangan Batik Di Sumatera Barat	223
C. Ciri Khas Batik Sumatera	234
D. Ada 5 Macam Teknik Batik Di Indonesia.....	240
E. Teknik Pemasaran Batik Di Sumatra	242
STUDI KASUS	246
RANGKUMAN	247
 BAGIAN 8 WIRAUSAHA DAN PENGEMBANGAN BATIK	
KHAS ACEH	248
A. Wirausaha.....	249
B. Batik Aceh.....	254
C. Penerapan Batik Aceh.....	265
D. Faktor Pendorong dan Penghambat Pemasaran Batik.....	268
E. Upaya Melestarikan Batik	271
STUDI KASUS	273
RANGKUMAN	275
 DAFTAR PUSTAKA	277
BIODATA PENULIS	282

BAGIAN 1
PENGENALAN BISNIS BATIK
DI JAWA TIMUR

Setiap budaya di daerah Indonesia memiliki sejarah asal mula pembentukan budaya tersebut, salah satu contoh budaya Indonesia yang mendunia adalah batik. Batik, adalah bagian dari budaya bangsa Indonesia sejak lama dan merupakan kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi. Wanita Indonesia khususnya Jawa di masa lalu, membuat batik merupakan ketrampilan yang menjadi mata pencarian sehingga membuat batik merupakan pekerjaan eksklusif. Membatik pada awalnya merupakan tradisi keluarga yang turun menurun sehingga dengan melihat suatu motif, bisa diketahui keluarga mana asal batik tersebut. Beberapa motif batik dapat menunjukkan status seseorang, bahkan sampai saat ini, beberapa motif batik tradisional hanya dipakai oleh keluarga tertentu. Sebagai warisan budaya, batik memiliki berbagai motif. Perbedaan ini terjadi karena setiap motif batik memiliki makna tersendiri yang mereka dapat dari leluhur masing-masing seperti penganut Animisme, Dinamisme, Hindu, Budha maupun Islam. Batik Tradisional mampu mempertahankan corak dan lambang karena masih dipakai dalam upacara adat. Berikut ini adalah materi pembahasan tentang sejarah batik di Jawa Timur beserta tujuan pembuatan batik tersebut.

A. Sejarah dan Tujuan Pembuatan Batik Di Jawa Timur

Hampir seluruh daerah Jawa Timur ditemukan sentra kerajinan batik meski hanya skala kecil. Batik yang diproduksi oleh sentra-sentra industri di Jawa Timur ini memiliki ciri khas masing-masing yang secara kasat mata bisa dibedakan. Umumnya masing-masing pengrajin menampilkan motif alam sekitarnya. Mojokerto adalah daerah yang erat hubungannya dengan kerajaan Majapahit, maka batik berkembang di sini. Batik juga berkembang di Tulungagung sebagai daerah pengembangan Kerajaan Majapahit saat itu. Tulungagung yang sebagian wilayahnya rawa-rawa (Bonorowo), saat itu dikuasai oleh Adipati Kalan yang tidak mau tunduk kepada Kerajaan Majapahit. Daerah pembatikan di Mojokerto sekarang terdapat di Kwali, Mojosari, Betero dan Sidomulyo. Meskipun

pembatikan dikenal sejak jaman Majapahit di Jawa Timur, namun perkembangan batik mulai menyebar sangat pesat di daerah Jawa Tengah Surakarta dan Yogyakarta. Tidak salah jika perkembangan batik di Mojokerto dan Tulungagung pada masa kemudian lebih dipengaruhi corak batik Solo dan Yogyakarta. Batik yang sempat diklaim milik negara lain kini mulai kembali menjadi milik masyarakat Indonesia sepenuhnya, setelah pada 2 Oktober 2009 di⁷⁰ ini secara resmi oleh UNESCO yang menetapkan batik sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan non bendawi (*masterpieces of the oral and intangible heritage of humanity*). Pengakuan Unesco itu ditetapkan oleh pemerintah sebagai hari batik nasional yang kembali membangkitkan semangat nasionalisme dan ekonomi para pengusaha batik di Indonesia. Perkembangan batik di berbagai wilayah kabupaten/kota di Jawa Timur saat ini cukup signifikan. Ini ditandai dengan bermunculnya industri skala mikro kecil maupun skala rumah tangga yang terus menghasilkan produk dengan motif dan pewarnaan khas yang dipengaruhi oleh karakter daerah masing-masing.

Tujuan Pembuatan Batik Di Jawa Timur

Tujuan awal dari pembuatan batik adalah kesenian yang diperuntukan bagi kaum bangsawan di keraton. Pada masa itu batik hanya digunakan oleh kalangan bangsawan di dalam keraton. Namun, seiring berjalannya waktu raja memperbolehkan para pengikutnya membatik di rumah mereka yang berada di luar keraton. Sejak saat itulah batik tersentuh oleh rakyat, menjadikannya kesenian milik rakyat. Karena keindahan kainnya, batik menjadi pakaian yang paling digemari oleh rakyat Jawa. Tidak hanya untuk digunakan sendiri, para wanita juga membatik untuk kemudian dijual kepada orang lain. Sehingga masuknya batik ke masyarakat luas turut serta menggerakkan roda perekonomian rakyat. Pembuatan batik memiliki banyak tujuan seperti:

1. Sebagai ciri khas dari suatu daerah, serta bentuk dari motif-motif batik tersebut yang unik juga memiliki banyak sekali nilai moral serta budaya yang tercantum dalam gambaran motif batik tersebut¹⁸⁹ yang dapat membuat banyak sekali konsumen baik itu dalam negeri maupun luar negeri yang tertarik untuk membeli batik tersebut.
2. Selain bertujuan untuk menarik konsumen untuk membeli batik tersebut, ada juga penjual yang menjual batik tersebut dengan bertujuan untuk melestarikan budaya baik itu budaya daerah maupun budaya bangsa karena batik merupakan warisan leluhur asli dari Indonesia sehingga kita seharusnya melestarikan dan menjaganya agar tidak diambil oleh negara lain dan dilupakan.
3. Ada juga orang yang menjual batik sebagai mata pencaharian untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dari penjual tersebut.
4. Serta ada pula batik yang dibuat dan dijual khusus untuk pernikahan yang dijadikan sebagai ciri khas pernikahan agar pernikahan tersebut dapat berjalan sakral.

B. Macam¹⁰⁵ Macam Proses Produksi Batik Di Jawa Timur

Batik adalah kain Indonesia bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain itu, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu yang memiliki kekhasan, begitu pula dengan proses pembuatan batik di Jawa Timur yang memiliki beragam proses pembuatan.

1. Proses⁷⁰ dan Istilah Pembuatan Batik Tulis

Semula batik dibentuk⁸⁴ di atas kain warna putih yang terbuat dari kapas, sutera, poliester, rayon, dan bahan sintetis lainnya. Berikut adalah proses pembuatan batik tulis:

- a. Pemotongan bahan baku (mori) sesuai dengan kebutuhan.

b. Mengetel

Menghilangkan kanji dari mori dengan cara membasahi mori tersebut dengan larutan: minyak kacang, soda abu, tipol dan air secukupnya. Lalu mori diuleni setelah rata dijemur sampai kering lalu diuleni lagi dan dijemur kembali. Proses ini diulang-ulang sampai tiga minggu lamanya lalu dicuci sampai bersih. Proses ini agar zat warna bisa meresap ke dalam serat kain dengan sempurna.

c. Nglengreng

Menggambar langsung pada kain dengan malam panas.

d. Isen-isen

Memberi variasi.

e. Nembok

Menutup (ngeblok) bagian dasar kain yang tidak perlu diwarnai.

f. Ngobat

Mewarnai batik yang sudah ditembok dengan cara dicelupkan pada larutan zat warna.

g. Nglorod

Menghilangkan lilin dengan cara direbus dalam air mendidih (finishing).

h. Pencucian

Setelah lilin lepas dari kain, lalu dicuci sampai bersih dan kemudian dijemur.

2. Proses Pembuatan Batik Cap

Tidak seperti batik tulis yang proses pembuatannya menggunakan canting, pada proses pembuatan batik cap alat yang digunakan ya¹⁵⁶ cap (semacam stempel besar yang terbuat dari tembaga) yang sudah didesain dengan motif tertentu dengan dimensi 20cm X 20cm. Berikut adalah proses pembuatan batik cap:

- a. Kain mori diletakkan di atas meja dengan alas di bawahnya menggunakan bahan yang empuk.
- b. Lalu malam direbus hingga suhu 60-70 derajat Celsius.

- c. Cap dicelupkan ke malam yang telah mencair tadi tetapi hanya 2 cm saja dari bagian bawah cap.
- d. Kemudian kain mori dicap dengan tekanan yang cukup supaya rapi. Pada proses ini, cairan malam akan meresap ke dalam pori-pori kain mori.
- e. Selanjutnya adalah proses pewarnaan dengan cara mencelupkan kain mori yang sudah dicap tadi ke dalam tangki yang berisi cairan pewarna.
- f. Kain mori direbus supaya cairan malam yang menempel hilang dari kain.
- g. Proses pengecapan, pewarnaan, penggodogan, diulangi kembali jika ingin diberikan kombinasi beberapa warna.
- h. Setelah itu, proses pembersihan dan pencerahan warna dengan menggunakan soda.
- i. Penjemuran kemudian disetrika supaya rapih.

3. Proses Pembuatan Batik Lukis

Untuk membuat batik, bahan dan peralatan yang diperlukan adalah kain (material) yang diperbuat daripada sutera, kapas dan rayon/fuji (campuran kain polyester), lilin dan rozin, canting, warna (dyestuff), pemat warna dan serbuk soda. Proses membuat Batik Lukis adalah:

- a. Membuat reka corak kain batik di atas kain putih dengan pensil. Motif boleh dipilih berasaskan tradisional/ethnik, flora fauna, geometrikal, organik, garisan dan ruang, semi abstrak dan lain-lain. Dalam penentuan motif, biasanya tiap orang memiliki selera berbeda-beda. Ada yang lebih suka untuk membuat motif sendiri, namun yang lain lebih memilih untuk mengikuti motif-motif umum yang telah ada.
- b. Menggunakan canting yang telah diisi lilin/malam cair untuk mencorakkan kain. Panasnya lilin perlu dikontrol agar tidak terlalu panas.
- c. Mematikan/fiksasi warna Sodium silicate yang digunakan sebagai bahannya. Proses ini dilakukan untuk

memastikan warna tidak akan luntur apabila dicuci seterusnya.

- d. Setelah empat jam merendam kain dalam bahan tersebut, kain tersebut dicuci dan direbus. Tujuannya adalah untuk menghilangkan lapisan lilin, sehingga motif yang telah digambar sebelumnya terlihat jelas.

Alat dan Bahan Dalam Pembuatan Batik Tulis Di Jawa Timur

Tidak ada banyak perubahan antara alat batik tulis jaman dulu maupun yang digunakan saat ini. Sebab meskipun sudah berganti era, namun cara membuat batik tulis tetap menggunakan alat-alat tradisional yang rata-rata terbuat dari kayu dan bambu. Untuk lebih jelasnya, berikut ini adalah alat dan bahan dalam pembuatan batik tulis beserta fungsinya.

1. Kain Mori

Kain Mori



Kain mori merupakan bahan utama untuk membuat batik tulis, kain ini berasal dari bahan kapas yang telah mengalami proses pemutihan dan memiliki klasifikasi khusus. Kain yang bisa digunakan untuk bahan batik tentunya adalah kain yang mudah menyerap zat-zat pewarna batik. Kain mori primisima misalnya, merupakan

salah satu jenis kain yang memiliki kualitas tertinggi, meski daya serapnya kurang. Selain itu bisa juga menggunakan kain mori berjenis prima yang memiliki kualitas sedang dengan benang yang sedikit kasar. Untuk menghemat biaya bisa juga menggunakan kain mori biru yang merupakan kain dengan kualitas rendah dengan tekstur kasar. Selain tiga jenis kain mori tadi, untuk bahan batik tulis juga bisa menggunakan kain Kain Rayon, Kain Kapas, Kapas Grey dan bisa juga menggunakan Kain Sutera.

2. Canting⁵

Nama canting berasal dari Bahasa Jawa merupakan sebuah alat yang digunakan untuk mengambil lilin batik atau malam yang telah dilelehkan. Canting terbuat dari tembaga dan kayu atau bambu. Tembaga ini yang berfungsi sebagai penampung lilin cari. Tembaga dipilih karena merupakan penghantar panas yang baik sehingga saat mengambil lilin cair yang panas tidak cepat dingin atau beku. Untuk pegangan atau gagang terbuat dari kayu/bambu supaya tidak panas ketika digunakan untuk membatik. Canting batik terdiri dari tiga bagian utama yakni cucuk, nyamplung dan gagang atau pegangan.

Canting



Sumber: Website JNJ Batik

3. Malam atau Lilin Batik

Malam juga salah satu bahan utama pembuatan batik tulis hanya saja malam tidak hanya digunakan untuk membuat batik tulis tetapi juga menjadi salah satu pembuatan batik cap. Malam atau lilin batik ini secara garis besar berfungsi untuk menutupi bagian tertentu agar tidak terkena pewarna atau bisa juga disebut sebagai perintang.

Malam atau Lilin Batik



7 4. Zat Pewarna

Untuk pembuatan batik terdapat dua jenis zat pewarna yang bisa dipakai, zat pewarna alami dan sintetis/buatan, masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Untuk industri batik saat ini sebagian pembatik lebih banyak menggunakan zat pewarna sintetis karena lebih praktis, bahan mudah didapat, murah dan terdapat banyak pilihan warna.

Zat Pewarna



5. Wajan dan kompor kecil

Wajan berfungsi sebagai tempat penampungan lilin batik ketika sedang dilelehkan dari kondisi awal (beku). Biasanya wajan yang digunakan dalam proses membatik terbuat dari bahan alumunium atau tembaga dan diletakkan di atas kompor kecil. Kompor kecil adalah alat yang digunakan sebagai sumber panas ketika melelehkan lilin batik. Para pengrajin tradisional biasanya menggunakan kompor kecil yang berbahan bakar minyak gas.

Wajan dan Kompor kecil



6. Gawangan

Penyangga kain saat proses membatik berlangsung. Gawangan batik ini bisa terbuat dari kayu ataupun bambu. Untuk para juragan batik jaman dulu biasanya memiliki gawangan yang diberi motif hiasan pada bagian atasnya. Biasanya berupa ukiran kayu yang membentuk motif tertentu seperti naga ataupun motif lung-lungan (tumbuhan).

Gawangan



C. Asal-Usul Motif Batik Di Jawa Timur

Batik adalah salah satu kerajinan tradisional Indonesia yang sudah melegenda dan mendapatkan pengakuan dari UNESCO. Di Indonesia sendiri memiliki banyak sekali jenis motif batik, salah satu Provinsi Jawa Timur yang memiliki banyak kabupaten. Tentunya sangat banyak ragam motif batik yang terdapat di setiap daerah Jawa Timur. Berikut adalah sejarah serta daftar motif batik Jawa Timur beserta penjelasan dan maknanya di bawah ini.

1. Batik Gedog Tuban

27

Batik Gedog Tuban



Batik ini kali pertama dibawa langsung Laksamana Cheng Ho dari China (kini Tiongkok) pada masa pemerintahan Majapahit. Nuansa China dari batik ini sangat melekat. Itu terlihat dari gambar burung Hong yang menjadi kekhasan batik tersebut. Setelah masuk Tuban, batik ini diadopsi Ki Jontro, pengikut Ronggolawe. Saat Ronggolawe memberontak Majapahit, dia dan pengikutnya bersembunyi di hutan. Dalam persembunyian itulah, Jontro yang kemudian namanya dipakai nama alat tenun tradisional membuat pakaian untuk pasukannya. Semula, pakaian dari kain tenun tersebut bermotif garis-garis sesuai alur benang. Namun, setelah terpengaruh batik Lokcan dari Laksamana Cheng Ho, kain tenunnya dibatik seperti batik tersebut. Nama gedog kemudian diambil dari bunyi proses penenunan yang berbunyi dog dog dog.

2. Batik Banyu Wangi Gajah Oling

Batik Banyu Wangi Gajah Oling



Gajah Oling diyakini sebagai motif batik Banyuwangi yang asli dan tertua. Motif ini memiliki ciri khas bentuk seperti tanda tanya (?) yang menyerupai belalai gajah. Pendapat lain menyebut bentuk motif Gajah Oling

menyerupai seekor ular atau belut. motif Gajah Oling dilatar belakangi oleh sifat heroisme masyarakat Blambangan (cikal bakal Banyuwangi) untuk tidak terjajah oleh Mataram ataupun Bali. Oleh karenanya, motif Gajah Oling berbeda dengan batik Yogyakarta dan Solo (dahulu Mataram) dan Bali. Azhar Prasetyo dalam bukunya *Batik Banyuwangi* (2007) menyebut pemakaian corak Gajah Oling berkaitan dengan karakter masyarakat Banyuwangi yang bersifat religius. Karena itulah Gajah yang merupakan hewan bertubuh besar berarti maha besar, sedangkan Uling adalah eling atau dalam bahasa Indonesia berarti ingat. Secara keseluruhan Gajah Oling bermakna untuk selalu mengingat kemahabesaran Sang Pencipta yang menjadi dasar dari perjalanan hidup masyarakat Banyuwangi.

3. Batik Lancor Madura

Batik Lancor Madura



23

Batik Madura pertama kali diperkenalkan sejak masa Kerajaan Pamekasan di Pamelingan pada abad ke-16 hingga ke-17 Masehi. Pengenalan pertamanya dilakukan oleh Pangeran Ronggosukowati di Keraton Mandilaras dan kemudian diperkenalkan ke masyarakat Pamekasan. Pembuatannya berhubungan dengan peperangan yang terjadi antara ulama bernama Raden Azhar dan raja Kerajaan Bangkalan Madura dari keturunan Cakraningrat

I yang bernama Ke' Lesap. Batik Madura dengan motif lancor adalah batik berkualitas sedang yang dibuat pada kain kondang atau premis. Pembuatannya terutama di Pamekasan. Pewarna yang digunakan yaitu naptol dan remasol. Naptol digunakan untuk memberi warna merah dan biru, sedangkan remasol untuk memberi warna kuning, merah mawar, merah muda, biru langit, donker, hijau dan jingga. Nama lancor merujuk pada menara yang berada di alun-alun Pamekasan.

4. Batik Klasik Merak Ponorogo

Batik Klasik Merak Ponorogo



Secara kebudayaan, batik masuk ke Kota Reog sejak abad ke 15 Masehi, ketika Ki Ageng Hasan Besari Tegalsari menikah dengan salah satu putri Keraton Surakarta. Pada saat itu kebudayaan Keraton Surakarta dibawa ke Ponorogo termasuk budaya batik. Sehingga, awal abad ke 20 sekitar tahun 1900-1930an merupakan era dimulainya industri batik di Ponorogo. Karena adanya akulturasi budaya maka corak dan motif batik Ponorogo banyak mengangkat tema flora dan fauna yang motifnya condong ke daerah Solo dan Jogjakarta. Batik klasik Ponorogo ini merupakan motif batik

merak berlatar warna ireng/hitam yang diilhami dari kesenian reog yang menjadi ikon daerah Ponorogo. Motif merak yang sangat kental dengan kesenian budaya tradisional Ponorogo memiliki arti keindahan yang dikemas dengan kemewahan bulu-bulu burung merak. Bentuk dasar ragam hias motif burung merak hijau (pavu muticus) adalah seekor merak yang sedang mengembangkan bulu ekor yang panjang bagai sebuah kipas nan molek. Ide dasar dari motif ini menurut penulis dapat didefinisikan sebagai hidup yang sejatinya dipenuhi keindahan. Meski terkadang hadir ketidaksesuaian namun selalu ada celah untuk merasakan keindahan. Keunikan motif ini tidak hanya ada seekor burung merak namun hadir bersama dengan motif lainnya yaitu berbaur dengan helai demi helai bulu merak yang ditata secara acak.

5. Batik Rengik Mojokerto

Batik Rengik Mojokerto



Kota onde-onde ini mempunyai batik khasnya wong/orang Mojokerto yaitu Batik Rengik yang sekarang menjadi batiknya Mojokerto. Batik ini di resmikan oleh wali kota Mojokerto bapak Mas'ud Yunus beliau meresmikan sebagai batik ciri khas kota Mojokerto. Pertama kali atau yang lebih tepatnya pencetus pembuatan batik tersebut

adalah ibu Sudarsih yang biasaya dikenal bu DAR beliau adalah warga Mojokerto yang bertempat tinggal di Griya Permata Meri Blok A4 no 32 Kota Mojokerto. Batik rengkik ini banyak dijumpai pada saat kegiatan atau acara besar di kota Mojokerto contohnya parade batikmu batikku yang setiap tahun digelar kota Mojokero dan batik ini juga digunakan sebagai seragam wajib oleh pegawai negeri di Mojokerto dalam satu minggu sekali yaitu 117 tnya hari Kamis. Makna dari batik rengkik yaitu ikan rengkik menggambarkan makanan khas Kota Mojokerto yang berasal dari Ikan Rengkik. Dimana Ikan Rengkik ini banyak hidup di Sungai Brantas yang melewati Kota Mojokerto pemilihan warna orange melambangkan warna khas Kota Mojokerto.

6. Batik 29 e Pacitan

Untuk melestarikan nama buah yang menjadi asal usul terbentuknya kata Pacitan dalam sebuah karya yang berbentuk batik tulis khas Pacitan yang mempunyai ciri khas dengan memakai motif Pace dalam coraknya. Keindahan alam telah menginspirasi ragam hias dan motif Batik Pacitan, yang sarat dengan simbol-simbol hayati, motif khas Pacitan berupa buah pace atau mengkudu dan karang laut. Batik klasik buatan Pacitan kini terancam punah karena para pembatiknya sudah memasuki usia renta dan regenerasi masih belum menyamai hasilnya. Sentra batik tulis asli Kota Pacitan adalah be 29 a di Wiyoro Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Pacitan. Pengembangan motif dan variasi batikan terus dilakukan untuk menambah keanekaragam batik yang ada di Kota Pacitan.

Batik Pace Pacitan



7. Batik Pari Sumilak Bojonegoro

Batik Pari Sumilak Bojonegoro



Corak motif batik Blora dengan Bojonegoro hampir memiliki kesamaan dalam membuat motif yang terinspirasi dari tumbuhan subur di daerah tersebut yaitu motif batik daun jati. Motif batik daun jati diproduksi dari dua kabupaten yang beda provinsi. Keadaan alam, sosial budaya dan nilai historis yang di Kabupaten Bojonegoro memberikan kesan terhadap para desainer perancang batik setempat dalam membuat motif batik. Hal itu dapat kita jumpai pada sembilan lebih motif batik yang terinspirasi

dari budaya daerah Bojonegoro. Salah satu motif batik khas Bojonegoro yaitu motif Pari Sumilak. Kata Pari berasal dari bahasa Jawa yang artinya Padi, sedangkan kata Sumilak berarti padi yang sudah menguning dan siap untuk dipanen. Keadaan alam pegunungan yang subur di bumi Angling Darmo tergambarkan pada motif batik pari sumilak dengan *background* kain warna coklat sebagai simbol kesuburan tanah dan hijau lambang kesuburan. Tanah yang berwarna coklat sangat tepat untuk ditanami padi serta dibudidayakan secara maksimal sehingga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat Bojonegoro.

8. Batik Jetis Burung Merak Sidoarjo

Dinamakan batik Jetis karena berada di jalan Jetis. Batik tulis Sidoarjo berkembang sejak 1675 di kawasan sekitar masjid Jami, serta mencapai masa keemasan pada 1975. Sekitar 20-an perajin memproduksi sarung dan jarik untuk memenuhi pesanan warga Madura. Namun, belakangan pesanan berkurang setelah Madura berhasil mengembangkan batik di daerahnya. Lantaran tak ada inovasi lain, pada 1990-an banyak perajin yang gulung tikar. Hanya tersisa rumah batik Dahlia yang dikelolanya. Pesanan batik, katanya, juga berdatangan dari berbagai daerah seperti Malang, Probolinggo, Jember dan Surabaya. Batik Jetis, Sidoarjo khas sentuhan motif burung merak yang mengembangkan ekor panjang yang indah. Selain itu dipenuhi warna cerah seperti biru, kuning dan hijau. Sedangkan batik khas Solo dan Yogyakarta berwarna coklat atau sogen. Kekhasan batik Sidoarjo terletak pada pewarnaan yang berani seperti hijau, kuning dan merah.

Batik Jetis Burung Merak Sidoarjo



9. Batik Jombang

Batik Jombang



14

Jombang adalah salah satu nama daerah Tingkat II (Kabupaten/sub province/DO) yang berada di Provinsi Jawa Timur, Pulau Jawa. Batik yang dihasilkan pada masa itu diberi nama Batik Pacinan bermotif kawung dengan warna merah bata dan hijau daun. Pada awalnya motif batik Jombang menggunakan motif alam sekitar, yaitu dengan motif bunga melati, tebu, cengkih, pohon jati dan lain sebagainya. Setiap motif yang diciptakan biasanya diberi

nama, seperti cindenenan, peksi/burung hudroso, peksi manya dan turonggo seto (kuda putih). Kemudian Ibu Hj. Maniati bersama Ibu Bupati kabupaten Jombang (istri Bupati), bersepakat bahwa “Motif Batik Tulis Khas Jombang” diambil dari salah satu relief Candi Arimbi yang terletak di desa Ngrimbi, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. Candi Arimbi merupakan candi peninggalan kerajaan Majapahit. Pada penghujung tahun 2005, Bapak Bupati Jombang membicarakan motif batik khas Jombang. Pada kesempatan ini Bapak Bupati Jombang meminta Bapak Karsam (dokter batik dan sebagai warga Ploso Jombang yang juga sebagai editor buku ini) yang ditemani oleh 2 permiwa TNI AURI Kabuh (Pak Slamet dan Pak Jati) berdiskusi di Pendopo Kabupaten dari Jam 22.00 – 01.00 membahas tentang batik Jombang. Dimana motif batik ini akan digunakan sebagai seragam para pegawai kabupaten Jombang. Ketika itu Bapak Bupati menunjukkan dua buah baju batik dengan motif relief Candi Arimbi. Baju tersebut bermotif batik warna merah dan yang satu lagi bermotif batik warna hijau. Setelah dipertimbangkan, untuk seragam pegawai di Jombang ternyata lebih baik menggunakan baju batik yang motifnya berwarna merah dan Bapak Bupati pun menyetujuinya.

10. Batik Kediri Muka Ukel

Batik Kediri Muka Ukel



Motif utama yang sering ditampilkan dalam Batik Kediri adalah gambar Burung Garuda. Dalam kajian sejarah, Burung Garuda sering disebut sebagai Garuda Muka, kendaraan Dewa Wisnu. Ada pula yang menyebut, Garuda Muka (Garuda Mukha) adalah Lambang Kerajaan Airlangga. Perpaduan gambar Garuda dengan lekukan garis-garis, sulur-suluran serta titik-titiknya begitu luwes. Warna-warna batiknya pun sangat variatif. Tak heran, saat ini batik ini dikenal sebagai salah satu souvenir khas Kediri. Ada motif Garuda Muka Teratai Mekar, Garuda Muka Mukti, Garuda Muka Ukel, Garuda Muka Ukel serta Garuda Muka Liris. Kesemuanya menampilkan Burung Garuda sebagai ikon utamanya. Perbedaan ada kepakakan sayap garuda dan *point of view* serta variasi bunga dan sulurnya.

11. **Batik Singo Mengkok Lamongan**

Nilai-nilai keagamaan dan budaya lokal yang berkembang di masyarakat setempat tergambar secara apik hingga menjadi corak khas Batik Lamongan. Singo Mengkok, salah satu motif batik legendaris di kalangan masyarakat Sendang, Lamongan dikenal sarat akan makna filosofi kehidupan, namun sayangnya kini sudah mulai jarang dibuat. Dalam upayanya untuk terus aktif menjaga kelestarian kain khas nusantara Galeri Paviliun HoS bekerjasama dengan Komunitas Batik Jawa Timur (KIBAS) menggelar pameran batik bertajuk “Singo Mengkok” pada tanggal 16 November sampai dengan 15 Desember 2018. Singo Mengkok dimaknai sebagai perwujudan dari binatang mitologi berkaki empat dan bertubuh unik. Dalam budaya Tiongkok, Singo Mengkok ini identik dengan kilin yang memiliki komposisi badan kijang dengan kepala naga, serta memiliki api di dalam badannya. Bagi sebagian masyarakat Lamongan, binatang ini sangat dipercaya mampu mendatangkan kesuburan, kemakmuran dan kejayaan daerahnya. Menariknya binatang mitologi ini mampu menyatukan dua elemen dalam satu kesatuan yang

harmonis yaitu budaya dan agama seperti di makam Sunan Drajat, berbagai ragam ukiran di dinding, gamelan hingga corak dan motif batiknya. Menurut beberapa penuturan orang tua, Singo Mengkok tidak mudah untuk digambarkan dalam batik.

Batik Singo Mengkok Lamongan



12. Batik Tulung Agung

Batik Tulungagung



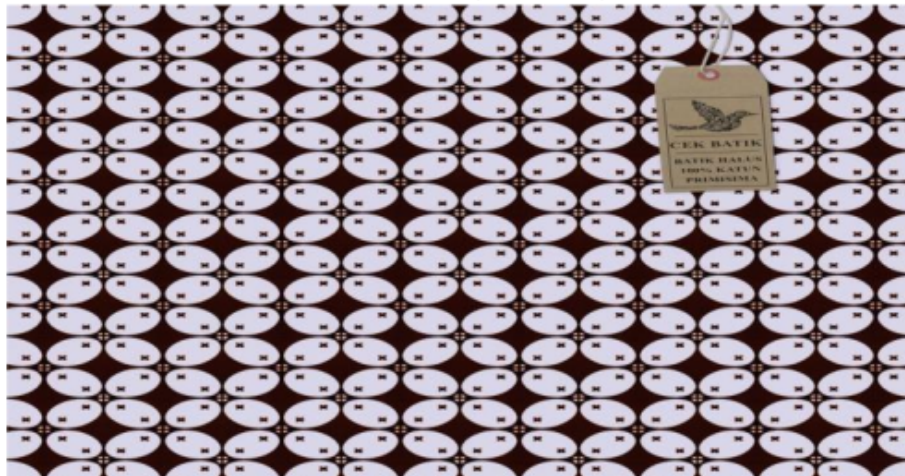
2

Berawal dari sejarah, dulunya Tulungagung dikenal dengan nama Bonoworo. Namun sejak berkembangnya kerajaan Majapahit yang memperluas wilayah kekuasaannya.

Adipati Kalung yang saat itu menjabat sebagai adipati di wilayah Bonorowo enggan untuk tunduk kepada Majapahit. Hingga akhirnya adipati mampu ditaklukan dan wilayah Bonoworo menjadi milik kerajaan Majapahit. Hingga saat itu, para prajurit dan keluarganya banyak yang tinggal di Bonoworo dan mengenalkan batik sebagai kesenian. Sejak saat itulah, berkembang pula kesenian batik yang hingga kini menjadi salah satu sentra industri di wilayah Tulungagung. Bahkan, beberapa desa di wilayah ini telah menjadi desa wisata batik, seperti Desa Sembung dan Desa Majan. Disini pengunjung akan disuguhi oleh beragam produk batik khas Tulungagung. Mulai dari pakaian jadi, produk kebutuhan sehari-hari, seprei dan lain-lain. Disamping itu, batik Tulungaung hingga kini telah memiliki 86 motif yang menjadi ciri khas bagi para pengrajinnya. Motif yang paling terkenal adalah motif batik “buket ceprik gringsing”, “buket ceprik pacit ungker”, dan “lereng buket”.

13. Batik Kawung Surabaya

Batik Kawung Surabaya



Batik Kawung adalah sebuah kain motif batik Kawung yang berasal dari kota Jogja. Kain motif ini merupakan motif batik di Indonesia yang paling terkenal dari Jogja. Dari motifnya, batik Kawung memiliki arti yang

melambangkan harapan agar manusia selalu ingat dari mana asal-usulnya. Dalam arti lain, motif Kawung ini juga dapat diartikan dengan makna kesempurnaan, kemurnian dan kesucian. Dalam mitologi Jawa, tokoh yang kerap mengenakan kain batik ini adalah Semar yang merupakan manusia titisan dewa yang berakhlak baik dan bijaksana. Motif dari batik Kawung ini berbentuk seperti bulatan yang menyerupai buah Kawung yang digambar rapih dengan canting secara geometris. Kawung sendiri merupakan buah yang je¹⁴⁹ ya hampir mirip dengan kelapa atau kolang-kaling, motif batik Kawung diyakini diciptakan oleh salah satu Sultan kerajaan Mataram. Motif batik ini pertama kali dikenal pada abad ke 13 tepatnya di pulau Jawa.

14. Batik Malang

Batik Malang



Batik Malang sebenarnya sudah ada sejak masa Kerajaan Kanjuruhan dan Kerajaan Singosari, akan tetapi karena dimasa tersebut Malang sebagai pusat kekuasaan, sehingga lebih mengedepankan ilmu kanuragan dan juga kadigdayaan guna mendukung stabilitas dari kekuasaan. Akibat tersebut perkembangan batik di Malang justru terabaikan. Sejarah batik Malang justru berawal dari batik khas pedalaman di Malang yang sudah dipakai dalam

beberapa upacara adat sejak sebelum tahun 1900-an. Batik tersebut selalu memiliki motif Sidomukti Malang dengan hiasan berupa kotak putih di bagian tengah yang biasa disebut dengan Modhang Koro. Motif ini umumnya kerap dipakai sebagai sewek (perempuan) dan udheng (laki-laki) di dalam acara resmi bagi semua lapisan masyarakat.

72

15. Batik Pring Magetan

Motif yang menjadi keunggulan batik khas Magetan adalah motif Pring (Bambu) atau lebih dikenal dengan nama Pring Sedapur. Sejarah awal kegiatan membatik di Magetan dimulai pada tahun 1970-an di Dusun Papringan, Desa Sidomukti, Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan, Jawa Timur. Adapun alasan mengapa mengangkat tema Pring Sedapur dikarenakan di dusun tempat kelahiran Batik Magetan tersebut terdapat banyak sekali tumbuhan bambu.

Batik Pring Magetan



16. Batik Manggur Probolinggo

Batik Manggur Probolinggo



47

Batik Manggur adalah batik khas Kota Probolinggo dengan motif utama Mangga dan Anggur (Manggur). Motif Mangga dan Anggur merupakan identitas dari Kota Bayuangga (Bayu=Angin, Anggur, Mangga). Sejarah tentang Batik Manggur dimulai pada tahun 1883, yang ditandai dengan pameran khusus Batik Probolinggo di Amsterdam Belanda dengan total motif 150 jenis. Sebagai inisiator, Batik Manggur mempunyai keunikan, dengan ornamen dan bahan yang digunakan menciptakan batik berkualitas. Keunikan produk didasarkan pada warna alam yang diambil dari pohon-pohon setempat. Sehingga memiliki kualitas ⁴² yang tidak diragukan. Sejarah perkembangan batik di Probolinggo memang tak diketahui secara pasti. Ada yang memperkirakan sekitar tahun 1883, yang ditandai dengan pameran khusus Batik Probolinggo di Amsterdam Belanda dengan total 150 motif. Namun beberapa pembatik memulai usaha batik lagi sekitar tahun 2008. Peluang usaha di sektor industri batik semakin besar seiring meluasnya pengguna kain batik, baik di lingkungan instansi pemerintah maupun masyarakat umum. Kondisi

tersebut menarik minat kalangan pelaku usaha kecil menengah di kota Probolinggo ini untuk menggeluti bidang perbatikan.

D. Strategi Pemasaran Batik Di Jawa Timur

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Dalam era persaingan usaha yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh pada strategi pemasaran yang dijalankannya. Produk-produk yang dipasarkan dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk tersebut. Dengan demikian pelanggan mau dan rela untuk kembali menikmati apa yang ditawarkan oleh perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia bagi perusahaan. Sedangkan untuk dapat mendistribusikan kualitas di bidang jasa merupakan hal yang tidak mudah. Oleh karena itu dalam proses pendistribusian barang kepada konsumen harus ada perhatian penuh dari manajemen pemasaran paling atas hingga karyawan level bawah. Salah satu masalah pokok yang menjadi kendala dalam pemasaran adalah banyaknya saingan di dalam pasar itu sendiri baik dari produk sejenis maupun dari produk lain. Hal tersebut merupakan tanggung jawab besar yang harus dimenangkan oleh suatu perusahaan jika ingin tetap eksis di dalam persaingan bisnis. Persaingan yang semakin tajam dan perubahan-perubahan yang terus terjadi harus dapat dijadikan pelajaran oleh manajemen pemasaran agar dapat secara

proaktif mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi baik untuk masa sekarang dan akan datang.

Komunitas Batik (KIBAS) Jawa Timur dibangun sebagai sebuah bentuk pengabdian atas seni batik di Jawa Timur, dan sebagai bentuk kekecewaan para pioner terhadap paradigma masyarakat Indonesia bahwa batik merupakan produk khas daerah Jawa Tengah. Rendahnya daya saing serta minat masyarakat terhadap batik lokal khas Jawa Timur merupakan alasan utama bagi Lintu selaku ketua KIBAS untuk terus berupaya melestarikan budaya warisan Indonesia batik. Berdasarkan analisis proses komunikasi yang telah dilakukan, diketahui bahwa KIBAS menggunakan 3 dari 4 bauran pemasaran (4P) sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran guna mempromosikan batik khas Jawa Timur yakni *Product* (produk) adalah batik khas Jawa Timur, *Place* (Tempat) yakni di wilayah Jawa Timur, dan *Promotion* (Promosi) yakni program kegiatan komunikasi pemasaran sebagai upaya promosi. Dalam analisis proses komunikasi tersebut, *Price* (Harga) tidak termasuk sebagai salah satu elemen bauran komunikasi yang digunakan karena komunitas ini merupakan *non-profit organization* sehingga tidak melakukan adanya transaksi jual beli, melainkan hanya sebagai perantara pembeli dengan pengrajin batik.

Data Rencana Pemasaran KIBAS

	Rencana Pemasaran Kibas	
Perencanaan Komunikasi Pemasaran	Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran	Evaluasi
Teknik Triangulasi	Tringulasi Sumber	Tringulasi Teknik

Pengembangan Program Komunikasi Pemasaran



Berdasarkan Gambar bagan pengembangan program komunikasi Pemasaran di atas dapat dijelaskan ada berbagai macam cara yang dilakukan oleh komunitas Kibas untuk mempromosikan batik di Jawa Timur ini agar lebih terkenal baik itu dari dalam pulau Jawa maupun luar pulau Jawa, berbagai macam cara tersebut adalah:

1. Melalui Pameran Batik Lokal

Contoh: Mengadakan sebuah pameran batik-batik yang ada di wilayah Jawa Timur secara gratis tanpa biaya masuk ke pameran tersebut, lalu di dalam pameran tersebut dikenalkan lebih lanjut tentang macam-macam batik yang ada di Jawa Timur, sejarah batik tersebut, cara pembuatan batik tersebut, dan motif-motif batik tersebut.

2. Kunjungan Ke Pengerajin Batik Di Wilayah Jawa Timur

Contoh: Mengadakan study tour yang dimana dalam study tour tersebut mengunjungi sentral produksi batik di Jawa Timur dan belajar banyak hal mengenai batik di Jawa Timur.

3. Seminar Edukasi dan Pelatihan Membatik

Contoh: Mengadakan seminar di berbagai sekolah dan perguruan tinggi yang bertujuan untuk mengedukasi serta mengenalkan lebih lanjut tentang berbagai macam batik

yang ada di Jawa Timur serta cara pembuatan dari batik tersebut.

4. Eksplorasi Batik Melalui Para Kolektor

Contoh: Ikut dalam pelelangan pakaian dan berbagai macam kegiatan *fashion show* dan mengenalkan keindahan dari motif-motif batik di Jawa Timur ini.

5. Iklan Melalui Internet

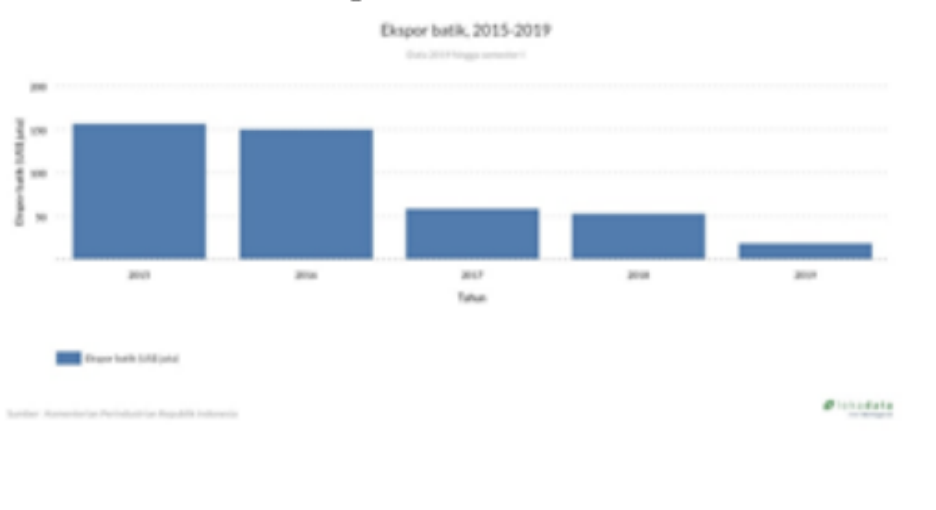
Contoh: Membuat iklan promosi di instagram, twiter, facebook dan lain sebagainya, untuk mempromosikan keindahan batik khas daerah Jawa Timur ini.

6. Iklan Melalui Media Cetak Dan Penyiaran

Contoh: Menayangkan iklan di koran, brosur, majalah dan melaui penyiaran di tv dan radio.

7. Peran Humas Dalam Upaya Mempromosikan Batik Lokal.

Grafik Nilai Ekspor Batik Di Indonesia 2015-2019



Sumber:Website: lokadata.com

78

Pada tahun 2018, ekspor batik mencapai US\$52,44 juta. Nilai ini menurun sebesar 10,3 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Sementara itu, ekspor batik semester I 2019 yakni US\$17,9 juta. Penurunan paling anjlok terjadi pada 2017 di mana nilai ini menurun 61 persen atau mencapai US\$149.9 juta jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Agar popularitas batik khas Jawa Timur dapat semakin meningkat, KIBAS mengadakan program kegiatan tahunan yang rutin dilaksanakan dengan melibatkan seluruh anggota yang secara sukarela tertarik dan ingin mendalami ilmunya terhadap batik lokal. Program-program ini berfungsi sebagai sarana untuk memberikan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat secara luas dan mendalam terhadap batik khas Jawa Timur.

Konsep Pemasaran

Kotler dan Keller (2016: 21) mengatakan bahwa konsep pemasaran adalah kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibanding pesaing.

Ada beberapa konsep pemasaran yang perlu kita perhatikan, yaitu

1. Kebutuhan adalah suatu keadaan dirasakannya ketiadaan kepuasan dasar tertentu dan sifatnya ada dan terletak dalam tubuh dan kondisi manusia. Misalnya kebutuhan akan pangan, pakaian, perumahan, keamanan dan penghargaan.
2. Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam. Misalnya setiap orang membutuhkan makan tetapi dapat dipuaskan melalui jenis makanan yang berbeda seperti orang yang satu makan roti yang lainnya makan nasi soto.
3. Permintaan adalah keinginan terhadap produk-produk tertentu yang didukung oleh suatu kemampuan dan kemauan untuk membelinya. Misalnya banyak orang ingin mobil Mercedes, namun hanya sedikit orang yang mampu dan mau membelinya.
4. Produk atau tawaran adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan berupa barang, jasa maupun ide-ide. Misalnya sebuah restoran fast-food menawarkan barang-barang (seperti hamburger, kentang goreng, soft drink), jasa-jasa

(seperti pembelian, memasak, dan tempat duduk), dan ide (seperti "hemat waktu").

5. Nilai dan kepuasan merupakan suatu dimana pembeli atau sasaran merasakan terpenuhinya keinginan atau kebutuhannya, sehingga membuktikan produk dan tawaran berhasil.

E. Standarisasi dan Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Pengrajin Batik Di Jawa Timur

Muslichah Erma Widiani, melakukan kegiatan untuk saling melengkapi guna melaksanakan penelitian pengrajin batik yang ada di Jawa Timur, terutama di daerah pesisir. Melakukan penelitian untuk pemberdayaan pengrajin batik dengan standarisasi dan teknologi informasi 4.0. Jawa Timur mempunyai posisi yang cukup strategis di bidang industri diapit oleh dua provinsi besar yaitu Jawa Tengah dan Bali, sehingga menjadi pusat pertumbuhan industri maupun perdagangan. Melihat kontribusi sub sektor industri terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Jawa Timur antara lain industri batik, namun sayangnya batik yang dihasilkan pengrajin pada masa revolusi industri 4.0 ini masih kurang berdaya saing. Maka perlu dilakukan pembinaan secara berkesinambungan untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing IKM batik Jawa Timur. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing IKM batik adalah pemberdayaan dengan standarisasi antara lain brandmark dan merek yang berbasis IT agar dapat meningkatkan *Outcome*. Tujuan standarisasi antara lain memberikan jaminan mutu batik Indonesia, meningkatkan kepercayaan konsumen dalam negeri maupun luar negeri terhadap mutu batik Indonesia, melestarikan dan melindungi produk batik Indonesia secara hukum dari berbagai ancaman di bidang Hak Kekayaan Intelektual (HKI), perdagangan di dalam negeri maupun internasional, serta memberikan identitas batik Indonesia agar masyarakat dalam dan luar negeri dapat dengan mudah mengenali produk batik Indonesia.

STUDI KASUS

Sentra kerajinan batik³⁶ di Jawa Timur dapat ditemukan meski dalam skala kecil. Perkembangan batik di Jawa Timur³⁶ ternyata agak lambat dibandingkan dengan batik Jawa Tengah. Salah satu penyebabnya mungkin karena batik di Jawa Tengah dan Yogyakarta memiliki patron d⁹⁵ kalangan keraton sehingga selalu ada inovasi. Padahal, batik di Jawa Timur juga memiliki motif yang tidak kalah uniknya dibanding³⁶ dengan daerah lain. Batik Jawa Timur mempunyai motif yang lebih bebas, tanpa terikat pakem-pakem motif yang ada sebelumnya. Ragam hias batik Jawa Timur bersifat naturalis dan dipengaruhi berbagai kebudayaan asing dan warna-warna yang dipakai batik Jawa Timur tampak lebih cerah.

KIBAS atau Komunitas Batik Jawa Timur dibangun sebagai sebuah bentuk pengabdian atas seni batik di Jawa Timur, dan sebagai bentuk kekecewaan para pioneer terhadap paradigma masyarakat Indonesia bahwa batik merupakan produk khas daerah Jawa Tengah. Rendahnya daya saing serta minat masyarakat terhadap batik lokal khas Jawa Timur merupakan alasan utama bagi Lintu selaku ketua KIBAS untuk terus berupaya melestarikan budaya warisan Indonesia, batik. Berdasarkan analisis proses komunikasi yang telah dilakukan, diketahui bahwa KIBAS menggunakan 3 dari 4 bauran pemasaran (4P) sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran guna mempromosikan batik khas Jawa Timur yakni *Product* (produk) adalah batik khas Jawa Timur, *Place* (Tempat) yakni di wilayah Jawa Timur, dan *Promotion* (Promosi) yakni program kegiatan komunikasi pemasaran sebagai upaya promosi. Dalam analisis proses komunikasi tersebut, *Price* (Harga) tidak termasuk sebagai salah satu elemen bauran komunikasi yang digunakan karena komunitas ini merupakan *non-profit organization* sehingga tidak melakukan adanya transaksi jual beli, melainkan hanya sebagai perantara pembeli dengan pengrajin batik. Agar popularitas batik khas Jawa Timur dapat semakin meningkat, KIBAS mengadakan program kegiatan tahunan yang rutin dilaksanakan dengan

melibatkan seluruh anggota yang secara sukarela tertarik dan ingin mendalami ilmunya terhadap batik lokal.

Program-program ini berfungsi sebagai sarana untuk memberikan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat secara luas dan mendalam terhadap batik khas Jawa Timur. Program-program tersebut berupa program pengenalan komunitas yakni dalam bentuk pameran, kunjungan batik ke beberapa kota di Jawa Timur dan seminar edukasi serta pelatihan mengenai batik. Selain itu juga terdapat program edukasi melalui koleksi batik milik kolektor dimana Kibas melakukan pembelajaran melalui batik-batik kuno yang dimiliki oleh kolektor yang secara sukarela memberikan kesempatan bagi komunitas ini untuk berbagi ilmu dan manfaat kepada seluruh anggotanya. Dalam melakukan promosi, KIBAS memanfaatkan iklan sebagai salah satu sarana untuk memperkenalkan batik khas Jawa Timur kepada masyarakat melalui iklan dalam bentuk media cetak seperti koran, serta memanfaatkan penggunaan media sosial seperti Facebook dan Instagram. Kedua media tersebut dipilih karena merupakan media yang paling efektif di era komunikasi seperti ini. Namun, KIBAS selalu terbuka akan adanya inovasi baru sehingga tidak menutup kemungkinan untuk menggunakan media lain yang dianggap lebih efektif dari media massa ataupun media sosial. Strategi komunikasi pemasaran oleh KIBAS tidak lepas daripada peran humas dalam membangun komunikasi serta menyebarluaskan informasi dan pengetahuan terhadap batik khas Jawa Timur. Humas bertanggung jawab dalam memperkenalkan batik kepada masyarakat luas, dan membangun kerjasama dengan berbagai pihak. Dalam hal ini humas membangun kerjasama dengan pemerintah daerah, komunitas batik lukis Klampis Ireng, Yayasan Batik Indonesia dan pengrajin batik. Berbagai program yang dilakukan tersebut diharapkan dapat menjadi sarana bagi para pecinta batik ataupun masyarakat agar semakin sadar akan keanekaragaman budayanya serta pentingnya kelestarian batik lokal di Jawa Timur.

RANGKUMAN

Hampir seluruh daerah Jawa Timur ditemukan sentra kerajinan batik meski hanya skala kecil. Batik yang diproduksi oleh sentra-sentra industri di Jawa Timur ini memiliki ciri khas masing-masing yang seeara kasat mata bisa dibedakan. Umumnya masing-masing pengrajin menampilkan motif alam sekitarnya. Mojokerto adalah daerah yang erat hubungannya dengan kerajaan Majapahit, maka batik berkembang di sini. Batik juga berkembang di Tulungagung sebagai daerah pengembangan Kerajaan Majapahit saat itu. Tulungagung yang sebagian wilayahnya rawarawa (Bonorowo), saat itu dikuasai oleh Adipati Kalang, yang tidak mau tunduk kepada Kerajaan Majapahit. Daerah pembatikan di Mojokerto sekarang terdapat di Kwali, Mojosari, Betero dan Sidomulyo.

Di luar Kabupaten Mojokerto, batik juga ditemukan di Jombang. Waktu krisis ekonomi 1930an, pengusaha batik Mojokerto ikut lumpuh. Pengusaha-pengusaha batik di Sidoarjo, yang kebanyakan rumahan, bangkrut. Sesudah krisis kegiatan pembatikan timbul kembali sampai Jepang masuk ke Indonesia, dan waktu pendudukan Jepang kegiatan pembatikan lumpuh lagi. Kegiatan pembatikan muncul lagi sesudah revolusi saat Mojokerto sudah menjadi daerah pendudukan. Mojokerto sebelumnya dikenal dengan batik Kalangbret, yang coraknya hampir sama dengan batik-batik keluaran Yogyakarta: dasarnya putih dan warna coraknya coklat muda dan biru tua. Tempat pembatikan yang dikenal sejak lebih dari seabad yang lalu di Mojokerto adalah Desa Majan dan Simo. Batik Majan juga mempunyai riwayat sebagai peninggalan zaman peperangan Pangeran Diponegoro 1825. Warna babaran batik Majan dan Simo dikenal unik, merah menyala (yang diperoleh dari kulit mengkudu) dan warna lainnya dari tom. Daerah Ponorogo pada awal abad XX juga dikenal sebagai daerah batik yang dalam pewarnaannya menggunakan nilai yang tidak luntur.

BAGIAN 2
LINGKUNGAN BISNIS BATIK
PROVINSI JAWA TENGAH

Lingkungan bisnis adalah nilai keseluruhan dari individu, institusi, maupun kekuatan lain yang berasal dari luar kontrol perusahaan, tapi perusahaan masih bisa bergantung pada mereka karena mereka sudah mampu mempengaruhi performa perusahaan dan keberlanjutan perusahaan. Ragam hias batik Jawa Tengah bersifat naturalis dan dipengaruhi berbagai kebudayaan di luar Jawa Tengah maupun asing. Warna-warna yang dipakai tampak lebih cerah bila dibandingkan dengan daerah Jawa lainnya. Motif yang dihasilkan banyak terinspirasi dari alam.

A. Sejarah Batik di Jawa Tengah

Batik adalah salah satu warisan adiluhung bagi Bangsa Indonesia yang sudah kondang, merupakan perpaduan antara ⁵⁹ seni dan teknologi para leluhur yang sangat tinggi. Batik merupakan citra tinggi budaya karya bangsa Indonesia yang mencirikan kerumitan dan kehalusan ragam hias yang tumbuh melalui goresan canting yang dilukiskan. Karena mempunyai nilai seni yang tinggi maka hampir seluruh dunia mengenal seni ini karena kesempurnaan keindahannya baik mengenai desain ⁶⁸ maupun proses pembuatannya.

Berdasarkan etimologi dan terminologinya, batik merupakan rangkaian kata mbat dan tik. Mbat dalam bahasa Jawa diartikan sebagai ngembat atau melempar bekali-kali, sedangkan tik berasal dari kata titik. Jadi membatik berarti ¹⁵³ melempar titik-titik berkali-kali pada kain. Jawa Tengah merupakan Provinsi yang terletak di pulau Jawa yang terkenal dengan seni budaya yang adiluhung. Jawa Tengah dikenal sebagai "jantung" budaya Jawa. Salah satu hasil karya seni yang terjaga kelestariannya sampai saat ini adalah batik. Kesenian batik di Indonesia telah dikenal sejak jaman kerajaan Majapahit dan terus berkembang hingga kerajaan dan raja-raja berikutnya. Kesenian batik mulai meluas menjadi milik rakyat khususnya suku Jawa ialah setelah akhir abad ke-XVIII atau awal abad ke-XIX. Hal ini dapat dilihat bentuk relief yang ada di candi-candi seperti candi Prambanan dan candi Borobudur memiliki kesamaan corak batik dengan prasasti atau lukisan

busana yang dikenakan raja atau ratu. Perkembangan batik Jawa Tengah berawal di lingkungan keraton Surakarta seiring dengan adanya peristiwa politik perjanjian Giyanti 13 februari 1755. Batik terus berkembang di luar lingkungan keraton sampai sekarang telah berkembang cukup pesat, baik industri maupun motif atau ragam hiasnya.

Ciri khas batik Jawa Tengah terletak pada motifnya yang diambil dari kebudayaan Jawa, erat hubungannya dengan kebudayaan atau kerajaan Hindu maupun Islam dan Kebudayaan Negara lainnya misalnya Cina, Belanda, Arab, India, Jepang dan lain-lain yang bermakna filosofis, mempunyai nilai seni. ¹¹⁰ Alanya seni batik terbatas di lingkungan Keraton Solo, dan hasilnya untuk pakaian raja dan keluarga serta pengikutnya. Oleh karena pengikut raja banyak yang tinggal di luar keraton, maka kesenian batik dibawa mereka keluar keraton dan setelah berakhirnya perang Diponegoro menyebar luas ke daerah pesisir seperti Rembang, Semarang, Batang, Pekalongan, Tegal, daerah pedalaman seperti Sragen, Klaten, Purworejo, Kebumen, Banyumas, Brebes.

1. Sejarah Batik Solo

Jika melihat dari sejarahnya, Batik Solo tak terlepas dari pengaruh keraton Kerajaan Pajang pada 4 abad yang lalu. Batik Solo dikenal juga sebagai batik Laweyan, berawal dari perpecahan Keraton Surakarta dan Ngayogyakarta sebagai akibat dari perjanjian Giyanti tahun 1755. Seluruh busana kebesaran Mataram dibawa ke Keraton Yogyakarta. Sementara itu, Paku Boewono III memerintahkan kepada para abdi dalem untuk membuat sendiri motif batik Gagrak Surakarta. Dari perintah itu masyarakat berlomba-lomba untuk membuat corak batik dan menghasilkan banyak motif batik yang berkembang di masyarakat.

Untuk mengatasi hal tersebut, Paku Boewono III pun mengeluarkan peraturan tentang kain batik yang boleh dipakai di dalam keraton. Dari perintah ini, diperkirakan

ciri khas batik Solo bermula, karena motif pun sudah mulai diatur ada motif yang diizinkan dipakai di lingkungan keraton begitu juga sebaliknya. Beberapa batik yang boleh dipakai oleh patih dan para kerabat kerajaan antara lain batik sawat, batik parang, batik cemukiran yang ujungnya menyerupai paruh burung podang, bagun tulak, minyak teleng serta berwujud tumpal dan juga batik cemukiran yang berujung lung (daun tumbuhan yang menjalar di tanah), sementara untuk kawula (rakyat) tidak diperkenankan memakai batik tersebut.

Rancang batik yang diperuntukkan bagi keraton dikerjakan oleh abdi dalem yang kebanyakan tinggal di luar keraton. Dari lingkungan abdi dalem perancang batik ini kemudian terbentuk komunitas perajin batik diantaranya di Kratonan, Kusumodiningratan, Kauman maupun Pasar Kliwon. Sementara bahan yang digunakan untuk batik khusus keraton digunakan bahan dan pewarna dari daerah lokal misalnya soda Jawa. Kisah sejarah yang cukup melekat pada batik Solo adalah ketika ratu dari keraton Solo memperlihatkan kain batik kepada Raja yang membuat beliau mengembangkan usaha batik pada awal abad XX, sampai batik menjadi salah satu identitas perekonomian masyarakat Jawa dan mencapai kejayaan pada era 1970 tersebut.

2. Sejarah Batik Magelang

Batik Magelang adalah budaya teknik cetak motif tutup celup dengan menggunakan malam (lilin) di atas kain. Awalnya, batik dikerjakan hanya terbatas dalam kraton. Di dalam perkembangannya seni batik ditiru oleh rakyat dan meluas menjadi pekerjaan kaum wanita untuk mengisi waktu luang. Selanjutnya, batik menjadi pakaian yang digemari, baik wanita maupun pria dengan aneka kreasi motif dan pewarnaan. Motif kreasi Batik Magelang baik cap maupun tulis mengangkat "tetenger" ikon serta budaya khas yang dikreasikan secara kontemporer,

sebagaimana juga dengan 'Gethuk' dengan aneka modifikasi klasikal serta bagian-bagian tanaman ketela pohon. Menara air sebagai bangunan kuno yang menghiasi aloon-aloon kota. Simbol Pakuning tanah Jawa, bunga kantil, burung kepodang, buah pala, bayam serta jago menghiasi motif rejeng, kawung, sekar jagad ataupun motif lainnya tanpa meninggalkan nuansa dan jiwa etnik.

Bahan bahan pewarna yang dipakai terdiri dari pewarna sintetis dan pewarna alam. Pewarna alam dengan memanfaatkan tumbuhan asli Indonesia yang dibuat sendiri, antara lain dari daun mangga, mengkudu, mahoni, indigo, viera, kunyit dan yang lainnya sehingga didapat warna-warna natural. Warna kain agar tidak mudah pudar, perawatannya dengan menggunakan sabun khusus yang dibuat dengan bahan dasar lerak ataupun shampo sebagai bahan pencuci, tidak diperas, dan tidak dijemur di bawah terik matahari langsung. Apresiasi batik Magelang menjadikan semangat baru di dalam berkarya untuk melestarikan budaya Indonesia.

3. Sejarah Batik Semarang

Keberadaan Batik Semarang sebelum tahun 1970 masih simpang siur pemberitaanya, mencari sebuah kebenaran akan apa itu batik Semarang yang dianggap masih belum jelas, merupakan hal yang sulit untuk diungkap. Seperti halnya pada fenomena pencarian identitas batik yang katanya dulu pernah ada dan dibuatnya di Semarang. Semarang sendiri merupakan daerah pelabuhan yang sering disinggahi bangsa dan budaya luar, sehingga banyak akulturasi budaya terjadi. Seperti halnya dalam bidang batik, banyak khalayak yang mengira bahwa Semarang adalah sentra batik di Jawa Tengah. Namun sampai saat ini belum ada yang membuktikan Semarang memiliki tradisi batik, apalagi memiliki ragam motif yang pakem (jelas). Oleh orang-orang yang mempunyai kepedulian akan batik, berupaya keras

untuk mengenalkan identitas dan motif batik Semarang melalui event dan seminar, tujuannya untuk mengingat beberapa waktu yang lalu muncul kontroversi mengenai ada tidaknya batik Semarang.

Batik Semarang adalah salah satu jenis batik sisiran yang pernah terkenal pada masanya. Saat itu Batik Semarang dipakai oleh semua kalangan, baik kelas bawah, menengah, maupun atas. Motifnya didominasi ornamen tetumbuhan atau semen dan lung-lungan, tetapi dalam bentuk sarung dengan hiasan tumpal kepala pasang di wilayah lain istilah ini biasa dikenal dengan nama kepala tumpal, pucuk rebung atau sorotan. Motif ini didominasi warna coklat dan hitam yang menampilkan kesan anggun. Motif batik berciri khas dengan kondisi yang ada di Semarang memiliki banyak aksesoris motif yang beragam, nampak banyak para perajin berevolusi mengembangkan banyak jenis motif, dan pada tahun 1970 batik Semarang mulai terlihat perkembangannya, mulai dari banyaknya perajin yang berkreasi mencoba membuat batik yang mestinya unik dan berbeda dengan batik yang lain. Dalam hal tersebut penulis memberi nama batasan Spesifik tahun yang dibedakan berdasarkan keadaan pada tahun tersebut.

Masa Berbenah Setelah Peristiwa Pertempuran (1970-an). Pada Tahun tersebut adalah tahun dimana Batik Semarang mulai berbenah setelah peristiwa Pertempuran 5 hari di Semarang tahun 1945 antara pemuda Indonesia dengan tentara Jepang. Pada tahun tersebut tentara Jepang membakar rumah-rumah penduduk di kampung-kampung di kota Semarang, salah satunya adalah kampung batik. Karena peristiwa tersebut, seluruh peralatan membatik di kampung Batik ikut terbakar, dan kegiatan membatik di kampung batik lumpuh atau terhenti. Namun kondisi tersebut tidak melumpuhkan semangat pengusaha di bidang batik untuk menghentikan segala kegiatan pembatikan. Usaha milik orang cina peranakan di Kampung Bugangan dengan nama "Tan Kong Tien Batikkerij" dengan

pemilik bernama Tan Kong Tien, dan istrinya bernama Raden Ayu Dinartiningsih, salah satu keturunan Hamengku Buwono III dari Kesultanan Yogyakarta. Sekarang perusahaan batik Kerij Tan Kong Tien tersebut diteruskan oleh anaknya yang bernama Raden Ayu Sri Murdiyanti, Berkat kegigihan pengusaha tersebut Sri Murdiyanti memperoleh hak monopoli batik untuk wilayah Jawa Tengah dari Gabungan Koperasi Batik Indonesia.

Tan Kong Tien bercerita bahwa beliau memiliki pegawai yang digolongkan dalam fungsi pekerja sebagai berikut: Pembuat desain motif batik, pembatik, dan tukang celup. Jumlah pembatik di perusahaan itu cukup banyak, berasal dari beberapa daerah di kota kuno Semarang. Tahun 1970-an itulah pertanda bahwa batik Semarang mulai berbenah dengan munculnya Batik kerij Tan Kong Tien yang saat itu berjaya.

Pada tahun 1980 embrio sentra batik tumbuh dan berkembang di lokasi kampung Batik Semarang. Di dalam sentra tersebut tumbuh sekitar 15 sampai 20 perajin batik. Selanjutnya dalam pembinaan terhadap industri kecil batik, untuk mengantisipasi pencemaran yang ada, sentra batik di kampung batik dipindahkan ke lokasi Desa Cangkiran Kecamatan Mijen. Tahapan di mana Batik Semarang berupaya untuk mendapat pengakuan dari berbagai kalangan. Indikator dari penelitian ini adalah strategi pengenalan produk batik Semarang.

Masa tumbuh 1990-1996 dilanjut masa kemundurannya tahun 1997-1998. Diawali masa berbenah dan masa tumbuh tahun 1990-1996 dilanjutkan tahun 1998 kemunduran disebabkan berbagai masalah perekonomian. Perubahan yang signifikan, padahal saat tahun 1970an tersebut aktivitas batik baru diperbaiki pembaharuan alat membatik, membuka pelatihan - pelatihan membatik, seminar yang mengangkat tema batik dan pameran - pameran yang diadakan oleh pemerintah kota Semarang. Didukung oleh banyak pihak, batik Semarang membentuk

beberapa perkumpulan yang di dalamnya membahas mengenai pengembangan batik Semarang. Namun kondisi tersebut lambat laun mulai membaik, masa kemunduran tersebut kian berubah menjadi masa kemajuan lagi, yaitu pembaharuan modern tahun 2005, yang disahkan peresmiannya untuk bangkit oleh Pemerintah Kota Semarang.

4. Sejarah Batik Pekalongan

Meskipun tidak ada catatan resmi kapan batik mulai dikenal di Pekalongan, namun menurut perkiraan batik sudah ada di Pekalongan sekitar tahun 1800. Bahkan menurut data yang tercatat di Deperindag, motif batik itu ada yang dibuat 1802, seperti motif pohon kecil berupa bahan baju. Namun perkembangan yang signifikan diperkirakan terjadi setelah perang besar pada tahun 1825-1830 di kerajaan Mataram yang sering disebut dengan perang Diponegoro atau perang Jawa. Dengan terjadinya peperangan ini mendesak keluarga keraton serta para pengikutnya banyak yang meninggalkan daerah kerajaan. Mereka kemudian tersebar ke arah Timur dan Barat. Kemudian di daerah-daerah baru itu para keluarga dan pengikutnya mengembangkan batik.

Ke timur batik Solo dan Yogyakarta menyempurnakan corak batik yang telah ada di Mojokerto serta Tulungagung hingga menyebar ke Gresik, Surabaya dan Madura. Sedang ke arah batik berkembang di Banyumas, Kebumen, Tegal, Cirebon dan Pekalongan. Dengan adanya migrasi ini, maka batik Pekalongan yang telah ada sebelumnya semakin berkembang. Seiring berjalannya waktu Batik Pekalongan mengalami perkembangan pesat dibandingkan dengan daerah lain. Di daerah ini batik berkembang di sekitar daerah pantai, yaitu di daerah Pekalongan kota dan daerah Buaran, Pekajangan serta Wonopringgo. Perjumpaan masyarakat Pekalongan dengan berbagai bangsa seperti Cina, Belanda, Arab, India,

Melayu dan Jepang pada zaman lampau telah mewarnai dinamika pada motif dan tata warna seni batik.

Sehubungan dengan itu beberapa jenis motif batik hasil pengaruh dari berbagai negara tersebut yang kemudian dikenal sebagai identitas batik Pekalongan. Motif itu, yaitu batik Jlamprang, diilhami dari Negeri India dan Arab. Lalu batik Encim dan Klengenan, dipengaruhi oleh peranakan Cina. Batik Belanda, batik Pagi Sore, dan batik 95 kokoi, tumbuh pesat sejak pendudukan Jepang. Motif-motif Jlamprang atau di Yogyakarta disebut Nitik adalah salah satu batik yang cukup 36 populer diproduksi di daerah Krapyak, Pekalongan. Batik ini merupakan pengembangan dari motif kain Potola dari India yang berbentuk geometris kadang berbentuk bintang atau mata angin dan menggunakan ranting yang ujungnya berbentuk segi empat. Batik Jlamprang ini diabadikan menjadi salah satu jalan di Pekalongan. Perkembangan budaya teknik cetak motif tutup celup dengan menggunakan malam (lilin) di atas kain yang kemudian disebut batik, memang tak bisa dilepaskan dari pengaruh negara-negara itu. Ini memperlihatkan konteks kelenturan batik dari masa ke masa.

Museum Batik di Pekalongan, Jl. Jetayu No. 1 Kota Pekalongan. Gedung itu menyimpan sejarah sebagai peninggalan VOC atau dikenal sebagai City Hall. Batik Pekalongan menjadi sangat khas karena bertopang sepenuhnya pada ratusan pengusaha kecil, bukan pada segelintir pengusaha bermodal besar. Sejak berpuluh tahun lampau hingga sekarang, sebagian besar proses produksi batik Pekalongan dikerjakan di rumah-rumah. Akibatnya batik Pekalongan menyatu erat dengan kehidupan masyarakat Pekalongan yang kini terbagi dalam dua wilayah administratif, yakni Kotamadya Pekalongan dan Kabupaten Pekalongan. Pasang surut perkembangan batik Pekalongan memperlihatkan Pekalongan layak menjadi ikon bagi perkembangan batik di Nusantara. Ikon bagi karya seni yang tak pernah menyerah dengan

perkembangan zaman dan selalu dinamis. Kini batik sudah menjadi nafas kehidupan sehari-hari warga Pekalongan dan merupakan salah satu produk unggulan. Hal itu disebabkan banyaknya industri yang menghasilkan produk batik. Karena terkenal dengan produk batiknya, Pekalongan dikenal sebagai KOTA BATIK.

B. Macam-Macam Batik Di Setiap Kota Di Provinsi Jawa Tengah dan Proses Pembuatannya

Ada beberapa motif batik di setiap kota di Provinsi Jawa Tengah, motif motif tersebut mempunyai arti dan filosofinya tersendiri, berikut beberapa macam motif batik di setiap kota di provinsi Jawa Tengah.

Batik Di Kota Magelang Provinsi Jawa Tengah

1. Batik Magelang Motif Water Toren.

Motif batik water toren merepresentasikan bangunan menara air yang merupakan bangunan bersejarah peninggalan masa kolonial yang berada di Alun-Alun Kota Magelang. Menara air yang memiliki tinggi 21,2 meter dan luas 395,99 meter ini dalam bahasa Belanda disebut sebagai “water toren” dan nama inilah yang populer sampai sekarang. Menara air ini juga memiliki sebutan lain di kalangan masyarakat, yakni disebut sebagai Kompor Raksasa karena bentuk bangunannya yang mirip dengan kompor minyak. Menara air atau water toren dibangun oleh seorang arsitek berkebangsaan Belanda yang bernama Herman Thomas Karsten.

Gambar 1 Motif Batik Water Toren



Menara yang mampu menampung 1.750 juta liter air ini mulai dibangun pada tahun 1916, dan secara resmi beroperasi melayani masyarakat pada tanggal 2 Mei 1920. Sampai sekarang bangunan menara air peninggalan masa kolonial ini masih berdiri kokoh dan berfungsi sebagai bangunan penampungan air. Pengelolaannya saat ini berada di bawah pengelolaan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Magelang. Motif batik water toren menjadi salah satu upaya mengenalkan water toren sebagai ikon bangunan bersejarah Kota Magelang

2. Batik Motif Magelang Sejuta Bunga

Motif batik Magelang sejuta bunga merepresentasikan Kota Magelang melalui corak ikon water toren berpadu dengan corak bunga teratai yang melambangkan kedamaian. Motif ini memiliki makna bahwa Kota Magelang merupakan kota yang indah dengan sejuta bunga dan merupakan kota yang damai. Motif Magelang sejuta bunga erat kaitannya dengan sejarah Kota Magelang. Pada masa kolonial, Kota Magelang memiliki julukan sebagai “Tuin Van Java” yang memiliki arti Kota Kebun atau Tamannya Pulau Jawa. Julukan ini disematkan pada Kota Magelang lantaran daerah ini memiliki taman-taman bunga

indah yang menghiasi sudut-sudut kota. Sejarah Kota Magelang sebagai “Tuin Van Java” menjadi acuan Pemerintah Kota Magelang mengganti slogan “Magelang Harapan” menjadi “Magelang Kota Sejuta Bunga”. Bunga dianggap sebagai simbol untuk merepresentasikan kebersihan, keindahan, ketertiban dan kenyamanan. Motif batik Magelang sejuta bunga diciptakan dan dipopulerkan oleh Iwing Sulitiyawati. Iwing juga telah mengantongi hak cipta atau hak eksklusif bagi pencipta atas motif batik Magelang sejuta bunga.

Motif Batik Magelang Sejuta Bunga



3. Batik Motif Gelatik Magelang

Motif batik gelatik Magelang terinspirasi dari burung gelatik madu yang merupakan satwa mungil maskot Kota Magelang. Burung kicaau berukuran mungil sekitar 13 cm ini memiliki warna hitam pada leher dan kepalanya, pipi putih yang menonjol, bagian atas kehijauan dan bagian bawah kuning kehijauan. Burung gelatik madu merupakan burung yang lincah dan aktif bergerak naik turun di puncak pohon dan permukaan tanah. Burung ini juga senang bergerombol dan bergerak bersama di persawahan. Sifat burung gelatik madu menjadi inspirasi lahirnya strategi perang gerilya Pangeran Diponegoro dan Jenderal Soedirman. Dalam

catatan sejarah, kedua pahlawan ini memiliki kaitan yang sangat erat dengan Kota Magelang.

Motif Batik Gelatik



Batik ²⁰Kota Pekalongan Provinsi Jawa Tengah

Ciri khas jenis batik Pekalongan yakni didominasi dengan motif tumbuh-tumbuhan dan hewan. Selain memiliki motif bunga yang cerah, ciri lain dari batik Pekalongan ini juga memiliki motif garis dan juga titik pada setiap hasil kerajiaannya batik tersebut. Batik Pekalongan menggambarkan ciri kehidupan masyarakat pesisir yang mudah beradaptasi pengaruh budaya luar. Secara filosofi, para pengrajin batik Pekalongan telah menempatkan hiasan keramik Tiongkok sebagai akulturasi ikatan kebudayaan leluhur yang dalam lukisannya memiliki kefasihan dan kelembutan. Pemilihan ragam hias jenis tumbuhan yang sebagian besar menjadi objek utama dan banyak terdapat pada lukisan keramik Tiongkok. Ada 3 motif batik Pekalongan yang sudah sangat melegenda karena keberadaannya sudah turun-temurun dari dulu dan masih sangat diminati, yaitu:

1. Motif Batik Jlamprang

Motif batik jlamprang sangat dipengaruhi oleh budaya Islam, di dalam Islam dilarang menggambar makhluk hidup. Untuk itulah motif jlamprang terdiri dari titik, kotak, lingkaran dan bentuk-bentuk lain yang membentuk geometris. Selain itu warna cerah menjadi ciri khas lain dari motif jlamprang, bisa dua warna atau lebih. Meskipun berupa titik dan bentuk-bentuk dasar yang geometris, namun pola yang terbentuk memiliki makna yang mendalam. Motif Jlamprang ini memiliki 2 filosofi. Filosofi yang pertama menerangkan tentang kebudayaan umat Islam yang tetap melindungi silaturahmi dan hidup rukun, sedangkan filosofi yang kedua lebih condong mengarah pada orang Hindu.

Motif Batik Jlamprang



2. Batik Liong

Orang-orang Tionghoa sudah ada atau menetap sejak zaman dahulu di pulau Jawa, begitu pula di Pekalongan. Batik Pekalongan dengan motif Liong ini merupakan motif batik yang dibuat dengan andil orang-orang Tionghoa tersebut. Sesuai dengan namanya, motif batik liong sangat dipengaruhi oleh budaya Tiongkok.

Motif Batik Liong



Melalui etnis Tionghoa yang menetap di Pekalongan, mereka ikut berkontribusi dengan terciptanya motif batik liong ini berdasar dari makhluk imajiner ular naga dan burung phoenix. Menurut mitologi Tiongkok, kedua makhluk tersebut merupakan simbol dari kesuburan, kemakmuran dan kebaikan. Dengan motif batik liong, diharapkan bisa memberi pengaruh yang sama kepada penggunanya. Begitulah filosofi dari motif batik liong.

3. Batik Motif Semen

Berbeda dengan dua motif batik Pekalongan sebelumnya, motif batik semen merupakan motif batik klasik dari Pekalongan. Penampilannya hampir mirip dari motif batik semen dari Jogja maupun Solo, perbedaannya terletak pada tidak terdapatnya motif cecak pada motif batik semen Pekalongan. Motif batik semen berupa pola yang membentuk gambar daratan dengan berbagai makhluk dan tumbuhan di dalamnya termasuk burung garuda. Secara filosofi diartikan bahwa burung garuda yang gagah mampu bertahan dengan kondisi apapun dan hal itulah yang diharapkan bagi siapapun pemakainya bisa memiliki keteguhan hati yang kuat.

Motif Batik Semen



Batik Di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah

Batik Semarang adalah batik yang diproduksi oleh orang atau warga kota Semarang dengan motif atau ragam hias yang berhubungan dengan ikon-ikon Semarang. Sebuah pengertian atau definisi yang akhirnya muncul dari pembahasan tersebut Batik Semarang menggunakan motif flora dan fauna, dan saat ini. Motif Batik Semarang juga bertambah tidak hanya batik dengan motif flora dan fauna saja tetapi ada juga batik Semarang dengan motif icon kota Semarang. Misalnya pohon asem muda, lawang sewu. Serta legenda legenda yang ada di kota Semarang seperti legenda Jatigaleh dan lain sebagainya. Selain itu, warna batik Semarang tidak semeriah batik pekalongan. Namun tidak sekalem warna batik Solo atau Yogya. Beberapa motif Batik Semarang paling populer:

1. Motif Batik Lawang Sewu

Batik Lawang Sewu adalah salah satu contoh motif yang terinspirasi dari ikon atau landmark kota Semarang Jawa Tengah. Untuk mengabadikannya para seniman membuat batik Semarang berornamen gedung Lawang Sewu, yakni sebuah bangunan tua bekas perusahaan kereta api peninggalan pemerintah Belanda di zaman dulu. Berdasarkan sejarah Lawang Sewu dibangun pada masa kolonialisme Belanda pada tahun 1904 dan awalnya hendak

digunakan sebagai kantor Nederlandsch Indische Spoorweg Naatschappij (NIS). Dengan gayanya yang artistik, modern, dan vintage (sekarang). Gedung berisikan tiga lantai ini diketahui merupakan karya arsitek Belanda termahsyur bernama Prof Jacob F Klinkhamer dan B.J Queendag. Masyarakat atau penduduk lokal Semarang menyebutnya 'Lawang Sewu' karena ada banyak sekali jumlah pintu pada bangunan ini yang mana sampai sulitnya dihitung, orang Jawa lebih memilih menggunakan frasa paling tepat yakni pintu seribu. 'Pintu seribu' atau dalam Bahasa Jawa berarti 'Lawang Sewu'. Karena iklim dan cuaca di wilayah Semarang kota bersifat tropis maka kedua arsitek asal Negeri kincir angin itu membangunnya secara detail untuk membuat bagian dalamnya nyaman ditempati. Kini gedung yang dulunya kosong tak berpenghuni tersebut sekarang telah berganti wajah menjadi salah satu objek wisata sejarah yang wajib dikunjungi ketika kamu singgah di kota Semarang.

Gambar 7 Motif Batik Lawang Sewu



2. Motif Warak Ngendog

Motif Warak Ngendog ini pertama kali dibuat oleh seniman dan pengrajin batik di Sanggar Batik Semarang 16 dan termasuk ke dalam *thematic moment*. Sebutan warak

ngendog sebenarnya diambil dari nama mainan yang digunakan ketika berlangsungnya tradisi dug-deran atau sebuah festival rakyat yang menandai bahwa kita telah memasuki Bulan Suci Ramadan. Pada kebiasaan tersebut, warga menggunakan gambaran hewan imajiner berupa warak, yang dalam bahasa Jawa, 'warak' berarti badak, sementara 'ngendog' artinya bertelur, sehingga secara harfiah dapat dimaknai sebagai perjuangan seseorang yang bisa menjaga pahalanya saat bulan puasa hingga akhir, maka ia akan menerima hasil baiknya di hari lebaran. Motif batik ini punya ciri khas yang berbentuk lurus dan menggambarkan sikap penduduk Semarang yang cenderung terbuka, teguh, lurus, dan apa adanya. Secara fisik bentuk Warak Ngendog dilambangkan menggunakan hewan lain seperti kuda, kambing, naga barongsai, kerbau, sapi, dan badan anjing. Sedangkan bagian kepalanya terkadang menyerupai kepala naga Jawa, naga barongsai Cina, kambing dan lain-lain tergantung si partisipan. Namun sebagian besar pola kelok pada bulu-bulunya berbentuk mengikuti kulit naga. Bahkan tak jarang juga ada versi lain seperti lurus, keriting, bersisik dan berombak.

Motif Batik Warak Ngendog



3. Batik Asem Arang atau Godong Asem

Motif Asem Arang merupakan salah satu dari sekian banyaknya batik dari kota Semarang yang terinspirasi dari ikon wilayahnya sendiri. Sebutan Asem diambil dari nama pohon asem, sementara 'arang' diambil dari kosa kata bahasa Jawa yang artinya 'jarang', sehingga nama batik tersebut merujuk pada pohon asem yang tumbuh berjauhan atau berselang-seling (ora rengket) di kota berjuluk 'The Port of Java' ini. Hal ini tidak lepas dari riwayat kota Semarang pada abad ke-15 M, yang pada waktu itu seorang utusan terkenal asal Kerajaan Demak bernama Pangeran Made Pandan serta putranya Raden Pandanarang memulai misi mereka untuk menyebarkan Islam secara damai dari perbukitan Pragota. Di sekitar wilayah perbukitan yang mereka tinggali tersebut, Raden Pandanarang mendapati bahwa di sekitar lahannya tumbuh pohon asam yang saling berjarak atau berjauhan. Sampai pada akhirnya, fenomena alam tersebut dipatenkan sebagai nama kota ini yang beralih menjadi 'Semarang'.

Motif Batik Asem Arang



Batik Di Kota Solo Provinsi Jawa Tengah

Selain terkenal dengan kain luriknya, Solo juga punya kain tradisional lainnya yang juga tak kalah terkenalnya, yaitu batik Solo. Sama seperti batik asal Yogyakarta, batik Solo juga dikenal dengan nama batik keraton. Meskipun namanya sama,

namun batik Solo sangat berbeda dengan batik Yogyakarta. Jika dilihat dari corak garisnya, batik Solo cenderung lebih tipis dan kecil. Selain itu, dilihat dari motifnya batik Solo biasanya menggunakan latar berwarna coklat atau warna gelap yang melambangkan kerendahan diri, kesederhanaan, dan sifat bumi. Batik Solo juga punya motif yang beragam dan masing-masing punya makna filosofisnya tersendiri. Misalnya saja batik motif Sidomukti, motif batik ini menyimbolkan kesejahteraan, harapan, dan kemuliaan. Kemudian, ada juga batik motif par⁹⁵ yang menggambarkan semangat yang tak pernah padam. Beberapa Motif Batik Solo yang paling Terkenal:

1. Batik Solo Motif Sidomukti

Batik motif sidomukti sebenarnya berasal dari bahasa Jawa bernama “sido” yang artinya dalam bahasa Indonesia adalah jadi, dan “mukti” artinya adalah makmur, sejahtera, berkecukupan dan mulia. Motif batik ini sangat sering sekali digunakan oleh pengantin Jawa, khususnya daerah Solo ketika melakukan upacara adat Jawa. Hal ini memiliki makna filosofi berupa di dalam memulai kehidupan baru akan diberikan banyak rezeki, keberkah³⁶ dan bahagia selamanya. Selain itu, motif ini juga menggambarkan harapan untuk kehidupan yang lebih baik di masa depan, penuh kesejahteraan, hidup mulia dan selalu mengingat Tuhan.

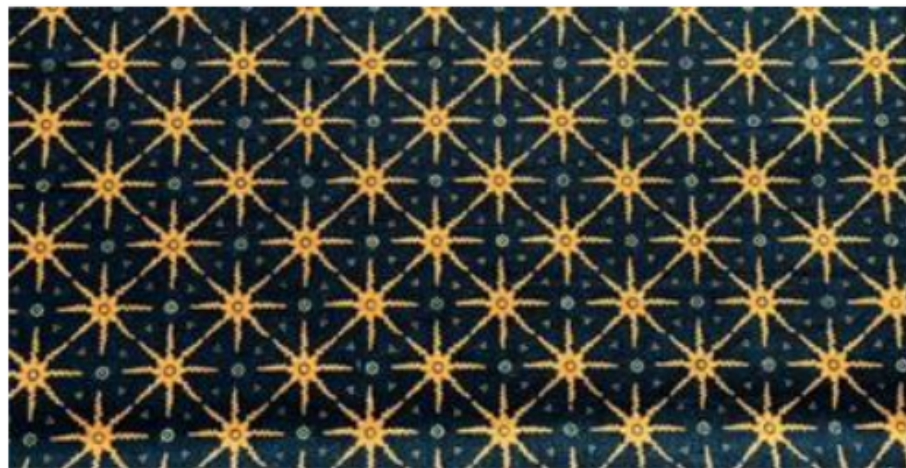
Motif Batik Sido Mukti



2. Batik Solo Motif Truntum

Motif truntum ini sering sekali dimaknai oleh masyarakat Solo sebagai penuntun. Pada awalnya, perempuan Jawa khususnya daerah Solo yang sudah menjadi orangtua biasanya akan menggunakan kain batik motif truntum. Hal ini dimaksudkan bisa menjadi penuntun atau panutan bagi anak-anak mereka kelak supaya menjadi pribadi yang baik. Namun lebih khusus lagi ketika di dalam prosesi pernikahan adat Jawa di Solo, orangtua pengantin akan biasa menggunakan motif ini. Batik Solo motif truntum ini awalnya diciptakan oleh Kanjeng Ratu Kencana, yakni Permaisuri dari pangeran Paku Buwono III yang dimaknai sebagai cinta tumbuh kembali.

Motif Truntum



113

3. Batik Solo Motif Parang

Motif parang ini merupakan salah satu motif batik paling tua yang pernah ada di Indonesia. Nama parang sendiri berasal dari kata “pereng” yang banyak diartikan sebagai lereng. Sementara kata perengan digambarkan dengan sebuah garis menurun dari tertinggi kepada yang rendah dengan diagonal. Rangkaian motif seperti huruf S saling menjalin, tidak terputus-putus dan melambangkan kesinambungan atau keterkaitan. Sebenarnya motif seperti huruf S disini diambil dari ombak samudera yang

menggambarkan semangat yang tidak pernah padam. Motif parang ini sudah ada sejak berdirinya Kerajaan Mataram Kartasura, bentuk lambang dari semangat, kokoh seperti batu karang, walaupun diterjang ombak namun tetap kokoh. Motif ini juga memiliki makna kesinambungan dan tidak pernah putus dalam artian memperbaiki diri dan memperjuangkan.

Motif Batik Parang



Untuk batik Solo motif parang memiliki berbagai ragam jenis, kurang lebih ada 5 macam, antara lain:

a. Parang Rusak

180

Motif parang rusak adalah batik yang diciptakan oleh Panembahan Senopati ketika bertapa di Pantai Selatan. Bentuk corak ini mendapatkan inspirasi dari gelombang ombak yang tidak pernah lelah menghantam karang pantai. Batik Solo motif parang rusak ini juga melambangkan manusia yang internal melawan kejahatan dengan mengendalikan mereka. Sehingga akan lebih bijaksana, watak mulia karakter yang akan menang.

b. Parang Klitik

Batik motif parang ini memiliki statis yang halus dengan ukuran yang cenderung lebih kecil dan menggambarkan cerita feminim. Namun pada dasarnya motif ini

menggambarkan kelemah-lembutan, sifat halus dan 149 ksana yang umumnya digunakan oleh putri raja.

c. Parang Barong

Motif parang barong adalah salah satu batik Solo yang mempunyai ukuran lebih besar dari parang rusak serta diciptakan 70 oleh Sultan Agung Hanyakrakusuma. Batik Solo motif parang barong mempunyai makna pengendalian diri dalam dinamika usaha terus-menerus, kebijaksanaan dalam bergerak dan kehati-hatian dalam bertindak.

d. Parang Slobog

Motif parang slobog menggambarkan sikap ketangguhan, ketelitian, kesabaran yang biasanya digunakan dalam upacara pelantikan. Batik Solo motif parang slobog mempunyai makna berupa harapan supaya pemimpin yang dilantik bisa mengemban dan menjalankan tugasnya secara amanah disertai kebijaksanaan dalam dirinya.

e. Parang Kusumo

Motif batik Solo parang kusumo mempunyai bentuk diagonal berupa garis berlekuk dari atas ke bawah. Biasanya batik Solo motif parang kusumo sering digambarkan layaknya bunga sedang mekar dan umumnya dipakai oleh calon pengantin mempelai wanita ketika tukar cincin.

Macam-Macam Pembuatan Batik Pada Umumnya

1. Batik tulis

Sesuai dengan namanya, batik tipe ini dibuat secara manual dan memang batik jenis ini yakni batik dengan teknik pembuatan pertama kalinya. Metode pembuatannya adalah dengan mengaplikasikan canting berisi malam yang kemudian pembatik langsung menggambar pola atau motif di kain. Pembuatan batik tulis memerlukan waktu yang cukup lama yaitu sekitar 2-3 bulan tergantung pada kesulitan motif yang dibuat.

2. Batik cap

Jenis yang kedua ini adalah teknik pembuatan batik yang berkembang. Teknik ini memanfaatkan alat berupa tembaga sebagai alat cap. Sistem kerjanya kain digelar di atas meja atau daerah yang sangat lebar, kemudian tembaga yang memiliki bentuk motif tertentu di permukaannya dicelupkan malam dan langsung diaplikasikan di kain. Untuk membikin batik dengan teknik ini memerlukan waktu yang cepat sekitar 2-3 hari. Meski demikian, dalam membuat batik cap dibutuhkan ketelitian yang tinggi supaya motif tergambar sempurna di kain.

3. Batik lukis

Hampir mirip dengan batik tulis, batik lukis ini memanfaatkan kelihaian dari pembatik untuk langsung melukis motif atau gambar di atas kain. Banyaknya motif batik tidak serta muncul begitu saja namun motif tersebut memiliki filosofi tertentu dan berdasarkan latar belakang masyarakat atau adat istiadat di tempat tersebut. Lantas bagaimana kita dapat mendapatkan kain batik yang bermutu. Tentu saja amat gampang, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya banyak sekali produsen batik baik yang sudah berbentuk baju jadi atau yang masih kain di pasaran. Walaupun begitu mutu yang ditawarkan malah juga mesti dipertanyakan. Umumnya kain atau pakaian batik yang dijual dengan murah, kualitasnya pun tidak terlalu bagus akan melainkan bukan berarti yang mahal sudah pasti berkualitas. Tidak begitu. Banyak juga meski harganya terjangkau tapi kualitasnya juga bagus begitu juga sebaliknya. Oleh sebab itu, anda sebagai konsumen perlu hati-hati saat memilih kain atau baju batik sebelum memastikan untuk membelinya.

4. Batik Printing

Batik printing dasarnya merupakan bahan konveksi biasa yang dicetak dengan motif-motif batik menggunakan mesin print industri. Hal ini dapat menekan biaya jadi lebih murah.

Langkah-Langkah Pembuatan Batik Pada Umumnya

1. Menyiapkan Kain

Sebelum digunakan, sebaiknya kain atau mori dipersiapkan dengan langkah-langkah sebagai berikut. Menyiapkan ukuran kain, menggirah atau mencuci (Menghilangkan kanji pada kain) kain dengan cara merendam kain selama satu malam dengan larutan asam sulfat atau asam chlorida, mengetel kain (membuat kain mempunyai daya serap) dengan merendam ke dalam air dicampur minyak kacang dan kostik soda atau soda abu selama satu malam, mengkanji kain (membuat kain tidak menyerap lilin sehingga lilin mudah dihilangkan) dengan cara merendamnya ke dalam larutan tepung tapioka, Mengeplong kain (Membuat permukaan kain rata dengan dipukul-pukul memakai kayu).

2. Membuat Pola pada Kain (Nyorek)

Dalam membuat pola batik secara garis besar terdiri atas tiga unsur pokok, yaitu motif pokok, motif pelengkap dan motif isen-isen (isian). Dalam pembuatan pola, yang harus digambar cukup dua unsur motif, yaitu unsur motif pokok dan unsur motif pelengkap. Untuk motif isian biasanya dikerjakan langsung saat membatik dengan lilin oleh pembatik.

3. Proses membatik tulis dengan menorehkan lilin malam cair menggunakan canting.

Sebelum menorehkan lilin ke dalam kain, ada beberapa istilah yang harus kita pahami dalam urutan membatik, yaitu sebagai berikut: nglowong (Pelekatan lilin yang pertama pada motif pokok dan motif pelengkap), ngisen-iseni (memberi lilin pada motif isian), nembok (Menutup bagian kain yang tidak diberi warna tahap pertama dengan lilin).

4. Memberi warna

Memberi warna pada kain tahap pertama dengan cara pencelupan kain yang sudah dibatik tulis pada larutan

warna. Pada batik sogan Jogja dan Solo disebut dengan istilah Medel (Memberi wedel atau warna biru tua).

5. Ngerok

Ngerok (Menghilangkan lilin batik pada bagian tertentu) menggunakan alat semacam pisau atau kaleng yang ujungnya dibengkokkan. Untuk batik Jogja dan Solo proses pengerokan dilakukan setelah proses medel dengan tujuan menghilangkan lilin klowong.

6. Pemberian warna lain

Pemberian warna lain pada bagian yang belum diwarnai, untuk kain batik sogan Jogja dan Solo disebut dengan istilah Menyoga (Memberi warna sogi atau warna coklat). Untuk menjaga bagian yang sudah diwarnai tidak kemasukan warna lain, bagian yang sudah diwarnai harus ditutup dengan lilin atau disebut dengan nembok warna. Menyoga dilakukan sebagai pewarnaan terakhir.

7. Melorod, Mbabar atau Ngebyok

Melorod, mbabar atau ngebyok (Menghilangkan lilin batik) menggunakan air panas agar lilin batik leleh dan terlepas dari kain.

8. Mencuci kain

Mencuci kain yang telah selesai dilorod sampai kotoran dan sisa lilin benar-benar bersih. Setelah pencucian, sebaiknya dikanji tipis-tipis agar warna dan kain terlindungi, kemudian dijemur atau dikeringkan di tempat yang tidak terkena matahari langsung.

9. Mengepres atau Menyetrika kain

Mengepres atau Menyetrika kain batik yang sudah kering dengan suhu yang tidak terlalu panas supaya kain batik tidak berubah.

C. Strategi Pemasaran Batik Di Provinsi Jawa Tengah

Pandemi covid 19 bukan hanya sekedar bencana kesehatan. Namun juga bisa menimbulkan bencana pada sektor perekonomian. Tidak hanya industri besar yang mengalami penurunan pendapatan, UMKM kecil pun juga merasakan hal

yang serupa. Namun sebagai seorang pengusaha, tidak dapat diam saja. Harus ada yang namanya inovasi agar usaha yang sudah dibangun tidak mati alias bangkrut. Salah satu inovasi yang digunakan para pengusaha di era pandemi adalah bisnis online. Menurut jurnal yang kami baca, Bisnis online tidak bisa dipisahkan dari *Customer Relationship Management* (CRM). Strategi CRM yang sangat bergantung pada penggunaan teknologi meningkatkan pengetahuan produsen tentang konsumen mereka. Berdasarkan pengetahuan yang diperoleh, produsen dapat meningkatkan dan menyesuaikan interaksi mereka dengan konsumen mereka, dan dengan demikian ini akan menciptakan hubungan yang panjang antara produsen dan konsumen masing-masing. Pada hakikatnya perusahaan tidak dapat melayani seluruh pelanggan, apalagi terdapat pesaing yang memiliki posisi lebih baik di pasar tertentu.

Seni manajemen pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target sang seseorang pengusaha, sebagai akibatnya tinggi rendahnya penjualan dipengaruhi oleh baik buruknya seni manajemen pemasaran yang dilakukan perusahaan buat mencapai tujuan organisasinya. Adapun macam-macam taktik pemasaran yang dipergunakan perusahaan dalam memasarkan produknya secara online, yaitu:

1. Buat situs online shop di halaman pertama pencarian

Akan ada banyak sekali keuntungan yang didapatkan jika Anda bisa membuat situs online shop yang mana bisa ada di urutan pertama mesin pencarian, sebagai contoh anda bisa menyewa jasa SEO atau search engine optimization yang bisa membantu untuk meningkatkan ranking situs toko online.

2. Content Marketing

Content marketing adalah strategi yang dijalankan pelaku usaha dengan memberikan informasi yang berhubungan dengan bisnis yang sedang digeluti. Informasi yang diberikan bisa berupa sejarah bermulanya produk atau bahan baku produk, fakta unik, ragam jenis, manfaat dan

tips untuk menyimpan serta merawat produk tersebut. Informasi yang disampaikan dengan strategi ini dapat dikemas dalam bentuk narasi artikel, gambar seperti infografis dan komik, serta video tutorial maupun ulasan. Kemudian, informasi tersebut diunggah melalui akun resmi sosial media perusahaan atau produk tersebut. Biasanya informasi yang berguna tersebut akan di-reupload dan di-repost di beragam sosial media seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, Twitter, Pinterest, dan masih banyak

3. ²¹i. *Affiliate Marketing*

Istilah *affiliate marketing* merujuk pada strategi pemasaran online yang dilakukan oleh dua pihak demi mendapatkan keuntungan bersama. Cara ini biasanya dilakukan oleh sesama pengusaha yang berkolaborasi seperti toko sepatu dengan jasa cuci sepatu. Kedua bidang usaha tersebut memiliki target pasar dan audiens yang sama. Selain itu, hubungan antara kedua bidang bisnis tersebut saling berhubungan sehingga dengan saling mereferensikan bisa menjadi salah satu strategi yang ampuh. Kemudian, selain bekerjasama dengan pemilik usaha, bekerja sama dengan influencer baik itu blogger, vlogger, youtuber, bahkan selebgram adalah salah satu bentuk *affiliate marketing*. Influencer bisa merekomendasikan produk atau jasa pada media sosialnya, lalu memberi kode referal sebagai bentuk kerjasama. Berikutnya, setiap penjualan dengan kode referal tersebut, influencer akan memperoleh bagi hasil atau komisi.

4. ⁸Promosi

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan utama promosi ialah memberi informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatnya penjualan. Promosi yang dilakukan oleh Rumah Batik Lumbini masih tergolong menggunakan sistem manual, hal ini dikarenakan sistem promosi yang

digunakan lebih cenderung melalui periklanan berupa media cetak yaitu brosur dan kartu nama. Promosi yang digunakan di Rumah Batik Lumbini lebih menekankan sistem *word of mouth* karena hal ini merupakan salah satu cara yang paling efektif. Promosi melalui media online yang dilakukan oleh Rumah Batik Lumbini hanya melalui instagram. Memang model promosi masih terbatas dengan media sosial dan kartu nama, penguatan relasi mitra hotel dan kampung bahasa di Borobudur, serta berusaha mengembangkan dengan membuat website atau laman sendiri tahun depan karena masih dianggap mahal sekitar Rp 5 sampai 10 juta per tahun.

5. Bauran Promosi

Bauran promosi yang diterapkan oleh setiap perusahaan itu berbeda-beda disesuaikan dengan situasi, kemampuan perusahaan dan target konsumennya. Biasanya setiap perusahaan hanya menggunakan beberapa saja bauran promosi sehingga hasilnya tidak efektif dan efisien. Padahal hasil dari penggabungan berbagai komponen bauran promosi lebih menguntungkan, namun memang setiap bauran promosi memiliki kelebihan dan kekurangan. Pada umumnya masyarakat dalam memaknai iklan dan promosi itu sama. Padahal hal itu adalah dua hal yang berbeda. Iklan adalah bagian dari *promotion mix* (*Advertising, Personal Selling, Publicity, Sales Promotion*). Sedangkan promosi adalah bagian dari marketing mix (*Product, Place, Price, Promotion*). Menurut Kotler, terdapat 5 alat promosi utama yaitu: *advertising* (periklanan), *personal selling* (penjualan perorangan), *direct marketing* (pemasaran langsung), *sales promotion*, dan *public relations*.

D. Perilaku dan Strategi Pemasaran

Peter dan Olson (2013: 199), tujuh kategori dalam rantai perilaku konsumen:

1. Kontak pada Informasi

Pada tahap awal umum di dalam urutan pembelian disebut kontak pada informasi (*Information contact*), terjadi saat konsumen bersentuhan dengan informasi, baik secara sengaja atau tidak sengaja, mengenai produk, merek, atau toko. Tahap tersebut mencakup perilaku seperti membaca atau mengamati iklan koran, iklan majalah, atau papan iklan, Menelusuri situs jejaring perusahaan dan situs lain, Mendengarkan iklan radio, Menonton iklan TV, Serta bercakap-cakap dengan petugas penjual dan teman. Pada titik tersebut, masalah praktis para pemasar adalah cara meningkatkan kemungkinan konsumen mengamati dan memperhatikan informasi dan hal tersebut akan meningkatkan kemungkinan munculnya perilaku-perilaku lain.

2. Akses Dana.

Saat ini pandangan pemasaran menekankan pertukaran sebagai konsep utama untuk memahami bidang tersebut. Namun, hanya sedikit perhatian yang diberikan pada hal yang ditukarkan oleh konsumen dalam proses pemasaran. Walaupun waktu dan usaha biaya yang terlibat, uang adalah alat (*Media*) utama dalam pertukaran konsumen. Konsumen harus mengakses media tersebut dalam suatu bentuk atau bentuk lain sebelum pertukaran terjadi, hal ini dikenal sebagai akses dana (*Funds access*). Pada tahap tersebut, masalah pemasaran utama adalah (1) metode yang digunakan konsumen untuk membayar transaksi tertentu dan (2) jenis strategi pemasaran untuk meningkatkan kemungkinan bahwa konsumen akan mengakses dana dalam bertransaksi.

3. Hubungan dengan Toko

Meskipun transaksi melalui katalog, pesanan via telepon, dan internet, hal tersebut juga penting. Sebagian

besar transaksi produk konsumen masih dilakukan di toko eceran (Langsung ke konsumen). Dengan demikian, tugas pedagang eceran adalah konsumen datang ke toko agar transaksi dapat terjadi. Hubungan dengan toko (*Store contact*) meliputi proses (1) mengetahui lokasi toko, (2) pergi ke toko, dan (3) memasuki toko.

4. Hubungan dengan Produk

Fokus utama toko eceran adalah cara meningkatkan dan menjaga langganan toko selektif, produsen sangat memperhatikan permintaan selektif-pembelian merek dan model produk tertentu mereka. Banyak metode yang diterapkan untuk mendapatkan hubungan dengan produk (*Product contact*) melibatkan strategi mendorong (*Push strategies*) seperti diskon penjualan dan insentif dalam meningkatkan usaha penjualan. Banyak pendekatan juga melibatkan strategi menarik (*Pull strategies*), seperti kupon diskon, untuk mendorong konsumen agar membeli merek produsen yang bersangkutan.

5. Transaksi

Berdasarkan pandangan makro, menghubungkan atau memfasilitasi pertukaran dipandang sebagai tujuan utama pemasaran. Berdasarkan pandangan mikro, hal tersebut melibatkan transaksi (*Transactions*) ketika dana konsumen ditukarkan dengan produk atau jasa. Banyak strategi pemasaran melibatkan proses menghilangkan rintangan transaksi.

6. Konsumsi dan Penyelesaian

Ketika konsumsi (*Consumption*) dan penggunaan yang berupa perilaku sederhana digambarkan, hal tersebut tidak sederhana karena luasnya perbedaan dalam keragaman produk dan jasa. Strategi tertentu dapat meningkatkan kemungkinan bahwa konsumsi akan cukup cepat seperti kursi di restoran terasa nyaman hanya dalam waktu singkat. Hasilnya, pelanggan tidak mengambil tempat terlalu lama yang dapat digunakan untuk pelanggan baru. Penawaran singkat sering digunakan untuk mendorong pembuangan

produk secara baik seperti tanda “terima kasih” di tempat sampah.

7. Komunikasi.

Serangkaian perilaku akhir yang ditingkatkan pemasar melibatkan komunikasi (*Communication*). Pemasar menginginkan agar konsumen berkomunikasi dengan dua faktor pokok: Mereka menginginkan agar konsumen untuk memberikan informasi pemasaran pada perusahaan dan memberitahukan konsumen potensial lain mengenai produk dan mendorong mereka untuk membeli. Konsumen dapat berkomunikasi dengan perusahaan atau konsumen lain mengenai produk, merek, atau toko setiap saat, tidak pada akhir urutan pembelian.

E. Faktor Internal dan Eksternal Batik Jawa Tengah

Internal Business Environment adalah jenis lingkungan bisnis yang terjadi di dalam tubuh perusahaan itu sendiri dan punya pengaruh tinggi terhadap aktivitas bisnis. *Internal Business Environment* terbagi menjadi 3 bagian yaitu:

1. Resource adalah ketersediaan bahan baku bagi perusahaan.
2. Capability merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi hak karyawan sementara.
3. Core competence adalah kemampuan perusahaan untuk bersaing.

External Business Enviroment merupakan faktor yang terjadi di luar perusahaan. Perusahaan tak bisa mengontrol hal tersebut kecuali terus beradaptasi dan terus menyesuaikan. Lingkungan bisnis eksternal dikategorikan menjadi:

1. *Threat of new entries* merupakan ancaman produk serupa yang beredar di pasar dengan target konsumen yang sama.
2. *Threat of subtitle products* adalah ancaman terhadap produk yang bisa menggantikan produk tersebut.
3. *Bargaining power of customer* merupakan daya tawar yang diinginkan customer.
4. *Bargaining power of supplier* adalah daya tawar dari supplier

5. *Intensity of competitive rivalry* adalah seperti apa sikap perusahaan untuk menjawab tantangan dari kompetitor.

39

Faktor eksternal ini memiliki peran yang penting bagi pengembangan usaha, contohnya pada keadaan saat ini, faktor eksternal menjadi pertimbangan terbesar merupakan wacana bagaimana perusahaan dapat terus berinovasi pada tengah syarat pandemi sedangkan faktor internal artinya kurangnya daya pemasar produk yang akan didapatkan. Maka dengan mengetahui ke dua hal itu perusahaan bisa menentukan seni manajemen lain. Dengan mengetahui banyak sekali macam faktor internal serta eksternal tadi maka kita dapat mengetahui hambatan perusahaan pada menjual batik dimasa pandemi sekarang ini. Solusi Hambatan Faktor Internal dan Eksternal dalam penjualan Batik di Jawa Tengah di masa pandemi:

1. Dengan mengurangi produksi batik agar keuangan perusahaan stabil.
2. Mencari supplier bahan baku dengan harga termurah tanpa mengurangi kualitas batik tersebut.
3. Meminimalisir karyawan dengan cara bergantian masuk untuk bekerja.
4. Membuat harga jual rendah namun memiliki keuntungan buat perusahaan.
5. Dengan mempromosikan ke kenalan-kenalan terdekat.
6. Membuat akun sosial media dengan nama unik agar viral dan diberi voucher gratis ongkir.
7. Membuat inovasi batik terbaru contohnya masker batik.
8. Memperbanyak membuat content yang menarik di akun sosial media agar pembeli semakin tertarik.

STUDI KASUS

Saat ini, batik masih tetap eksis digunakan dan mempunyai kebaruan baik dari aspek motif dan modelnya. Beberapa daerah menjadikan batik sebagai salah satu mata pencaharian yang dapat memberikan peningkatan pendapatan ekonomi.

Pada masa pandemi Covid-19, ekonomi banyak mengalami permasalahan yang cukup kompleks pada umumnya, seperti: penurunan pendapatan ekonomi dari penjualan produk batik, serta pengurangan jumlah produksi produk batik. Selain itu, terdapat permasalahan khusus yang mereka hadapi saat ini seperti:

1. Kurangnya pengembangan inovasi desain motif batik yang mengusung potensi budaya lokal.
2. Kurangnya keterampilan dasar menggunakan teknologi informasi terkait dengan manajemen dan pemasaran yang dimiliki pelaku (SDM), serta terbatasnya pelatihan tentang pendampingan teknologi informasi yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun pihak lain. Kesempatan untuk mengikuti kegiatan pelatihan-pelatihan menjadi belum maksimal, padahal mereka sangat membutuhkan tambahan pengetahuan pendokumentasian kegiatan kesenian mereka selama ini.

Pada masa sekarang, semua serba online. Oleh karena itu para penjual pun harus memutar otak. Biasanya yang hanya menjual batik di toko harus bisa belajar cara berjualan melalui online. Sudah banyak platform yang menyediakan layanan jual beli online. Tinggal kita saja sebagai produsen harus bisa memanfaatkan layanan tersebut dengan baik. Untuk solusi yang pertama adalah menggunakan jasa orang lain untuk membantu mempromosikan penjualan batik kita. Contohnya adalah influencer maupun selegram. Dimana pada zaman sekarang keduanya mampu membantu meningkatkan usaha kita era pandemi ini. Untuk solusi yang kedua adalah menggunakan promosi menarik. Promosi memegang peran penting dalam setiap kegiatan pemasaran. Untuk itu, kombinasikan produk Anda

dengan promosi yang menarik. Seperti memberikan bonus berupa masker dan hand sanitizer yang sudah Anda kemas sesuai dengan packing brand. Atau pun konsumen mendapatkan promo menarik jika melakukan pemesanan secara online. Solusi yang terakhir adalah dengan mengelola keuangan secara bijak. Setiap bisnis yang dijalani, besar atau kecil skalanya tentu akan membutuhkan pendapatan dan pengeluaran.

RANGKUMAN

Batik adalah salah satu warisan adiluhung bagi Bangsa Indonesia yang sudah kondang, merupakan perpaduan⁵⁹ antara seni dan teknologi para leluhur yang sangat tinggi. Batik merupakan citra tinggi budaya karya bangsa Indonesia yang mencirikan kerumitan dan kehalusan raga⁶⁸ hias yang tumbuh melalui goresan canting yang dilukiskan. Jadi membatik¹⁵³ berarti melempar titik-titik berkali-kali pada kain. Jawa Tengah merupakan Provinsi yang terletak di pulau Jawa yang terkenal dengan seni budaya yang adiluhung. Jawa Tengah dikenal sebagai «jantung» budaya Jawa. Salah satu hasil karya seni yang terjaga kelestariannya sampai saat ini adalah batik. Perkembangan batik Jawa Tengah berawal di lingkungan keraton Surakarta seiring dengan adanya peristiwa politik perjanjian Giyanti 13 februari 1755.

Pandemi covid 19 bukan hanya sekedar bencana kesehatan. Namun juga bisa menimbulkan bencana pada sektor perekonomian. Tidak hanya industri besar yang mengalami penurunan pendapatan, UMKM kecil pun juga merasakan hal yang serupa. Namun sebagai seorang pengusaha, tidak dapat diam saja. Harus ada yang namanya inovasi agar usaha yang sudah dibangun tidak mati alias bangkrut. Salah satu inovasi yang digunakan para pengusaha di era pandemi adalah bisnis online. Strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh seorang pengusaha, sehingga tinggi rendahnya penjualan ditentukan oleh baik buruknya strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan organisasinya. Adapun macam-macam strategi pemasaran yang digunakan⁸⁰ perusahaan dalam memasarkan produknya secara online, yaitu: Buat situs online shop di halaman pertama pencarian, Content Marketing, Affiliate Marketing, Promosi, Bauran promosi. Perusahaan tak bisa mengontrol hal tersebut³⁹ kecuali terus beradaptasi dan terus menyesuaikan. Faktor eksternal saat ini memiliki peran yang penting bagi pengembangan usaha, contohnya dalam keadaan saat ini faktor eksternal terbesar dan menjadi pertimbangan terbesar adalah

tentang bagaimana perusahaan dapat terus berinovasi di tengah kondisi pandemi sedangkan faktor internal adalah kurangnya daya pemasar produk yang akan dihasilkan. Maka dengan mengetahui kedua hal itu perusahaan dapat menentukan strategi lain.

BAGIAN 3
BADAN USAHA BATIK RIAU
TERHADAP NILAI DAN TRADISI
BUDAYA MELAYU

²⁴
Badan Usaha adalah merupakan kesatuan yuridis (hukum) serta hemat yang memakai modal serta tenaga kerja guna mencari keuntungan. Adapun beberapa hal yang diperlukan untuk mendirikan suatu badan usaha, diantaranya Produk dan jasa yang nantinya akan dijual atau diperdagangkan. Cara pemasaran produk atau jasa yang akan diperdagangkan, penentuan mengenai harga pokok dan harga jual pada produk ataupun jasa, kebutuhan akan tenaga kerja, organisasi internal, ²⁴mbelanjaan, dan jenis dari badan usaha yang hendak diseleksi. Selain berdasarkan bentuk, badan usaha juga dik²⁴mpokkan berdasarkan kepemilikan modal yaitu:

1. **Badan Usaha Milik Negara (BUMN)**, dimana owner modal merupakan pemerintah ataupun Negara.
2. **Badan Usaha Milik Swasta (BUMS)**, ialah modal industri dipunyai oleh pihak swasta. Dalam perihal ini bisa berbentuk swasta nasional serta pihak asing.
3. **Badan Usaha Milik Daerah (BUMD)**, ialah kepemilikan usaha terletak ditangan pemerintah wilayah daerah.
4. **Badan Usaha Campuran**, yaitu merupakan usaha yang modalnya dimiliki oleh pemerintah dan swasta.

Dalam artikel ini kami akan membahas mengenai badan usaha campuran. Badan usaha campuran yang dimaksud yakni adanya kerjasama antara pengrajin batik Riau dengan pemerintah daerah Riau dalam mengembangkan serta melestarikan batik Riau.

A. Sejarah ⁸³Batik Di Kepulauan Riau

Batik adalah seni melukis yang dilakukan di atas kain dengan menggunakan lilin atau malam sebagai perintang untuk mendapatkan ragam hias di atas kain tersebut. Sedangkan batik tulis Riau adalah batik yang bermotif khas Melayu Riau dan mempunyai warna cerah seperti, merah, kuning emas, dan hijau, karena dalam batik Riau, merah itu menunjukkan keberanian, kuning emas melambangkan kesan kemewahan, dan hijau melambangkan kesan dingin. Batik tulis Riau sekarang tidak hanya dipakai oleh para pejabat saja,

namun orang biasa pun sekarang sudah banyak yang memakai batik tulis Riau ini untuk setelan baju kebaya, untuk menghadiri acara-acara formal, bahkan *fashion show* pun sudah banyak mengenakan bahan batik, karena batik tulis Riau ini sekarang sudah beraneka ragam motifnya namun masih kental Melayu Riaunya dan batik ini juga sudah menjadi batik tulis yang bermotif khas Melayu modern. Batik adalah simbol tradisional yang sarat dengan pengharapan dan doa, erat akan kebudayaan dan falsafah kehidupan, berkualitas estetik, dan berfungsi sosial. Kain tradisional ini tidak dinilai estetikanya saja, namun batik dimensi spiritual dan dimensi translingual, yang menunjukkan tingkat kebudayaan bangsa Indonesia yang sudah sangat beradab. Selama ini kegiatan berkesenian membatik tidak dapat dipisahkan dengan nafas kehidupan masyarakat Jawa. Kendati demikian penemuan artefak memunculkan fakta bahwa batik tidak hanya terdapat di pulau Jawa. Ada banyak daerah diluar pulau Jawa yang melestarikan kebudayaan membatik, misalnya batik Melayu-Riau.

Jika ditelaah lebih dalam keberadaan batik Melayu Riau sudah ada sejak jaman dahulu. Berawal dari zaman Kerajaan Daik Lingga dan Kerajaan Siak. Salah satu kerajaan Melayu ini berdiri dari tahun 1824-1911 Masehi. Para bangsawan dan kalangan istana di zaman tersebut sudah lama mengenal sebuah kerajinan dalam bentuk batik cap. Sesuai namanya, proses pembuatan kerajinan batik ini berbeda dengan batik yang beredar di Pulau Jawa. Mereka menggunakan cap yang terbuat dari bahan perunggu ataupun buah-buahan alih-alih menggunakan lilin dan canting.

Eksistensi batik Melayu Riau kian memudar seiring dengan hilangnya kerajaan Daik Lingga dan Kerajaan Siak. Dahulu batik ini dikenal dengan sebuah kerajinan di kalangan bangsawan istana dalam wujud kerajinan "Batik Cap". Cap dibuat dari perunggu yang berisi motif-motif. Setiap cap memiliki motif yang berbeda satu sama lain. Untuk membuat batik cap, terlebih dahulu alat cap dicecahkan pada bahan

pewarna, kemudian dicapkan pada bahan dasar kain sehingga motif yang sudah ada bahan pewarna tersebut berpindah ke kain. Zat pewarna yang dipakai biasanya berwarna kuning atau perak, sedangkan kain dasar yang dipakai adalah bahan sutera atau bahan lembut lainnya yang biasanya berwarna hitam (gelap). Motif yang dipakai tidak jauh berbeda pada kerajinan tekat. Seiring dengan berakhirnya masa pemerintahan raja-raja, maka berakhir juga keberadaan batik cap. Batik ini kemudian mengalami pergeseran dari cap menggunakan telepuk. Telepuk adalah gambar bebungaan atau tumbuhan yang dihadirkan sebagai motif di atas kertas atau kain. Cap dibuat dari bahan kayu lembut yang diukir sesuai motif. Untuk hal-hal tertentu dapat pula cap ini dibuat dari buah-buahan yang keras seperti halnya kentang. Hal ini tentulah hanya untuk sekali pakai dan tidak permanen adanya, dan motif yang dibuat terbatas pada ukuran bahan yang digunakan. Meski kini telepuk sudah jarang dipakai namun pola tumbuhan tetap digunakan untuk motif batik Melayu Riau hingga sekarang.

Desain Motif Batik Melayu Riau



Dalam pandangan Geertz, berbagai fenomena yang terdapat dalam kehidupan sosial masyarakat dapat terungkap lewat bermacam-macam arti kultural. Guslinda memaparkan bahwa Kebudayaan adalah pola-pola makna yang diwujudkan

dan ditransmisikan secara terus menerus dalam bentuk simbolis. Simbol pada hakikatnya ada dua yaitu:

1. Simbol yang berasal dari alam yang terwujud melalui konsepsi-konsepsi dan struktur sosial,
2. Simbol yang berasal dari luar yang berwujud sebagai kenyataan-kenyataan dalam kemasyarakatan.

Konsep kehidupan masyarakat Melayu Riau identik dengan nilai-nilai spiritualitas yang dipengaruhi oleh masuknya agama Islam. Setiap simbol yang terdapat dalam keseharian masyarakat Melayu merupakan cerminan dari Al-Qur'an dan sunnah-sunnah Islam. Hal ini yang mempengaruhi visualisasi motif ragam hias Melayu Riau yang menghadirkan banyak gubahan, distorsi dan stilasi pada bentuk-bentuk kehidupan. Menurut Eni motif batik Melayu-Riau banyak menggunakan stilasi dari ragam hias alam seperti tumbuhan-tumbuhan, hewan, alam dan benda angkasa. Hal ini disebabkan karena mayoritas masyarakat Melayu Riau adalah penduduk muslim yang menghindari keberhalaan.

Hal ini sejalan dengan pendapat Azhar, bahwa corak ragam hias yang paling lazim adalah berbentuk kaligrafi (khat) yang diambil dari Al Qur'an dan dikombinasikan dengan latar dunia tumbuh-tumbuhan (floralistik) dengan kombinasi pola geometris seperti bentuk kubus, lingkaran dan wajak. Seni ragam hias Islam tidak mempergunakan penggambaran makhluk hidup dunia, baik itu binatang maupun dunia manusia (antropomorphik). Ada beberapa motif batik yang masih menghadirkan bentuk hewan namun motif tersebut dipilih berdasarkan kriteria tertentu, misalkan hewan lebah masih dipakai karena dipandang membawa kebermanfaatan. Motif lebah diperbolehkan karena anggapan ini sejalan dengan realita bahwa lebah memakan makanan yang bersih dan membuang kotoran yang dapat bermanfaat bagi makhluk hidup lainnya. Penggambaran sosok lebah tidak digambarkan sebagai wujud yang sesungguhnya namun mengalami distorsi. Dapat disimpulkan bahwa kehadiran motif makhluk hidup

pada motif batik Melayu-Riau diwakilkan melalui pendistorsian dan stilasi floralistik yang mewakili visualisasi motif serta merupakan sebuah simbolisasi kultur dan budaya yang terdapat dalam kehidupan masyarakat Riau.

Pola Bergaris Memanjang Pada Motif Batik Melayu Riau



Pola ragam hias yang dihadirkan dalam desain batik Melayu Riau secara konvensional adalah bentuk tegak lurus. Hal ini juga digunakan pada desain pelaminan. Dari proses penciptaan motif yang ada dilakukan perulangan yang membentuk pola memanjang yang diberi nama tidak jauh dari nama aslinya. Banyak motif-motif baru yang diciptakan dari pengembangan motif tradisional atau motif yang telah ada sebelumnya, antara lain: bungo kesumbo, bunga tanjung, bunga cempaka, bunga matahari, kaluk berlapis, dan lain-lain. Batik Riau ini berkembang dan diberi nama "Batik Tabir".

B. Regenerasi Pola dan Motif Batik Melayu

Batik berasal dari era keemasan Kesultanan Daik Lingga dan Siak. Pada saat itu, sejenis kerajinan tangan yang dikenal di kalangan bangsawan istana dalam bentuk dari "batik cap" atau biasa disebut Blok Stamping. Teknik ini dibuat dari perunggu atau bahan yang mudah diukir untuk membuat motif. Setiap balok memiliki motif yang berbeda-beda. Blok stamping terbuat dari kayu lunak yang diukir untuk dijadikan cap motif.

Untuk hal-hal tertentu bisa juga dibuatkan stemple buah keras seperti kentang. Ini pasti sekali pakai atau tidak permanen, dan motif dibatasi pada ukuran buah. Untuk membuat motif batik, sebagian balok dicelupkan ke dalam pewarna lalu pada alas kain dicap demikian motif yang telah terkandung tersebut pewarna ditransfer ke kain.

Mustafa (Lembaga Adat Melayu) batik Melayu Riau kini terbagi menjadi 2 daerah yang terpecah yakni daerah Riau daratan dan Riau kepulauan. Teknik blok stamping atau telepek hanya boleh digunakan oleh daerah Kepulauan Riau dan telah di HKI kan, hal ini yang membuat masyarakat daratan Riau tak lagi menggunakan teknik tersebut dan beralih menggunakan teknik konvensional berupa pencantingan. Teknik konvensional telah dikembangkan sejak bangkitnya batik di daerah Riau melalui pelatihan-pelatihan oleh pemerintah Provinsi. Walaupun begitu, keberadaan motif Melayu selalu dipertahankan sesuai dengan akar tradisi masyarakatnya.

Batik tulis Riau memiliki karakteristik pewarnaan yang cerah seperti kuning, emas, merah dan hijau. Batik Riau memiliki kecenderungan warna yang cerah dan lembut. Melalui penuangan simbol visual tersebut batik mengungkapkan kreatifitas dan spiritualitas. Pewarnaan batik biasanya menggunakan warna-warna kuning atau perak sedangkan kain dasarnya adalah sutra atau bahan halus lainnya yang berwarna hitam (gelap). Sistem dan simbolisasi warna yang terkandung pada batik Melayu tak jauh berbeda dengan batik Jawa yang memiliki filosofi tertentu. Batik Melayu memandang warna merah sebagai simbol keberanian, hijau sebagai simbol ketentraman, kuning dan emas sebagai simbol kemewahan dan kejayaan.

Zainal dalam buku *The Treasure Of Riau Malay Handicraft* menjelaskan perkembangan desain tradisional telah menghasilkan lebih banyak motif, namun tidak meninggalkan akar tradisi motif itu terbentuk. Diantaranya:

1. Bungo kesumbo (bixa orellana),
2. Bunga tanjung (ceri Spanyol),
3. Bunga cempaka (magnolia champaca),
4. bunga matahari (bunga matahari),
5. Kaluk berlapis (lapisan lekukan) dan lain-lain.

Batik Riau terus berkembang dan sekarang dikenal dengan sebutan “batik tabir”. Berikut berapa motif yang sudah dipatenkan yang dikembangkan antara lain:

1. Cempaka Gading.
2. Tabir Dewangga
3. Muda Bangsawan.
4. Mercur Gemala Bunga
5. Kesumbo dan lain-lain

Proses kreatif yang terjadi pada batik Melayu merupakan sebuah desain yang lahir dari tradisi dan keadaan sosial masyarakatnya. Pembatik atau yang biasa kita sebut sebagai *creator* menuangkan berbagai ide gagasan melalui cara pandang yang unik dan dapat dipertanggung jawabkan. Kreatifitas dan nilai-nilai ini menghasilkan ide untuk diimplementasikan seperti yang dipaparkan oleh Kartajaya, bahwa kreatifitas merupakan penggunaan sumber daya dan nilai-nilai yang sudah ada untuk melahirkan kembali suatu inovasi antara ide dan penerapannya. Ide kreatif tersebut perlu mendapatkan apresiasi dengan cara melindungi karya cipta melalui HKI. Beberapa motif batik Melayu Riau yang sudah di hak patenkan sebagai berikut:

Motif Batik Melayu Riau yang Sudah Memiliki HKI



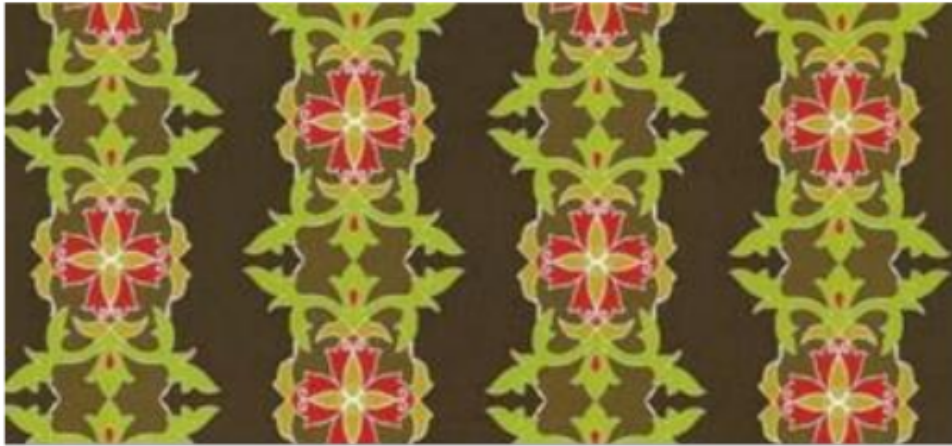
Keterangan:

1. Gambar a merupakan motif batik Tabir Dewangga dengan motif dasar bunga semangat.
2. Gambar b merupakan motif batik Cempaka Gading dengan motif dasarnya diadopsi dari bunga cempaka.
3. Gambar c adalah motif batik Muda Bangsawan yang menggunakan motif dasar bunga kesumba.
4. Gambar d merupakan motif batik Mercu Gemala yang menggunakan motif dasar bunga mengkanang.

Batik Tabir "Kembang Penuh Wajik Bersambung"



Batik Tabir "Mekar Kesuma Daun Bertindih"



Batik Tabir "Kesuma Mekar Bertangku"



Motif Batik Tabur



Motif di atas merupakan motif Gerai Semat Tembaga dengan menggunakan corak Tabur. Corak tabur sering digunakan para pembatik Riau dengan visualisis motif yang bertumpuk-tumpuk. Menurut bapak Amrun batik tabur bisa digunakan pembatik di keseluruhan daerah Riau baik Daratan maupun Kepulauan, penggunaan warna merah pada batik tabur di atas melambangkan keberanian dan kecenderungan warna ungu merupakan simbol dari nilai spiritualitas yang mendalam.

Desain Motif Tabur Daratan Riau



Dari ragam estetika batik di atas, corak batik di daerah Melayu Riau dapat dibedakan menjadi 2 jenis, yakni corak tabir dan corak tabur. Menurut Dekranasda daerah Riau tidak ada pembatasan maupun spesifikasi tertentu dalam penggunaan kedua pola tersebut. Yang menjadi pembeda adalah batik tabir lebih memiliki arah perulangan menurun maupun vertikal. Ini memiliki filosofi bahwa manusia memiliki hubungan kuat secara transcendental dengan Tuhannya. Hal ini sejalan dengan Gesper mengenai budaya Melayu bahwa Islam adalah nafas dan cerminan masyarakat Melayu, bahwa menjadi orang Melayu sudah tentu adalah Muslim. Disini terjadi integrasi antara agama, tradisi daan seni dalam tadisi Melayu ke dalam kehidupan sosial kebudayaannya. Sementara itu pola tabur,

yang merupakan perulangan tumpuk bertumpuk pada visualisasi motifnya. Motif bertumpuk menggambarkan solidaritas dan sikap sosial masyarakat Melayu Riau yang hidup berdampingan dan berlomba-lomba dalam kebaikan menuju alam transcendental.

Nilai yang tertanam dalam pola tabir dan tabur ini merupakan hubungan antara 3 penjuru, yakni hubungan Tuhan dengan manusia yang dituangkan dalam arah vertikal, hubungan manusia dengan manusia merupakan visualisasi pola tabur yang menggambarkan keadaan manusia satu dengan manusia lainnya dan manusia dengan alam melalui penggambaran motif batik floralistik. Maka nilai yang paling utama pastinya berpanduan hubungan antara manusia dengan Tuhan, apa juga yang ditegah oleh Tuhan menjadi perkara yang mesti dielakkan oleh manusia. Sebaliknya apa yang diperintahkan-Nya perlu dilaksanakan sebaik mungkin. Tuhan sudah mewartakan apa yang baik dan apa yang buruk untuk manusia. Nilai-nilai tersebut berhubungan dengan kehidupan sosial, ekonomi, politik, dan budaya.

Pada tahun 2004 melalui tangan kreatif seorang seniman Haji Encik Amrun Salmon, dibuatlah percobaan demi percobaan yang akhirnya dapat menghasilkan suatu pola baru dengan membuat ragam motif batik tulis/colet berpola. Ini dilakukan dengan mengambil ilham dari tabir belang budaya Melayu Riau yang bergaris memanjang dari atas ke bawah. Dengan motif-motif Melayu yang ada, yaitu yang terdapat pada tabir pelaminan Melayu Riau. Motif batik Riau cenderung menggunakan warna yang kalem dan lembut. Namun ada juga batik tabir yang menggunakan pewarnaan yang mencolok dan warna-warna cerah. Motif batik Riau paling banyak beredar adalah motif tumbuh-tumbuhan dan jarang bahkan tidak ada batik tabir yang menggambarkan kehidupan sehari-hari ataupun hewan.

Selanjutnya, dari motif-motif yang ada ini pula dikembangkan menjadi sebuah motif baru yang diberi nama sesuai aslinya. Dari pengembangan motif tradisional yang ada,

diciptakan motif baru yang tak keluar dari akarnya budaya Riau. Beberapa diantaranya adalah: bungo Kesumbo, bunga Tanjung, bunga Cempaka, bunga Matahari Kaluk Berlapis. Batik Riau ini terus tumbuh dan berkembang dan diberi nama yaitu “Batik Tabir”. Semenjak itu, batik Riau yang cukup terkenal sampai saat ini adalah Batik Tabir.

Batik Tabir menggabungkan motif tumbuhan sebagai dasar dari motifnya, seperti bunga atau kembang. Toko-toko batik yang ada di provinsi Riau pun sudah banyak tersebar. Di Pekanbaru, Batik Tabir dapat ditemukan di Galeri Batik Tabir Riau Rani. Berikut ini adalah motif bunga yang terdapat pada batik Riau:

1. Kuntum mekar tajuk bersusun
2. Kuntum mekar melambai
3. Bunga matahari keluk berlapis
4. Sari bertabur kuntum penuh
5. Kunder putri bangsawan
6. Bunga bintang hias bersiku
7. Bunga mekar pelangi bersusun
8. Bunga cengkeh mekar penuh
9. Kembang berisi keluk anak
10. Kembang banyak putri berhias
11. Bunga bertabur tangkai penuh
12. Kuntum banyak melambai
13. Kuntum mekar kembang bertabur
14. Kembang berisi tampak lima
15. Bintang-bintang mekar berseling
16. Bunga matahari mutiara bersusun
17. Kuntum berangkai mekar penuh
18. Bunga mekar kuntum bersanding
19. Kembang semangat tajuk bidadari
20. Wajik susun bertabur anak
21. Kuntum muda kelopak daun
22. Kuntum mekar wajik bersusun
23. Bunga matahari bertabur kuntum
24. Bunga kapas putri berhias

25. Dayang daun kembang
26. Siku-siku kelopak bersusun
27. Kuntum mekar jalur berhias
28. Kusuma mekar bertangkup
29. Kembang berhias tumpang tindih
30. Kembang penuh wajik bersambung
31. Kuntum bersusun penuh
32. Kembang terkulai bintang bertabur
33. Kembang bersusun kuntum terkulai
34. Mekar kesuma daun bertindih
35. Kuntum berhias kuntum muda
36. Kuntum bercabang bintang-bintang
37. Bunga penuh awan jingga
38. Daun paku buluh bertunas
39. Kembang penuh siku beradu.

Batik Nyiur Melambai



Motif nyiur melambai adalah motif daun yang melambai. Motif nyiur melambai menggambarkan bintang setaman yang melambangkan kesucian dan rejeki yang terus mengalir. Bisa dilihat pada gambar di atas pada ujung setiap pola terdapat garis tabir mengikuti pola. Corak tabir adalah motif asli dari daerah Riau.

Batik Tekat



Motif batik ini adalah batik simetris. Biasanya batik ini menggunakan teknik cap dan bukan menggunakan teknik batik tulis. Motif batik lebih mudah dibuat dengan menggunakan teknik cap, sehingga diciptakannya cap agar mempermudah proses pembuatannya.

Batik Tapuk Manggis



Motif tapuk manggis juga ada di daerah Riau. Warna inti motif ini biasanya hijau tua atau merah tua dengan motif putih yang menghiasi di atasnya. Motif batik ini simetris sehingga pada proses pembuatannya menggunakan teknik cap agar mempermudah produksinya.

Batik Kipas Lingga



Motif batik kipas lingga merupakan batik tulis. Batik ini bermotif dedaunan yang melambai dan kipas tidak beraturan namun terlihat indah dan apik. Batik ini tidak bisa menggunakan cap pada proses pembuatannya kerana pola batik ini tidak simetris.

Batik Kasih Tak Sampai

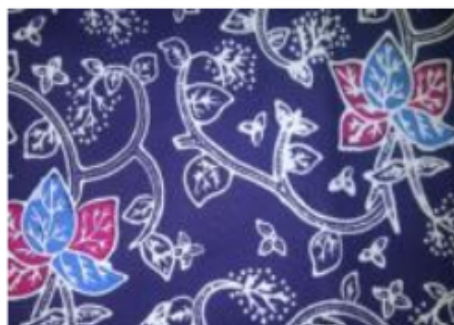


Motif batik kasih tak sampai mempunyai warna dasar merah dan aksen motif putih di atasnya. Batik ini seperti tidak simetris namun jika kita lihat secara lebih jelas batik motif ini akan terlihat simetris, jadi batik jenis ini dibuat dengan menggunakan teknik cap.

Batik Tabir



Tabir merupakan budaya khas Riau. Ada motif batik tabir yang full penggunaannya motif tabir. Berikut ini juga ada beberapa contoh motifnya.



C. Proses Pembuatan Batik Tulis Riau

Tradisi⁶⁶ membuat batik tulis tersebut biasanya selalu diwariskan secara turun temurun dari generasi satu ke generasi berikutnya sehingga corak batik tulis yang ditampilkan bisa dengan mudah dikenali asalnya dari keluarga mana. Disamping itu beberapa corak batik tulis ada juga yang dibuat khusus untuk mewakili status sosial atau kasta pemakainya. Berikut ini proses pembuatan batik tulis Riau.

1. Membuat desain sesuai dengan motif yang diinginkan, dan motif tersebut adalah motif corak Melayu Riau.
2. Selesai mendesain, lalu melukiskan/memindahkan desain motif tersebut pada kertas, dan kertas yang digunakan yang paling baik adalah kertas kalkir.
3. Tahap berikut adalah memindahkan desain gambar yang ada pada kertas ke atas kain dasar warna, biasanya warna putih dan yang digunakan adalah kain Thai Silk, Sutera Cina, Dobi, dan sebagainya.
4. Setelah itu diberi pola dari motif yang sudah dipindahkan tadi, lalu kain yang rata-rata berukuran 1,2 x 2,3 m, diletakkan pada bingkai atau pembedang yang terbuat dari kayu yang mempunyai ukuran sesuai dengan ukuran kain yang hendak dibatik.
5. Tahap selanjutnya adalah mencanting kelowong dan memberikan isen-isen/Isian.
6. Kemudian memberi warna dengan sistem colet dengan memakai kuas kecil, alat pewarna yang digunakan adalah Procoiont dan Indigosol, biasanya warna-warna tersebut adalah warna terang.

7. Proses pencantingan

Proses Pencantingan



8. Setelah selesai mencanting, lalu proses pewarnaan, setelah itu kain tersebut didiamkan selama satu malam, sebelum kemudian mengunci warna.
9. Setelah itu proses selanjutnya adalah melorot yaitu menghilangkan lilin bekas cantingan, setelah itu dijemur yang tidak langsung kena matahari.
10. Setelah kering, untuk merapikan kain yang telah dijemur tersebut lalu disetrika, setelah selesai lalu dapat digunakan sesuai kebutuhan.

Batik Tulis Riau



11. Ini adalah Batik tulis tabir Riau setelah menjadi bawahan kebaya modern.

Kain Batik Riau Setelah Menjadi Setelan Kebaya



Kain Batik Tulis



Batik tulis Riau "itik pulang petang" Ini telah melalui banyak proses dan kini telah menjadi sehelai kain batik.

D. Upaya Pemerintah Dalam Meregenerasi Batik Melayu Riau

Sejak kepunahan batik Melayu-Riau, pada tahun 1985 pemerintah Provinsi Riau kembali mengangkat kerajinan kain batik dengan memberi masyarakat pelatihan-pelatihan untuk membuat batik. Menurut Zainal dalam bukunya *The Treasure Of Riau Malay Handicraft*, untuk menghidupkan kembali kerajinan batik, Pemprov Riau telah berusaha mengidentifikasi dan mengembangkan batik dengan memberikan pelatihan membatik kepada masyarakat sejak saat itu. Batik yang diregenerasi saat ini bukan lagi batik cap telepuk namun sejenis batik yang memiliki kemiripan dengan batik Jawa. Menggunakan canting (pulpen untuk memindahkan cairan lilin ke kain yang hendak dibatik), namun motifnya murni dari Melayu Riau. Dari pelatihan membatik muncul tiga pengrajin batik terkemuka di Provinsi Riau/ Pekanbaru, yaitu:

1. Ny. Sudirah, dengan usahanya bernama Batik Lancang Kuning (batik lukis)
2. Bu Tanjung, dengan bisnisnya Batik Tanjung Sari (batik lukis)
3. Ibu Yuliar Rofa'I, dengan bisnisnya Batik Selerang (batik printing)
4. Selain itu, pada tahun 1998, Dewan Kerajinan Daerah (Dekranasda) Riau Provinsi di bawah Hj. Titiek Murniati Soeripto juga mengembangkan batik, yaitu pada waktu memproduksi batik printing.
5. Kemudian pada tahun 2003 di bawah pimpinan Ibu Hj. Mardalena Saleh, Dewan Kerajinan Daerah Provinsi Riau memajukan batik tulis dengan batik cap. Namun tidak berlangsung lama, karena batik Riau tidak mempunyai motif khusus dan pengerjaannya sama dengan pembuatan batik Jawa, sehingga dilupakan.
6. Pembatikan pada tahun 2004 di bawah pimpinan ketua Dra. Hj. Septina Primawati Rusli, M.M., Dewan Kerajinan Daerah menghidupkan kembali batik dengan pola baru. Pada desain batik tersebut terlihat lebih unik seperti batik Riau. Batik ini memiliki perbedaan dengan daerah lain. Atas

inisiatif ketua, dan tangan-tangan terampil dari seorang pengrajin yang juga anggota dari pengurus dewan yaitu Haji Encik Amrun Salmon, banyak cara dan eksperimen yang dilakukan untuk melahirkan motif baru dari pola dicat/oleskan.

Batik Riau kini telah menyebar ke seluruh Provinsi Riau bahkan meluas ke luar Riau. Secara resmi diproyeksikan di "Cenderahati Riau 2005" pada tanggal 14 Maret 2005 sampai 16 Maret 2005. Saat ini batik Riau yang lebih dikenal dengan sebutan batik tabir sudah ada dan dimanfaatkan oleh masyarakat di Provinsi Riau. Batik Riau berkembang tidak hanya di Pekanbaru tetapi juga di Kabupaten Siak, disebut batik tabor. Sedangkan batik di Kabupaten Kampar dan Kabupaten Rokan Hulu menggunakan motif khas daerah masing-masing.

Walaupun begitu, cara yang dipakai bukan lagi memakai cap. Mereka memakai cara konvensional membuat batik yang hampir serupa dengan batik Jawa, yakni menggunakan canting dan lilin. 84 erti umumnya batik mengacu pada metoda pewarnaan kain dengan menggunakan malam atau lilin untuk mencegah terjadinya pewarnaan pada kain di bagian tertentu. Teknik ini dikenal sebagai Wax Resist Dyeing.

Pemerintah yang berusaha meregenerasi eksistensi batik melalui motif khas Riau yang terinspirasi dari tradisi Melayu. Batik Riau termasuk unik dan berbeda, karena lebih menggambarkan tumbuh-tumbuhan. Hal ini didasari pada kebudayaan Melayu Riau yang kental dengan nilai-nilai islami. Menurut Gaspersz dalam Pujiyanto, Islam merupakan jati diri komunitas Melayu, orang yang "masuk Islam" berarti menjadi "orang Melayu ", atau" menjadi Malayan "berarti" masuk Islam ". Integrasi agama, tradisi, dan seni budaya Melayu menjadikan aspek kehidupan terintegrasi ke dalam kehidupan komunitas Melayu. Salah satunya adalah seni dengan nilai-nilai budaya lokal yang mengandung ideologi yang dianut. Sistem komunitas dan keyakinan tetap bertahan meski terjadi

globalisasi. Hal ini yang mempengaruhi visualisasi motif Melayu Riau berusaha untuk tidak menggambar binatang manusia ataupun Makhluk hidup lainnya. Batik Melayu Riau tidak dapat dipisahkan dari tradisi, pola sosial, dan sistem pemerintahan. Materi dan hasil budayanya terpaku pada bahasa, sastra, seni, kerajinan, dan teknologi yang mengarah pada kearifan budaya lokal Melayu yang terus berkembang. Usaha pemerintah dalam meregenerasi batik Melayu Riau melalui kegiatan pelatihan membatik sudah melewati era modern, saat ini batik Melayu Riau tercipta dengan banyak modifikasi baik dari motif sampai cara pembuatannya. Kendati demikian nilai seni batik Riau berusaha tetap dipertahankan. Nilai dan tradisi masyarakat Melayu yang mempengaruhi hampir segala aspek kehidupan termasuk berkesenian batik. Ragam¹⁷² ketika batik Melayu Riau mencerminkan budaya Islami sesuai dengan syariat Islam berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah. Hal ini melatar belakangi penulisan artikel ini, melihat regenerasi batik Melayu Riau masa kini dengan cerminan budaya lokal dan nilai transcendental.

Seni Telepuk



159

Seni telepuk adalah rekaan tekstil yang menggunakan warna-warna emas dengan desain-desain Melayu Nusantara dahulu kala. Disamping itu, Dekranasda Provinsi Riau pada

tahun 1998 dengan ketuanya Ibu Hj. Titiek Murniati Soeripto, juga telah mengembangkan batik, yang pada saat itu memproduksi batik printing. Kemudian, pada tahun 2003 di bawah kepemimpinan Ibu Hj. Mardalena Saleh, Dekranasda Provinsi Riau mengembangkan batik dengan produksi Batik Cap. Dalam perkembangannya, batik ini diebut Batik Riau, karena prosesnya tidak berbeda dengan batik-batik dari Jawa, sehingga batik ini kembali terlupakan.

Batik Cap



Pada tahun 2004 melalui Ketua Dekranasda Provinsi Riau, Ibu Dra. Hj Septina Primawati Rusli, MM, dibangkitkan kembali kerajinan batik dengan menggunakan pola baru pada desain sehingga kelihatan khas batik Riau. Batik ini memiliki ciri khas yang unik dibanding batik lain. Ketua Dekranasda Provinsi Riau yaitu H. Encik Amrun Salmon, dibuatlah eksperimen yang melahirkan suatu pola baru dengan membuat batik tulis/colet berpola. Pola yang dipakai mengambil ajaran dari tabir belang budaya Melayu Riau yang bergaris memanjang dari atas kebawah dengan motif-motif Melayu yang ada.

Motif ini biasanya terdapat pada tabir pernikahan Melayu Riau. Dari motif-motif yang ada ini pula dikembangkan menjadi sebuah motif yang baru yang diberi nama sesuai aslinya. Dari pengembangan motif tradisional yang ada diciptakan motif baru yang tak lari dari akhirnya, yaitu antara lain: bungo kesumbo, bunga tanjung, bunga cempaka, bunga matahari, kaluk berlapis, dan lain-lain. Batik Riau ini tumbuh berkembang dan diberi nama “Batik Tabir”.

Motif Pelaminan



Dalam melakukan kajian hukum usaha batik gonggong sebagai seragam PNS kota Tanjungpinang, ke¹⁶ngka landasan yuridis yang digunakan sebagai dasar adalah Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha¹⁰ Tidak Sehat, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Negara yang¹⁴²ih dan Bebas Kolusi, Korupsi dan Nepotisme (KKN), Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 dan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 20¹³⁹ Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan, Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah,

Peraturan Walikota Tanjungpinang Nomor 37 Tahun 2010 tentang Pakaian Dinas Pegawai Negeri Sipil dan Non Pegawai Negeri Sipil Di Lingkungan Pemerintah Kota Tanjungpinang, Peraturan Walikota Tanjungpinang Nomor 13 Tahun 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Walikota Nomor 37 Tahun 2010 Tentang Pakaian Dinas Pegawai Negeri Sipil dan Non Pegawai Negeri Sipil Di Lingkungan Pemerintah Kota Tanjungpinang, Peraturan Walikota Tanjungpinang Nomor 6 Tahun 2013 tentang Pakaian Dinas Pegawai Negeri Sipil dan Non Pegawai Negeri Sipil Di Lingkungan Pemerintah Kota Tanjungpinang.

Teori Hukum Integratif Profesor Romli Atmasmita¹⁶⁶ dipakai untuk pijakan. Teori ini merupakan gabungan antara teori hukum pembangunan dan teori hukum progresif, dengan memandang hukum sebagai sistem nilai, selain itu hukum merupakan sistem norma seperti yang dikemukakan Profesor Mochtar Kusumaatmaja, dalam teori hukum pembangunan dan hukum sebagai sistem perilaku seperti yang dikemukakan oleh Profesi²² Satjipto Rahardjo dalam teori hukum progresif.

Ketiga hakikat hukum itulah yang disebut oleh Romli Atmasmita sebagai *tripartite character of the Indonesian legal theory of social and bureaucratic engineering*, yaitu rekayasa otoritas dan rekayasa masyarakat yang didasarkan pada sistem hukum, sistem perilaku, dan sistem nilai yang bersumber pada Pancasila sebagai ideologi bangsa Indonesia. Pandangan inilah²² yang dikenal sebagai Teori Hukum Integratif. Masih kurangnya upaya untuk menemukan pemikiran hukum khas Indonesia membuat bangsa Indonesia²² terpacu dengan serta-merta mengadopsi mentah dan utuh pemikiran hukum barat yang belum tentu dapat diterima oleh masyarakat atau bangsa²² timur. Dari itu, muncul pandangan Romli Atmasmita untuk menelurkan sebuah teori baru yang disebut Teori Hukum Integratif.

Hukum Integratif menggali nilai filosofis Pancasila sebagai akar atau dasar terbentuknya hukum. Hukum Integratif mengemukakan bahwa, melalui kinerja BSE (*Social*

and Beaureucratic Enginering) setiap langkah pemerintah dalam pembentukan hukum dan penegakan hukum merupakan kebijakan berlandaskan sistem norma dan logika berupa asas dan kaidah dan kekuatan normatif dari hukum perlu diwujudkan dalam perubahan sikap masyarakat dan otoritas ke arah cita-cita membangun negara hukum yang demokratis. Negara hukum demokratis itu digali dari tiga pilar, yaitu penegakan berdasarkan hukum (*rule by law*), perlindungan Hak Azasi Manusia (*enforcement of human right*) dan akses masyarakat untuk memperoleh keadilan (*access to justice*).

Nilai yang dimaksud didalam Hukum Integratif adalah Pancasila sebagai nilai tertinggi untuk melakukan perubahan terhadap sistem norma dan sistem perilaku yang berkeadilan sosial. Hukum integratif merepresentasikan hukum adalah Pancasila. Hukum integratif adalah teori hukum yang memandang, hukum hari ini (menurut pandangan teori hukum pembangunan) bisa berubah esok, karena perilaku warga masyarakat (menurut pandangan teori hukum progresif) yang begitu dinamis, namun dalam pembentukan hukum yang baru berdasarkan hukum yang responsif (menurut pemikiran Nonet dan Zelznik), tidak dapat dilepaskan dari akar-akar budaya atau ciri khas bangsa Indonesia yang telah tersublimasi pada Pancasila.

Teori hukum integratif merupakan gabungan dari teori hukum pembangunan dan teori hukum progresif. Hal terkait teori hukum ini yaitu, ada beberapa argumentasi mengapa teori hukum pembangunan banyak mengundang banyak atensi atau perhatian, yang apabila dijabarkan aspek tersebut secara global adalah sebagai berikut:

Pertama, Teori Hukum Pembangunan merupakan teori hukum yang diciptakan oleh orang Indonesia dengan melihat dimensi dan kultur masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, dengan tolok ukur dimensi teori hukum yang tumbuh dan berkembang sesuai dengan kondisi Indonesia, maka hakikatnya apabila diterapkan akan sesuai dengan kondisi dan situasi masyarakat Indonesia yang pluralistik.

Kedua, secara dimensional maka teori hukum pembangunan memakai kerangka acuan pada pandangan hidup (*way of life*) masyarakat serta bangsa Indonesia berdasarkan atas asas Pancasila yang bersifat kekeluargaan maka terhadap norma, asas, lembaga dan kaidah yang terdapat dalam teori hukum pembangunan itu sudah berupa dimensi yang meliputi structure, culture dan substance seperti yang dikatakan oleh Lawrence W. Friedman. Ketiga, pada dasarnya teori hukum pembangunan memberikan dasar fungsi hukum sebagai “sarana pembaharuan masyarakat” dan hukum merupakan sebuah sistem yang diperlukan untuk bangsa Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang.

Progresif juga berarti teori hukum yang menerapkan hukum tidak boleh kaku, menolak status quo dan mengedepankan kepastian hukum dengan bertolak dari kepentingan manusia itu. Hukum sangat berarti dalam sebuah pembangunan. Menurut *Roscoe pound*, hukum merupakan suatu alat perekayasa sosial. Hal ini berarti hukum bisa berfungsi untuk mengendalikan masyarakat dan bisa juga menjadi sarana untuk melakukan perubahan-perubahan masyarakat.

22

Profesor Romli, secara teoritis teori hukum pembangunan dan teori hukum progresif cenderung berdasarkan pada teori hukum yang sama, yaitu *sociological jurisprudence* dari *Roscoe Pound* dan *pragmatic legal realism* yang berasal dari Eugen Ehrlich. Namun, teori hukum progresif lebih diperkuat oleh pengaruh aliran studi hukum kritis (*critical legal studies*). Geliat kreativitas masyarakat untuk mengembangkan budaya lokal harus didukung oleh pemerintah daerah. Bantuan dapat berupa melahirkan produk hukum daerah yang pro terhadap usaha-usaha terkait serta mendorong tumbuh kembang iklim yang kondusif untuk pengembangan produk-produk kerajinan khas daerah. Memiliki payung hukum yang jelas dan kesempatan yang setara bagi semua pihak yang memiliki niat dan kemampuan dalam bidang tersebut.

Terkait dengan ini, secara penegakan atau penindakan hukum, tidak terjadi pelanggaran hukum secara pidana maupun perdata dalam kajian hukum Batik Gonggong ini. Tetapi, ditemukan bahwa hak untuk mendapatkan informasi usaha bagi sektor usaha mikro, kecil, menengah atau masyarakat dan pelaku usaha sejenis untuk bermitra dengan pemerintah daerah, belum terakomodir secara adil dan setara. Akses pihak lain diluar pelaku usaha (Batik Gonggong) untuk mendapatkan keadilan dan kesetaraan dalam informasi yang terkandung nilai ekonomis untuk pengembangan dan pemberdayaan usaha masyarakat belum tersampaikan dengan baik.

Untuk melakukan perubahan menuju ⁷⁷ sistem norma dan sistem perilaku masyarakat serta birokrat yang berkeadilan sosial, seluruh kebijakan atau produk hukum pemerintah dan pemerintah daerah harus mengaktualisasikan keadilan sosial. Termasuk keadilan yang mengatur ekonomi masyarakat di dalamnya. Nilai dasar dalam hukum integratif adalah Pancasila, ⁷⁷ sebagai nilai tertinggi untuk melakukan perubahan terhadap sistem norma dan sistem perilaku yang berkeadilan sosial. Hukum integratif adalah teori hukum yang memandang, hukum hari ini (menurut pandangan teori hukum pembangunan) bisa berubah esok, karena perilaku warga masyarakat (menurut pandangan teori hukum progresif) yang begitu dinamis, namun dalam pembentukan hukum yang baru berdasarkan hukum yang responsive, tidak dapat dilepaskan dari dasar budaya atau ciri khas bangsa Indonesia yang telah tertuang dalam Pancasila.

Walaupun peraturan perundang-undangan dapat terus berubah, tetapi asas keadilan sosial yang diamanatkan Pancasila tidak ¹⁷ boleh disingkirkan, termasuk keadilan ekonomi pada isinya. Peraturan Walikota Tanjungpinang Nomor 37 Tahun 2010 tentang Pakaian Dinas Pegawai Negeri Sipil dan Non Pegawai Negeri Sipil Di Lingkungan Pemerintah Kota Tanjungpinang 'terkesan' seperti ¹⁶ mengarahkan kepada penggunaan suatu produk tertentu. Undang-Undang Nomor 5

Tahun 1999 tentang Larang¹⁰ Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pasal 19 menyatakan: "Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa:

1. Menolak dan atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan.
2. Atau mematikan usaha pesaingnya dipasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat."

Penjelasan Undang-Undang tersebut, berlaku untuk skala nasional, untuk range minimal 50% pasar nasional. Dalam hukum Batik Gonggong ini, subjek usaha Batik Gonggong tidak termasuk dalam kategori Pasal ini. Sebab, Batik¹⁴⁸ Gonggong ruang lingkup usahanya baru terkonsentrasi di Provinsi Kepulauan Riau umumnya, Kota Tanjungpinang dan seluruh pegawai Pemerintah Kota Tanjungpinang pada khu¹⁶nya. Pendekatan hukum *rule of reason* dalam larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, mencakup niat atau perilaku daripada pelaku usaha. Walau tak terjadi sanksi atau penetapan pelanggaran hukum, perbuatan yang tidak merepresentasikan proses keadilan ekonomi untuk seluruh kalangan usaha mikro kecil dan menengah harus dibenahi dan diperbaiki metode atau sistemnya.

Untuk mewujudkan masyarakat daerah yang adil dan makmur, prinsip keadilan harus dijalankan oleh pemerintah daerah. Perlakuan adil artinya, peraturan atau keputusan kepala daerah harus berlaku rata dan sama untuk masyarakat di wilayahnya. Tak jarang, konsekuensi dari keadilan dengan memberi ruang kepada banyak orang untuk turut berpartisipasi, turut mengeluarkan ide atau pendapat warga agar mendapatkan keputusan terbaik, sebelum pemerintah daerah melahirkan sebuah peraturan atau keputusan.

Keterkaitannya dengan Batik Gonggong adalah, diperlukan keterwakilan atau keterlibatan publik yang memahami mengenai produk atau seni khas daerah untuk membuat kajian dalam menentukan suatu motif batik untuk dijadikan produk khas daerah, sebelum menjadi kebijakan atau produk hukum pemerintah daerah.

Walaupun dalam Standar Operasional pembuatan Peraturan Walikota Tanjungpinang tidak mencantumkan harus adanya keterlibatan masyarakat, idealnya proses pembuatan produk hukum daerah yang dapat menimbulkan peluang pemberdayaan untuk seluruh pelaku usaha di Tanjungpinang, disosialisasikan atau digelar sayembara terbuka untuk masyarakat atau pelaku-pelaku usaha terkait, agar hak atas konsekuensi ekonomi y¹⁶¹ timbul dinikmati pelaku usaha atas asas keadilan. Pasal 10 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mengenai aspek i¹⁴⁶ nformasi usaha pada huruf c menyebutkan bahwa pemerintah memberikan jaminan transparansi dan akses yang sama bagi semua pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah atas segala informasi usaha. Artinya, pemerintah maupun pemerintah daerah memiliki kewajiban memberikan informasi secara terbuka bagi pelaku usaha terkait peluang ekonomi daerah.

E. Penggunaan Internet Dalam Sistem Penjualan Online

Muslichah Erma Widiani, melakukan kegiatan penelitian Penggunaan Tekn⁴¹ ologi Internet dalam Sistem Penjualan Online Produk Batik. Usaha bisnis secara online tidak dapat dipisahkan dari aspek CRM. Strategi CRM dapat memperkaya pengetahuan produsen tentang customer, untuk memperbaiki dan mengkustomisasi interaksi dengan customer, sehingga tercipta hubungan jangka lama. Ini bertujuan untuk menganalisis hubungan kausal dari penggunaan strategi CRM terhadap *marketing outcomes*. Cara pengambilan sampel merupakan cluster proporsional random sampling. Sampel yang dipakai berdasarkan kelompok populasi pembeli produk batik online di UKM Jawa Timur, periode Juni-September 2010. Analisa

data menggunakan SEM. Hasil membuktikan keyakinan akan kemudahan sangat berpengaruh terhadap keyakinan akan kemanfaatan dan pembelian berulang, keyakinan akan kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan pembelian berulang, serta kepuasan berpengaruh signifikan terhadap pembelian berulang.

Penggunaan internet sebagai bisnis secara online telah berkembang dengan pesat. Total jumlah perdagangan barang dan jasa dunia melalui e-commerce sebanyak \$4,3 triliun pada tahun 2004. Tingkat perkembangan perdagangan via online dari tahun 2001 hingga 2005 mencapai 68% di Amerika Serikat, Eropa 91%, dan Asia 109%. Menariknya, 85% dari perusahaan yang melibatkan perdagangan online tersebut adalah usaha berskala kecil dan menengah.

Strategi bisnis dengan memakai cara *Customer Relationship Management* (CRM) banyak terkait dengan strategi bisnis yang lain, seperti teknologi. *Technology Acceptance Model* (TAM) memberikan informasi atau hasil yang umum saja tentang minat dan perilaku konsumen sistem dalam menerima sistem teknologi informasi. TAM hanya menjelaskan alasan mengapa pemakai menggunakan sistem, yaitu keyakinan akan kemudahan (*perceived ease of use*) dan keyakinan akan kemanfaatan (*perceived usefulness*).

Warisan budaya Indonesia salah satunya adalah produk batik. Namun, batik Indonesia beberapa tahun terakhir menghadapi persaingan ketat dengan produksi dari sejumlah negara, seperti Malaysia, Thailand, Singapura, dan Afrika Selatan. Usaha kerajinan Batik Indonesia mencapai 48.287 unit dengan menyerap tenaga kerja 792.300 orang setara dengan nilai produksi Rp2,9 triliun dan nilai ekspor US\$110 juta berlokasi di 17 provinsi sebagai basis produksi.

Batik merupakan warisan budaya Indonesia yang secara resmi disahkan oleh UNESCO pada tanggal 2 Oktober 2009 dan di Indonesia tanggal 2 Oktober 2009 dicanangkan sebagai hari batik. Dengan menggunakan teknologi internet sebagai media pemasaran dengan menjalin hubungan secara jangka panjang

dengan konsumen agar diperoleh kesepakatan antara penjual dengan pembeli sehingga pembeli merasakan puas dan penjual mendapatkan ⁶ sugestinya, yaitu pembelian berulang (*usage intention*). Penulis ingin mengkaji lebih mendalam pengaruh teknologi internet dalam sistem penjualan online untuk meningkatkan kepuasan (*satisfaction*) dan pembelian berulang produk batik pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Jawa Timur.

⁶ Sejumlah masalah yang ada mengenai keyakinan akan kemudahan dan pengaruhnya terhadap keyakinan akan kemanfaatan, keyakinan akan kemudahan dan pengaruhnya terhadap kepuasan, keyakinan akan kemudahan dan pengaruhnya terhadap pembelian berulang, keyakinan akan kemanfaatan dan pengaruhnya terhadap kepuasan, keyakinan akan kemanfaatan dan pengaruhnya terhadap pembelian berulang, kepuasan dan pengaruhnya terhadap pembelian berulang. Hal ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen, khususnya teori-teori pemasaran yang menekankan bahwa menggunakan strategi CRM bisa dilakukan dengan investasi teknologi dengan pengalokasian sumber daya organisasional ke dalam aktivitas pemasaran, sehingga dapat memberikan manfaat pada hubungan jangka panjang pada konsumen aktual dan potensial, terutama dalam mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi Marketing Outcome atau MO. Secara umum, hal ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada organisasi atau perusahaan dalam memakai strategi pemasaran yang berhubungan dengan implementasi teknologi untuk keberlanjutan hubungan jangka panjang dengan pembeli. Bagi Usaha Kecil dan Menengah, implikasi ini dapat dikaitkan dengan aspek pemasaran dalam rangka meningkatkan MO, yaitu kepuasan dan pembelian berulang.

1. *Customer Relationship Management*

Customer ⁶ *Relationship Management* merupakan proses menganalisis pelanggan, menciptakan *customer knowledge*, membangun *customer relationships*, dan membentuk persepsi

pelanggan terhadap organisasi serta solusinya. CRM membuat strategi yang difasilitasi teknologi untuk mengubah keputusan berbasis data menjadi tindakan bisnis dalam rangka merespons dan mengantisipasi perilaku pelanggan aktual, merupakan gerak perubahan strategis, proses, organisasional, dan cara yang dilakukan organisasi dalam rangka mengelola perusahaannya secara lebih baik dan selaras dengan perilaku pelanggan.

2. *Technology Acceptance Model*

Tujuan utama TAM seperti yang dinyatakan oleh Davis adalah untuk menjelaskan penyebab yang dapat mengubah dalam penerimaan teknologi informasi dengan jangkauan luas dari teknologi informasi dan potensi dari pemakai. Dalam TAM pemakaian sistem aktual ditentukan oleh perilaku niat dalam memakai, yang pada gilirannya ditentukan bersama dengan sikap terhadap pemakaian dan kegunaan yang dirasakan.

Percieved Ease of Use

38

Davis mendefinisikan *percieved ease of use* sebagai keyakinan akan kemudahan pemakaian, yaitu tingkat kepercayaan user bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari perkara. Intensitas pemakaian dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan pemakaian. Davis memberikan beberapa indikator *percieved ease of use*: *ease of learn, controllable, clear and understandable, flexible, ease to become skillful, ease to use*.

Percieved Usefulness

119

Davis mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkat kepercayaan user bahwa pemakaian teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Thompson & Howell juga menyebutkan bahwa individu akan memakai teknologi informasi jika mengetahui manfaat positif atas

pemakiannya. ³⁸ Davis memberikan beberapa indikator *percieved usefulness*, yaitu *work more quickly, job performance, increase productivity, makes job easier, usefull*.

3. *Satisfaction*

³ Usmara menyatakan *satisfaction* merupakan perbandingan antara kinerja yang diterima dengan standard perbandingan ekspektasi, ideal, pesaing, janji pemasar, dan hukum. *Satisfaction* menurut Kotler merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi pada dasarnya, *satisfaction* itu merupakan perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja aktual yang dirasakan. Indikator dalam *satisfaction* secara unive¹⁷⁸ menurut Dutka yaitu: *attributes related to the product, attributes related to service, and attributes related to purchase*.

4. *Usage Intention*

³ Definisi *usage intention* menurut Davis yaitu kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi dan keinginan untuk memotivasi pemakai yang lainnya. Dari analisis penggunaan internet Gefen et al. mengartikan *usage intention* merupakan niat pemakaian kembali terutama ditujukan pada individu untuk melakukan pembelian secara online melalui internet. Niat untuk selalu memakai online dalam pembelian dan merekomendasikan pembelian online mengembangkan indeks pembelian berulang sebagai berikut: selalu memakai internet banking untuk keperluan perbankan, memakai *internet banking* untuk menyelesaikan transaksi perbankan, saya memakai sendiri *internet banking* untuk menyelesaikan transaksi perbankan saya sendiri. UKM dapat dijabarkan sebagai kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil, baik yang bersifat ⁸⁶ formal, tradisional maupun semi modern. Bagi Negara Indonesia, rakyat bukan hanya sebagai indikator keberadaan negara, tetapi juga merupakan penegak

kedaulatan yang menduduki tempat paling tinggi dalam konstitusi UUD 1945. Cita-cita untuk mensejahterakan semua rakyat juga merupakan amanat konstitusi dan oleh karena sebagian besar (87,4%) rakyat Indonesia adalah kelompok UKM, maka pemberdayaan ekonomi rakyat dapat diidentikkan dengan pemberdayaan UKM.

6

5. Keyakinan Akan Kemudahan dan Kepuasan

Keyakinan akan kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang melakukan pembelian online. Kemudahan dalam mengoperasikan teknologi untuk melakukan pembelian online membuat konsumen merasa puas. Salah satu peraturan penting yang harus diingat oleh toko online adalah bahwa toko online masih berurusan dengan pelanggan. Apa yang memuaskan pelanggan dalam lingkungan offline juga akan memuaskan pelanggan pada waktu online.

Terlalu sering, toko online sangat jauh terpikat pada internet dan kemampuan teknisnya, sehingga lupa bahwa toko online berurusan dengan orang yang sama yang dilayani secara offline. Toko online mempercayakan tanggung jawab untuk pengembangan dan pengelolaan websitenya pada staf teknis yang terfokus pada teknologi bukan pada pelanggan. Hasilnya adalah bahwa pelanggan seringkali terlupakan. Perusahaan yang beroperasi diinternet harus memahami psikologi pelanggan.

Sebuah website tidak hanya harus indah dipandang secara teknis, tetapi juga mudah digunakan. Situs tersebut harus mengurangi rasa frustrasi pelanggan dan menyediakan dorongan positif bagi keputusan pelanggan untuk berhubungan dengan perusahaan. Berdasarkan teori CRM, pengaruh keyakinan akan kemudahan terhadap kepuasan merupakan aplikasi lingkup CRM operasional dan analitis yaitu dapat memberikan penyelesaian yang lebih efisien, bahkan bersifat sangat pribadi bagi segala permasalahan konsumen, sehingga semakin meningkatkan kepuasan

mereka. Untuk memberikan solusi yang lebih cepat dan personal, toko batik online menyediakan fasilitas hubungi kami atau *contact us*. Para pelanggan dengan mendaftar terlebih dahulu dapat menuliskan kepuasan yang diterima maupun ketidakpuasan atas layanan yang diberikan oleh perusahaan (testimoni). Kepuasan atau ketidakpuasan akan ditanggapi secara personal dengan mengirimkan e-mail kepada pelanggan masing-masing.

Hal ini akan meningkatkan kepuasan konsumen dalam berbelanja online, yaitu kepuasan dalam melakukan pilihan produk batik yang ditawarkan dan kepuasan dalam menentukan corak dan warna produk batik. Internet memang memungkinkan pelanggan untuk mengakses produk atau jasa inti yang dibutuhkan. Internet juga memberikan layanan pendukung dengan memungkinkan pelanggan mengakses informasi, mentransfer dana atau pembelian produk. Internet pada umumnya juga memungkinkan pelayanan yang diberikan secara efisien dan cepat, pelayanan tersebut juga akurat secara teknis. Internet menciptakan nilai dalam bentuk kemudahan dan kenyamanan. Kepuasan pelanggan melalui pemberian sejumlah manfaat kepada pelanggan secara online dapat dipastikan dengan dukungan layanan semacam konfirmasi pemesanan, ketersediaan inventaris, membagikan data pelanggan tentang keadaan stok benda, memberitahukan bayaran pengiriman tadinya.

6. Keyakinan Akan Kemudahan dan Pembelian Berulang

Kemudahan berbelanja yang disediakan dalam tuntunan belanja mendorong konsumen untuk menambah jumlah pembelian dan memasukkan ke dalam keranjang belanja yang ada di sisi sebelah kanan. Demikian juga tampilan produk *best seller* yang diletakkan di bawah keranjang belanja memberikan kemudahan konsumen untuk mencari produk yang sering dibeli oleh konsumen dan tinggal menarik (*drag*) ke atas untuk dimasukkan ke

dalam keranjang belanja. Upaya ini dilakukan untuk mendorong usage intention sering mungkin, sehingga diharapkan konsumen dapat membeli lebih dari satu produk sekali berkunjung.

Kemudahan penggunaan teknologi internet untuk pembelian online dapat digunakan untuk menjaring kelompok pelanggan yang memberikan keuntungan terbesar kepada perusahaan. Kelompok ini selalu membeli dalam jumlah yang besar dan frekuensi pembeliannya tinggi. Mereka tidak sensitif terhadap harga, tidak segan mengeluarkan uang untuk sesuatu yang hanya bisa dinikmati pada masa yang akan datang, mau mencoba produk yang baru yang ditawarkan oleh perusahaan dan yang paling penting memiliki komitmen untuk tidak berpaling kepada lawan. Untuk menjaring kelompok pelanggan seperti yang dijelaskan di atas, maka perusahaan harus menjalankan langkah-langkah: siap memberikan layanan terbaik yang dimiliki, siap dan responsif memberikan layanan purna jual terbaik, siap lebih proaktif memonitor perubahan yang terjadi di pasar dan memberikan yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan yang unik.

Berbelanja secara online efektif karena ada penghematan biaya tanpa harus berkunjung secara langsung, apalagi disediakan link ke facebook sebagai social media memberikan manfaat kepada konsumen untuk mempersingkat waktu dalam merekomendasikan pembelian batik online kepada teman-teman, keluarga dan menceritakan seputar produk batik yang sudah ia beli. Komunikasi merupakan proses penting dalam pertukaran informasi antara pelanggan dengan perusahaan, pelanggan sebagai pengambil keputusan dalam proses pembelian memiliki kunci penting terjadinya komunikasi ini, bila komunikasi dapat dilakukan antara kedua belah pihak, maka keduanya akan saling memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan kedua belah pihak.

Kepuasan akan keleluasaan untuk memilih produk batik yang ditawarkan secara online, kepuasan layanan dapat meningkatkan niat untuk memakai media online untuk mencari motif baru produk batik, dapat meningkatkan pembelian berulang dalam berbelanja produk batik, dalam meningkatkan *word of mouth* orang terdekat supaya merasa kepuasan seperti yang dirasakan. Beberapa implikasi kebijakan yang dapat diturunkan adalah sebagai berikut:

1. Dalam meningkatkan keyakinan akan kemudahan maka desain website lebih ditunjukkan pada bagaimana triknya agar konsumen menemukan kemudahan dalam berbelanja online produk batik. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan kejelasan prosedur belanja yang ditampilkan di dalam website mulai dari memilih barang, melihat harga sampai memasukkan barang yang akan dibeli ke dalam keranjang belanja. Menampilkan foto sekaligus harga pada setiap produk yang dijual, sehingga konsumen lebih mudah mempertimbangkan harga dengan motif batik yang ditampilkan untuk memperoleh harga yang diharapkan dengan kualitas produk yang baik.
2. Kemanfaatan berbelanja online dapat dibangun dengan cara memberikan sejarah layanan sehingga tidak terjadi pertanyaan yang berulang kali, misal: motif, warna yang disukai, dan sistem pembayaran.

STUDI KASUS

Selama ini batik diidentikkan sebagai identitas masyarakat Jawa. Tidak banyak orang mengetahui tentang batik Melayu-Riau yang sempat redup eksistensinya seiring dengan hilangnya Kerajaan Daek Lingga dan Kerajaan Siak pada tahun 1824-1911 M. Batik Melayu dan tradisi Melayu memiliki hubungan yang sangat kuat, dimana segala aspek kebudayaan dan kesenian mengadopsi nilai-nilai budaya yang terkandung dari penduduknya. Ras Melayu merupakan kelompok masyarakat yang memeluk agama Islam, hal ini mempengaruhi segala aspek kehidupan hingga pada karya seninya. Tujuan penulisan ini adalah untuk menganalisis ragam estetika baik segi motif maupun pola batik Melayu Riau masa kini dengan nilai-nilai yang dianut dalam masyarakat.

Batik Gonggong merupakan batik yang berasal dari Tanjungpinang, Provinsi Kepulauan Riau. Batik yang bermotif Gonggong yang dalam Bahasa latin disebut *Strombus Turturella* berarti sejenis kerang cangkang keras berwarna cerah yang banyak ditemukan di laut Tanjungpinang dan seputar wilayah Kepulauan Riau, telah menjadi daya tarik sendiri bagi warga dan Pemerintah Kota Tanjungpinang. Motif Batik Gonggong merupakan motif batik pertama yang diperkenalkan dari Kota Tanjungpinang. Ide menciptakan motif batik khas daerah selalu berkaitan dengan simbol atau elemen khusus yang sangat mengingatkan orang kepada daerah tersebut.

Banyak pemerintah kota/kabupaten di Provinsi Kepulauan Riau mendukung dan memberi apresiasi terhadap geliat usaha masyarakat dibidang ini, khususnya terhadap motif-motif batik tradisi atau motif-motif yang dapat mengangkat nama daerah asalnya, termasuk Pemerintah Kota Tanjungpinang. Pada tahun 2010 Pemerintah Kota Tanjungpinang menerbitkan Peraturan Walikota (Perwako) Tanjungpinang Nomor 37 Tahun 2010 tentang Pakaian Dinas Pegawai Negeri Sipil dan Non Pegawai Negeri Sipil Di Lingkungan Pemerintah Kota Tanjungpinang. Dimana pada Lampiran 1 Peraturan Walikota tersebut menyatakan bahwa Batik Gonggong sebagai salah satu pakaian dinas yang wajib digunakan.

Dalam Peraturan Walikota Tanjungpinang Nomor 37 Tahun 2010 tersebut, ditegaskan dalam Lampiran II bahwa Batik Gonggong bagi semua PNS dan Non PNS Pemerintah Kota Tanjungpinang digunakan pada Hari Rabu, tiap minggu pertama dan minggu ketiga setiap bulannya.

Pemerintah Kota Tanjungpinang secara jelas telah mencantumkan nama motif batik dalam peraturan tersebut, dimana motif batik itu berkaitan erat dengan pencipta motif dan hasil ciptaannya. Pencipta motif dan hasil karya terkait erat dengan dunia ekonomi atau dunia usaha.¹⁶⁹ Terdapat dua pendekatan yang digunakan dalam hukum persaingan usaha. Pendekatan *per se illegal dan rule of reason* adalah konsep klasik dalam hukum persaingan usaha.¹⁶ Kedua pendekatan ini juga berlaku pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, sehingga ada bentuk perjanjian atau kegiatan yang *per se*, namun ada juga bentuk perjanjian atau kegiatan yang *rule of reason*.

Secara sederhana, kedua pendekatan itu 'seperti' delik formal dan delik material. Pada delik formal, unsur-unsur pidananya sudah dianggap lengkap begitu perbuatannya itu selesai dilakukan, sehingga tidak perlu ada pembuktian lebih lanjut. Pada delik material, unsur-unsur itu belum lengkap jika syarat akibat perbuatan itu tidak tercakup di dalamnya. Contohnya, tindak pidana pembunuhan (Pasal 338 KUHP) adalah contoh jenis delik material karena akibatnya harus berupa kehilangan nyawa terlebih dahulu. Apabila belum ada korban meninggal, belum dapat disebut pembunuhan.

Pada hakikatnya, semua tindakan yang terlarang secara *per se* diasumsikan mengandung konsekuensi yang lebih berat dibandingkan dengan *rule of reason*.¹¹⁸ Misalnya, Pasal 5 ayat (1) tentang perjanjian penetapan harga: "Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama." Pasal ini dimasukkan dalam kategori terlarang.

RANGKUMAN

Eksistensi ragam motif Melayu Riau sangat identik dipengaruhi oleh budaya dan tradisi Islam. Mengingat bangsa Melayu adalah masyarakat Islam. Hal ini mempengaruhi ragam hias dan motif batik yang berada di daerah Melayu Riau. Motif batik yang ada merupakan distorsi dan stilasi dari bentuk floralistik seperti benda alam, tumbuh-tumbuhan, dan benda angkasa. Sangat jarang ditemukan batik dengan motif Makhluk hidup. Hal ini dilakukan untuk menghindari keberhalaan. Adapun motif lainnya juga mengadopsi motif kaligrafi yang bersumber dari Al-Qur'an dikombinasikan dengan motif tumbuh-tumbuhan.

Dalam visualisasi bentuknya, estetika ragam batik Riau bisa dibedakan menjadi 2 pola, yakni pola tabur dan tabir. Kedua pola ini bisa digunakan oleh siapapun. Pola batik Melayu tabur cenderung pada visualisasi motif yang bertumpuk dan rapat sedangkan pola tabir dengan penggambaran motif vertikal, memanjang maupun menurun. Dipercayai pola tabir memiliki filosofi transendental yang berkaitan dengan kehidupan manusia dengan Tuhan (ke arah atas).

Melalui Peraturan Walikota Tanjungpinang Nomor 37 Tahun 2010 Pemerintah Kota Tanjungpinang membuat kebijakan yang menetapkan Batik Gonggong sebagai salah satu pakaian dinas pegawai Pemerintah Kota Tanjungpinang. Hal ini didasari oleh motif Gonggong yang dirasa dapat mewakili kekhasan Kota Tanjungpinang, tanpa membuat kajian yang mendalam dan ketetapan hukum mengenai batik khas Kota Tanjungpinang. Pemerintah Kota Tanjungpinang tidak secara terbuka memberikan peluang yang setara kepada masyarakat Tanjungpinang untuk menuangkan buah fikirnya untuk dijadikan motif wajib untuk seragam pegawai Pemerintah Kota Tanjungpinang ataupun motif khas daerah.

Di dalam Hak Cipta pencipta motif batik, dapat menimbulkan konsekuensi hak eksklusif/ hak ekonomi bagi penciptanya. Pemerintah Kota Tanjungpinang bel¹⁷⁴ memaknai demokrasi ekonomi yang merupakan amanat dari Undang-

Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pada Pasal 33 secara penuh. Diawal penelitian, secara rule of reason peneliti menilai pelaksanaan Peraturan Walikota Tanjungpinang Nomor 37 Tahun 2010 seperti belum melaksanakan amanat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, khususnya terkait praktik monopoli (Pasal 17) dan penguasaan pasar (Pasal 19). Tetapi, berdasarkan penelitian didapatkan bahwa pada penjelasan mengenai praktik monopoli dan penguasaan pasar dalam Undang-Undang tersebut, berlaku untuk skala nasional, untuk range minimal 50 % pasar nasional.

Dalam kajian hukum Batik Gonggong ini, pelaku usaha Batik Gonggong tidak termasuk dalam kategori Pasal ini. Sebab Batik Gonggong ruang lingkup usahanya baru terkonsentrasi di Provinsi Kepulauan Riau umumnya, Kota Tanjungpinang dan seluruh pegawai Pemerintah Kota Tanjungpinang pada khususnya. Peraturan Walikota Tanjungpinang belum menjalankan amanat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat seutuhnya. Kerjasama antara Pemerintah Kota Tanjungpinang dan pelaku usaha Batik Gonggong merupakan kerjasama yang tidak melanggar hukum, tetapi dalam prosesnya, dapat mengakibatkan ketidakadilan bagi pelaku usaha sejenis di Tanjungpinang.

Peraturan Walikota Tanjungpinang Nomor 37 Tahun 2010 tentang Pakaian Dinas Pegawai Negeri Sipil dan Non Pegawai Negeri Sipil Di Lingkungan Pemerintah Kota Tanjungpinang 'terkesan' seperti mengarahkan kepada penggunaan suatu produk tertentu. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pasal 19 menyatakan "Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat." Kegiatan tersebut berupa menolak dan atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan

atau mematikan usaha pesaingnya dipasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Penjelasan Undang-Undang tersebut di atas, berlaku untuk skala nasional, untuk range minimal 50 % pasar nasional. Dalam kajian hukum Batik Gonggong ini, pelaku usaha Batik Gonggong tidak termasuk dalam kategori Pasal ini. Sebab, Batik ¹⁴⁸ Gonggong ruang lingkup usahanya baru terkonsentrasi di Provinsi Kepulauan Riau umumnya, Kota Tanjungpinang dan seluruh pegawai Pemerintah Kota Tanjungpinang pada khususnya. ¹⁶

Pendekatan hukum *rule of reason* dalam larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, mencakup niat atau perilaku daripada pelaku usaha. Walau tak terjadi sanksi atau penetapan pelanggaran hukum, perbuatan yang tidak merepresentasikan proses keadilan ekonomi untuk seluruh kalangan usaha mikro, kecil dan menengah harus dibenahi dan diperbaiki metode atau sistemnya. Agar adil untuk semua pihak. Pemerintah Kota Tanjungpinang sebagai pembuat kebijakan belum memaksimalkan peran publik. Dalam kajian hukum mengenai Batik Gonggong ini, dirasa peran publik sangat dibutuhkan.

Membuat motif batik wajib untuk pegawai Pemerintah Kota Tanjungpinang seyogyanya mencerminkan motif batik khas daerah. Dimana motif khas daerah didapat dari ide dan buah fikir yang mampu merepresentasikan kekhasan suatu daerah. Hal seperti itu idealnya melibatkan dan diketahui oleh publik, sebagai bahan awal membuat sebuah kajian. Apalagi ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan sebuah motif menjadi motif batik daerah.

Selain belum menerapkan semangat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, ¹⁴⁴ Pemerintah Kota Tanjungpinang seharusnya juga mempedomani Pasal 3 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Negara yang Bersih dan Bebas Kolusi, Korupsi dan Nepotisme. ¹⁵² Diantara asas umum penyelenggaraan negara, terdapat asas kepentingan umum, asas yang mendahulukan kesejahteraan umum dengan cara yang

aspiratif, akomodatif dan selektif dan asas keterbukaan, yang seluruhnya membutuhkan transparansi informasi untuk public. Walaupun Peraturan Walikota Tanjungpinang Nomor 37 Tahun 2010 tersebut tidak berlaku lagi dengan terbitnya Peraturan Walikota Tanjungpinang Nomor 13 Tahun 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Walikota Nomor 37 Tahun 2010 Tentang Pakaian Dinas Pegawai Negeri Sipil dan Non Pegawai Negeri Sipil Di Lingkungan Pemerintah Kota Tanjungpinang yang tidak mencantumkan kewajiban memakai Batik Gonggong, tapi tidak sertamerta menyelesaikan beberapa pertanyaan bagi peneliti.

Dapat dikemukakan beberapa hal yang dapat dijadikan rekomendasi atau saran terkait hal ini, antara lain, perlunya sosialisasi atau informasi terbuka untuk masyarakat atau pelaku-pelaku usaha terkait, apabila kebijakan atau produk hukum pemerintah daerah memiliki dampak memajukan perekonomian pelaku usaha secara menyeluruh atau memiliki konsekuensi ekonomi terhadap publik. Perlunya keterwakilan atau keterlibatan publik yang memahami mengenai produk atau seni khas daerah untuk membuat kajian dalam menentukan suatu motif batik untuk dijadikan produk khas daerah, sebelum menjadi kebijakan atau produk hukum pemerintah daerah. Dilakukan sayembara atau perlombaan terbuka untuk masyarakat atau pelaku-pelaku usaha terkait penentuan motif batik atau kerajinan khas daerah lainnya, agar memenuhi asas keadilan untuk semua pihak yang memiliki keinginan dan kemampuan yang sama.

Dalam meningkatkan keyakinan akan kemudahan pembelian batik maka desain web lebih diarahkan pada bagaimana caranya supaya konsumen mendapat kemudahan dalam berbelanja online produk batik. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan kejelasan prosedur belanja yang ditampilkan di dalam website mulai dari memilih barang, melihat harga sampai memasukkan barang yang akan dibeli ke dalam keranjang belanja. Menampilkan foto sekaligus harga pada setiap produk yang dijual, sehingga konsumen lebih mudah mempertimbangkan harga dengan motif batik yang ditampilkan untuk memperoleh harga yang diharapkan dengan kualitas produk yang bagus.

Kemanfaatan berbelanja online dapat dibangun dengan cara memberikan sejarah layanan sehingga tidak terjadi pertanyaan yang berulang kali, misal: motif, warna yang disukai, dan sistem pembayaran. Kepuasan konsumen dalam berbelanja online dapat ditingkatkan dengan keleluasaan dalam melakukan pilihan produk, dan pengiriman tepat waktu.

BAGIAN 4
AWAL MULA PERKEMBANGAN
SENI BATIK PROVINSI
KALIMANTAN TENGAH

Kalimantan Tengah merupakan salah satu provinsi Indonesia yang terletak di pulau Kalimantan. Ibu kotanya adalah Palangkaraya. Provinsi ini merupakan provinsi kedua terbesar di Indonesia setelah Papua, dengan luas daerah 157.983 km². Penduduk aslinya adalah suku Dayak, Kalimantan Tengah berbatasan dengan Provinsi Kalimantan Barat di bagian barat, sedangkan bagian timurnya berbatasan dengan Provinsi Kalimantan Timur dan Kalimantan Selatan. Lahirnya batik Kalimantan Tengah merupakan kiprah dari istri Gubernur Suparmanto, Gubernur Kalimantan Tengah masa jabatan 1989-1993.

Batik Kalimantan Tengah diciptakan dengan menggabungkan karya dua budaya, yakni teknik batik dari Jawa dengan motif Dayak (Ngaju) di Kalimantan Tengah. Batik ini kemudian dikenal sebagai batik Benang Bintik. Batik benang bintik merupakan k²⁸ batik khas daerah Kalimantan Tengah. Dari segi kata, benang berarti helaian kain putih, sedangkan bintik berarti desai³⁷ atau bintik yang diterakan di atas benang. Kekhasan pada batik ini terletak pada⁹ jenis motif yang mencerminkan kebudayaan suku Dayak. Motif-motif yang dituangkan dalam kain batik diambil dari lukisan-lukisan atau ukiran-ukiran yang biasa digunakan oleh masyarakat Dayak zaman dahulu dalam berbagai ritual atau upacara adat. Motif dalam batik benang bintik juga terpengaruh³⁷ oleh kepercayaan Suku Dayak yang disebut Kaharingan. Meskipun kini sebagian besar Suku Dayak telah memeluk agama resmi di Indor²⁸a seperti: Islam, Kristen, Katolik, Hindu dan Budha, mereka tidak meninggalkan kepercayaan leluhur yang disebut dengan Kaharingan.

Kepercayaan ini berkembang melalui simbol-simbol, batik yang berwujud benda alam di ruang angkasa, bumi, maupun dalam diri manusia. Salah satu wujud dari simbol kepercayaan tersebut adalah Batang Garing atau Pohon Kehidupan yang melambangkan suatu hubungan vertikal antara manusia dengan sang Penguasa (Raying Hatala) dan hubungan horizontal antara manusia dan makhluk lain yang ada di bumi. Pemilihan Batik Benang Bintik sebagai ciri khas Kalimantan Tengah berawal dari

keinginan pemerintah setempat, yaitu Gubernur Soeparmanto (1989-1994), agar daerahnya memiliki cenderamata yang khas sekaligus menjadi busana formal bercirikan Kalimantan Tengah.

37 mengingat pemasarannya masih terbatas pada pasar lokal, maka berbagai upaya pun dilakukan untuk memperkenalkan Batik Benang Bintik kepada masyarakat luas.

Tidak hanya mengandung nilai seni yang tinggi, Batik Benang Bintik khas Kalimantan Tengah ini juga memiliki karakter yang sangat khas sehingga menjadi identitas diri masyarakat Kalimantan Tengah, khususnya Suku Dayak. Karakter dari batik ini terlihat pada motif-motif etniknya yang khas sekaligus menjadi ciri pembeda dari batik-batik lainnya. Selain itu, hasil kerajinan tangan suku Dayak ini juga memiliki banyak pilihan motif maupun model yang relevan dengan kebutuhan zaman. Jika pada awalnya batik ini hanya dikenakan pada upacara adat atau pernikahan, kini Batik Benang Bintik sering dipakai dalam berbagai kegiatan penting seperti festival, ajang pemilihan model, maupun kegiatan seni dan budaya daerah lainnya. Ciri khas Bantik bintik yang dimiliki Kalimantan Tengah ada banyak motif-motif lain memiliki makna spiritualnya yang signifikan seperti: Enggang Dayak, Anggrek Tewu, Guming Tambun, Kelakai, Mandau, Burung Tingang dan Bulu Haruei, Huma Betang, bunga Kantong Semar dari Lamandau, Bajakah, Naga, motif anyaman rotan, motif ukiran Dayak, dan motif Balanga.

A. Jenis-Jenis Batik Kalimantan Tengah

1. Batik Tulis

Dikerjakan dengan menggunakan canting yaitu alat yang terbuat dari tembaga yang dibentuk bisa menampung malam (lilin batik) dengan memiliki ujung berupa saluran/pipa kecil untuk keluarnya malam dalam membentuk gambar awal pada permukaan kain. Bentuk gambar/desain pada batik tulis tidak ada pengulangan yang jelas, sehingga gambar nampak bisa lebih luwes dengan ukuran garis motif yang relatif bisa lebih kecil dibandingkan dengan batik cap. Gambar batik tulis bisa dilihat pada

kedua sisi kain nampak lebih rata (tembus (tembus bolak-balik) bolak-balik) khusus bagi batik tulis yang halus. Warna dasar kain biasanya lebih muda dibandingkan dengan warna pada goresan motif (batik tulis putihan/tembakan). Waktu yang dibutuhkan untuk pembuatan batik tulis relatif relatif lebih lama (2 atau 3 kali lebih lama) dibandingkan dengan pembuatan batik cap. Pengerjaan batik tulis yang halus bisa memakan waktu 3 hingga 6 bulan lamanya. Alat kerja berupa canting harganya relatif lebih murah berkisar Rp. 10.000,- hingga Rp. 20.000,-/pcs. Harga jual batik tulis relatif lebih mahal, dikarenakan dari sisi kualitas bisa mahal, dikarenakan dari sisi kualitas biasanya lebih bagus, mewah dan unik.

2. Batik Cap

Dikerjakan dengan menggunakan cap (alat yang terbuat dari tembaga yang dibentuk sesuai dengan gambar atau motif yang dikehendaki). Untuk pembuatan satu gagang cap batik dengan dimensi panjang dan lebar: 20 cm X 20 cm dibutuhkan waktu rata-rata 2 minggu. Bentuk gambar/desain pada batik cap selalu ada pengulangan yang jelas, sehingga gambar nampak berulang dengan bentuk yang sama, dengan ukuran garis motif relatif lebih besar dibandingkan dengan batik tulis. Gambar batik cap biasanya tidak tembus pada kedua sisi kain. Warna dasar kain biasanya lebih tua dibandingkan dengan warna pada goresan motifnya. Hal ini disebabkan batik cap tidak melakukan penutupan pada bagian dasar motif yang lebih rumit seperti halnya yang biasa dilakukan pada proses batik tulis. Korelasinya yaitu dengan mengejar harga jual yang lebih murah dan waktu produksi yang lebih cepat. Waktu yang dibutuhkan untuk sehelai kain batik cap berkisar 1 hingga 3 minggu. Untuk membuat batik cap yang beragam motif, maka diperlukan banyak cap. Sementara harga cap batik relatif lebih mahal dari canting. Untuk harga cap batik pada kondisi sekarang dengan ukuran 20 cm X 20 cm

berkisar berkisar Rp. 350.000,- hingga Rp. 700.000,-/motif. Sehingga dari sisi modal awal batik cap relatif lebih mahal. Jangka waktu pemakaian cap batik dalam kondisi yang baik bisa mencapai 5 tahun hingga 10 tahun, dengan catatan tidak rusak. Pengulangan cap batik tembaga untuk pemakainnya hampir tidak terbatas. Harga jual batik cap relatif lebih murah dibandingkan dengan batik tulis, dikarenakan biasanya jumlahnya banyak dan memiliki kesamaan satu dan lainnya, tidak unik, tidak istimewa dan kurang eksklusif.

B. Bahan Dan Alat Dalam Proses Pembuatan Batik

Dalam proses pembuatan batik diperlukan bahan – bahan dan peralatan yang mempunyai spesifikasi atau kriteria khusus, serta jumlah yang cukup banyak. Berikut adalah bahan dan alat dalam pembuatan batik.

1. Bahan – Bahan untuk Membatik

Dalam proses membatik dibagi menjadi dua, yaitu bahan baku dan bahan pembantu. Bahan baku antara lain kain atau mori sebagai bahan dasar yang akan dibatik, lilin atau malam, dan pewarna. Bahan pembantu berupa obat-obatan untuk mendapatkan hasil pewarnaan yang baik.

a. Bahan Baku'

Kita dapat memilih berbagai macam kain sebagai bahan dasar yang akan dibatik⁶⁶ biasanya kain yang digunakan adalah kain mori / kain katun putih dan sutra. Mori (Kain Katun) yang dipilih adalah yang dapat menyerap lilin dengan baik. Berdasarkan tingkat kehalusannya, mori dibagi menjadi empat tingkatan, yaitu golongan yang sangat halus (primitissima), golongan kedua (prima), golongan ketiga (biru), dan golongan keempat (grey/blacu).

1) Mori Primisima



Mori ini mempunyai kepadatan benang untuk fungsi antara 105–125 tiap inci atau 42 – 50 tiap cm, dan mori ini mengandung sedikit kanji, yaitu lebih kurang 5%. Kanji pada kain jenis ini mudah dihilangkan dengan

dicuci.

(<http://minatosandria.blogspot.com/2013/01/bahan-batik.html>)

2) Mori Prima

Jenis kain ini mempunyai kepadatan benang untuk fungsi antara 85 – 105 tiap inci dan kandungan kanjinya kurang lebih 10%.

3) Mori Biru

Mori biru mempunyai kepadatan benang untuk fungsi antara 65 – 85 tiap incinya.

4) Mori Blacu atau Grey

Kain mori blacu/grey merupakan kain putih yang mempunyai golongan paling kasar. Kain ini mempunyai kepadatan benang 64 – 68 per incinya.

b. Lilin Batik

Lilin batik merupakan bahan yang digunakan untuk menutup bagian-bagian kain atau motif yang kita buat agar tidak terkena cairan pewarna dalam proses pewarnaan batik. Bahan-bahan pokok untuk pembuatan lilin batik antara lain sebagai berikut.

1) Malam (Lilin Tawon)

Lilin ini warnanya kuning suram, mudah meleleh pada panas 59 °C, mudah melekat pada kain, mempunyai ketahanan lama dan tidak berubah

karena perubahan iklim, serta mudah lepas sewaktu dilorod dengan air panas. Lilin ini biasanya dipakai untuk campuran lilin klowong.

2) Gondorukem

Gondorukem berasal dari getah pohon pinus yang sudah disuling dan dipisahkan dari air yang terkandung di dalamnya. Gondorukem memiliki sifat sangat mudah menembus kain dan titik lelehnya 80°C. Gondorukem digunakan sebagai campuran lilin batik yang cukup keras dan tidak dapat membeku. Dengan demikian, bentuk lilin pada motif batik tersebut menjadi baik dan bekasnya menjadi bersih.

3) Damar (Damar Mata Kucing)

Damar diambil dari pohon shorea spec (pohon damar) melalui penyadapan. Damar digunakan sebagai campuran lilin batik untuk mendapatkan bekas atau garis yang baik dan melekat pada kain dengan baik. Damar memiliki sifat suka meleleh, lekas membeku, dan tahan terhadap larutan alkali.

4) Parafin

Parafin berwarna putih bersih atau kuning muda, digunakan sebagai campuran lilin batik untuk mendapatkan jenis lilin yang mempunyai daya tidak tembus bawah yang baik, mudah lepas waktu dilorod, sebagai bahan pengisi karena harganya lebih murah dibanding lilin lainnya (http://minatosandria.blogspot.com/2013/01/bahan-batik.html).



Parafin

5) Mikorwax

Mikorwax adalah jenis lilin parafin yang mempunyai sifat halus, berwarna kuning mudah, keadaannya lemas seperti lilin kote (malam). Dengan demikian, lilin batik menjadi lebih lemas (ulet) dan mudah lepas.

6) Kendal (Vet)

Vet merupakan lemak binatang yang biasanya diambil dari daging sapi atau kerbau dan berwarna putih. Bahan ini digunakan sebagai campuran yang jumlahnya kecil dan berguna untuk menurunkan titik leleh supaya lilin batik menjadi lemas dan mudah dilorod.

c. Bahan pewarna

Bahan pewarna dalam membatik dapat dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu bahan pewarna alam dan bahan pewarna sintetis.

Bahan Pewarna Alam.

Bahan pewarna batik zaman dahulu menggunakan bahan – bahan pewarna yang diambil dari alam. Bahan pewarna tersebut, misalnya dari rebusan

kulit – kulit kayu, babakan kayu, buah, bunga, dan daun-daun. Selain pewarna dari tumbuhan digunakan juga pewarna dari binatang yang berupa getah buang.

Bahan Pewarna Sintetis

Zat-zat warna batik buatan (sintetis) berasal dari negara asing yang masuk ke Indonesia melalui para pedagang, berikut contohnya :

- 1) Cat Indigo (Nila)
- 2) Cat Soga: dibedakan menjadi 3 jenis, yaitu cat soga bangkitan/ soga kopel/soga garam, cat soga seranan kapur, dan cat soga chroom.
- 3) Cat Naphtol
- 4) Cat Rapid (Rapid Fast)
- 5) Cat Indanthren: dibagi menjadi 3 jenis, yaitu indanthren normal, panas, dan dingin.
- 6) Cat Basis
- 7) Cat Procion
- 8) Indigosol
- 9) Prada

d. Bahan Pembantu

Kualitas warna dalam batik dapat ditingkatkan dengan melakukan pewarnaan yang baik dengan obat-obat pembantu. Bahan-bahan pembantu dalam proses batik antara lain sebagai berikut.

- 1) Caustic soda, yaitu bahan kimia yang bersifat alkali kuat. Bahan ini digunakan untuk melarutkan cat naphtol, cat rapid, untuk mengetel mori, melarutkan lilin batik, dan membersihkan sisa-sisa lilin yang masih menempel.
- 2) Soda abu (soda ash), yaitu soda yang larutannya sebagai alkali lemak. Warnanya putih berbentuk powder/semacam batu api yang mudah pecah. Bahan ini dipergunakan sebagai campuran mengetel kain mori dan sebagai pelarut cat indigosol.



3) TRO (Turkish Red Oil)

TRO dipakai sebagai obat dispersi/ untuk membantu melarutkan cat bintik, misalnya cat naphtol atau sebagai obat pembasah saat mencuci kain yang akan dicap.



4) Teepol, yaitu bahan yang berupa larutan agak kental dengan warna kemerah-merahan. Bahan ini digunakan sebagai obat pembasah.

5) Asam clorida

yaitu bahan asam keras (HCL) berupa cairan berwarna kekuning-kuningan. Bahan ini dipakai untuk mendapatkan warna indigosol/ untuk menghilangkan kanji mori secara rebusan pada konsentrasi yang sangat encer. Asam ini disebut juga

⁴¹⁰⁴ keras
(<http://minatosandria.blogspot.com/2013/01/zat-warna-tekstil.html>).



- 6) Asam sulfat
 yaitu asam keras (nitrit) yang dipakai untuk
 membangkitkan warna indigosol
 (<http://minatosandria.blogspot.com/2013/01/zat-warna-tekstil.html>).



- 7) Tawas
 yaitu bahan berupa kristal yang dipakai sebagai
 pengikat warna soda
 (<https://id.wikipedia.org/wiki/Tawas>).



- 8) Kapur
 yaitu bahan untuk membuat air kapur yang jernih.
 Air kapur dipakai untuk mengapur warna soda dari
 tumbuh-tumbuhan dan juga dipakai untuk

melarutkan cairan indigo secara reduksi bersama dengan tanjung atau tetes (<http://askabatik.blogspot.com/2012/02/sarenan-pengikat-pewarna-alami.html>).



- 9) Obat hijau, yaitu bahan berupa serbuk berwarna hijau. Bahan ini merupakan senyawa dari chroom. Senyawa chroom ini dengan soga-soga sintetis akan mengikat soga sehingga soga mempunyai ketahanan yang baik dan tahan saat proses lorodan. Obat hijau dipakai untuk membantu soga jenis ergan dengan dicampurkan larutan cat.
- 10) Air hijau, bahan yang berupa cairan berwarna hijau. Bahan ini juga merupakan senyawa dari chroom. Air hijau digunakan bersama dengan soga jenis chroom untuk nyerani setelah pencelupan.
- 11) Minyak kacang, yaitu bahan yang digunakan untuk mengetel mori. Minyak ini dicampur dengan soda abu akan menjadi cairan putih seperti susu murni. Cairan itu dipakai untuk mengetel kain, kain tersebut menjadi lemas dan makin baik daya serapnya.

2. Alat-Alat Batik

Kegiatan membatik meliputi pembuatan pola, membatik, memberi wedel (medel), mengerok, mencelup, memberi soga (menyoga), dan melorod.

a. Alat untuk membuat pola

Sebelum membatik, kita membuat pola lebih dahulu. Pola dibuat pada kertas. Pola ini nantinya dicontoh atau

dijiplak. Pola berupa gambar atau motif. Kita membaut pola gambar menggunakan meja khusus atau meja gambar teknik, pensil gambar, dan karet penghapus dengan syarat sebagai berikut.

- 1) Meja gambar yang digunakan adalah yang bagian bawahnya di beri lampu
 - 2) Pensil gambar yang digunakan adalah pensil gambar yang ulet atau tidak mudah patah dan garisnya jelas, misal pensil 2B, 3B/ 4B.
 - 3) Karet penghapus yang lunak atau lembut untuk menghapus garis yang tidak diperlukan atau salah.
- b. Alat dan Perlengkapan Membatik

Wajan yang terbuat dari besi cor dan tebal agar dapat menahan panas sehingga malam atau lilin tidak mudah membeku

- 1) Kompor untuk perapian atau untuk memanaskan lilin yang mudah diatur panasnya dengan mudah, misalnya kompor minyak kecil/listrik.
- 2) Gawangan untuk meletakkan kain yang sedang dibatik.
- 3) Canting batik untuk menempelkan malam pada kain. Canting terbuat dari tembaga tipis yang tebalnya kurang dari 0.5 mm. Bentuknya dibuat agar mudah untuk mengambil atau menuangkan lilin panas. Bentuk mulutnya dibuat bulat lonjong yang lebih sempit dari badanya. Lubang ujung canting kegunaannya dibagi sebagai berikut:

Canting Klowong:

Canting yang dipakai untuk membatik klowongan atau membatik yang tipis menggunakan lilin klowong. Canting ini mempunyai diameter lubang ujungnya antara 1 mm sampai 2 mm.

Canting tembokan:

Canting yang digunakan untuk membatik tembokan atau memperkuat lilin pada kain agar tidak mudah lepas oleh larutan asam. Diameter lubang ujungnya antara 1 mm sampai 3 mm. Untuk menembok biasanya digunakan kuas atau jegul.

Canting cecek atau canting sawut:

Canting yang digunakan untuk membuat titik dari garis-garis yang halus. Disebut canting cecek/sawut karena digunakan untuk membuat titik dan garis halus. Canting ini memiliki diameter ujung lubangnya $\frac{1}{3}$ mm sampai 1 mm.

Canting Ceret:

Canting yang dipakai untuk membuat garis ganda yang dikerjakan sekali jalan. Canting ini mempunyai paruh ganda yang berjajar dua samapai empat menurut garis yang akan dibuatnya. Diameter paruh canting tersebut mempunyai ukuran yang sama kurang lebih 1 mm.

Alat untuk Medel (Memberi Wedel)

- 1) Bak celup untuk menampung kain yang akan diwedel atau dicelup larutan nila atau air kapur. Kain yang dicelupkan ke dalam larutan nila dengan menggunakan alat seperti kayu atau penjepit. Cara inidilakukan agar tangan tidak terkena larutan nila yang susah dihilangkan.
- 2) Canting gayung, yaitu canting yang digunakan untuk mengambil nila atau air kapur. Gayung ini dibuat dari benda yang tidak mudah berkarat.
- 3) Sarung tangan dari karet yang kuat dan lembut.

- 4) Lerengan, yaitu alat yang dibuat dari kayu dengan ukuran lebih 30 cm, panjang 120 cm, bentuknya trapesium, serta diberi rol dari kayu bukat untuk menggeser kain.

Alat untuk Mengerok

Alat untuk mengerok terbuat dari plat yang fungsinya untuk mengerok lilin.

Alat untuk Pencelupan

Alat ini mempunyai dua bagian, yaitu yang pertama alat untuk menyiapkan larutan yang antara lain berupa gelas ukur, timbangan obat-obatan, cangkir, dan takaran sendok plastik. Bagian kedua antara lain sebagai berikut

- 1) Lerengan yang sama dengan lerengan untuk naphtol.
- 2) Sarung tangan dari karet.
- 3) Canting gayung yang tidak mudah berkarat untuk mengambil larutan pewarna.
- 4) Sampiran atau jemuran yang sebaiknya tidak terbuat dari kawat.
- 5) Tong pembasuh untuk mencuci kain yang telah dicelup yang terbuat dari kayu atau plastik.

Alat untuk Menyoga (Memberi Soga)

Peralatan untuk menyoga hampir sama dengan alat untuk mencelup, tetapi diperlukan keceng atau alat masak dari tembaga untuk menghangatkan soga agar batikan yang dicelup lilin tidak keras dan pecah-pecah.

Alat untuk Melorod atau Alat Gebyok atau Babar

Alat ini berupa sebuah tungku untuk memasak, keceng tembaga, dan bak air untuk mencuci kain yang sudah dilorod.

Alat untuk Mengecap (Memberi Cap)

Alat-alat yang diperlukan untuk mengecap antara lain sebagai berikut.

- 1) Meja cap dengan permukaannya miring 70 ° dan harus rata.
- 2) Kasur cap yang tidak dicuci dengan ukuran lebar 70 cm dan 110 cm.
- 3) Kain blacu untuk melapisi kasur.
- 4) Kompor cap untuk memanasi lilin.
- 5) Loyang cap dari tembaga atau aluminunium untuk memasak lilin yang lebarnya kurang lebih 40 cm.
- 6) Saringan untuk menahan lilin agar tidak menempel pada alat cap.
- 7) Canting cap yang betuknya disesuaikan dengan jalannya cap-capan. Ada yang berbentuk persegi dan jajaran genjang serta ceplok. Canting cap klowong mempunyai permukaan yang penuh. Sedangkan canting cap tembokan permukaannya hanya pada bagian motif yang ditembok. Permukaan cantik cap harus rata dan pada sudut cap ada panitis yang digunakan untuk pedoman jalannya cap.

C. Proses Membatik Provinsi Kalimantan Tengah

Ada beberapa tahapan dalam proses membatik antara lain.

Tahap Persiapan

Pada tahap ini kita harus meyiapkan bahan-bahan yang akan digunakan dalam membatik. Menyiapkan Kain Sebelum digunakan, kain/mori sebaiknya disiapkan terlebih dahulu dengan langkah-langkah di bawah ini.

1. Menyiapkan Ukuran Kain

Mori mempunyai beberapa macam jenis dan kualitas serta dibuat oleh pabrik yang berbeda. Sebaiknya, dilakukan pemotongan yang sesuai dengan ukuran yang diinginkan. Misal, mori kualitas primissima dalam satu bal panjangnya kurang lebih 17,5 yard fan lebar 110 cm (42 inci). Untuk

membuat kain panjang (jarik) biasanya kain primissima dijadikan 6 potong kain panjang.

2. Menggirah atau mencuci (Menghilangkan Kanji pada Kain)

Kain baru biasanya masih mengandung kanji yang berlebihan agar kain terlihat tebal dan berat. Kanji tersebut kurang baik untuk kain yang akan dibatik, maka harus dihilangkan dan diganti dengan kanji yang ringan. Cara menghilangkan kanji ini yaitu dengan merendam kain selama satu malam dengan larutan asam sulfat atau asam chlorida. Apabila kita menggunakan asam sulfat waktu perendaman, maka waktu dapat dipersingkat menjadi 2 jam dengan memanskan larutan asam sulfat tersebut. Asam sulfat yang digunakan adalah asam sulfat dengan kepekatan 7 cc ditambah dengan 1 cc teeplon dalam tiap literanya. Larutan tersebut ditambah air dengan perbandingan 20 : 1, artinya 1 gram berat larutan tersebut ditambah dengan 200 cc air. Kemudian, kain dimasukkan dan dipanaskan dengan suhu 35°C selama 2 jam.

Kanji dalam tekstil tidak hanya terdiri dari tepung kanji (sari ketela pohon), tetapi juga terdiri dari campuran bahan-bahan kimia lain yang digunakan dari setiap pabrik pembuat kain. Kita dapat merendam biasa dengan menggunakan asam, kecuali jika kanji pada kain mengandung zat-zat asam. Zat asam ini dapat dihilangkan dengan menggunakan soda dan memasaknya.

3. Mengetel Kain

Setelah menghilangkan kanji pada kain, langkah selanjutnya adalah mengetel. Mengetel adalah membuat kain mempunyai daya serap yang tinggi, terutama untuk mori yang akan diwarnai. Kain hendaknya diketel terlebih dahulu supaya hasil warnanya tajam dan mengkilat. Untuk kain-kain sogen yaitu kain yang biasanya hanya berwarna biru atau cokelat sebaiknya diketel dahulu agar mendapatkan hasil yang baik. Dalam proses mengetel digunakan campuran minyak nabati, misalnya minyak kacang, minyak klenteng, minyak nyamplung, dan minyak

jarak yang dicampur dengan bahan-bahan pembuat alkali, seperti soda, soda abu dan air abu/ air londo. Cara mengetel dengan zat-zat di atas dapat dipelajari sebagai berikut:

- a. Mengetel dengan Campuran Minyak Kacang dan Kostik Soda: biasanya mengetel dengan campuran minyak kacang dan kostik soda ini digunakan untuk kain yang kasar. Untuk mengetel mori 15 yard diperlukan campuran 70 gram kostik soda yang dilarutkan dalam 10 liter air dan ditambah 300 cc minyak kacang.
- b. Mengetel dengan Minyak Kacang dan Londo Merang: Mengetel dengan cara ini biasanya dilakukan untuk jenis mori batik halus. Kain mori 17 yard memerlukan minyak kacang 300 cc dari 10 ikat merang dibakar serta abunya direndam dalam 20 liter air.
- c. Mengetel dengan Minyak Kacang dan Soda Abu: Cara ini dilakukan untuk kain yang memiliki kualitas sedang hingga halus. Bahan yang diperlukan untuk mengetel yaitu 3 yard dan 45 gram soda abu yang dilarutkan dalam 3 liter air.

4. Mengkanji Kain

Setelah proses mengetel, selanjutnya dengan cara dikanji agar lilin batik meresap dalam air dan lilin nantinya mudah dihilangkan. Dalam mengkanji kain yang siap dibatik harus tipis supaya mudah dilakukan pewarnaan. Pembuatan kanji untuk kain yang siap dibatik menggunakan bahan 20 gram tepung tapioka yang dilarutkan dalam 1 liter air. Kain dikanji dalam larutan kanji dingin dan kemudian dijemur. Tujuan mengkanji kain adalah menjaga agar benang-benang kain (morin) tidak mudah goyah, menjaga agar lilin yang panas nantinya tidak terus meresap ke bagian sehingga hasilnya baik, dan memudahkan pekerjaan pada waktu menghilangkan llin.

5. Mengeplong Kain

Pada proses mengeplong ini, kain yang sudah dikanji kemudian dilipat atau digulung serta diletakkan di atas kayu yang permukannya rata (sebagai landasan) kemdia

kain dipukul-pukul dengan pemukul dari kayu. Proses ini dilakukan untuk membuat permukaan kain rata.

6. Membuat Pola pada Kain

Kain mori yang sudah disiapkan untuk dibuat batik tulis harus diberi pola terlebih dahulu, agar memudahkan dalam proses pembatikan. Namun, untuk kain yang akan dibuat batik cap tidak perlu dibuat pola. Sebelum kita membuat pola pada kain, kita harus menentukan motif batik yang kita inginkan. Kita membuat batik klasik, batik modern, atau bahkan batik lukis. Secara garis besar dalam pembuatan pola terdiri dari tiga unsur pokok, yaitu unsur motif pokok dan unsur motif pelengkap. Sedangkan, unsur motif isian biasanya dikerjakan langsung oleh pembuat batik karena sudah mempunyai gambaran ornamen yang harus diisikan tersebut, terutama batik klasik, misalnya isian model, cecek, sawut/cecek saut. Pembuatan batik modern atau kreasi baru tidak memerlukan pola, akan tetapi langsung dapat dikerjakan. Sedangkan, untuk motif gabungan antara motif klasik dan modern, motif klasiknya dapat dibuat pola terlebih dahulu.

Pembuatan pola dapat dilakukan sebagai berikut.

- a. Memotong kertas yang lebarnya kurang lebih sepersepuluh panjang kain.
- b. Panjang kertas sama dengan panjang kain.
- c. Untuk motif-motif yang berebentuk simetris dapat dibuat setengah motif.
- d. Untuk motif-motif geometris, dapat dibuat suatu bidang dasar (satu ceplik) baik tersusun dalam bentuk bujur sangkar, belah ketupat, manapun persegi panjang.

Perkembangan batik sangat pesat baik motif maupun teknologinya. Penggunaan batik tidak terbatas untuk sandang (pakaian), tetapi digunakan juga untuk peralatan rumah tangga seperti gorden, tapak meja, sprei, sarung bantal, dan hiasan dinding. Dengan demikian, dalam

pembuatan pola diperlukan ketelitian, pengertian, dan keseragaman sesuai dengan jenis-jenis pengelompokan dan penggunaannya. Keindahan batik, motif, dan pewarnaan yang serasi dan harmonis sangat menentukan nilai jualnya. Setelah kita selesai membuat pola pada kertas, kemudian pola tersebut kita pindahkan pada kain dengan cara sebagai berikut.

- a. Siapkan meja kaca, kertas yang bergambar pola kita letakkan di atas meja kaca kemudian kain kita letakkan di atas kertas pola tersebut. Meja kaca disinari dari bawah sehingga gambar pola terlihat jelas di atas kain. Selanjutnya, gambarkanlah kain menggunakan pensil menurut gambar dari pola tersebut.
- b. Apabila tidak mempunyai meja kaca, kita dapat membuat gawangan di depan jendela. Kertas gambar pola kita sampirkan pada gawangan dan di atasnya kita sampirkan juga kain yang akan kita buat pola. Dengan sinar matahari dari jendela, kita dapat melihat gambar pola dengan jelas di permukaan kain. kemudian, kita dapat menjiplak gambar tersebut dengan menggunakan pensil.
- c. Kita juga dapat menjiplak pola dengan menggunakan karbon. Caranya adalah kain kita rentangkan di atas meja atau papan kemudian di atasnya kita beri kertas karbon baru, lalu gambar pola kita letakkan di atas karbon. Lakukan pengeblatan pola dengan menggunakan pensil. Karena ukuran karbon tidak selebar kain, maka kita harus memindahkan karbon di atas kain yang akan diberi gambar. Setelah kain berisi gambar, kita segera menyiapkan segala sesuatu untuk keperluan dalam pembatikan.
- d. Menyiapkan Lilin Batik
Lilin batik merupakan bahan yang menentukan baik buruknya kualitas batik. Oleh karena itu, ramuan lilin perlu dipilih yang sesuai. Pada tahap ini, sebaiknya kita

cukup mengenai sifat-sifat lilin yang akan dipakai sesuai dengan penggunaan.

Sifat umum lilin batik:

- 1) Dapat melekat pada kain dan tidak patah.
- 2) Lekas kering (membeku) dan tahan soda.
- 3) Tidak dapat ditembus oleh bahan pewarna (cat celup).
- 4) Lilin atau lemas setelah menempel pada kain.
- 5) Titik leleh rendah dan mudah keluar dari canting.
- 6) Mudah dihilangkan dengan air panas (pada waktu melorod).
- 7) Mudah dikerok.

Ketentuan syarat lilin batik tersebut harus disesuaikan dengan penggunaannya. Selain itu, akan dijelaskan cara membuat atau memasak salah satu resep campuran lilin tersebut dalam membatik, proses ini dinamakan menjebor malam atau lilin batik.

- 8) Pertama-tama kita menyiapkan panci untuk memanasi lilin.
- 9) Kemudian, masukkan potongan atau irisan bahan-bahan lilin tersebut tertinggi. Apabila campuran lilin menggunakan damar atau gondorukem, maka gondorukem harus dipansi lebih dahulu sampai benar-benar panas.
- 10) Setelah itu, masukkan malam hitam atau parafin, kemudian kendal atau minyak kelapa. Cairan malam yang telah tua siap untuk dicetak. Api tungku dimatikan terlebih dahulu agar panasnya berkurang serta api tidak membakar lilin.
- 11) Setelah dicetak, lilin tersebut didiamkan selama 24 jam dan lilin siap untuk digunakan membatik.

Pencetakan lilin campuran ini bertujuan untuk memudahkan kita membatik. Apabila pada waktu kita menuliskan lilin atau mengecap lilin berkurang, kita dapat

menambah lilin dengan memasukkan potongan lilin dalam loyang atau wajan yang dipanaskan.

Malam batik yang kurang baik dapat mengotori permukaan kain dan cacing. Pengotoran ini dapat disebabkan oleh pemasakan gondorukem yang kurang panas atau belum benar-benar tua. Dengan demikian, antara kotoran dan cairan gondorukem belum dipisah. Justru wajan yang terlalu panas dapat membakar ilin batik. Oleh karena itu, yang perlu diingat dan diperhatikan adalah dalam memasak gondorkem harus benar-benar panas atau sampai kotoran dan cairan gondorukem benar-benar memisah, baru dimasukkan bahan yang lainnya.

Malam hitam yang sering digunakan dalam pembuatan resep lilin berasal dari malam bekas (malam lerop) dari babaran, malam bekas (malam lerop) ini berasal dari malam pada kain yang larut sewaktu kain dilorod dalam air mendidih. Malam terop ini terdiri dari malam klowong dan malam tembokan/jeblog yang bercampur menjadi satu cairan yang kemudian diambil (diserop) dari kenceng babaran dengan gayung yang terbuat dari tembaga. Malam asal klowong berada di atas karena berat jenisnya lebih kecil. Sedangkan, malam bekas tembokan yang bercampur dengan kotoran pewarna berbeda di lapisan bawah.

Malam bekas bagian atas dicetak menjadi malam lerop digunakan sebagai malam batikan yang bersifat kasar. Malam yang berada di lapisan bawah yang berasal dari malam tembokan dan bercampur dengan pewarna dan sogas disebut malam hitam. Malam hitam diolah atau dipanasi sampai hangus atau gosong dan warnanya menjadi hitam kemudian disaring dan dicetak. Malam hitam ini dapat digunakan untuk mbironi atau sebagai campuran dalam pembuatan malam trem atau tembokan. Sifat baik malam hitam, yaitu jika dipecah dengan parang bekas belahannya tampak berserabut seperti kawat strimin yang putus-putus, dan baunya tidak tengik. Malam yang berbau tengik

menunjukkan bahwa malam itu menggunakan campuran lilin endapan residu dari minyak tanah dan jika dipotong tidak ngawat atau berserabut tetapi liat.

Urutan Membatik

Langkah pertama menyiapkan kain mori terlebih dahulu. Untuk batik tulis, perlu disiapkan lebih dulu kain yang sudah dipola dan campuran lilin. Apabila semua alat dan bahan sudah disiapkan, kita dapat memulai proses membatik. Sebelum kita menorehkan lilin ke dalam kain, kita harus benar-benar paham urutan proses membatik, yaitu sebagai berikut:

1. Nglowong (Pelekatan Lilin yang Pertama)

Membatik/mengecap *klowongi* merupakan pekerjaan pelekatan lilin yang perama dan lilin ini merupakan kerangka dari motif batik yang diinginkan. Untuk batik sogan, permukaan kain bekas lilin klowong nantinya menjadi warna sogan atau warna cokelat. Dalam klowongan mempunyai 2 tingkatan, yang pertama disebut *ngerengan* atau gambaran awal dari suatu pola. Dalam proses ini yang digambarkan adalah yang bersifat pokok-pokoknya saja. Untuk tingkatan kedua disebut nerusi, yaitu melanjutkan proses ngerengan atau melengkapi gambar-gambar dalam suatu pola.

2. Nembok (Menutup Bagian Kain dengan Lilin)

Nembok adalah menutup bidang-bidang pada kain setelah diklowong dengan lilin yang lebih kuat. Pada tempat-tempat atau bidang yang tertutup lilin tembokan nantinya akan tetap putih. Tingkat keputihan warna pada kain mori ini tergantung pada kuatnya lilin sehingga proses-proses pekerjaan selanjutnya tidak mengalami pecah-pecah atau rusak temboknya.

3. Medel (Memberi Wedel/Warna Biru Tua)

Medel adalah memberi warna biru tua pada kain setelah kain dibatik/ dicap/dibatik tulis. Untuk kain sogan kerokan, medel adalah proses pewarnaan pertama yang diberikan pada kain. Kain yang akan diwedel harus dicuci

terlebih dahulu dan dicelup. Proses pencelupnya adalah kain dimasukkan ke dalam larutan wedel selama lebih kurang 15 menit. Kemudian, kain diangin-anginkan sinar matahari langsung agar terjadi proses oksidasi. Proses ini dilakukan secara berulang-ulang sampai kita dapatkan warna yang kita inginkan. Proses selanjutnya adalah pencucian yaitu untuk menghilangkan kotoran-kotoran yang masih melekat pada kain. Bahan untuk medel biasanya digunakan nila (indigo) atau dengan menggunakan maphtol.

4. Mengerok

Mengerok adalah menghilangkan lilin batik pada bagian atau pada tempat-tempat tertentu. Cara mengerok lilin adalah dengan memakai alat semacam pisau dari kaleng yang ujungnya dibengkokkan, salah satu ujung yang dibengkokkan tersebut tajam yang disebut cawuk. Untuk membatik sogan Yogyakarta atau Solo, proses pengerokan dilakukan setelah proses medel. Tujuan dari mengerok adalah menghilangkan lilin klowong. Bekas lilin klowong nantinya akan diberi warna soga (cokelat).

5. Mbironi (Memberi Warna Biru)

Pekerjaan mbironi (memberi warna biru) disebut juga merining yang dilakukan pada kain yang telah selesai diwedel dan dikerok. Untuk menjaga warna biru atau warna putih tidak kemasukan warna lin, bagian yang akan diberi warna biru ditutup dengan lilin terlebih dahulu sebelum dilakukan pencelupan atau pemberian soga. Pekerjaan mbironi biasanya dilakukan dengan canting tulis.

Sebelum dilakukan mbironi, kain-kain kerokan tersebut mula-mula dibersihkan terlebih dahulu, yaitu disikat dengan larutan kostik soda atau soda abu sebanyak 5 gram dalam 1 liter air. Kain dibasahi dahulu dengan air dan ditiriskan, baru kemudian kain dimasukkan dalam larutan soda abu. Proses pencelupan harus merata,. Kemudian kain disikat pelan-pelan agar bekas kerokan tampak putih bersih.

Selanjutnya, kain dicuci dengan air bersih yang diberi sedikit deterjen dengan dosis lima gram per liter air.

6. Menyoga (Memberi Warna dengan Soga)

Menyoga adalah memberi warna cokelat pada kain batik. Untuk kain soga Yogyakarta dan Solo, menyoga dilakukan sebagai pewarnaan terakhir. Warna cokelat atau warna soga yang digunakan pada awalnya menggunakan zat warna yang diambil dari tumbuh-tumbuhan, yaitu dari pohon soga. Warna cokelat batik disebut warna soga sesuai dengan nama asalnya. Namun kini, pewarnaan dengan soga menggunakan soga sintetis, seperti soga ergan, soga chroom, soga kopel, warna naphthol atau warna campuran.

7. Memecah Lilin atau Meremuk Lilin

Model kain batik dengan proses meremuk lilin dikenal sebagai Batik Wonogiren. Maksud dan tujuan meremuk yaitu untuk mendapatkan pewarnaan atau corak lain menurut garis-garis atau jalur pecahan lilin. Pekerjaan meremuk lilin biasanya dilakukan pada waktu kain dalam keadaan basah dan siap disoga atau diwarna.

8. Melorod

Proses melorod adalah menghilangkan lilin batik secara keseluruhan. Apabila kita menghendaki bagian yang berwarna putih tetap putih maka bagian ini harus ditutup lagi dengan lilin atau malam. Proses penutupan dilakukan dengan tangan. Proses pembuatan batik secara melorod biasanya dilakukan untuk jenis Batik Pekalongan dan Banyumasan. Menghilangkan lilin batik secara keseluruhan pada akhir proses pembuatan batik disebut juga mbabar atau ngebyok. Melepaskan lilin batik secara keseluruhan biasanya menggunakan air panas supaya lilin batik meleleh atau terlepas dari kain. Untuk kain batik yang zat perwarnannya menggunakan pewarna nabati, digunakan air yang dicampur dengan larutan kanji. Sedangkan, untuk kain batik yang menggunakan zat warna sintetis, air yang digunakan untuk melorod dicampur dengan soda abu.

9. Mencuci

Setelah kain batik selesai dilorod, kain dicuci hingga bersih sampai kotoran dan sisa lilin benar-benar bersih. Kini pekerjaan membatik selesai dan kain sudah menjadi kain batik. Setelah pencucian bersih, sebaiknya kain batik tersebut dikanji tipis-tipis agar warna dan kain terlindungi, kemudian dikeringkan atau dijemur di tempat yang tidak terkena matahari langsung.

10. Mengepres atau Menyetrika

Setelah kering, kain batik yang sudah dicuci dan diberi kanji dipres atau disetrika dengan suhu yang tidak terlalu panas supaya warna batik tidak berubah. Tujuan pengepresan agar kain batik halus dan motif batiknya terlihat jelas.

Cara Membatik

Membatik adalah membuat lukisan atau gambaran di atas kain dengan menggunakan lilin batik. Lilin ini digoreskan pada permukaan kain mengikuti garis-garis pada motif yang sudah dibuat polanya. Ada tiga cara membatik, yaitu membatik tulis, membatik cat dan membatik tulis.

Membatik Tulis



Canting dan bagian-bagiannya

Membatik tulis dilakukan seperti kita sedang menulis pada kertas, tetapi alat untuk menulis tersebut menggunakan canting. Tinta yang digunakan dalam membatik adalah cairan lilin atau malam. Canting biasanya terbuat dari tembaga atau kuningan. Lilin atau malam sebelum digunakan berbentuk padat. Ketika akan digunakan, lilin dipanaskan dalam wajan kecil atau dimasak supaya mencair. Cara menuliskan cairan lilin adalah dengan mengambilnya menggunakan canting. Cairan lilin keluar dari lubang kecil canting bagaikan tinta keluar dari penanya. Apabila susah keluar dari lubang canting, kita dapat meniup lubang yang berisi lilin cair perlahan-lahan atau menusuk lubangnya dengan selembak ijuk. Canting (seperti gambar di atas) terdiri atas bagian-bagian berikut.

1. Badan canting, yaitu bagian yang berbentuk cembung dan sebelah sisi mukanya mempunyai ujung yang mengecil. Bahan canting berguna untuk menampung lilin cair. Pada bagian atas badan canting terbuka yang berguna untuk mengambil lilin dari wajan.
2. Ujung atau paruh atau pucuk canting, yaitu bagian yang berbentuk seperti paruh burung. Bagian ini berguna untuk menulis atau membatik. Lubang pada cucuk canting mempunyai diameter yang berbeda-beda sesuai dengan besar-kecilnya tulisan atau batikan yang ingin dihasilkan.
3. Tangkai canting, yaitu bagian yang terbuat dari kayu atau rotan. Bagian ini berguna sebagai pegangan canting saat membatik. Untuk menghindari ujung canting atau cucuk canting tersumbat oleh kotoran lilin atau lilin beku, maka setelah canting diisi lilin panas, cucuknya ditiup. Pada posisi ini segeralah membatik supaya lilin cair tidak cepat membeku. Apabila dirasakan lilin cair sudah tidak mau keluar dari cucuknya, segeralah tuang kembali sisa lilin cair dalam canting ke wajan panas supaya meleleh lagi. Ulangi mengambil lilin cair panas yang baru dan segeralah membatik, demikian seterusnya.

Proses membatik bagi pemula dirasakan sulit karena tangan belum terampil memegang dan menuliskan ujung canting pada kain. Apabila membatik tidak dilakukan dengan ¹⁸¹at, lilin segera membeku dan sulit keluar dari cucuk canting. Dalam hal ini yang diperlukan adalah kesabaran dan ketekunan. Proses membatik memang rumit, tetapi dengan latihan yang cukup kita akan segera terampil menuliskan lilin pada kain. Supaya memperoleh garis-garis atau titik-titik yang jelas, kita perlu melakukan gerakan-gerakan tertentu dalam membatik. Gerakan canting pada saat membatik menentukan kualitas hasil batikan. Pemilihan besar lubang cucuk canting juga harus sesuai dengan ke¹⁹²han. Belajar membatik tahap permulaan dapat dipraktikkan sebagai berikut.

1. Sediakan alat dan bahan, seperti kompor kecil wajan alumunium, canting, malam, dan gawangan.
2. Ketika membuat batik tulis, kedudukan kain diusahakan miring, caranya kain batik yang disampirkan pada gawangan. Lilin cair yang digunakan kadang-kadang terlalu panas. Lilin ini biasanya melebar saat digunakan di kain. Oleh karena itu, posisi kain diimiringkan bertujuan agar lilin yang terlalu panas tidak mengembang, tetapi memngalir ke bawah. Setelah itu, apabila tumpah tidak mengenai kain.
3. Pada saat membatik, posisi kain diusahakan rata. Tujuannya agar hasil batikan baik. Kain yang menggelembung atau ada bekas-bekas lipatan sangat mengganggu proses membatik. Ujung cucuk canting juga perlu dijaga agar rata. Caranya adalah ujung paruh canting juga sering tersumbat oleh kotoran lilin atau lilin beku, maka sebelum canting digunakan harus dipanaskan terlebih dahulu dan ujungnya dibersihkan menggunakan ijuk atau sabut yang agak beku. Panasnya lilin cair harus tepat. Lilin yang terlalu panas kurang baik hasilnya untuk membatik. Turunkan suhunya dengan mengecilkan api atau menurunkan sebentar wajan dari atas api. Pengaruh besar kecilnya pemanasan lilin batik adalah sebagai berikut:

- a. Lilin yang terlalu panas mudah terbakar dan terlalu encer untuk membatik. Lilin yang terlalu encer akan mengembang di kain dan tidak dapat membentuk goresan garis dengan baik.
- b. Lilin yang kurang panas sulit keluar dari lubang paruh canting karena mudah membeku. Walaupun dapat keluar, lilin yang panasnya kurang akan membentuk goresan atau garis yang putus-putus.

Kita dapat memperoleh panas yang tepat berdasarkan pengalaman dan memahami sifat lilin. Oleh karena itu, dibutuhkan ketekunan dan waktu yang cukup agar kita memperoleh keterampilan dalam membatik. Keterampilan akan diperoleh berkat latihan dan praktik yang terus menerus dilakukan. Latihan keterampilan tangan kita dengan canting dari menuliskan lilin pada kain.

Membuat Batik Cap

Proses pengerjaan batik tulis relatif lama dan mahal. Untuk memenuhi permintaan pasar dalam jumlah banyak dengan cepat dan harga terjangkau dibuatlah batik cap. Membatik cap adalah pekerjaan membuat batik dengan cara mengecapkan lilin batik cair dan panas ke permukaan kain mori dengan menggunakan alat cap atau pencetak. Alat cap ini membentuk seperti stempel yang dibuat dari plat tembaga bagian bawahnya bermotif.

Bagian dari cap

1. Bagian muka, yaitu berupa susunan plat tembaga yang bagian bawahnya bermotif.
2. Rangka atau dasar, yaitu berupa susunan plat tembaga yang dibuat untuk melekatkan bagian muka dan plat tembaga tersebut.
3. Tangkai atau pegangan, berupa plat besi yang dipasang di atas rangka dan digunakan untuk pegangan cap.

Semua bagian itu dikaitkan dengan menggunakan patri atau las kuningan atau tembaga agar tahan terhadap panas lilin. Pada proses mengecap juga ada langkah ngengreng dan nerusi baik pada membatik klowong maupun tembokan. Berdasarkan motif batik dan bentuk capnya, terdapat beberapa cara menyusun cap pada permukaan kain, yang disebut jalannya pengecapan (lampah) dengan menggunakan jenis cap yang khusus.

Motif-Motif Batik Kalimantan Tengah

1. Enggang Dayak



Motif Burung enggang melambangkan kedekatan masyarakat Dayak Indonesia dengan alam. Segala bagian tubuh burung enggang melambangkan kehebatan dan keagungan suku ini, sedangkan burung itu sendiri melambangkan perdamaian dan persatuan: Sayapnya yang kokoh melambangkan pemimpin yang selalu melindungi rakyatnya, sedangkan ekornya yang panjang dianggap sebagai tanda kemakmuran suku Dayak. Selain itu, burung enggang juga digunakan sebagai teladan kehidupan berkeluarga dan bermasyarakat. Ia melambangkan kasih tanpa syarat terhadap pasangan dan pendidikan anak sehingga menjadi manusia yang matang dan mandiri. Sangat perlu ditekankan bahwa suku Dayak Kalimantan sangat dekat dengan burung enggang. Burung ini selalu tampil dalam berbagai mitos dan kisah rakyat Dayak yang berbeda di semua daerah di pulau ini. Diantaranya, rakyat

setempat meyakini bahwa burung enggang merupakan Panglima para Burung. Ia dianggap memiliki kekuatan supernatural dan hanya akan muncul di masa perang. Secara umum, burung ini dianggap sakral dan orang dilarang memburu, apalagi memakannya.

2. Anggrek Tewu



Motif ini dibuat berdasarkan kearifan lokal dan falsafah dibalik bunga Anggrek Tewu ("Anggrek Tebu"). Rakyat Kotawaringin Timur ingin meneladani gaya hidup anggrek tebu: Bunga ini terus bertumbuh dengan menempelkan diri pada pohon tanpa membunuh induk semangnya, melambangkan harmoni sosial masyarakat yang hidup bersama dan saling bermanfaat satu sama lain, tanpa saling menyakiti. Bunga ini melambangkan harapan Kotawaringin Timur untuk menjadi wilayah yang berkembang paling baik di Kalimantan Tengah.

3. Gumin Tambun



Motif ini berasal dari pola yang diukir pada pintu utama rumah tradisional. Dikatakan berasal dari motif mitologi Hindu, motif sulur melilit ini melambangkan keberuntungan, keberlimpahan, dan kemakmuran abadi karena ia dengan lembut mencegah keberuntungan dan kekayaan keluar dari rumah setelah memasuki pintu. Ia melambangkan kedamaian pikiran, kelembutan, dan keagungan penggunaanya.

4. Kaharingan



Motif ini mewakili Kaharingan, yang merupakan nama lain “Pohon K³⁷idupan” dalam sistem keyakinan suku Dayak. Batang pohon ini melambangkan hubungan

vertikal antara manusia dan Tuhan yang diyakininya, sedangkan dahan dan daunnya menambangkan hubungan horizontal antar manusia serta antara manusia dengan makhluk-makhluk lain di bumi.

5. Tatu Payung



138

Memiliki Corak yang Beragam, Memiliki Motif Lebih Halus, Tekstur yang Dingin dan memiliki Filosofi Tinggi.

6. Bajakah munduk malumbang putak hanyut



Motif batik dengan kekayaan flora di Kalimantan Tengah, daun dan bunga dengan pagar di sisinya.

D. Faktor Pendukung dan Penghambat Pemberdayaan Masyarakat Melalui Industri Batik

Berdirinya suatu industri pasti ada faktor pendukung dan penghambatnya. Begitu juga berdirinya industri Batik pada Provinsi Kalimantan Tengah meskipun ada pihak-pihak yang tidak mendukung tetapi Batik Kalimantan Tengah sampai sekarang masih terus memproduksi karena banyak juga pihak-pihak yang mendukung Batik Kalimantan Tengah terbukti semakin lama Batik Kalimantan Tengah semakin maju dan banyak masyarakat yang berlatih dan bekerja di batik ini. Permintaan pasar dan konsumenpun juga semakin meningkat, ini dikarenakan Batik Kalimantan Tengah selalu menjaga kualitas produksinya sehingga pasar dan konsumen sangat mencintai Batik Kalimantan Tengah. Faktor-faktor yang dapat mendukung usaha perkembangan industri kecil antara lain, faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal, yaitu kemampuan pada diri seseorang untuk maju, seperti etos kerja yang tinggi, manajemen yang baik, serta keberanian untuk berinovasi. Faktor eksternal atau faktor dari luar, misalnya berupa bantuan modal dari pemerintah atau lembaga non pemerintah, luasnya permintaan barang.

Keberhasilan pengelolaan usaha industri kecil Batik Kalimantan Tengah, tergantung dari faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik dari peran ibu rumah tangga dan menjadi UKM maupun faktor dari luar industri. Selain ada faktor pendukung ada juga faktor penghambatnya, yaitu untuk memenuhi keperluan membatik diperlukan kain dan juga bahan-bahan untuk mewarnainya. Bahan-bahan yang digunakan untuk pewarnaan yaitu jelawe, tingi, nila, kapur, tunjung, tegeran, tawas, secang, dan somba. Bahan-bahan ini didapat dari luar pulau Kalimantan Tengah karena tumbuhan-tumbuhan ini sudah mulai langka, dan bahan-bahan ini bisa didapat di Jawa Barat. Kain yang dipakaipun harus kain yang benar-benar bagus, supaya hasil batikannya bagus. Kain yang digunakan untuk proses pembatikan yaitu sutera, katun, ATBN, dan sesuai permintaan pasar. Kainnya pun juga masih

sulit untuk didapatkan di Kalimantan Tengah, misalnya untuk kain katun bahannya dibeli dari Pekalongan, sedangkan untuk ATBN dibeli dari Jawa Barat dan sekitarnya.

E. Strategi Pelestarian Batik Provinsi Kalimantan Tengah

Benang Bintik Karnival Show 2013 sebagai langkah strategis untuk melestarikan seni batik, visualisasi karya, dan teknik pembuatan karya, struktur formal atau unsur-unsur pembentuk karya, tema, dan kualitas batik. Kegiatan tersebut diselenggarakan oleh Tim Penggerak PKK Kabupaten Kapuas. Benang bintik merupakan nama lain dari batik khas Dayak Kalimantan Tengah. Karnaval yang dilaksanakan tanggal 22-23 Juli 2019 menghadirkan kesan adanya kedalaman pesan yang terkandung dalam sebuah karya batik. Pemaknaan dalam karya menjadikan batik sebagai wahana untuk menanamkan nilai-nilai luhur, doa, harapan dan ungkapan kasih (Herawati, 2017). Karya ini menjadi karya yang artistik, estetik, dan unik. Artistik artinya mempunyai nilai seni; estetik artinya karya ini mempunyai penilaian terhadap keindahan; dan unik artinya karya ini mempunyai nilai tersendiri dalam bentuk atau jenisnya. Benang bintik tergolong ke dalam berbagai motif khas, diantaranya motif batang garing, motif huma betang, motif ukiran, motif senjata, motif naga, motif balanga, motif campuran, dan motif-motif lainnya. Motif yang dihasilkan memiliki makna dan filosofi yang luar biasa. Banyak hal yang dapat terungkap dari seni batik, seperti latar belakang kebudayaan, kepercayaan, adat-istiadat, sifat dan tata kehidupan, alam lingkungan, cita rasa dan tingkat keterampilan. Etnik Dayak memberikan gambaran bahwa antara alam atas, bumi dan alam bawah merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Dari implikasi sosial yang ada, orang Dayak Ngaju begitu menghormati dan menghargai lingkungan alam tempat tinggal mereka.

Pada kegiatan Kapuas Benang Bintik Carnival Show III di tahun 2017 yang lalu Ben Brahim S Bahat Bupati Kapuas, mengatakan kegiatan tersebut dapat dijadikan ajang promosi

benang bintik. Lebih lanjut, beliau menyampaikan Kabupaten Kapuas yang ada di Kalimantan Tengah perlu bangga karena sudah banyak pejabat, baik pejabat politik maupun pemerintah yang menggunakan benang bintik motif Kapuas. Untuk tahun ini Kapuas Benang Bintik Carnival Show 2019 menjadi suatu karnaval yang berbasis masyarakat dengan batik sebagai tema utamanya. Batik merupakan kreativitas yang mempunyai latar belakang sejarah, baik dari filosofi, desain motif, maupun masyarakat pendukungnya. Batik tidak hanya sekadar sehelai kain yang dibuat secara tradisional, tetapi karya seni budaya yang selalu hadir pada acara tradisi dalam masyarakat setempat. Batik selalu menyertai setiap tahapan dalam daur hidup manusia. Filosofi dalam pola batik merupakan harapan-harapan atau doa yang menyebabkan batik selalu ada pada setiap acara masyarakat. Dengan ajang ini masyarakat Kapuas dapat mencintai dan mengenal motif benang bintik Kapuas, sehingga dapat memakai sekaligus mensosialisasikannya.

Saat ini benang bintik semakin dikenal karena ragam busana dari motif kain benang bintik digunakan pada kegiatan-kegiatan, seperti festival, ajang pemilihan model atau kegiatan kebudayaan dan kesenian daerah lainnya. Anang, salah satu pengrajin batik, menjelaskan bahwa benang bintik ini memiliki keistimewaan karena jenis motif yang tertuang dalam kain melukiskan harmonisasi alam dan kebudayaan etnik Dayak. Salah satu wujud motif yang dipercaya sebagai simbol kepercayaan etnik Dayak adalah batang garing atau pohon kehidupan, pohon ini melambangkan suatu hubungan antara manusia dan Tuhan dan hubungan antara manusia dan Makhluk lainnya. Batik tradisional memiliki keindahan, baik visual maupun spiritual. Benang bintik dengan pola-pola yang mengandung filosofi yang indah dan baik. Dalam hal jenis, warna dasar benang bintik, seperti warna merah maroon, biru, merah, kuning dan hijau. Ada juga bahan warna yang lebih gelap seperti hitam dan coklat. Keindahan batik benang bintik terus terjaga dan lestari dengan aktivitas yang diagendakan setiap tahunnya.

STUDI KASUS

Peran Kearifan Lokal Masyarakat Dayak dalam Mengembangkan Batik Benang Bintik di Kalimantan Tengah

Kearifan lokal masyarakat Dayak memiliki beragam bentuk penerapan dan cara penyampaian. Implementasinya berupa tata nilai, perilaku melalui komunikasi verbal (ujaran) atau non verbal (melalui sistem atau simbolisasi pada benda pakai sehari-hari seperti busana, gaya hunian, dan pemilihan alat transportasi). Masyarakat Dayak memperoleh pendidikan dan pembelajaran pola asuh secara tidak langsung yang bersifat tradisional (turun temurun) untuk mengedepankan sopan santun dan budi pekerti. Terlihat dari cara berkomunikasi yang menggunakan lisan. Ungkapan-ungkapan khusus dan frasa-frasa digunakan dalam berkomunikasi untuk mempertegas makna. Pemakaian ungkapan tersebut biasanya untuk memberikan nasehat atau mengoreksi sikap negatif orang lain secara bijak. Benang bintik merupakan nama lain dari batik khas Dayak Kalimantan Tengah. Dalam hal jenis, benang bintik tergolong ke dalam berbagai motif khas, di antaranya adalah motif batang garing (pohon kehidupan), motif huma betang, motif ukiran, motif senjata, motif naga, motif balanga, motif campuran dan motif-motif lainnya. Untuk warna dasar benang bintik memiliki warna yang lebih berani seperti warna merah maroon, biru, merah, kuning dan hijau. Ada juga bahan warna yang lebih gelap seperti hitam dan coklat. Bahan baku benang bintik umumnya menggunakan bahan kain jenis kain sutera, kain semi-sutera dan kain katun.

Saat ini batik menjadi ciri khas Indonesia, termasuk juga batik yang berasal dari Kalimantan Tengah, Benang Bintik. Ibu Bunga pemilik Benang Bintik Griya Berkat Indah merupakan salah satu pengusaha batik khas Kalteng yang masih terus memproduksi dan mempromosikan salah satu produk unggulan Kalteng ini dalam berbagai pameran. Pemilik butik di Jalan Diponegoro ini mengakui bahwa banyak dari desain batik benang bintik sudah diplagiat oleh orang lain dan diproduksi asal dalam bentuk tekstil. "Kelemahan kami memang belum mengurus hak paten atau hak atas kekayaan intelektual untuk desain motif-motif

benang bintik". Sertifikasi batik sebagai produk budaya asli Indonesia yang dikeluarkan PBB melalui lembaga UNESCO merupakan momentum penting bagi perkembangan seni batik di Tanah Air. Citra positif batik di dunia internasional tersebut berlanjut di tanah air tatkala Presiden Republik Indonesia (RI) menetapkan tanggal 2 Oktober 2009 sebagai Hari Batik Nasional. Kondisi tersebut memberikan dampak positif bagi pelaku usaha dan pengrajin kain batik di berbagai daerah di Indonesia, tak terkecuali Kalteng dengan motif kain batik "Benang Bintik" sebagai Motif Batik Khas Suku Dayak di Kalimantan Tengah.

Salah satu peluang ekonomi yang terbuka dari trend tersebut adalah pengembangan industri garmen Batik Benang Bintik di daerah. Industri kreatif ini memiliki potensi yang bagus. Beberapa waktu lalu, keharusan pemakaian Batik Khas Dayak Kalimantan Tengah (Benang Bintik) masih terbatas pada kegiatan formal seperti seragam sekolah dan kantor. Oleh karena itu, kesan Batik Benang Bintik kemudian lebih dikenal sebagai bahan busana dan pakaian resmi untuk upacara adat atau acara seremonial seperti pernikahan. Kini, Batik benang bintik memang semakin dikenal, ragam busana dari motif kain Benang Bintik sering pula dipakai pada kegiatan-kegiatan seperti festival, ajang pemilihan model atau kegiatan kebudayaan dan kesenian daerah lainnya. Di Kalimantan Tengah, terutama di Kota Palangka Raya sentra pembuatan dan percetakan kain batik Benang Bintik masih sangat minim.

Pembuatan maupun percetakan Benang Bintik lebih banyak dilakukan di luar wilayah Kalimantan Tengah. Padahal cakupan wilayah permintaan pasarannya telah tersebar luas di seluruh Kalimantan Tengah. Bahkan, model-model pakaian Benang Bintik selalu tampak di beberapa sentra usaha penjahitan. Keberlanjutan, pelestarian dan regenerasi batik tradisi masih terus berjalan dan diupayakan konsistensinya sampai hari ini di Kalimantan Tengah. Proses panjang dan hambatan dialami oleh pembatik senior yang mayoritas berusia lanjut menghasilkan cara menarik animo dari generasi muda untuk melanjutkan aktivitas batik tradisi. Hambatan terbesar adalah kesadaran untuk merasa memiliki,

sebagaimana disebutkan pada poin satu ajaran huma betang. Kesadaran ikut memiliki disebutkan paling awal karena hal tersebut berkaitan dengan moral dan mental kuat dilandasi dengan pemahaman, bahwa tradisi merupakan harta tak ternilai yang membentuk budaya dan struktur sosial di Kalimantan Tengah. Batik Kalimantan Tengah merupakan bentuk sentra batik yang masih mempertahankan teknik tradisional untuk menghasilkan lembar kain kaya makna. Kegiatan membatik di Kalimantan Tengah bukan untuk kepentingan industri yang menuntut kuantitas, tetapi menjaga kualitas dengan rangkaian proses tradisi sebagai bagian dari kontemplasi masyarakat, khususnya para perempuan pembatik.

Perputaran ekonomi yang lamban dari batik Kalimantan Tengah, menjadi salah satu penyebab keengganan generasi muda melanjutkan aktivitas tersebut. Batik Kalimantan Tengah memiliki konsep istimewa karena bukan sebagai penopang hidup, tetapi sebagai sarana ekspresi, kontemplasi dan rekreasi untuk pembatik. Hasil karya yang belum laku, tidak menjadi soal bagi mereka, karena para pembatik tersebut memiliki keyakinan bahwa rejeki sudah diatur adil oleh Yang Maha Kuasa. Batik yang terjual berarti si kain telah menemukan jodohnya, sang pemilik. Kain batik dibuat sepenuh hati oleh tarian canting para pembatik tersebut. Sebaliknya, ketika masih terpajang indah di kayu display, berarti tengah menunggu sang pemilik sedang dalam perjalanan untuk menjemput.

RANGKUMAN

Setelah melakukan analisis, batik memiliki beberapa fungsi yaitu fungsi praktis dari kain batik tidak lain adalah sebagai produk yang dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Kain batik dapat digunakan sebagai bahan untuk membuat sandang sehari-hari maupun pakaian untuk acara-acara tertentu, seperti batik untuk pakaian kebaya maupun baju pernikahan adat. Selain itu batik juga memiliki fungsi estetis, yang digunakan sebagai hiasan hingga simbol sosial. Kain batik yang digunakan sebagai hiasan tidak lain karena batik memiliki keindahan dalam setiap motif yang digambar. Dalam hal ini, kain batik dapat digunakan sebagai aksesoris seperti taplak meja, gorden, hiasan dinding, hingga tas.

Maka dari itu aktivitas batik sangatlah berfungsi ²⁰¹ untuk masyarakat sekitar karena adanya kegiatan tersebut, dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, selain itu masyarakat sekitar bisa memperkenalkan identitas budaya melalui batik tersebut, batik merupakan salah satu warisan budaya leluhur yang harus dilestarikan sebagai ciri khas Indonesia. Bukan hanya itu, batik juga mempunyai manfaat, sebagai warisan budaya leluhur yang menjadi kebanggaan Indonesia. Kain batik merupakan produk atau hasil karya yang mempunyai nilai keindahan dari setiap motif yang ada. Sehingga batik menjadi warisan nenek moyang yang perlu terus dilestarikan. Batik menjadi ciri khas yang mempopulerkan Indonesia di mata dunia. Dalam hal ini, PBB mengakui bahwa batik merupakan warisan budaya yang memiliki nilai estetis tinggi.

BAGIAN 5
LINGKUNGAN BISNIS BATIK PAPUA
DALAM SEGI PERMINTAAN

Batik Papua adalah pakaian khas dari wilayah Papua ini juga berkembang selain di wilayah Papua itu sendiri, pada awalnya batik Papua banyak dipengaruhi oleh gaya batik dari Pekalongan karena perhitungan bisnis lebih menguntungkan batik motif dari Papua diproduksi di Pekalongan, kemudian dikirim ke Papua dan diperdagangkan sebagai batik Papua. Batik Papua mulai berkembang sekitar tahun 1985, motif yang berkembang merupakan perpaduan dua budaya antara Papua dan Pekalongan. Pekalongan merupakan etnis Jawa sebagai penghasil batik dipadukan dengan etnis Papua yang kaya akan ragam hias yang dikembangkan sebagai motif batik. Batik Papua hasil perpaduan dua budaya ini juga dikenal dengan julukan lain, yaitu: Batik Port Numbay. Batik Papua mempunyai keunikan tersendiri dari aspek motifnya, karena dikembangkan dari kekayaan budaya dan keunikan alam Papua yang eksotik.

Pada dasarnya, lingkungan bisnis adalah nilai keseluruhan dari individu, institusi, maupun kekuatan lain yang berasal dari luar kontrol perusahaan, tapi perusahaan masih bisa bergantung pada mereka karena mereka sudah mampu mempengaruhi performa perusahaan dan keberlanjutan perusahaan. Beberapa hal yang membentuk lingkungan bisnis adalah kompetitor, pemasok, media, kelompok pelanggan, pelanggan, pemerintah, kondisi pasar, kondisi ekonomi, teknologi, pemodal, tren, dan beragam pihak lain yang berasal dari luar perusahaan. Lingkungan bisnis meliputi faktor faktor diluar perusahaan yang dapat menimbulkan peluang atau ancaman bagi perusahaan. "Lingkungan diartikan sebagai proses yang digunakan perencana strategi untuk memantau sektor lingkungan dalam menentukan peluang atau ancaman terhadap perusahaan."

A. Lingkungan Bisnis 141

Lingkungan: Elemen-elemen diluar organisasi yang mempunyai pengaruh terhadap kehidupan organisasi. Bisnis: Segala upaya manusia yang bertujuan untuk menciptakan pendapatan atau keuntungan. Lingkungan Bisnis adalah keseluruhan unsur/elemen yang dapat mempengaruhi

perilaku dan kinerja organisasi untuk menciptakan pendapatan atau keuntungan. Pengertian lain lingkungan bisnis adalah kondisi yang terjadi di sekitar bisnis atau perusahaan yang dapat memengaruhi laju usaha tersebut. Hal ini penting untuk menjadi perhatian perusahaan karena akan memengaruhi performa perusahaan. Meskipun perusahaan satu dengan yang lain terlihat tidak saling berhubungan dalam satu lingkungan bisnis, mereka saling terkait, saling memengaruhi, dan saling bersaing.

Faktor ⁵⁴Lingkungan Bisnis

Secara garis besar, lingkungan di mana bisnis beroperasi terdiri dari dua kategori, yaitu: Lingkungan internal, yang mencakup berbagai faktor di bawah kendali perusahaan dan Lingkungan eksternal, yang mewakili berbagai faktor di luar kendali perusahaan. Penjelasan sebagai berikut:

1. Faktor Internal Lingkungan Binsis

Faktor internal yang mempengaruhi lingkungan bisnis meliputi perencanaan dan kebijakan, penawaran nilai, sumber daya manusia, sumber daya pemasaran dan finansial, citra korporat dan merek, peralatan dan perlengkapan, manajemen tenaga kerja, hubungan antar karyawan, ketergantungan sumber daya teknologi, struktur organisasi, kualitas dan struktur infrastruktur, operasional, dan perkiraan finansial. Ada 4 faktor yang harus dipertimbangkan dalam lingkungan internal yaitu:

- a. Pemasaran: Reputasi perusahaan pangsa pasar, kepuasan konsumen, *customer retention*, kualitas pelayanan, efektifitas penetapan harga, efektivitas inovasi dan daya jangkau geografis.
- b. Keuangan: Biaya atau tersedianya modal, *cash flow* (arus uang tunai) dan stabilitas keuangan.
- c. Produksi: Fasilitas, skala ekonomis, kapasitas, karyawan yang mampu dan setia, ketepatan waktu dalam memproduksi, dan keterampilan teknik produksi.

- d. Organisasi: Kepemimpinan yang mampu dan berpandangan ke depan para pegawai yang setia, orientasi kewirausahaan dan fleksibilitas atau kemampuan beradaptasi.

2. Faktor Eksternal Lingkungan Bisnis

Sedangkan faktor eksternal yang mampu memengaruhi lingkungan bisnis meliputi konsumen, pemasok, kompetitor, publik, media dan pemasaran, talenta, ekonomi makro, sikap politik, dan penggunaan teknologi. Lingkungan eksternal dibagi menjadi 3 yaitu

- a. Lingkungan jauh (*remote environment*): Faktor ekonomi, sosial, politik, teknologi dan ekologi.
- b. Lingkungan industri: Hambatan masuk kekuatan pemasuk, kekuatan pembeli, ketersediaan substitusi, dan persaingan antar perusahaan
- c. Lingkungan Operasional: Pesaing kreditor pelanggan tenaga kerja dan pemasok.

18

B. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah tujuan dan sasaran pemasaran perusahaan yang digabungkan menjadi satu rencana yang komprehensif. Eksekutif bisnis akan menarik strategi pemasaran yang sukses dari riset pasar. Aktivitas ini juga berfokus pada bauran produk yang tepat sehingga bisa mendapatkan keuntungan yang paling banyak. Sederhananya strategi pemasaran adalah strategi yang dirancang untuk mempromosikan barang atau jasa sehingga akan menghasilkan keuntungan. Strategi pemasaran yang baik membantu perusahaan untuk bisa mengidentifikasi pelanggan terbaik. Hal ini juga dapat membantu dalam memahami kebutuhan konsumen. Dengan strategi yang baik, sangat memungkinkan untuk menerapkan metode pemasaran yang paling efektif. Sebuah rencana pemasaran real estate yang baik, misalnya, membutuhkan keterlibatan komunitas yang luas dan jaringan pribadi. Strategi pemasaran yang menyeluruh mencakup "4P"

pemasaran: produk, *price* atau harga, *place* atau tempat, dan promosi.

C. UMKM Batik Papua

Salah satu faktor internal yang cukup berperan besar dalam mempengaruhi perkembangan usaha, termasuk UMKM adalah modal untuk investasi maupun modal kerja. Lembaga perbankan sebagai salah satu sumber modal secara optimal masih belum dapat membantu permasalahan yang dihadapi UMKM. Relatif tingginya tingkat bunga kredit perbankan, prosedur serta persyaratan pengajuan kredit yang relatif sulit untuk dipenuhi, serta tidak adanya jaminan merupakan alasan utama bagi sebagian besar UMKM untuk tidak mengajukan kredit kepada perbankan. Pada ada aspek lembaga keuangan tentu terkait penyaluran dana kepada dunia usaha dengan berbagai pertimbangan seperti kelayakan usaha dan kemampuan dalam mengembalikan modal. Lembaga keuangan khususnya perbankan memperhatikan *capacity*, *colateral*, *condition of economy*, *character* dan *capital* perusahaan dalam memberikan dana atau pinjaman kepada perusahaan. Aspek risiko dan jaminan pengembalian pinjaman juga menjadi standar bagi perbankan dalam menyalurkan dana yang mereka miliki. Kredit macet menjadi persoalan sendiri bagi perbankan karena jika kredit macet suatu bank tinggi akan meningkatkan risiko bank tersebut.

Berdasarkan pertimbangan tersebut tentu perlu upaya untuk menciptakan agar bisnis pelaku UMKM dapat *bankable* dan *feasible* sehingga dapat masuk dalam standar kelayakan untuk bisa memperoleh pembiayaan perbankan. Disinilah dibutuhkan peran lembaga perguruan tinggi yang mempunyai kapasitas keilmuan dan kajian serta studi yang mendalam terkait pengelolaan sebuah entitas bisnis yang *bankable* dan *feasible* tersebut dapat diwujudkan sekaligus bisa berperan sebagai pendamping UMKM dalam menjalankan aktivitas bisnis mereka. Di sisi lain, permasalahan UMKM yang berkaitan dengan sumber daya manusia (*human resources*),

manajemen, *funding access*, informasi teknologi dan market acces membuat para pengusaha UMKM umumnya memposisikan diri untuk "apatis" dalam membangun simbiosis yang harmonis dengan pihak *intermediary*. Hal ini terbukti dengan data yang menunjukkan bahwa hanya 31% pihak UKM yang menerima kucuran kredit, sisanya sebanyak 21% ditolak (tidak visible) dan bahkan 48% pengusaha UKM tidak mengajukan kredit pembiayaan sama sekali dari pihak perbankan.

Berkenaan dengan hal itu salah satu industri memiliki potensi untuk dikembangkan adalah indusri batik. Salah satu daerah pembuat batik adalah Papua. Motif yang terdapat pada batik Papua pun berbeda dengan motif batik Jawa atau daerah lainnya. Umumnya, kain dan motif batik Papua berwarna gelap, tapi tidak sedikit pula yang berwarna cerah. Motif dan coraknya pun beragam dan memiliki kekhasan Papua, seperti burung cendrawasih, alat musik tifa, hingga ukiran kayu. Awalnya, teknik membatik ini dikembangkan oleh pengrajin dan seniman Papua. Nah, pembuatan batik ini ternyata banyak terinspirasi dari peninggalan-peninggalan arkeologi yang tersebar di daerah Papua. Salah satunya, adalah dari lukisan-lukisan dinding gua yang ada di area kabupaten Biak dan Jayapura. Selain lukisan dinding, peninggalan sejarah lainnya seperti fosil, artefak dan benda purbakala juga mempengaruhi kreativitas seniman Papua dalam mengkreasikan motif batik. Karena mengandung unsur sejarah dan arkeologi di dalamnya, tak heran jika batik Papua banyak disukai oleh masyarakat lokal hingga internasional. Salah satu motif batik yang terkenal adalah motif Asmat dengan simbol patung kayu suku Asmat.

Selain itu ada pula motif Kamoro atau simbol patung berdiri, Sentani, juga motif yang divariasi dengan sentuhan garis emas yang dijuluki batik Prada (Chatarina Komala dan Iveta, 2014). Namun masih banyak kendala yang dihadapi para pelaku usaha pada komoditas ini. Akhir-akhir ini kenaikan bahan baku menyebabkan tingkat keuntungan pelaku usaha semakin berkurang meski efisiensi biaya produksi telah

dilakukan, sementara jika harga dinaikkan dengan kondisi daya beli masyarakat yang makin lemah membuat kehidupan masyarakat kian sulit. Untuk itu perlu dilakukan kajian yang mendalam baik dari aspek produksi, pemasaran dan keuangan dalam mengukur tingkat kelayakan sekaligus melihat peluang dan hambatan pada usaha ini.

Filosofi Batik Papua

Papua adalah salah satu provinsi yang memiliki jutaan kekayaan alam dan tradisi kebudayaan menarik. Tak hanya di Pulau Jawa, salah satu pakaian khasnya yakni batik Papua. Jika dilihat dari kasat mata, motif dari batik satu ini terbilang sangat khas. Motif-motif mencolok di setiap helaian kainnya memiliki filosofis menarik dibalikinya.

Motif Batik Papua



Jarang terdengar, ternyata keberadaan batik-batik di Papua ini telah menembus pasar Eropa. Hal ini pertama kali dipopulerkan oleh seorang pengrajin batik asal Papua, Jimmy Afaar. Karena kreativitasnya, aneka motif batik berhasil memiliki filosofi menarik di dalamnya. Berikut sejumlah fakta dan filosofis batik asal Papua:

1. Muncul Era 1985

Awal mulanya, warisan budaya Indonesia ini telah dikenal sejak tahun 1985. Ketika era ini, keberadaan batik masih sangat jarang ditemukan. Bahkan, hanya dapat

dikenakan oleh status sosial kalangan tertentu. Terutama bagi para bangsawan dan keluarga kerajaan. Melansir batiktulis.com, saat itu pemerintah Indonesia mendapatkan sorotan dari PBB untuk melestarikan budaya Indonesia bagian timur. Kebudayaan tersebut yakni diwakili oleh The United Nations Development Program (UNDP). Berkat adanya ini, pasar batik Papua semakin dikenal dan diminati wisatawan mancanegara.

2. Pakaian Khas Papua

Jika batik di Jakarta dipakai untuk acara kebudayaan tertentu, beda halnya ketika di Papua. Di Indonesia bagian Timur ini, batik menjadi salah satu pakaian khas yang dipakai sehari-hari. Untuk motifnya pun menonjolkan kekayaan alam Papua dengan perpaduan budaya lain. Batik Papua juga diberikan julukan sebagai Batik Port Numbay. Ini memiliki keunikan tersendiri dari aspek motifnya. Adapun ini melambangkan kekayaan budaya dan keunikan alam Papua yang eksotik.

3. Pencampuran Budaya

Diketahui, budaya batik Papua telah dicampuri oleh keunikan budaya wilayah lain. Awalnya, dipengaruhi dari gaya batik khas Pekalongan, Jawa Tengah. Tingginya minat masyarakat membuat pasar pencampuran batik ini melambung tinggi. Aneka motif yang dihasilkan membuat batik asal Papua ini memiliki karakter yang khas, dan warna di setiap helaian kainnya terbilang mencolok dan ciamik.

Motif Batik Papua

Setelah mengetahui filosofi batik asal Papua, berikut berbagai motif kain yang menjadi daya tarik. Motif-motif batik Papua tersebut meliputi:

1. Motif Batik Papua (Cenderawasih)



Burung cendrawasih menjadi ikon Papua yang memiliki julukan “Bird of Paradise”. Keindahan bulu dan ekornya tidak tertandingi. Motif batik ini menonjolkan kecantikan burung cendrawasih dan alat musik Tifa. Warna-warna batiknya didominasi hijau, merah, dan kuning keemasan. Batik bermotif burung cendrawasih yang gagah memberikan kesan tegas pada penampilan pemakainya.

2. Motif Asmat



Motif Asmat termasuk populer di Papua. Namanya diambil dari suku asli penghuni Bumi Cendrawasih. Batik ini umumnya didominasi corak ukiran khas suku Asmat, seperti patung-patung duduk kayu. Warna batiknya pun memiliki ciri khas tersendiri, lebih coklat dengan campuran warna tanah dan terakota (merah kecokelat-cokelatan).

3. Motif Prada



Motif Prada menawarkan kemewahan dan kemegahan dengan sentuhan garis-garis emas. Batik ini biasanya juga dikombinasi warna hitam dan merah. Model yang berkelas menjadikan Batik Prada paling mahal dan indah dari Papua. Produksinya menggunakan kualitas benang terbaik yang berbahan dasar sutra. Kadang mengandalkan bahan kain santung yang sangat mirip dengan sutra dan katun.

4. Motif Tifa Honai



Batik Tifa Honai memiliki filosofi yang cukup kuat. Sesuai namanya, Honai sebagai rumah adat Papua melambangkan keluarga, sedangkan alat musik tifa menonjolkan kebahagiaan. Keduanya bermakna

kebersamaan keluarga yang bahagia. Motif ini juga terinspirasi kekayaan alam di Pulau Emas, seperti sumber mata air dan pemandangan yang indah.

5. Motif Sentani



Batik Sentani terkenal dengan kesederhanaannya. Motifnya menampilkan alur batang kayu yang melingkar dengan sentuhan garis-garis emas. Batik ini memiliki filosofi yang unik, menggambarkan tanah Papua yang sangat subur dan kaya akan hasil bumi.

6. Motif Kamoro



Batik ini juga terkenal dengan nama Batik Papua Timika. Batik Kamoro terinspirasi dari suku asli Papua dengan keindahan alam dan keunikan seni

ukirnya. Motifnya melambangkan simbol Patung Berdiri membawa tombak. Penggunaan warnanya cenderung lebih berani, seperti kombinasi biru dan hijau, hitam dan kuning, merah dan merah muda.

7. Motif Asimetris



Batik asimetris memiliki corak yang berbeda kanan dan kiri, walaupun terlihat sama. Umumnya, batik ini perpaduan antara motif etnik khas Papua yang asimetris dan warna-warna cerah. Tersedia dalam bahan satin dan katun yang licin, jatuh, serta tidak cepat kusut. Cocok digunakan untuk sehari-hari.

147

D. Permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang dan jasa yang diinginkan dan mampu dibeli oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan pada berbagai tingkat harga dan waktu tertentu di pasar. Biasanya, tinggi permintaan akan mempengaruhi harga. Sebaliknya, rendahnya permintaan juga akan membuat harga makin rendah.

102

1. Hukum Permintaan

Hukum permintaan adalah hukum yang menjelaskan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Jika harga naik, jumlah barang yang diminta akan menurun, dan jika harga rendah maka jumlah barang yang diminta akan meningkat. Hukum permintaan tidak bersifat mutlak,

namun memiliki sifat mutlak dalam kondisi ceteris paribus (faktor-faktor lain yang dianggap tetap).

2. Jenis-jenis Permintaan

Permintaan Berdasarkan Daya Beli Konsumen

- a. **Permintaan Efektif**: Permintaan yang disertai dengan daya beli dan terjadinya transaksi.
- b. **Permintaan Potensial**: Permintaan yang disertai dengan daya beli, namun belum terjadi transaksi.
- c. **Permintaan Absolut**: Permintaan yang tidak disertai dengan daya beli.

3. Permintaan Berdasarkan Jumlahnya

- a. **Permintaan Individu**: Permintaan individu terhadap suatu barang atau jasa tertentu.
- b. **Permintaan Pasar**: Hasil penjumlahan dari permintaan-permintaan individu terhadap suatu barang atau jasa tertentu pada saat bersamaan.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan

- a. **Ketersediaan dan perubahan harga barang** sejenis (barang pengganti dan pelengkap).
- b. **Jumlah pendapatan** masyarakat.
- c. **Selera konsumen**.
- d. **Intensitas kebutuhan konsumen**.
- e. **Perkiraan harga pada masa depan**.
- f. **Jumlah penduduk**.

5. Permintaan Batik Papua Tahun 2020

JAYAPURA, Menyambut Natal dan Tahun Baru biasanya permintaan pakaian batik khususnya batik jahit meningkat, namun saat di tengah pandemic covid-19, permintaan pakaian jahit mengalami penurunan permintaan. Hal tersebut diakui Karyawati Citra Batik Papua di Sentani. Diakui, menjelang Natal dan Tahun Baru ditahun 2020 permintaan jahit baju batik tidak seramai tahun-tahun sebelumnya. "Biasanya memasuki awal Desember kami sudah close order karena orderan jahit pakaian keluarga, pakian gereja dan group-group sudah banyak, namun saat ini ada tetapi tidak sebanyak tahun lalu,

1-4 pesanan keluarga saja," katanya kepada Cenderawasih Pos, Selasa (1/12) kemarin. Pihaknya harapkan kedepan mungkin orderan mulai meningkat, karena sampai saat ini pihaknya masih menerima orderan pakaian jahit dari konsumennya. "Kami masih membuka kesempatan bagi para konsumen yang ingin menjahit baju di Citra Batik, harga yang kami sediakan juga masih sangat terjangkau mulai dari Rp 200 ribu untuk blus dan kameja, Rp 350 ribu untuk dress wanita maupun blus dan rok," jelasnya.

Sementara itu, Owner Butik Perempuan Papua, Rita Yoafifi menjelaskan, khusus untuk Butik Perempuan Papua, ditengah pandemic covid-19, permintaan rok lilit cukup banyak dicari." Permintaan rok lilit bukan saja di area Jayapura dan sekitarnya, di luar Jayapura yakni Timika, Merauke dan daerah lainnya juga banyak yang melakukan pemesanan via medsos," katanya. Diakuinya, untuk rok lilit dijual mulai dari Rp 150 ribu - Rp 180 ribu, dimana harga tergantung ukuran, sementara untuk koleksi dress batik dihargai mulai dari Rp 180 ribu - Rp 250 ribu."Puji Tuhan permintaan konsumen masih sangat tinggi, mulai terlihat dari bulan Oktober, sampai saat ini, kami malah kewalahan melayani orderan konsumen karena keterbatasan tenaga kerja, namun sebisa mungkin kami selalu memenuhi permintaan konsumen kami," katanya.

6. Permintaan Batik Papua tahun 2011

Biak (Antara Maluku) Permintaan pakaian batik dengan motif khas Papua sejak awal Desember 2011 di penjahit serta penjual di kabupaten Biak Numfor mengalami peningkatan, menjelang perayaan hari raya Natal 25 Desember. Airuddin, salah seorang penjahit di Biak, Minggu, mengatakan, peningkatan permintaan pakaian batik motif Papua yang bergambar burung Cenderawasih, Tifa hingga lukisan yang bernuansa budaya Papua akan kian meningkat mendekati hari raya Natal. "Pemesanan kain batik khas Papua akan dilayani selama persediaan masih ada, ya ada masyarakat yang membawa bahan batik untuk

dijahit," kata Airuddin, saat menanggapi permintaan batik khas Papua. Ia mengatakan, jangka waktu pembuatan untuk pakaian batik khas Papua paling lama satu pekan sejak bahan kain batik diterima. Saat menyinggung ongkos jahitan batik, Airuddin mengatakan, untuk biaya jasa yang diminta sangat bervariasi tergantung atas jenis bahan maupun mode yang diminta pemesan.

Harga jasa upah jahit pakaian batik biasa berkisar Rp. 150 ribu hingga Rp. 200 ribu disesuaikan dengan jenis bahan kain, ujar Airuddin. Dia mengatakan, hingga menjelang perayaan hari raya Natal 25 Desember permintaan lain yang juga meningkat adalah jenis celana panjang. "Pemesanan untuk menjahit celana panjang hingga saat ini masih dapat dilayani, ya paling lambat H-7 sebelum Natal bahannya sudah selesai dijahit," katanya. Sementara itu, beberapa toko dan swalayan yang menjual pakaian di kota Biak menjelang Natal dan tahun baru 1 Januari 2012 memberikan diskon sebesar 10 hingga 30 persen untuk berbagai jenis pakaian.

E. Penawaran

Penawaran adalah kuantitas barang dan jasa yang tersedia dan dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen pada setiap tingkat harga selama periode waktu tertentu. Pengertian ini berlaku dengan menganggap hal-hal lain selain harga tetap konstan (*ceteris paribus*). Suatu penawaran tidak mempersoalkan jauh dekatnya produsen, tetapi mempersoalkan kuantitas barang yang ditawarkan berkaitan dengan variabel harga. Mengutip modul *Distribution of Goods and Services* oleh NIOS, penawaran diartikan suatu barang atau jasa memiliki jumlah komoditas yang ditawarkan oleh penjual untuk dijual dengan harga dan waktu tertentu. Penawaran meliputi tiga hal utama, yaitu:

1. Jumlah komoditas yang ditawarkan oleh penjual.
2. Harga komoditas yang diberikan.
3. Jangka waktu penjual bersedia menjajalkan jumlah komoditas atau produk barang dan jasa.

a. Hukum Penawaran

Hukum penawaran adalah apabila harga suatu barang dan jasa meningkat, kuantitas yang ditawarkan juga akan meningkat. Sebaliknya, apabila harga suatu barang dan jasa menurun, kuantitas yang ditawarkan juga akan menurun, ceteris paribus.

b. Faktor-faktor yang Memengaruhi Penawaran

Berikut beberapa faktor yang dapat memengaruhi penawaran, yaitu:

- 1) Harga produk: Harga barang adalah faktor utama yang memengaruhi penawaran. Peningkatan dan penurunan harga barang akan berpengaruh pada keuntungan yang didapat dari penjualan barang atau jasa. Spekulasi tentang harga produk di masa depan dapat memengaruhi penawaran suatu produk. Jika harga produk naik di masa depan, maka pasokan produk tersebut akan berkurang di pasar saat ini karena keuntungan yang diharapkan oleh penjual di masa depan, begitupun sebaliknya.
- 2) Kemajuan teknologi: Peningkatan teknologi berarti bahwa jumlah input yang dibutuhkan lebih sedikit, atau biaya input yang diperlukan berkurang. Jika biaya produksi lebih rendah, produsen terdorong untuk meningkatkan output.
- 3) Biaya produksi Dinamika biaya produksi juga memiliki peran penting dalam memengaruhi penawaran barang dan jasa dari produsen. Jika peningkatan biaya sangat tinggi, produsen cenderung mengurangi produksi, sehingga menurunkan penawaran.
- 4) Persediaan sarana produksi: Produksi akan terganggu jika persediaan sarana produksi kurang. Penawaran beras pada daerah tertentu cenderung menurun karena banyak lahan pertanian yang berubah fungsi menjadi daerah industri.

- 5) Peningkatan jumlah produsen: Jika penjualan suatu produk mendatangkan keuntungan, maka kemungkinan besar pemodal-pemodal baru akan berdatangan dan berkecimpung di usaha tersebut. Dengan bertambahnya produsen baru ini, penawaran akan suatu barang atau jasa pun ³¹ t meningkat.
- 6) Peristiwa alam: Jika terjadi banjir atau musim kemarau yang berkepanjangan, hasil panen padi akan berkurang drastis. Kejadian seperti ini akan mengurangi penawaran barang.
- 7) Ekspektasi atau harapan produsen: Jika produsen berekspektasi ³¹ an situasi perekonomian yang membaik pada satu tahun mendatang, maka pada saat ini mereka akan menjual barang atau jasa lebih ³¹ nyak. Begitupun sebaliknya.
- 8) Harga barang dan jasa lain: Beberapa barang dan jasa ada yang bersifat komplementer, dan ada pula yang bersifat substitusi. Contohnya, jika harga laptop meningkat, penawaran laptop pun meningkat. Hal ini mendorong produsen untuk meningkatkan pula penawaran printer hingga flash disk.
- 9) Pajak: Pajak yang ditetapkan pemerintah terhadap suatu produk dapat memengaruhi kuantitas produk di pasaran. Hal ini dapat terjadi sebab biaya yang dikeluarkan untuk suatu produk akan bertambah dengan adanya pajak. Pajak akan memengaruhi penawaran karena kuantitas produk yang tinggi tentunya berbanding lurus dengan pajak yang harus dibayarkan perusahaan.

F. PON Papua Meningkatkan Batik Papua

Meriahkan PON Papua, 100 UMKM ikut Festival Kopi di Jayapura. Motif PON ini laku keras, antusias tamu cukup besar. Jadi produk seperti kaos dan jaket PON itu habis. Kami minta maaf bila ada yang tidak kebagian,” kata Ismul. Adapun batik motif yang paling laku terjual adalah motif Cendrawasih yang

memang menjadi ikon dari Tanah Papua. Peningkatan penjualan batik khas Papua juga dirasakan oleh pegiat Batik Tulis Port Numbay Jimmy Afaar berkat hadirnya PON Papua. Jimmy menyebutkan mama-mama yang bekerja untuk Batik Port Numbay sangat produktif menyambut PON Papua karena banjir pesanan mengerjakan batik tulis dengan motif-motif khusus dari berbagai suku di empat klaster penyelenggaraan PON Papua.

Salah satu pembelinya bahkan berasal dari kalangan menteri yaitu Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. "Sebelum PON digelar tiap provinsi dari Indonesia sudah memesan kepada saya. Mereka meminta motifnya dan kami kerjakan. Ini adalah salah satu oleh-oleh yang diidam-idamkan dari seluruh peserta kontingen PON ke Papua harus pulang membawa batik khusus Papua karena unik," ujar Jimmy. Batik Papua menjadi salah satu buah tangan incaran masyarakat dari luar Papua yang datang ke Bumi Cendrawasih untuk ikut berpartisipasi di PON XX Papua.

STUDI KASUS

Faktor Penentu Permintaan Kain Batikpapua Di Kabupaten Manokwari

Kain batik motif Papua yang berkembang di berbagai daerah di Papua memiliki ciri khas masing-masing, mulai dari motif, corak serta warna yang digunakan. Begitu pula dengan penjualan kain batik motif Papua yang dijual di Kabupaten Manokwari. Kain batik motif Papua yang berkembang di berbagai daerah memiliki ciri khas masing-masing, mulai dari motif, corak serta warna yang digunakan, begitu pula dengan perkembangan kain batik motif Papua di Kabupaten Manokwari. Sejauh ini kain batik motif Papua tidak hanya digemari oleh masyarakat Manokwari saja, namun banyak masyarakat dari luar daerah yang menyukai kain batik motif Papua (Yuafni *et al.*, 2012). Berdasarkan survei awal di peroleh data bahwa di Distrik Manokwari Barat terdapat tujuh usaha penjualan kain batik motif Papua yang tersebar di berbagai lokasi.

Kain batik motif Papua merupakan salah satu produk yang paling banyak diminati masyarakat dan juga sudah menjadi kebutuhan masyarakat karena kain batik motif Papua memiliki ciri khas atau motif yang berbeda dengan kain batik lainnya. Kain batik motif Papua juga sangat unik dan khas karena terinspirasi dari tradisi, kebudayaan dan keadaan alam Papua. Pada kain batik motif Papua, menonjolkan burung Cenderawasih dan tifa dengan warna keemasan, sehingga terlihat menyolok dengan dasaran warna-warna cerah seperti merah, kuning, hijau dan tidak terbatas oleh warna terang maupun gelap. Dibandingkan dengan kain batik motif Jawa yang cenderung kalem dan kebanyakan berwarna coklat. Kain batik motif Jawa lebih banyak menggunakan corak tumbuhan, daun, bunga dan sulur-sulur. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menjaga dan melestarikan kebudayaan Papua adalah dengan melestarikan kain batik motif Papua. Menurut Wahdiyanti (2015), terdapat 10 gambar kain batik motif Papua dan artinya disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 2. Motif-Motif Gambar Kain Batik Motif Papua dan Artinya

No	Motif Gambar	Arti
1.	Motif Burung Cenderawasih	Motif burung Cenderawasih merupakan maskot utama dari Papua
2.	Motif batik Tifa	Motif batik Tifa bermakna mengenalkan salah satu alat musik tradisional Papua
3.	Motif Rumah Honai	Motif Rumah Honai menggambarkan rumah adat Papua
4.	Motif Panah	Motif Panah bermakna mengenalkan salah satu senjata tradisional khas Papua
5.	Motif Tombak	Motif Tombak merupakan lambang tradisi orang Papua dalam segi sistem mata pencaharian
6.	Motif Patung	Motif Patung melambangkan tradisi orang Papua dalam berkesenian
7.	Motif Tameng	Motif Tameng menggambarkan salah satu senjata tradisional khas Papua
8.	Motif Bumerang	Motif Bumerang bermakna mengenalkan salah satu senjata tradisional Papua yang sudah hampir punah
9.	Motif Koteka	Motif Koteka bermakna mengenalkan pakaian adat Papua
10.	Motif Kapak Batu	Motif Kapak Batu bermakna untuk mengenalkan alat tradisional khas Papua

Sumber: Wahdiyanti (2015)

Kain batik motif Papua mempunyai gambar dasar diantaranya motif burung Cenderawasih dan motif batik tifa, motif rumah honai dan motif panah, motif tombak dan motif patung, motif tameng dan motif bumerang, motif koteka dan motif kapak batu. Pada umumnya pembeli memutuskan untuk membeli kain batik tidak hanya berdasarkan motif tetapi juga berdasarkan warna, jenis bahan dan harga. Sukirno (2010), para pembeli atau konsumen cenderung untuk membeli lebih banyak barang pada harga yang rendah dan mengurangi pembeliannya pada harga yang tinggi. Seorang konsumen menentukan jumlah dan komposisi dari barang yang dibelinya berdasarkan hasil interaksi dengan penjual.

Selain perkiraan harga di masa yang akan datang dan distribusi pendapatan dan jumlah penduduk. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat permintaan kain batik motif Papua, antara lain: harga, harga barang lain, selera dan pendapatan. Selain itu

terdapat juga faktor-faktor lain yang merupakan karakteristik pembeli seperti usia, jenis kelamin dan tingkat pendidikan yang turut mempengaruhi jumlah permintaan kain batik Papua. Faktor pertama adalah harga. Pada hakikatnya, hukum permintaan menyatakan bahwa “semakin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut” (Sukirno, 2010). Jadi hubungan antara harga kain batik motif Papua dengan permintaan kain batik motif Papua itu sendiri sangatlah jelas. Kenaikan harga kain batik motif Papua akan berpengaruh kepada berkurangnya tingkat permintaan kain batik motif Papua dan sebaliknya, penurunan harga kain batik motif Papua akan meningkatkan permintaan kain batik motif Papua.

Faktor kedua adalah barang lain atau barang pengganti merupakan suatu barang yang permintaannya, langsung dipengaruhi oleh harga barang lain. Apabila kain batik motif Papua mengalami kenaikan harga, maka permintaan akan turun, sedangkan permintaan akan barang substitusi dari barang tersebut akan meningkat (Utomo *et.al.*, 2012). Faktor pertama dan kedua diduga tidak mempengaruhi jumlah permintaan kain batik. Jumlah permintaan akan terus ada berapapun harga kain batik yang ditawarkan karena batik Papua telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat.

Faktor ketiga adalah selera. Selera adalah kesukaan pilihan konsumen untuk mendapatkan kepuasan tertentu. Hal-hal yang mendasari konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Pengambilan keputusan selalu didasari dengan pertimbangan yang matang agar konsumen mendapatkan keinginan atau kepuasan yang maksimal. Contohnya, suka atau tidak suka kain batik motif Papua (Budiarto *et.al.*, 2013). Faktor yang keempat adalah pendapatan. Lestariningsih (2006) dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa semakin besar tingkat pendapatan pembeli kain batik maka pergerakan permintaan kain batik juga cenderung akan meningkat.

Mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan (demand) produk lokal kain batik motif Papua di Distrik Manokwari Barat Kabupaten Manokwari. Permintaan telah banyak berfokus pada harga dan pendapatan, sementara ada beberapa faktor lainnya yang juga turut menentukan meningkatnya permintaan selain harga. Dengan demikian tujuan penelitian ini yang berbeda dari penelitian yang telah ada sebelumnya adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor selain harga terhadap permintaan produk kain batik motif Papua di Distrik Manokwari Barat Kabupaten Manokwari. Faktor tersebut antara lain selera, usia, jenis kelamin dan tingkat pendidikan. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penelitian ini akan menganalisis pengaruh selera, usia, jenis kelamin dan tingkat pendidikan terhadap jumlah permintaan pada produk lokal kain batik motif Papua di Distrik Manokwari Barat Kabupaten Manokwari.

RANGKUMAN

141

Lingkungan: Elemen-elemen diluar organisasi yang mempunyai pengaruh terhadap kehidupan organisasi. Bisnis: Segala upaya manusia yang bertujuan untuk menciptakan pendapatan atau keuntungan. Lingkungan Bisnis adalah keseluruhan unsur/elemen yang dapat mempengaruhi perilaku dan kinerja organisasi untuk menciptakan pendapatan atau keuntungan. Pengertian lain lingkungan bisnis adalah kondisi yang terjadi di sekitar bisnis atau perusahaan yang dapat memengaruhi laju usaha tersebut.

Hal ini penting untuk menjadi perhatian perusahaan karena akan memengaruhi performa perusahaan. 4 faktor yang harus dipertimbangkan dalam lingkungan internal yaitu:

1. Pemasaran: Reputasi perusahaan pangsa pasar, kepuasan konsumen customer retention, kualitas pelayanan, efektifitas penetapan harga, efektivitas inovasi dan daya jangkau geografis.
2. Keuangan: Biaya atau tersedianya modal, cash flow (arus uang tunai) dan stabilitas keuangan.
3. Produksi: Fasilitas, skala ekonomis, kapasitas, karyawan yang mampu dan setia, ketepatan waktu dalam berproduksi, dan keterampilan teknik produksi.
4. Organisasi: Kepemimpinan yang mampu dan berpandangan kedepan paera pegawai yang setia, orientasi kewirausahaan.

Papua adalah salah satu provinsi yang memiliki jutaan kekayaan alam dan tradisi kebudayaan menarik. Tak hanya di Pulau Jawa, salah satu pakaian khasnya yakni batik Papua. Jika dilihat dari kasat mata, motif dari batik satu ini terbilang sangat khas. Motif-motif mencolok di setiap helaian kainnya memiliki filosofis menarik di baliknya. Setelah mengetahui filosofi batik asal Papua, berikut berbagai motif kain yang menjadi daya tarik. Permintaan adalah sejumlah barang dan jasa yang diinginkan dan mampu dibeli oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan pada

berbagai tingkat harga dan waktu tertentu di pasar. Biasanya, tinggi permintaan. Penawara⁸⁸ adalah sesuatu yang dapat mempengaruhi harga pasar. Penawaran adalah kuantitas barang dan jasa yang tersedia dan dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen pada setiap tingkat harga selama periode waktu tertentu.

BAGIAN 6
FUNGSI PERUSAHAAN BATIK DI
JAWA BARAT

Secara umum definisi atau pengertian Perusahaan adalah suatu lembaga dalam bentuk organisasi yang beroperasi dengan tujuan untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat sehingga bisa memperoleh keuntungan. Perusahaan juga dapat didefinisikan sebagai suatu lembaga dalam bentuk organisasi yang dioperasikan dengan tujuan untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan motif atau insentif keuntungan.

Pengertian Perusahaan Menurut Para Ahli:

1. Murti Sumarni

Perusahaan merupakan sebuah unit kegiatan produksi yang mengolah sumber daya ekonomi untuk memproduksi barang dan jasa bagi masyarakat dengan tujuan menyediakan kebutuhan masyarakat dan mendapatkan keuntungan.

2. Willem Molengraaff

Selanjutnya adalah pengertian perusahaan menurut Willem Molengraaff. Menurut Willem Molengraaff perusahaan merupakan keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus menerus, bertindak ke luar untuk mendapatkan penghasilan dengan cara memperdagangkan, menyerahkan barang, atau pengadaan pembelian perdagangan.

3. Swastha dan Sukotjo

Perusahaan merupakan suatu organisasi produksi yang menggunakan dan mengkoordinir sumber-sumber ekonomi untuk memuaskan kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

Salah satu unsur yang terpenting dalam mendirikan perusahaan adalah menentukan lokasi perusahaan. Lokasi perusahaan yang dimaksud di sini adalah tempat kegiatan perusahaan dalam menjalankan operasi produksinya dan aktivitas administrasinya. Lokasi yang tepat dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan, karena itu dalam menentukan lokasi perlu diperhatikan beberapa faktor, yaitu sebagai berikut. Perusahaan juga dapat diartikan sebagai suatu tempat terjadinya seluruh kegiatan

produksi barang dan jasa. Berikut ini contoh-contoh perusahaan di bid¹³⁵ batik.

1. Membuat batik dengan berbagai macam motif.
2. Mendistribusikan hasil produksinya ke masyarakat baik negeri maupun luar negeri.
3. ¹³⁵ Melastarikan dan mengembangkan batik di Indonesia
4. Menciptakan desain batik dengan kualitas yang tinggi untuk di perdagangkan.
5. Memberi kesempatan kepada masyarakat luas untuk dapat berbusana batik yang bagus
6. Menunjang pasaran batik dalam negeri dan luar negeri sebagai komoditi ekspor non migas
7. Menjadikan batik sebagai tuan rumah di negeri sendiri.

Salah satu unsur yang terpenting dalam mendirikan perusahaan adalah menentukan lokasi perusahaan. Lokasi perusahaan yang dimaksud di sini adalah tempat kegiatan perusahaan dalam menjalankan operasi produksinyadan aktivitas administrasinya. Lokasi yang tepat dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan, karena itu dalam menentukan lokasi perlu diperhatikan beberapa faktor, yaitu:

1. Lingkungan masyarakat
2. Tenaga kerja
3. ⁵⁷ Sumber alam
4. Transportasi
5. Pasar
6. Pembangkit tenaga listrik
7. Tanah untuk ekspansi

Strukt⁵⁷ Organisasi

Organisasi adalah suatu sistem usaha kerjasama sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama. Jadi organisasi itu sendiri terdiri dari beberapa unsur yang saling berhubungan. Dalam melaksanakan suatu pekerjaan yang relatif besar membutuhkan kerjasama antara dua orang atau lebih. Untuk mencapai hasil yang lebih efektif dan efisien dalam menyelesaikan

pekerjaan, maka setiap orang yang terlibat dalam sistem pekerjaan tersebut harus mengetahui dengan jelas tugas dan tanggung Jawab masing-masing dalam menyelesaikan pekerjaan.

Struktur organisasi merupakan suatu kerangka hubungan antara pejabat maupun bidang kerja yang satu dengan yang lainnya sehingga akan tampak mengenai kepegawaiannya. Suatu organisasi dalam upaya mencapai tujuan mutlak memerlukan adanya struktur organisasi yang sesuai dengan aktivitas yang dijalankannya. Terlebih lagi suatu organisasi yang telah maju dan besar, struktur organisasi dapat berfungsi untuk memudahkan pimpinan dalam mengawasi aktivitas organisasi yang dipimpinnya, serta struktur organisasi yang baik dan teratur dapat membawa keuntungan dalam pelaksanaan pekerjaan dan dari struktur organisasi inilah dapat diketahui tentang kedudukan, tanggung Jawab, wewenang, tugas dan kewajiban dari masing-masing personel. Dengan struktur organisasi yang baik akan diperoleh keterangan mengenai:

1. Besar kecilnya organisasi yang bersangkutan.
2. Saluran perintah dan tanggung Jawab masing-masing personel.
3. Jabatan yang terdapat dalam organisasi beserta jabatannya.
4. Perincian dan tugas-tugas dari masing-masing unit organisasi

A. Sejarah Batik Jakarta

4

Primus Supriono dalam bukunya yang berjudul: "*The Heritage of Batik*": Identitas pemersatu kebangsaan bangsa (2016) upaya pembuatan dan penjualan batik di Jakarta sudah mulai sejak akhir abad ke-19. Sebagai kota dagang, pada mulanya upaya perbaikan di Jakarta hanya berupa perdagangan. Seiring dengan berjalannya waktu upaya pembuatan batik juga terjadi. Para pengrajin dan sekaligus pedagang batik dari daerah Solo, Yogya, Pekalongan, Cirebon dan daerah lainnya mulai membuat batik di Jakarta maka tumbuhlah sentra-sentra batik di Jakarta yang meliputi daerah-daerah Tanah Abang seperti di Karet, Bendungan Ilir, Bendungan Udik, Kebayoran Lama, Mampang Prapatan dan Tebet. Namun demikian, seiring dengan perkembangan Kota

Jakarta upaya perbatikan di Jakarta tergeser dan punah. Pembangunan gedung-gedung yang membuat harga tanah melangit menyebabkan upaya perbatikan tidak dianggap menguntungkan secara ekonomis. Kawasan sentra batik pun lenyap, Batik Betawi juga punah. Setelah lama menghilang pada tahun 2010, sesuai tuntutan zaman ada upaya untuk merevitalisasi Batik Betawi dan usaha itu berhasil menghidupkan lagi Batik Betawi. Lembaga Kebudayaan Betawi (LKB) sebuah Lembaga Kebudayaan yang bergerak di bidang pelestarian Budaya Betawi. Pemikiran LKB itu terwujud dengan berdirinya Yayasan Keluarga Batik Betawi pada tanggal 1 April 2012 di Jakarta. Yayasan Keluarga Batik Betawi (KKB) merupakan Himpunan para pengrajin batik Betawi yang mempersatukan diri karena mempunyai tujuan yang sama yaitu menghidupkan dan mengenalkan kembali batik Betawi kepada masyarakat.

8

1. Sejarah dan perkembangan batik Betawi

Batik Betawi yang kita kenal saat ini yaitu jenis batik yang berasal dari wilayah Jakarta. Jika kita merunut sejarah batik Betawi dari mulai era VOC) perusahaan dagang Belanda) yang dapat kita lihat melalui beberapa foto lawas, pada masa tersebut kota Batavia atau saat ini lebih dikenal dengan nama Jakarta yang merupakan akar budaya Betawi, pernah berkembang usaha batik pada saat itu namun para pengusaha dan pengrajin batiknya berasal dari kota seperti Pekalongan dan Solo yang memang sudah dikenal sebagai penghasil batik.

Pada abad ke-19 masa kolonial Belanda terdapat salah satu pengusaha batik premium yaitu Eliza Van Zuylen (1863 - 1947). Kain Batik buatan Eliza Van Zuylen ini hanya mampu dimiliki oleh wanita yang sangat kaya karena harganya yang sangat mahal. Pada masa tersebut gaji pegawai pemerintah kolonial Belanda kurang lebih 20 gulden dan kain batik berbentuk sarung ini yang selanjutnya biasa orang jaman dulu menyebutnya Sarung

Eliza Van Zuyten harganya sekitar tiga belas Gulden yang setara dengan harga tas Chanel atau sepatu Christian Louboutin saat ini.

Motif batik Eliza Van Zuylen dengan gaya 'Buketan' batik dengan ornamen utama bunga yang bergaya eropa. Kain batik yang melilit pinggang atau orang Jawa biasa sebut jarikan dan dikombinasikan dengan blouse dengan renda yang modis atau orang sekarang sebut kebaya. Motif batik yang dibuat untuk memenuhi selera orang eropa, biasanya kain batik tersebut berwarna cerah dengan desain naturalistik berbentuk burung dan rangkaian bunga dengan merek dagang *bouquets of flowers* 'buketan' dan batik tersebut diproduksi di kota Pekalongan dari tahun 1890-1946.



Seorang penulis seperti Suwati Kartika dalam judulnya "Batik Betawi: Dalam Perspektif Budaya Kreatif", mengatakan bahwa kemungkinan besar asal usul batik Betawi berasal dari asimilasi masyarakat Jawa dan daerah pesisiran penghasil batik dengan masyarakat Betawi yang menyatu, berkumpul serta tinggal dalam waktu yang lama pada satu lingkungan kota Batavia lalu menyebarkan budaya mereka dalam bentuk kain batik.

Penyebaran Batik

Batik adalah kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain itu. Pengolahannya melalui proses dengan cara tertentu yang memiliki kekhasan budaya lokal. Batik merupakan warisan dunia milik Nusantara. UNESCO menetapkan batik sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) pada 2 Oktober 2009 oleh UNESCO. Sejak keputusan itu, maka setiap tanggal 2 Oktober diperingati sebagai Hari Batik Nasional.

Awalnya, batik hanya digunakan untuk pakaian raja, keluarga kerajaan, para pekerja di dalam kerajaan. Karena pekerja di kerajaan tinggal di luar keraton, mereka sering membawa pekerjaan membatik ke luar kerajaan. Tak lama kemudian banyak masyarakat yang meniru membuat batik. Awalnya, kegiatan membatik ini hanya dikerjakan oleh perempuan saja untuk mengisi waktu senggang lalu berkembang menjadi pekerjaan tetap perempuan pada masa itu. Saat ini, membuat batik dapat dilakukan oleh siapa saja. Tidak ada yang dapat memastikan kapan batik tercipta, tetapi batik sudah ada sejak zaman Majapahit silam dan terus berkembang pada raja-raja selanjutnya.

Zaman Majapahit

Batik yang tumbuh di kerajaan Majapahit dapat ditelusuri di daerah Mojokerto dan Tulungagung. Pada waktu itu, daerah Tulungagung terkenal dengan nama daerah Blambangan. Daerah itu dikuasai oleh seorang yang bernama Adipati Kalang, yang tidak mau tunduk kepada kerajaan Majapahit. Saat itu Majapahit sedang berkembang. Adipati Kalang kemudian tewas dalam aksi polisionil yang dilancarkan oleh Majapahit di sekitar desa yang sekarang bernama Kalangbret. Keluarga kerajaan Majapahit dan tentaranya kemudian menetap di wilayah Bonorowo dan membawa kesenian batik ke wilayah tersebut. Pada akhir

abad ke 19, terdapat beberapa orang pengrajin batik mulai muncul di Mojokerto. Saat itu, bahan-bahan yang dipakai untuk membatik hanya kain putih yang ditenun sendiri dan menggunakan bahan-bahan tradisional. Pada akhir perang dunia pertama, batik cap mulai dikenal di Mojokerto yang diperkenalkan oleh pedagang Cina bersamaan dengan masuknya obat-obat pewarna batik dari luar negeri. Meskipun batik dikenal sejak jaman Majapahit, namun batik mulai menyebar sejak pesatnya perkembangan batik di daerah Solo dan Yogyakarta.

Internasional

Batik mulai dikenal oleh masyarakat luar negeri sejak diperkenalkan oleh presiden kedua Indonesia, Soeharto pada pertengahan tahun 80-an dengan memberikan batik sebagai cinderamata bagi tamu-tamu negara. Tak hanya itu, Presiden Soeharto juga mengenakan batik saat menghadiri konferensi PBB yang membuat batik semakin terkenal. Sejak pengukuhan batik menjadi warisan budaya Indonesia pada tanggal 2 Oktober 2009 silam, perkembangan batik di Indonesia makin pesat.

Berbagai macam batik dengan motif-motif baru serta corak dengan warna yang lebih menarik semakin bertambah. Pada awal kemunculannya, motif batik terbentuk dari simbol-simbol yang bernuansa tradisional Jawa, Islami, Hinduisme dan Budhisme. Seiring dengan perkembangan teknologi, pembuatan batik pun juga tidak terbatas dan menggunakan canting atau biasa disebut batik tulis. Batik cap yang dibuat menggunakan cap atau alat semacam stempel muncul untuk mempercepat waktu pembuatan batik. Namun, batik cap kurang dianggap memiliki nilai seni dan dihargai dengan murah dibandingkan dengan batik tulis.

Zaman Penyebaran Islam

Perkembangan batik saat zaman penyebaran Islam dapat ditelusuri di Jawa Timur, khususnya di daerah Ponorogo. Konon, di daerah Batoro Katong, terdapat seorang keturunan dari kerajaan Majapahit yang bernama Raden Katong yang merupakan adik dari Raden Patah. Batoro Katong inilah yang membawa agama Islam ke Ponorogo. Selanjutnya, di Ponorogo, di daerah Tegalsari terdapat sebuah pesantren yang diasuh oleh Kyai Hasan Basri. Kyai Hasan ini menjadi menantu raja di Keraton Solo pada saat itu. Istrinya yang berasal dari Solo yang membawa seni batik keluar dari keraton menuju ke Ponorogo. Di samping itu, banyak pula keluarga kraton Solo belajar di pesantren milik Kyai Hasan. Batik di kancah internasional.

2. Asal-Usul Batik Betawi



Sumber: <https://id.theasianparent.com/batik-Betawi>

Batik Betawi mulai dikerjakan di abad ke-19 di Batavia. Entah siapa yang pertama kali menciptakannya, tapi rumah mode Met zellar dan Van Zuylen yang waktu itu menjadi satu penghasilam batik paling populer di kalangan masyarakat kelas atas Batavia, keturunan Belanda, China

dan pribumi elite. Waktu itu pengasuhnya didominasi oleh orang-orang keturunan Tionghoa. Seiring berjalannya waktu, pengrajin batik di Jakarta semakin banyak, hingga masuk ke perkampungan-perkampungan Betawi. Salah satunya wilayah yang masih eksis memproduksi batik khas Betawi adalah kampung batik Betawi.

Melihat Proses Pembuatan Batik Betawi Di Setu Babakan

Batik Betawi di Setu Babakan Jakarta Selatan, dibuat dengan ditulis dan dicap dan gabungan antara keduanya. Batik cap dibuat dengan tahapan berikut:

- a. Membuat garis di atas kain sebagai patokan untuk mengecapkan motif pinggiran.
- b. Mengecapkan motif pinggiran di atas kain.
- c. Mengecapkan motif utama di tempat-tempat yang diinginkan.
- d. Menyiapkan bahan pewarna ke dalam bak pewarnaan.
- e. Mewarnai caranya, batik dicelupkan satu kali ke bak pewarnaan, lalu kain ditus (kain disampirkan ke tiang jemuran supaya air pewarnaan menetes). Setelah tetesan air habis, kain dicelupkan kembali ke bak pewarnaan dan ditus lagi, demikian beberapa kali dilakukan sampai warnanya dirasakan cukup.
- f. Kain dilorod sekitar 10-15 menit, yakni direbus dalam air mendidih untuk melepaskan malam (lilin batik) dari kain.
- g. Kain dibilas atau dicuci bersih, baru kemudian dijemur.



Batik tulis, pembuatannya nyaris sama dengan batik cap. Perbedaannya adalah pada batik cap, motif dibuat dengan dicap, adapun pada batik tulis, motif dibuat dengan ditulis menggunakan canting. Cara pembuatan batik tulis sebagai berikut:

- a. Membuat desain motif. Desain dibuat secara langsung di atas kertas atau dengan menjiplakkan gambar di atas kertas. Desain yang dibuat secara langsung adalah desain untuk satu motif atau lebih dari satu motif namun untuk tiap motifnya berbeda-beda. Adapun desain yang dibuat dengan menjiplak adalah desain untuk banyak motif namun semua motifnya sama.
- b. Ngglowong, yakni membuat batasan motif.
- c. Isen-isen, yakni mengisi bagian-bagian yang kosong. Pengerjaannya 2 minggu sampai 1 bulan. Bergantung kerumitan serta banyaknya motif.
- d. Ngeblok atau nutup, yakni menutup kain dengan malam.
- e. Proses pewarnaan sampai penjemuran. Prosesnya sama dengan proses pada batik cap. Apabila menggunakan satu warna maka kain yang sudah melalui proses ngglowong dan isen langsung diwarnai. Caranya dengan memasukkan kain ke bak pewarnaan. Selanjutnya bak pewarnaan digoyang-goyang secara perlahan agar warna menyerap secara merata ke kain. Setelah dirasa warna menyerap lalu kain ditus. Usai ditus, kain dilorod, dibilas, lalu dijemur. Apabila menggunakan lebih dari 1 warna (misalnya 2 warna) maka setelah kain melalui proses pewarnaan tahap satu, kain tidak langsung dilorod. Melainkan kain ditutup kembali lalu diwarnai lagi, ditus, dilorod, dibilas, lalu dijemur.



Kain batik yang menggunakan warna sintetis, penjemurannya memerlukan sinar matahari secara langsung.

3. **Macam-Macam Motif Batik Jakarta**

a. **Motif Pencakar Langit**



Motif ini menggambarkan ondel-ondel sebagai maskot Betawi yang berdiri kokoh di antara bangunan-bangunan pencakar langit, kemajuan teknologi, dan derasnya komunikasi modern di Jakarta. Semaju apapun Jakarta, ondel-ondel tetaplah menjadi penyemangat dalam mempertahankan budaya Betawi. Jakarta tidak akan meninggalkan tradisi yang berakar dari nenek moyang walaupun terus berkembang secara teknologi.

b. Motif Jali-Jali



Motif ini tercipta dari sejarah sederhana tentang jail-jali Jakarta. Motif ini untuk mengenang bahwa dahulu di Jakarta banyak sekali jail-jali. Pohon ini paling disukai anak-anak karena buahnya sering dijadikan kalung dan gelang. Jali-jali juga diabadikan dalam sebuah lagu tradisional Betawi.

c. Motif Burung Hong



Seperti namanya, motif Batik Betawi ini memiliki gambar Bur⁶⁶ Hong yang merupakan lambang kebahagiaan. Motif ini mendapat banyak pengaruh dari budaya Tiongkok dan Arab. Motif Burung Hong biasanya didominasi dengan warna merah dan kuning.

d. Motif Penganten Betawi



Motif ini menggambarkan pakaian pengantin laki-laki dan perempuan Betawi yang merupakan percampuran budaya Tiongkok dan Arab. Dalam motif ini ada bermacam warna yang tersedia, baik yang terang maupun yang gelap.

e. Motif Penari Ngaronjeng



Dalam motif Batik Betawi ini tari Ngaronjeng menggambarkan seorang wanita yang sedang menari dengan pakaian bagus. Melalui motif inilah kesenian Betawi dikenal warga Jakarta bahkan hingga wisatawan mancanegara. Tersedia beragam warna pada motif ini. Ada warna terang dan juga gelap.

f. Motif kain Bertumpal atau Pucuk Rebung



Memiliki bentuk berupa jajaran segitiga yang saling berhadapan atau berlawanan. Motif ini biasanya didominasi dengan warna merah dan kuning. Sementara itu, warna dasar kain umumnya berwarna hitam atau biru. Untuk pemakaiannya, kain batik motif pucuk rebung ini dipakai pada kain bagian depan.

g. Motif loreng Ondel-ondel



Motif ini dibuat dengan mengangkat boneka ondel-ondel yang merupakan maskot kota Jakarta. Figur ondel-ondel yang digambarkan umumnya lengkap sepasang laki-laki dan perempuan. Dalam motif Batik Betawi ini ada kembang kelape sepasang ondel-ondel dengan memakai pakaian lengkap. Pemilihan warnanya

biasa didominasi merah dan kuning, tapi juga dapat bervariasi sesuai keinginan pembuat. Warna yang digunakan pada motif Batik Betawi ini adalah warna-warna. Warna merah bermakna kemauan yang besar untuk belajar, dinamis, dan berani. Warna kuning memiliki arti kehangatan, kecerdikan dan berbakat dalam bisnis. Warna biru berarti mempertahankan aturan, kebiasaan dan tradisi yang berlaku. Warna hijau punya makna harmoni dan kebersamaan. Warna putih berarti suci dan religious. Sementara itu, warna hitam bermakna petualang, imajinatif dan misterius.

75

B. Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana selaras langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Dalam era persaingan usaha yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh pada strategi pemasaran yang dijalkannya. Produk-produk yang dipasarkan dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk tersebut.

Dengan demikian pelanggan mau dan rela untuk kembali menikmati apa yang ditawarkan oleh perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia bagi perusahaan. Sedangkan untuk dapat mendistribusikan kualitas dibidang jasa merupakan hal yang tidak mudah. Oleh karena itu dalam proses pendistribusian barang kepada konsumen harus ada perhatian penuh dari manajemen pemasaran paling atas hingga karyawan level bawah

Salah satu masalah pokok yang menjadi kendala dalam pemasaran adalah banyaknya saingan di dalam pasar itu sendiri baik dari produk sejenis maupun dari produk lain. Hal tersebut merupakan tanggung Jawab besar yang harus dimenangkan oleh suatu perusahaan jika ingin tetap eksis di dalam persaingan bisnis. Persaingan yang semakin tajam dan perubahan-perubahan yang terus terjadi harus dapat dijadikan pelajaran oleh manajemen pemasaran agar dapat selalu proaktif mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi baik untuk masa sekarang dan akan datang.

1. Konsep Pemasaran

Kotler dan Keller (2013: 21) mengatakan bahwa konsep pemasaran adalah kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibanding pesaing. Ada beberapa konsep pemasaran yang perlu kita pertimbangkan, yaitu:

- a. Kebutuhan adalah suatu keadaan dirasakannya ketiadaan kepuasan dasar tertentu dan sifatnya ada dan terletak dalam tubuh dan kondisi manusia. Misalnya kebutuhan akan sandang, pangan dan papan, keamanan, penghargaan.
- b. Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam. Misalnya setiap orang membutuhkan makan tetapi dapat dipuaskan melalui jenis makanan yang berbeda seperti orang yang satu makan roti yang lainnya makan nasi soto.
- c. Permintaan adalah keinginan terhadap produk-produk tertentu yang didukung oleh suatu kemampuan dan kemauan untuk membelinya. Misalnya banyak orang ingin mobil Mercedes, namun hanya sedikit orang yang mampu dan mau membelinya.

- d. Produk atau tawaran adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan berupa barang, jasa maupun ide-ide. Misalnya sebuah restoran fast-food menawarkan barang-barang (seperti hamburger, kentang goreng, soft drink), jasa-jasa (seperti pembelian, memasak, dan tempat duduk), dan ide (seperti "hemat waktu").
- e. Nilai dan kepuasan merupakan suatu dimana pembeli atau sasaran merasakan terpenuhinya keinginan atau kebutuhannya, sehingga membuktikan produk dan tawaran berhasil.

2. Strategi Pemasaran

Hal-Hal perlu dipertimbangkan sebelum menerapkan Strategi Pemasaran Produk, menerapkan strategi pemasaran diawali dengan menganalisa secara keseluruhan dari situasi perusahaan. Pemasar harus melakukan analisis SWOT (SWOT analysis), dimana ia menilai kekuatan (*strengths* [S]), kelemahan (*weaknesses* [W]), peluang (*opportunities* [O]), dan ancaman (*threats* [T]) perusahaan secara keseluruhan:

- a. Kekuatan (*Strengths*) meliputi kemampuan internal, sumber daya, dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuannya;
- b. Kelemahan (*Weaknesses*) meliputi keterbatasan internal dan faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa perusahaan;
- c. Peluang (*Opportunities*) adalah faktor atau tren yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan;
- d. Ancaman (*Threats*) adalah faktor pada lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan.

3. Peran Pemasaran Dalam Organisasi

Dalam organisasi, baik organisasi non-laba maupun perusahaan, yang mempunyai beberapa jenjang manajerial, peran pemasaran untuk masing-masing jenjang pasti berbeda. Sebuah perusahaan yang besar misalnya, mempunyai tiga jenjang manajerial, yaitu manajemen puncak, manajemen madya dan manajemen operasional. Jika dilihat pada jenjang organisasionalnya, jenjang paling atas disebut jenjang korporet, jenjang menengah disebut jenjang unit bisnis strategic, dan jenjang yang paling bawah disebut jenjang operasional. Pemasaran dibutuhkan oleh setiap jenjang dengan peran yang berbeda seperti dikemukakan oleh Swastha (2014) sebagai berikut:

a. Jenjang Corporate

Pada jenjang ini, nama pemasarannya disebut pemasaran korporet (corporate marketing) dengan peran:

- 1) Mengkampanyekan orientasi pelanggan dengan selalu mengutamakan pandangan pelanggan.
- 2) Memperkirakan daya tarik pasar dengan cara menganalisis kebutuhan dan persyaratan pelanggan, penawaran-penawaran kompetitif yang sangat potensial bagi perusahaan, dan memperkirakan efektifitas kompetitif yang potensial.
- 3) Mengembangkan patokan nilai keseluruhan perusahaan yang mencerminkan kebutuhan pelanggan dan menjabarkannya ke seluruh perusahaan maupun pasarnya.

Dari ketiga peran utama tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran sebagai kultur atau budaya lebih diutamakan. Budaya disini mencakup sejumlah nilai-nilai dan keyakinan dasar tentang kepentingan pokok pelanggan.

b. Jenjang Unit Bisnis Strategik

Nama pemasaran untuk jenjang ini disebut pemasaran strategik (*strategic marketing*) dengan peran:

- 1) Menentukan bagaimana melakukan persaingan (mensegmentasikan pasar, menentukan pasar sasaran, dan memposisikan produk) di bisnis tertentu dengan melakukan analisis pesaing dan sumber perusahaan secara lebih detail dan cermat.
- 2) Memutuskan kapan dan bagaimana cara melakukan kemitraan. Jenjang unit bisnis strategi ini lebih menekankan pemasaran sebagai strategi.

4. Jenjang Operasional atau Fungsional

Dalam jenjang yang paling bawah ini peran pemasarannya disebut manajemen pemasaran (*marketing management*). Pemasaran berperan :

- a. Merumuskan dan mengimplementasikan program-program pemasaran yang didasarkan pada bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu: produk (*product*), penetapan harga (*price*), distribusi (*place/distribution*) dan promosi (*promotion*) atau disingkat dengan 4P;
- b. Mengelola hubungan yang harmonis dengan pelanggan dan penyalur. Pada jenjang ini operasional ini pemasaran diutamakan sebagai taktik.

Tentang siapa yang bertanggung Jawab dalam pemasaran, masing-masing jenjang sudah memberikan batasan batasannya. Meskipun setiap orang dalam perusahaan memiliki budaya pemasaran, namun tanggung Jawab pemasaran ada pada manajer pemasaran atau eksekutif pemasaran, yaitu orang yang bertanggung Jawab untuk mengambil keputusan yang signifikan di bidang pemasaran. Nama-nama jabatan yang bertanggung Jawab dalam pengambilan keputusan pemasaran dari berbagai jenjang antara lain: eksekutif pemasaran, manajer pemasaran, manajer merek, manajer produk, manajer

penjualan, manajer pengembangan produk dan informasi pemasaran.

67

Analisis Lingkungan Pemasaran

Lingkungan pemasaran adalah pelaku dan kekuatan diluar pemasaran yang mempengaruhi kemampuan manajemen pemasaran untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang berhasil dengan pelanggan sasaran. Lingkungan pemasaran terdiri dari lingkungan mikro dan lingkungan makro.

1. Lingkungan Mikro

Lingkungan mikro adalah pelaku yang dekat dengan perusahaan yang mempengaruhi hubungan perusahaan untuk melayani pelanggannya. Manajemen pemasaran tidak bisa melakukannya sendiri melainkan adanya pelaku di dalam lingkungan pemasaran yaitu: Perusahaan, manajer pemasaran yang harus bekerja sama dengan departemen perusahaan lain untuk "memikirkan konsumen". Mereka harus bekerja secara harmonis untuk menghantarkan nilai dan kepuasan yang unggul bagi konsumennya.

- a. Pemasok, merupakan yang menyediakan sumber daya bagi perusahaan dan mempunyai pengaruh terhadap ⁶³ sediaan dalam perusahaan.
- b. Perantara pemasaran, yaitu yang akan membantu perusahaan dalam menjual, mempromosikan, dan mendistribusikan produknya ke pembeli akhir.
- c. Pesaing, sel⁶³ h perusahaan harus menciptakan nilai dan kepuasan yang lebih besar dari saingannya
- d. Masyarakat, kelompok yang mempunyai potensi kepentingan aau kepentingan nyata yang berpengaruh pada kemampuan organisasi untuk mencapai tujuan
- e. Pelanggan, individu, kelompok, atau organisasi yang mengkonsumsi suatu produk.

2. Lingkungan Makro

Lingkungan makro adalah kekuatan sosial yang lebih besar yang mempengaruhi lingkungan mikro. Lingkungan makro terdiri dari:

- a. Lingkungan Demografis, yaitu studi kependudukan manusia menyangkut ukuran, kepadatan, lokasi, usia, ras, lapangan kerja dan data statistik lain. Beberapa tren demografis yang penting di Amerika Serikat:
 - 1) Struktur populasi yang berubah.
 - 2) Perubahan geografis dalam populasi.
 - 3) Populasi kerah putih yang lebih terdidik dan profesional
 - 4) Keragaman yang semakin meningkat.
- b. Lingkungan Ekonomi, faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli dan pola pengeluaran konsumen. Ada penambahan pendapatan dan mengubah pola pengeluaran konsumen.
- c. Lingkungan teknologi yaitu kekuatan yang menciptakan teknologi baru, menciptakan produk dan peluang pasar yang baru.
- d. Lingkungan Alam, yaitu sumber daya alam yang diperlukan sebagai masukan bagi pemasar atau yang dipengaruhi oleh kegiatan pemasaran.
- e. Lingkungan Politik, adalah hal yang berhubungan dengan hukum, badan pemerintahan dan kelompok LSM yang mempengaruhi dan membatasi berbagai organisasi dan individu dalam masyarakat tertentu.
 - 1) Undang-undang yang mengatur bisnis
 - 2) Peningkatan tekanan terhadap tindakan yang bertanggung jawab secara etika dan sosial.
- f. Lingkungan Budaya, yaitu institusi dan kekuatan lain yang mempengaruhi nilai dasar, persepsi, selera, dan perilaku masyarakat.

C. Promosi

Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang digunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan.

Promosi menunjuk pada berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan mengenai promosi yaitu dasar kegiatan promosi adalah komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan. Kegiatan promosi dewasa ini dirasakan semakin penting dan dibutuhkan. Hal ini terjadi karena adanya jarak antara produsen dan konsumen yang bertambah jauh dan jumlah pelanggan potensial yang bertambah banyak serta adanya perantara. Dengan adanya perantara ini maka perusahaan tidak lagi untuk berkomunikasi dengan konsumen.

1. Periklanan

Periklanan adalah sebuah promosi, gagasan, pesan-pesan penjualan persuasif kepada pelanggan dan calon pembeli dengan mempergunakan media. Pesan tentang manfaat produk perusahaan atau kebijaksanaan pemasaran yang disampaikan kepada pelanggan dan calon pembeli itu disebut iklan. Pesan tersebut dapat disampaikan dengan tulisan, gambar diam, gambar hidup, suara ataupun kombinasi dari cara-cara itu.

a. Jenis-jenis Iklan

1) Iklan Konsumen

Iklan Konsumen ini mencakup tentang beberapa macam barang yang dikonsumsi atau digunakan oleh

para masyarakat, seperti: Barang Konsumen, seperti bahan makanan. Shampo, sabun dan sebagainya. Barang tahan lama, seperti bangunan tempat tinggal, mobil, perhiasan dan sebagainya. Jasa Konsumen, seperti pelayanan untuk keamanan dan kesejahteraan seperti Bank, Asuransi, Investasi, dan sebagainya.

2) Iklan Antar Bisnis

Kegunaan iklan antar bisnis adalah mempromosikan barang-barang dan jasa non-konsumen, artinya baik pemasang maupun sasaran iklan sama-sama perusahaan. Produk yang diiklankan adalah barang antara yang harus diolah menjadi unsur-unsur produksi. Termasuk disini adalah barang antara yang harus diolah atau menjadi unsur-unsur produksi. Termasuk disini adalah pengiklanan bahan-bahan mentah, komponen, suku cadang, dan aksesoris-aksesoris, fasilitas pabrik dan mesin, serta jasa-jasa seperti Asuransi, pasokan alat tulis kantor dan lain-lain.

3) Iklan Perdagangan

Kegunaan iklan perdagangan adalah memberikan informasi kepada para pedagang atau saudagar tentang barang-barang yang tersedia untuk dijual kembali, apakah dengan mengingatkan mereka pada merek-merek yang terkenal, memperkenalkan barang-barang baru atau tak jarang mengumumkan hal-hal khusus untuk membantu para pengecer menjajakan barang-barang tersebut, misalkan potongan harga, pengemaan baru, rencana-rencana kampanye iklan konsumen atau promosi penjualan.

b. Manfaat Iklan Bagi Kegiatan Penjualan

Iklan yang efektif dapat menunjang keberhasilan penjualan produk. Berikut ini disajikan beberapa manfaat program periklanan bagi kegiatan penjualan.

- 1) Petunjuk Jalan
- 2) Sebagai pembuka pintu
- 3) Menjamin Ketepatan Waktu Pertemuan
- 4) Menindak Lanjuti Kunjungan sales Executives
- 5) Menghangatkan Hubungan Bagian Penjualan Dengan Calon Pembeli
- 6) Meningkatkan Mutu Hubungan Dengan Pelanggan.

2. Pemilihan dan Penentuan Media

Dalam proses seleksi media yang akan digunakan dalam kampanye promosi, pimpinan perusahaan harus mempertimbangkan sifat-sifat periklanan golongan-golongan utama media. Istilah sifat dipilih disini, bukan sebuah keuntungan dan kerugian. Sebagai contohnya, satu sifat radio menimbulkan sebagai media pengiklanan adalah bahwa radio menimbulkan kesan lewat pendengaran. Buat banyak produk, sifat ini merupakan keuntungan. Akan tetapi bagi produk yang dapat diajukan secara baik dalam foto berwarna, sifat radio tersebut merupakan kerugian.

Ada beberapa media yang dijadikan sebagai pengiklana suatu perusahaan adalah sebagai berikut:

a. Media Cetak

Aimuna (2014) dalam bukunya *"Manajemen Periklanan"* Media cetak adalah suatu media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Media ini terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar, atau foto, dalam tata warna dan halaman putih. Fungsi utama media cetak adalah member informasi dan menghibur. Didalam pengertian ini, media cetak yang digunakan untuk periklanan dibatasi pada surat kabar dan majalah.

b. Media Televisi

Televise media yang paling baru dan berkembang paling banyak diantara media-media terpenting, dan mungkin seklai yang paling serbagun (versatile). Himbauannya datang lewat penglihatan maupun pendengaran; produk-produk dapat didemonstrasikan dan diterangkan.

Televisi sangat luwes dalam hal meliputi pasaran geografis serta mengenai waktu penyajian pesannya. Karena pesan sebagian datang lewat pendengaran, televisi dapat memanfaatkan pengaruh personal dramatis dari ucapan kata-kata pesan itu.

c. Media Radio

Seperti majalah, radio adalah media yang memiliki jangkauan selektif terhadap segmen pasar tertentu. Dalam masyarakat agraris dengan jangkauan wilayah yang sangat luas, radio telah menjawab kebutuhan untuk meyakinkan komunikasi yang dapat memicu perubahan masyarakat.

d. Sasaran Promosi

Promosi penjualan memiliki tiga kelompok sasaran, yaitu:

- 1) Tenaga penjual Harus secara antusias dan agresif menjual produk.
- 2) Penjual ritel didorong untuk memasok dan mempromosikan merek dengan cara diberikan imbalan berupa allowances, diskon, kontes, dan program pendukung periklanan lainnya.
- 3) Konsumen didorong untuk membeli merek dengan imbalan kupon, sampel, premi, cent-off deal, undian, dan insentif lainnya.

D. Saluran Distribusi Produk

Definisi Saluran Distribusi

Keputusan mengenai saluran distribusi dalam pemasaran adalah merupakan salah satu keputusan yang paling kritis yang dihadapi manajemen. Saluran yang dipilih akan mempengaruhi seluruh keputusan pemasaran yang lainnya. Dalam rangka untuk menyalurkan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen maka perusahaan harus benar-benar memilih atau menyeleksi saluran distribusi yang akan digunakan, sebab kesalahan dalam pemilihan saluran

distribusi ini dapat menghambat bahkan dapat memacetkan usaha¹² nyalurkan barang atau jasa tersebut.

Mengapa digunakan perantara pemasaran, salah satu alasan terbesar adalah melepaskan sejumlah pengendalian atas cara dan kepada siapa produk itu dijual, produsen seolah meletakkan nasib perusahaan ketangan perantara, dan manfaat yang diambil juga banyak antara lain banyak produsen kekurangan sumber dana finansial untuk menjalankan pemasaran secara langsung, banyak produsen yang telah merasakan hasil pengembalian dari investasi mereka lebih besar apabila menggunakan saluran pemasaran, dan dalam beberapa kasus, pemasaran langsung memang tidak layak karena pangsa pasar jadi sempit.

Tipe-tipe Distribusi

Distribusi berganda adalah penggunaan lebih dari satu saluran yang berbeda untuk melayani beberapa segmen pelanggan dengan tujuan untuk memperoleh akses yang optimal pada setiap segmen. Melalui strategi ini perusahaan dapat memperluas cakupan pasar, menurunkan biaya saluran dan lebih menyeragamkan penjualan.

Contoh sederhana tipe - tipe distribusi:

1. Produsen - konsumen, Contoh: warung makan
2. Produsen - retail - konsumen, Contoh: percetakan buku ke toko - toko
3. Produsen - whole seller - retailer - konsumen
4. Produsen - Agen - Retailer - Konsumen, Contoh: perusahaan majalah/Koran - agen Koran - loper Koran-konsumen
5. Produsen - Agen - Whole Seller - retailer - Konsumen, Contoh: Petani Mangga - pedagang pengepul - pedagang besar pengecer - konsumen.

Untuk memilih sebuah perusahaan memakai distrbusi panjang atau pendek tergantung dari: Lokasi, contoh: perusahaan Aqua

1. Daya beli masyarakat (sepeda motor – agen – konsumen)
2. Kebutuhan konsumen (odol, sabun)
3. Kebijakan manajemen
4. Mudah/tidak barang tersebut rusak
5. Pelayanan terhadap konsumen
6. Macam/jenis barang apakah barang konsumsi atau barang produksi.

Kebaikan dan keburukan saluran pendek maupun saluran panjang: Kebaikan saluran pendek:

1. Cepat mengetahui keinginan atau selera konsumen
2. Pengawasan barang lebih mudah
3. Biaya penyampaian relative kecil sehingga laba tinggi

Kelemahan saluran pendek:

1. Keuangan cenderung sulit diterima karena masih menunggu konsumen
2. Masih perlu tenaga marketing dan alat – alat promosi lain seperti showroom, display
3. Perluasan pasar relative sulit karena memnghadapi konsumen secara langsung

Kelemahan saluran panjang:

1. Tidak cepat mengetahui keinginan atau selera konsumen
2. Pengawasan barang sulit
3. Biaya penyampaian relatif sulit
4. Kebaikan saluran panjang: Keuangan cenderung cepat diterima karena pasar lebih luas.
5. Relative tidak perlu tenaga marketing dan alat-alat promosi lain seperti showroom, display.

Modifikasi Distribusi

Modifikasi saluran distribusi adalah mengubah susunan saluran distribusi yang ada berdasarkan evaluasi dan peninjauan ulang. Sistem ini perlu dilakukan secara terus-

menerus dan ditinjau dan diatur kembali untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan keadaan pasar.

Perubahan-perubahan di dalam pasar meliputi:

1. Perubahan dipasar konsumen dan perilaku konsumen, apakah berkembang atau menyempit.
2. Timbulnya kebutuhan baru sehubungan dengan jasa, suku cadang atau bantuan teknis.
3. Perubahan pandangan atau perspektif pesaing.
4. Perubahan kepentingan relatif dari tipe outlet.
5. Perubahan volume penjualan produk saat ini, misalnya produk telah mencapai tahap kedewasaan dalam siklus hidup produk (PLC).
6. Perubahan kemampuan finansial perusahaan.
7. Perubahan pada strategi produk (produk baru) strategi harga (penurunan harga yang besar untuk merebut dominasi pasar) dan strategi promosi (penekanan pada iklan).
8. Munculnya strategi baru dan inovatif.
9. Munculnya pesaing baru.

E. *Retailing dan Wholesaling*

1. Definisi *Retailing* dan *Wholesaling*

Dalam kamus Bahasa Inggris - Indonesia, Retail bisa juga diartikan sebagai "Eceran". Pengertian *Retailing* adalah semua aktivitas yang mengikut sertakan pemasaran barang dan jasa secara langsung kepada pelanggan.

Eceran (*Retailing*) meliputi semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa langsung kepada konsumen akhir untuk pengguna pribadi dan non bisnis. Pengecer (*Retailer*) atau Toko Eceran (*Retail Store*) adalah setiap usaha bisnis yang volume penjualannya terutama berasal dari eceran. Setiap organisasi yang melakukan penjualan kepada konsumen akhir, apakah itu produsen, pedagang besar atau pengecer melakukan eceran. Tidak menjadi masalah bagaimana barang atau jasa tersebut dijual

baik melalui orang, surat, telepon atau mesin penjaja atau internet atau dimana dijual baik di toko, di pinggir jalan atau di rumah konsumen.

Wholesaling adalah segala kegiatan menjual produk dalam kuantitas besar kepada pembeli non-konsumen akhir untuk tujuan dijual kembali atau untuk pemakaian bisnis. Perusahaan yang melakukan kegiatan *wholesaling* ini disebut *wholesaler* (distributor, jobber). Meskipun demikian produsen yang melakukan kegiatan *wholesaling* tidak dapat disebut *wholesaler*. Akan tetapi jika *branch warehouse* didirikan di lokasi-lokasi terpisah, maka dapat diklasifikasikan sebagai *wholesaler*.

2. Jenis-jenis *Retailing*

Mengklasifikasikan *retailing* berdasarkan lima kriteria, yaitu tipe kepemilikan, produk atau jasa yang dijual, non-store retailing, strategi penetapan harga, dan lokasi. Masing-masing jenis retailing ini akan dibahas secara singkat pada bagian berikut.

Service Retailing dan *Product Retailing*

a. *Service Retailing*

Ada tiga jenis *service retailing*, yaitu *rented-goods services*, *owned-goods service* dan *non-goods services*.

1) *Rented-Goods Service*

Dalam jenis ini, para pelanggan menyewa dan menggunakan produk-produk tertentu. Contohnya penyewaan mobil, carpet cleaner, kaset video, laser disc, dan apartemen. Dalam hal ini suatu produk fisik disewakan dengan tarif tertentu untuk jangka waktu tertentu pula. Konsumen dapat menggunakan produk tersebut tetapi kepemilikannya tetap berada pada pihak retailer.

2) *Owned-Goods Service*

Pada *owned-goods service*, produk-produk yang dimiliki oleh para konsumen direparasi, ditingkatkan atau dikembangkan unjuk kerjanya, atau dipelihara/

dirawat. *Owned-goods service* juga mencakup perubahan bentuk pada produk yang telah dimiliki pelanggan. Contohnya adalah: jasa reparasi (jam tangan, mobil, sepeda motor, komputer, dan lain-lain), pencucian mobil, *dry cleaning* perawatan rumput lapangan golf, perawatan taman dan lain-lain.

3) *Non-Goods Service*

Karakteristik khusus pada jenis ini adalah jasa personal yang bersifat intangible (tidak berbentuk produk fisik) ditawarkan kepada para konsumen. Contohnya babysitter, supir, tutor, pemandu wisata, tukang cukur, ahli kecantikan, dan lain-lain.

4) *Product Retailing*

Product retailing terdiri atas beberapa jenis, di antaranya yaitu:

a) Toko serba ada – Department Store

Departemen Perdagangan Amerika Serikat mendefinisikan department store sebagai suatu perusahaan eceran yang mempekerjakan paling sedikit 25 orang dan memiliki penjualan pakaian dan peralatan rumah tangga sejumlah 20 persen atau lebih dari penjualan totalnya. Sebuah toserba juga harus menjual item-item tertentu dalam lini produknya, diantaranya yaitu mebel, pera botan, peralatan dan perlengkapan rumah tangga, dan pakaian. Biasanya toserba yang besar terdiri atas beberapa divisi dan departemen. Setiap divi merupakan gabungan dari beberapa departemen yang menjual lini barang dagangan yang saling berkaitan atau berhubungan.

b) *Specialty Store*

Ciri khas *specialty store* adalah konsentrasinya pada jenis barang dagangan yang terbatas/sedikit. Contohnya *Computer Land* (komputer-komputer kecil), Toys “R” Us (mainan anak anak), *Singer Sewing Centers* (mesin jahit), *The Limited* (pakaian

wanita), *Benetton* (pakaian remaja), dan *Athlete Foot* (sepatu olahraga) *Specialty store* biasanya berlokasi di pusat perbelanjaan yang besar.

c) *Food and Drug Retailer*

Ada tiga jenis utama *food and drug retailer*, yaitu *business*, pasar swalayan (supermarket) dan *superdrug store*, *convenience store*, dan *combination store*. Pasar swalayan dan *superdrug store* adalah took-toko besar yang menjual makanan atau obat-obatan dalam jumlah besar dengan harga yang rendah. Para pelanggan memilih barang dagangan yang tersusun rapi pada rak-rak tertentu dan dapat menempatkannya pada kereta dorong atau keranjang, kemudian membawa dan membayarnya di kasir.

134

b. *Non-store Retailers*

Adalah pengecer yang tidak menjual produknya pada toko melainkan dengan cara yang berbeda. Ada empat bentuk *non-store retailers* yaitu :

1) Penjualan langsung (*Direct Selling*)

Disebut *multilevel selling* dan *network marketing*, bernilai miliaran dolar industri, dengan ratusan perusahaan yang menjual *door-to-door* atau tatap muka secara langsung. Contoh: *oriflame* dan *maich*.

2) *Automatic Vending*

160 Penjualan otomatis menawarkan berbagai barang dagangan, termasuk barang impuls seperti minuman ringan, kopi, permen, koran, majalah, dan produk lainnya seperti kaos kaki, kosmetik, makanan panas, dan novel.

3) *Buying Service*

Layanan pembelian adalah pengecer yang tidak memiliki toko 182 melayani pelanggan tertentu. Contoh: *Jastip* (sebuah layanan titip belanja yang banyak dikelola secara personal, misal khusus

menjual produk perabot rumah tangga IKEA, ACE HARDWARE, seperti instagram @kadounik_ikea.).

c. Jenis-jenis *Wholesaling*

Pedagang grosir secara garis besar bisa dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu merchant wholesaler, broker dan agent, serta kantor pusat dan kantor cabang produsen.

1) *Merchant Wholesaler*

Merchant wholesaler adalah perusahaan independen yang mempunyai hak kepemilikan atas barang dagangan yang mereka jual (mereka membelinya terlebih dahulu) dan melakukan hampir semua fungsi wholesaling. Mereka ini juga kadang kala disebut distributor, jobber, atau mill supply house. Sebagian besar perusahaan yang terjun dalam bisnis wholesaling tergolong dalam merchant wholesaler.

2) *Full-Service Wholesaler*

Merchant wholesaler yang memberikan jasa penyimpanan, memiliki armada penjual, menjual secara kredit, mengirimkan barang, dan bantuan manajemen.

d. *Limited-Service Wholesales*

Adalah *merchant wholesaler* yang hanya menawarkan beberapa jasa kepada pemasok dan pelanggannya. Ada beberapa jenis *limited-service wholesaler*, yaitu:

1) *Truck wholesaler* yaitu

Pedagang grosir yang kegiatan utamanya pada fungsi penjualan dan pengiriman barang. Umumnya mereka menjual produk-produk tertentu (seperti roti dan tembakau) ke supermarket, rumah sakit, hotel, restoran, kafetaria dan lain-lain.

2) *Cash and carry wholesaler*

Pedagang grosir yang menjual barang-barang yang cepat laku secara tunai. tidak mengantarkan barang

yang telah dibeli pelanggan, dan hanya melayani pesanan-pesanan dari pembeli.

3) *Drop shipper (desk jobber)*

Pedagang grosir yang hanya menerima pesanan dari pelanggan, menghubungi produsen yang dimaksudkan pelanggan, namun tidak menangani pengiriman barang pesanan itu ke pelanggan tersebut. Jadi, mereka hanya bertanggung jawab atas barang pesanan sejak pesanan itu diterima sampai barang pesanan dikirim oleh produsen. Drop shipper dibutuhkan untuk menangani produk-produk yang ukurannya besar dan biasanya dijual dalam kuantitas sangat besar, misalnya batu bara, kayu, dan bahan-bahan kimia.

STUDI KASUS

Untuk saat ini, batik masih bagus untuk digunakan di acara tertentu dan batik sendiri mempunyai banyak motif dan bentuk model. Di beberapa daerah batik dijadikan sebagai salah satu mata pencahariannya yang dapat memberikan pendapatan ekonomi. Pada saat masa pandemi Covid-19, Perekonomian di bidang batik banyak mengalami permasalahan yang cukup berat pada masanya. Contoh seperti: Penurunan pendapatan ekonomi dari penjualan batik dan pengurangan jumlah produksi batik. Selain itu, pedagang batik mendapat permasalahan khusus yang mereka hadapai saat masa pandemi Covid-19 ini seperti:

1. Batik kebanyakan digunakan di acara tertentu seperti: Acara formal, rapat, dan acara pernikahan. Dimasa pandemi banyak daerah yang diberlakukan PPKM sehingga acara tersebut ditiadakan sementara, hal itu berdampak ke pedagang batik.
2. Kurangnya ketrampilan dasar dan inovasi menggunakan teknologi sebagai alat pemasaran batik.

Memperbanyak promosi batik di internet (*Platform* belanja *online*), selegram dan influencer untuk membantu penjualan batik. Yang mana pada zaman Covid-19 diberlakukan masa PPKM sehingga banyak masyarakat yang berbelanja di Platform belanja online.

RANGKUMAN

Batik merupakan salah satu hasil karya budaya bangsa Indonesia yang berkembang secara turun temurun dan telah mendapat pengakuan secara Internasional. Di Indonesia batik merupakan hasil produksi yang menjadi komoditas perdagangan antar daerah dan juga sebagai komoditas ekspor andalan Indonesia.

55 Dewasa ini perkembangan batik sangat meningkat, hal ini didukung permintaan konsumen yang semakin bertambah. Batik yang semula hanya digunakan sebagai pakaian eksklusif oleh keluarga kraton di Jawa, kini telah meluas ke masyarakat umum sebagai bahan sandang. Dengan adanya variasi motif batik yang berasal dari modifikasi motif modern yang dipadukan dengan motif tradisional, telah mempercepat pemasyarakatan batik di kalangan umum. Batik kini telah menjadi komoditi industri yang bersifat massal.

186 Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran merupakan salah satu kegiatan perencanaan pemasaran yang sangat penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari kemampuan suatu perusahaan dalam membaca keinginan konsumen dan menawarkan produk yang istimewa ke pasar atau konsumen secara terus menerus dengan volume penjualan yang semakin meningkat. Peningkatan volume penjualan yang tinggi diperlukan usaha yang sungguh-sungguh dalam bidang pemasaran, antara lain dengan mempertahankan mutu produk, harga yang bersaing serta didukung dengan berbagai promosi.

BAGIAN 7
PERKEMBANGAN BATIK DI
SUMATERA UTARA

A. Sejarah Batik Sumatera

Tradisi perbatikan di Sumatera Barat dapat dikatakan sudah berumur tua. Meskipun begitu, jika dilihat berdasarkan bukti-bukti, sejarah tradisi perbatikan di Sumatera Barat tidak memiliki benang merah yang jelas, bahkan justru terkesan “timbul-tenggelam”. Pada masa tertentu sejarah batik di Sumatera Barat timbul dan kelihatan agak jelas tetapi pada masa berikutnya tenggelam lagi. Jika diperhatikan, sejarah perbatikan di Sumatera Barat paling tidak dapat dibagi atas 5 periode. Periode pertama pada masa kerajaan Dharmasraya (abad ke-13 M), periode kedua pada masa kerajaan Pagaruyung (16 M), periode ketiga pada masa zaman Belanda (sebelum kemerdekaan), dan periode keempat pada masa awal Indonesia Merdeka, serta periode ke-5, setelah Indonesia merdeka, pada akhir abad ke-20 sampai sekarang. *Periode pertama* diperkirakan sudah muncul pada abad ke-13 M, bersamaan dengan berkuasanya kerajaan Dharmasraya. Berdasarkan tinggalan arkeologis, diperkirakan sudah ada pada abad ke-13 M seni batik sudah masuk ke Sumatera Barat yaitu dengan dijumpainya patung Amog Hapasa di Kabupaten Dharmasraya.

Patung itu dikirim oleh raja Kertanegara ke Dharmasraya ketika terjadinya peristiwa Pamalayu pada tahun 1286. Jika dilihat, patung Amog Hapasa menggambarkan seseorang yang diberi pakaian sarung yang dihiasi dengan hiasan bermotif batik. Kemudian pada tempat di mana ditemukan patung Amog Hapasa dijumpai juga sejumlah gerabah yang dihiasi pola bunga yang biasa dijadikan pola hiasan pada batik di Jawa. Diperkirakan pada saat yang bersamaan telah tumbuh seni batik di Dharmasraya, dan tradisi membatik bukan barang baru. Bahkan dapat dikatakan bahwa tradisi batik tidak hanya di Dharmasraya saja tetapi berkembang di sekitar Sumatera Tengah karena di situs Candi Muaro Jambi juga ditemukan sebuah patung yang dihiasi juga dengan batik. 4) Sampai abad ke-14, pada saat pusat kerajaan sudah dipindahkan ke Saruaso

oleh Adityawarman, seni dan industri batik masih mendapatkan tempat yang baik di Sumatera Barat, karena pada sebuah prasastinya Kuburajo terdapat sebuah prasasti yang dihiasi dengan pola bunga yang biasa menjadi pola batik di Jawa. Bahkan pada saat itu juga diperkirakan batik Tanah Liek, batik khas Minangkabau mulai diproduksi (Herwandi 2016). Dari abad ke 14-16 M, Sejarah seni dan industri batik di Sumatera Barat tidak begitu jelas. Kemudian seni dan industri batik memasuki *periode kedua* pada abad ke-16 M. Pada ke 16 M seni batik kemudian mulai kelihatan kembali ketika pusat kekuasaan sudah berkembang di kerajaan Pagaruyung. Pada saat itu diperkirakan batik tidak saja diperdagangkan di pusat kerajaan Pagaruyung, namun juga diproduksi di daerah ini. Batik-batik yang diperdagangkan didatangkan dari Jawa, bahkan dari Cina. Seiring dengan kemunduran kerajaan Pagaruyung produksi batik mengalami pasang surut kembali. Sejarah seni dan industri batik kembali mengalami ketidakjelasan (Herwandi 2016). Sejarah seni dan industri batik di Sumatera Barat kemudian baru muncul pada *periode ketiga*, yaitu pada masa Belanda. Pada saat itu, Sumatera Barat berada di dalam suasana blokade Belanda, termasuk blokade perdagangan. Belanda juga menghentikan pasokan kain batik dari Jawa. Semenjak zaman sebelum perang Dunia I, Susanto (2010) Sumatera Barat adalah daerah konsumen batik, terutama batik-batik pada situs Muaro Jambi ditemukan sebuah patung Purnaparamitha yang memakai sarung, yang juga dihiasi dengan batik.

Patung ini juga diperkirakan berasal dari abad ke-13 M.

6) Produksi Pekalongan, Solo dan Yogyakarta. Menurutnya, karena blokade Belanda, perdagangan batik di daerah ini menjadi mati suri, sehingga sejumlah pedagang batik yang biasanya mendapat pasokan batik dari daerah Jawa tidak memiliki stok untuk diperdagangkan. Dengan kondisi seperti itu akhirnya sejumlah pedagang mulai memproduksi batik sendiri. Lebih jauh menurut Susanto, ciri-ciri batik dari Padang kebanyakan berwarna hitam, kuning dan merah ungu dengan

pola Banyumasan, indramayuan, Solo, dan Yogyakarta. Perkembangan sejarah seni dan industri batik memasuki *periode keempat*, yaitu pada masa awal-awal kemerdekaan. Beberapa tahun setelah Indonesia merdeka kegiatan seni dan industri batik dalam skala kecil sudah ada di beberapa tempat di Sumatera Barat. Satu tahun setelah Indonesia merdeka, tepat tahun 1946, tercatat ada sejumlah pengusaha yang menggiatkan seni dan industri Batik di Pariaman.

Sentra batik pertama muncul di Sumatera Barat pada saat itu yaitu di daerah Sampan Kabupaten Padang Pariaman, pada tahun 1946 yang dikelola oleh antara lain; Bagindo Idris, Sidi Ali, Sidi Zakaria, Sutan Salim, Sutan Sjamsudin. Begitu juga dua tahun kemudian, pada tahun 1948 di daerah Payakumbuh muncul pula sentra produksi batik yang dikelola oleh Waslim (asal Pekalongan) dan Sutan Razab (Ulum MD, 2009). Senada dengan itu Wulandari (2011) mengemukakan bahwa setelah sejumlah kota-kota di Sumatera barat berada di bawah pendudukan Jepang, sampai tahun 1949, banyak pedagang batik yang sengaja membikin usaha pembuatan batik sendiri yang bahannya didatangkan dari Singapura (Wulandari, 2011: 38). Setelah itu, sampai tahun 1994 tidak jelas perkembangan seni dan industri batik di Sumatera Barat (Herwandi, 2016). Susanto, Djulianto. "Sejarah Batik", Majalah Arkeologi, <https://hurahura.wordpress.com/2010/11/14/sejarah-batik>. Perkembangan seni dan indutri batik baru mendapat angin segar ketika memasuki *periode kelima*, yaitu pada akhir abad ke-20. Setidaknya batik sebagai bagian dari industri kreatif di Sumatera Barat baru muncul dan menggeliat pada pada akhir abad ke-20 tepatnya pada tahun 1994. Hal itu muncul berkat usaha dari salah seorang tokoh Sumatera Barat, sekaligus sebagai Gubernur Sumatera Barat yaitu Hasan Basri Durin (menjabat dari 1987-1997) bersama istrinya yang bersemangat untuk menghidupkan industri batik di Sumatera Barat. Hasan Basri Durin berusaha membangkitkan semangat sejumlah pengrajin sulam border untuk mengembangkan seni dan industri Batik di Sumatera Barat. Salah seorang yang

termotivasi saat itu adalah Wirda Halim, yang sebelumnya lebih banyak berkecimpung dalam industri sulaman dan bordir. Semenjak itu bermunculan sejumlah orang-orang yang berminat untuk mengembangkan batik sampai saat ini (Herwandi, 2016).

B. Perkembangan Batik Di Sumatera Ba²⁰

Rumah Gadang merupakan nama untuk bangunan rumah adat tradisional Minangkabau yang banyak dijumpai di Provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Rumah ini juga disebut dengan nama lain oleh masyarakat setempat dengan nama Rumah Bagonjong atau ada juga yang menyebut Baanjuang. Rumah ini identik dengan atapnya yang meruncing pada sisi kiri dan kanannya. Tapi, tidak semua daerah di Minangkabau memiliki Rumah Gadang yang bergonjong. Ditinjau dari sejarahnya bangunan khas Minangkabau ini sengaja dibuat lebih tinggi mencapai dua meter berfungsi untuk menahan curah hujan yang tinggi sehingga tidak membebani bangunan dan untuk menghindari serangan hewan buas yang mengancam pada masa lampau.

Kekayaan motif khas Minangkabau tercermin pada bangunan yang berada di Rumah Gadang yang sudah menjadi ciri khas bangunan asli Minangkabau. Ornamen khas Minangkabau yang mewakili kekayaan alam setempat terukir pada ukiran yang terpahat rapi pada hiasan Rumah Gadang. Selain arsitekturnya yang penuh dengan nilai fungsional, Rumah Gadang juga tampak begitu menawan dengan dipenuhi ukiran ornament berbagai motif. Tembok bagian depan rumah biasanya terbuat dari papan yang disusun secara vertikal yang memiliki ukiran indah dan beragam motif menghiasi rumah khas ini. Motif yang terukir pada Rumah Gadang tersebut adalah motif akar, motif bunga, motif daun, motif bidang empat persegi, dan motif pola melingkar yang beraturan. Perpaduan ornamen dan desain arsitektur menjadikan Rumah Gadang sebagai karya budaya dan keindahan tradisional. Pelataran Rumah Gadang terdapat sepasang bangunan yang

berfungsi sebagai lumbung yang biasa disebut Rangkiang, memiliki fungsi sebagai tempat penyimpanan padi hasil panen yang memiliki bentuk mengikuti bentuk Rumah Gadang dan memiliki ¹⁶³an yang berbeda-beda menurut jenis dan fungsinya. Rangkiang melambangkan kesejahteraan ekonomi dan jiwa sosial yang dimiliki oleh orang Minangkabau.

Keindahan rumah khas Minangkabau ini menjadi daya tarik tersendiri, melalui pengamatan langsung yang dilakukan oleh penulis, Rumah Gadang dapat dijadikan motif batik alternatif untuk memperkaya motif baru khas Minangkabau. Dengan memadukan Rumah Gadang dan ornamen yang ada di dalamnya, kiranya mampu untuk menambah koleksi motif batik Nusantara, khususnya Sumatra Barat. Dari pengamatan tersebut banyak terlihat berbagai macam motif yang salah satunya motif aka duo gagang, lumu ikhanyuik, siriah ga¹⁰⁵, itiak pulang patang, bada mudiak dan masih banyak lagi. Batik adalah kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menorehkan cair¹²⁸ilin malam panas dengan wadah alat yang bernama canting pada kain, kemudian pengolahannya diproses dengan proses pewarnaan tutup¹⁶⁴up atau colet, hingga proses akhir nglorod yaitu proses melepaskan seluruh malam (lilin) dengan cara memasukkan kain ke air yang mendidih. Tapi sebenarnya batik dibuat dengan berbagai macam-macam metode, tidak hanya dengan canting saja, namun metode pembuatan batik ada beberapa seperti cap.

Batik merupakan media untuk menyampaikan pesan melalui media rupa khususnya dwimatra. Perkembangan batik dipengaruhi oleh permintaan pasar, kemajuan zaman serta kreatifitas pembatik yang didasari atas pengamatan dan pengalaman hingga melahirkan motif baru yang unik. Batik tidak tenggelam dimakan usia karena adanya usaha terus menerus dari generasi ke generasi untuk melestarikannya, sesuai dengan perkembangan pemikiran dan kemajuan teknologi. Karena perkembangan batik di Indonesia sangatlah pesat, kenyataan ini semakin menemukan relevansi ketika

dunia batik menjadi bagian dari dunia mode dan dunia fashion, dalam dunia ini adanya *fashion design industry* yang membuat batik semakin kokoh dan eksis. Oleh karena itu desain telah menciptakan berbagai macam desain yang modern hal ini terlihat pada batik dengan nuansa busana casual yang saat ini menjadi trend masyarakat pada umumnya. Motif batik pada dasarnya terinspirasi dari flora dan fauna. Dengan memadukan motif yang terinspirasi pada bentuk bangunan Rumah Gadang yang memiliki struktur unik dengan berbagai macam motif ukiran, adanya tambahan berupa pola bangunan khas Minangkabau diharapkan masyarakat Minangkabau kembali mengatakan Rumah Gadang ini, faktanya di zaman modern ini banyak masyarakat Minangkabau memilih membangun rumah dengan arsitektur modern hal ini karena kelangkaan material dalam membangun Rumah Gadang, dengan motif ini diharapkan masyarakat kembali mengangkat kekakayaan budaya setempat.

Upaya untuk memberikan warna baru dalam menghidupkan kembali tradisi melalui bidang fashion. Bidang fashion sangat mudah untuk menjadi perhatian di zaman ini. Balutan busana casual dengan maksud agar mudah diterima oleh masyarakat maupun pasar adalah tujuan yang hendak dicapai. Busana casual lebih menekankan pada kenyamanan dan ekspresi pribadi atas presentasi dan keseragaman berpakaian seseorang.

Pada era sekarang, busana casual berkembang sangat pesat tidak hanya terbatas pada busana kelas atas tetapi juga busana-busana yang sudah umum di masyarakat dimana fashion sudah membaur dan menyatu pada kalangan remaja hingga orangtua. Dengan kebiasaan masyarakat dalam berpakaian pada umumnya, kebutuhan busana casual semakin meningkat karena dapat digunakan dalam suasana apapun. Balutan motif ornamen pada rumah Gadang dalam busana casual dipilih penulis dengan mengedepankan warna yang variatif menggunakan desain yang mudah diterima oleh masyarakat pada umumnya, menganut *style easy to wear*

sehingga dapat digunakan dalam suasana formal maupun informal. Hal ini juga melambangkan bahwa perancangan baju dengan motif ini tidak memandang sekecil apa pun kasta ekonominya dan mampu menambah koleksi busana yang artistik. Atas dasar pengamatan dan pengalaman serta fakta-fakta yang ada di atas, mewujudkan gagasan-gagasan yang berkaitan dengan busana casual menggunakan motif yang diambil dari Rumah Gadang, akan menambah pilihan dan variasi motif baru yang ada di Nusantara.

Sumatera Barat punya batik sendiri yang berbeda dengan batik Jawa, namanya Batik Tanah Liek atau Batik Tanah Liat. Warna kain dari Batik Tanah Liek memang tidak jauh-jauh dari warna hitam, coklat dan abu-abu. Batik Tanah Liek ini sempat hampir punah karena tidak ada orang yang memproduksinya, namun sekitar 24 tahun lalu, tepatnya 1995 Wirda Hanim kembali memproduksi batik tersebut setelah melalui beragam percobaan.

Keinginan untuk memproduksi kembali batik tersebut muncul saat dia yang tinggal di Padang menghadiri pesta adat di kampungnya di Kenagarian Sumani, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat. "Di acara adat tersebut orang-orang di sana menggunakan kain batik Tanah Liek yang sudah usang, dan sudah robek-robek," kata ibu berusia 67 tahun tersebut. Karena penasaran dia yang sebelumnya sudah memiliki usaha bordir pun mencari tahu kain jenis apa yang dipakai para tetua di kampung tersebut, ternyata kain itu sudah tidak diproduksi sejak 70 tahun yang lalu. Batik Tanah Liek diperkirakan berasal dari negeri China dan masuk ke Minangkabau pada abad 16. Kain tersebut sudah ada lama di kampung tersebut namun tidak diproduksi lagi, dari situ timbul niat saya untuk melestarikan kain tersebut. Wirda sebetulnya sama sekali tidak tahu ilmu membatik, ia juga tak tahu cara melakukan pewarnaan untuk kain. Namun dia sangat gigih melakukan berbagai percobaan untuk mendapatkan motif dan warna yang sesuai dengan Batik Tanah Liek tersebut.

Wirda juga tak memiliki referensi mengenai motif-motif yang biasa digunakan dalam Batik Tanah Liek, dia hanya meniru motif-motif kuno yang ada di kain tersebut. Kebanyakan motif-motif yang ada dalam Batik Tanah Liek adalah motif-motif bunga, kuda laut dan burung hong. Pada awalnya Wirda tak mengerti bahwa untuk membuat Batik Tanah Liek, pewarnaannya haruslah menggunakan tanah liat. Oleh sebab itu pada 1995 dia pergi ke Jogjakarta untuk belajar membatik, namun dia tidak betah akhirnya dia meminta pengrajin batik di Jogjakarta untuk datang ke Padang selama tiga bulan. Namun warna yang dihasilkan tetap tidak sesuai dengan kain kuno itu. Saya kurang cocok karena mereka banyak menggunakan pewarna sintetis," kata Wirda. Kemudian dia mencoba membuat warna untuk kain tersebut dari bahan-bahan pewarna kue, namun warnanya tak sesuai dengan kain Batik Tanah Liek. Akhirnya dia kembali ke kampungnya dan bertanya kepada warga di sana bagaimana cara mewarnai batik tersebut. Ternyata batik tersebut dasarnya diwarnai dengan tanah liat dan motifnya diwarnai dengan tumbuhan seperti gambir, pinang dan lainnya. Dari situ mengembangkan Batik Tanah Liek hingga kini..

Pada awal-awal para pengrajinnya memang belum bisa menghasilkan kain batik yang sangat halus, namun lama kelamaan kain yang dihasilkan semakin halus. Kain yang digunakan untuk membuat kain ini pun biasanya dari kain katun, sutera atau tenun. Meski sempat terabaikan, kini masyarakat kembali mengenal Batik Tana Liek sebagai salah satu wastra dari tanah Minangkabau. Menurut Wirda tak sulit untuk memasarkan Batik Tanah Liek, harga yang dijualnya berkis⁴⁹ Rp. 250 ribu-Rp. 3 juta.

Batik Tanah Liek Citra Monalisa adalah salah satu merek batik Minang yang ada di Kota Padang. Citra Monalisa merupakan salah satu galeri batik Minang yang cukup besar di kota Padang. Galeri batik Minang Citra Monalisa⁴⁹ berada di Jalan Sawahan Dalam No. 33, Padang. Batik Tanah Liek Citra Monalisa di Kota Padang ini adalah sebuah toko batik yang

dimiliki oleh Ibu Hj Wirda Hanim, seorang pengusaha wanita yang berhasil menghidupkan dan mempopulerkan kembali batik motif lokal yang beberapa waktu lalu kabarnya sudah nyaris punah. Batik Tanah Liek relatif baru saja populer sebagai salah satu kekhasan dari Minangkabau dalam beberapa tahun terakhir. Karena, sekitar 18 tahun lalu batik Tanah Liek belum diketahui masyarakat umum (travel.kompas, 2012). Hal ini menyebabkan tidak banyak orang yang tahu dan sadar akan batik Minang, sehingga untuk penjualan batik Minang di daerah Sumatera Barat masih terbilang rendah. Merek dapat mempengaruhi daya beli masyarakat, selain dapat membedakan satu produk dengan produk lain, merek juga dapat memberikan informasi mengenai manfaat yang diberikan oleh produk, serta kualitas dari produk tersebut. Tanpa adanya merek, konsumen harus mengevaluasi setiap produk sebelum melakukan pembelian.

Merek mengidentifikasi sumber atau pembuat produk dan memungkinkan konsumen untuk menuntut tanggung jawab atas kinerja pada pabrik atau distributor sama halnya dengan *brand awareness*, dapat meyakinkan konsumen bahwa mereka akan memperoleh suatu kualitas yang konsisten ketika mereka membeli suatu produk dengan merek tertentu. Semakin baik konsumen mengenal dan mengingat sebuah merek, maka tingkat kesadaran akan merek semakin tinggi sehingga dapat meningkatkan jumlah pembelian terhadap produk merek tersebut. Kesadaran konsumen akan suatu merek merupakan hal yang penting bagi sebuah produk. Konsumen cenderung membeli suatu merek yang sudah dikenal, karena dengan membeli merek yang sudah dikenal, mereka merasa aman, terhindar dari berbagai resiko pemakaian dengan asumsi bahwa merek yang sudah dikenal lebih dapat diandalkan. Aaker (1996) mengatakan kesadaran merek adalah komponen ekuitas merek yang penting dan terkadang *undervalued*. Kesadaran dapat mempengaruhi persepsi dan sikap dari konsumen. Dalam beberapa konteks, bisa menjadi pendorong pilihan merek dan bahkan loyalitas. Sedangkan

menurut Kotler *brand awareness* adalah kemampuan konsumen untuk mengidentifikasi merek di bawah kondisi yang berbeda, yang tercermin dari pengakuan merek mereka atau recall kinerja. *Brand awareness* dapat terlihat dari tiga level yang dikembangkan Aaker (1996), yang terdiri dari *recognition* (pengenalan), *recall* (ingatan kembali) dan *top of mind* (puncak pikiran). Berdasarkan survei awal yang dilakukan untuk mengetahui tingkat kesadaran masyarakat Sumbar akan batik Minang dari 20 orang masyarakat yang diwawancarai secara acak, 15 orang menyatakan bahwa mereka tidak tahu dan sadar akan batik Minang Citra Monalisa. Hal ini menandakan bahwa tingkat kesadaran konsumen akan batik Minang masih rendah. Ini terlihat dari jawaban yang diberikan untuk pertanyaan yang diajukan untuk setiap level adalah sangat tidak setuju. Setiap harus diberikan beberapa hal yang dapat membantu mereka dalam mengingat dan mengenal batik Minang Citra Monalisa.

Jika kita membahas mengenai kain khas atau kerajinan khas Sumatera Barat hal pertama yang muncul di dalam pikiran kita adalah kain tenun. Dimana Sumatera Barat lebih dikenal dengan songket dan kain tenun Pandai Sikek serta Silungkang, ketimbang kain batik yang terlanjur lekat dengan kerajinan tangan yang diwariskan secara turun temurun di kota-kota pesisir pantai utara serta di pedalaman Pulau Jawa dan Madura. Untuk menimbulkan *brand awareness* konsumen yang tinggi dibutuhkan asosiasi merek. Menurut Keller (1993), *brand association* adalah informasi lainnya terkait dengan merek di memori konsumen dan mengandung arti unik untuk konsumen. Aaker (1991: 109) mendefinisikan asosiasi merek sebagai sesuatu yang terkait dalam memori dengan merek. *Brand association* terkait dengan informasi tentang apa yang ada dalam pikiran konsumen tentang merek, baik positif maupun negatif, terhubung dengan simpul otak.

Rio, (2001) ada empat elemen pengukuran *brand association*. yaitu *the guarantee function*, *the personal identification function*, *the social identification function* dan *the status*

function. The *guarantee function* (fungsi per⁹⁶ninan) dengan memahami janji atau jaminan kualitas, didasarkan pada penilaian bahwa merek tersebut dapat diandalkan, secara efisien menjalankan kualitas kinerjanya dan memenuhi harapan yang dihasilkan. Hal ini dapat dilihat dari hasil produk batik yang dihasilkan oleh galeri sebuah karya intelektual dan berkontribusi bagi kelestarian budaya batik asal Ranah Minang, Ibu Wirda Hanim telah mendaftarkan merek "Tanah Liek" dan proses pengerjaan batik Tanah Liek ke Departemen Hukum dan HAM pada 14 Oktober 2005 dengan nomor IDM000125802 (Covesia, 2015). Elemen asosiasi merek yang kedua *the personal identification function*, elemen ini didefinisikan sebagai fakta bahwa konsumen dapat mengidentifikasi dirinya dengan beberapa merek dan mengembangkan perasaan afinitas terhadap mereka (Rio et al, 2001). Untuk elemen ini konsumen tidak dapat mengidentifikasikan merek batik Minang terhadap dirinya sendiri. Hal ini terlihat dari wawancara pada survey awal kebanyakan konsumen tidak mengetahui tentang batik Minang, bahkan merek-merek batik Minang yang ada. Namun disaat disebutkan masalah satu merek seperti merek batik Minang Citra Monalisa mereka ingin sekali tahu seperti apa batik tersebut dan ingin tahu dimana⁹⁶ lokasi batik Citra Monalisa tersebut. Elemen yang ke-tiga *the social identification function*, elemen ini didasarkan pada kemampuan merek untuk bertindak sebagai alat komunikasi yang memungkinkan konsumen mewujudkan keinginan untuk diintegrasikan atau, sebaliknya, untuk memisahkan dirinya dari kelompok individu yang membentuk lingkungan sosial terdekatnya. Dikarenakan harga dari batik Tanah Liek itu cukup mahal, konsumen yang menggunakan batik tersebut banyak adalah orang-orang yang bekerja di kantor seperti yang dijelaskan Ibu Hj Wirda Hanim bahwa yang banyak membeli kain batiknya adalah orang-orang kantor.

Hal ini memperlihatkan bahwa batik Tanah Liek memiliki kelasnya sendiri diantara jenis-jenis batik yang ada. Elemen yang terakhir *the status function*, elemen ini mengungkapkan perasaan kagum dan prestise yang mungkin dialami konsumen saat menggunakan merek. Batik Tanah Liek memberikan kepuasan tersendiri, motif-motif yang digunakan memperlihatkan keindahan seni yang ada di Minangkabau, selain itu motif tersebut juga memperlihatkan filosofi-filosofi adat Minangkabau yang memiliki arti yang tin¹⁹⁷ Selain *brand awareness* dari konsumen dan *brand association* faktor lain yang dapat mempengaruhi *purchase intention* adalah *product knowledge* dari konsumen itu sendiri.

Semakin tinggi tingkat pengetahuan konsumen akan suatu produk maka akan semakin tinggi *brand awareness* konsumen terhadap produk tersebut sehingga dapat menimbulkan minat beli. Menurut pemilik dari galeri batik Minang Citra Monalisa Ibu Hj Wirda Hanim, para pengunjung yang datang perlu mendapat keterangan lebih jelas terkait apa saja yang menjadi ciri khas batik di Ranah Minang. Setiap orang yang ingin berbisnis di batik Tanah Liek harus paham dari mana munculnya batik Minang atau batik Tanah Liek itu sendiri (covesia, 2015). Karena kurangnya pengetahuan konsumen akan batik Minang menyebabkannya masih kurang penggunaan kain batik Minang di lingkungan masyarakat Minang. Menurut Engel, *et.al.*, (1996), Kussujaniatun, *et.al.*, (2011) pengetahuan produk konsumen mencakup kesadaran kategori produk, terminologi produk dan atribut atau ciri produk. Aspek pertama dari *product knowledge* adalah *knowledge about awareness of the product category* atau pengetahuan tentang kesadaran akan kate⁶⁶ produk. Batik Tanah Liek memiliki tiga kategori produk yaitu batik printing, batik cap dan batik tulis. Setiap kategori batik Tanah Liek Citra Monalisa memiliki motif yang berbeda, motif jam gadang, motif rumah gadang dan motif rangkiang. Batik printing berupa motif ukiran¹⁰¹ ang, motif rangkiang, dan motif air mancu Lembah Anai. Batik cap motifnya berupa kuciang lalok atau kucing tidur, dan

motif jembatan Siti Nurbaya. Batik tulis dengan motif bingkang, motif ala paca dan motif kaluak paku.

Terkait dengan penerapan aspek kedua dari *product knowledge* yaitu, *knowledge about terminology product* atau pengetahuan mengenai terminologi produk. Terminologi dapat diartikan sebagai istilah, sedangkan menurut KBBI terminologi diartikan sebagai peristilahan. Motif-motif Minang yang dilukis pada kain batik itu punya makna filosofis tertentu. Di antaranya motif Kaluak Paku Kacang Balimbing yang mengandung makna tanggung jawab seorang laki-laki di Minangkabau. Motif-motif tersebut dicanting atau diaplikasikan di atas kain dengan lilin (malam) yang didatangkan dari Pulau Jawa. Prosesnya dimulai dengan perendaman kain dalam larutan cairan tanah liat selama dua hari. Dua hari berikutnya adalah proses canting dengan lilin atau malam. Selanjutnya diberikan pewarna alami dari getah beberapa jenis tanaman (travel.kompas, 2012). Aspek ketiga dari *product knowledge* adalah *knowledge about attribute product* atau p⁸⁵engetahuan mengenai atribut produk.

Motif kain ini beraneka rupa, mulai dari jenis daun, kelinci, jam gadang, binatang bersayap seperti capung berbadan langsing panjang, dengan warna tanah liat. Motif-motif khas lainnya adalah siriah dalam carano, tumbuhan merambat, pucuk rebung, keluk daun pakis, kucing tidur, lokcan, batang kayu, tari piring, kipas dan motif-motif Cina. Kebanyakan pewarnaan pada batik menggunakan warna cerah. Namun berbeda dengan batik Tanah Liek, batik Minang memiliki warna dasar kain yang tidak biasa, teduh dan memancarkan aura elegan, menjadi daya tarik utama batik Tanah Liek (liat) khas Minangkabau. Warna dasar yang cenderung krem atau coklat muda itu diperoleh dari hasil perendaman kain di dalam larutan cairan tanah liat. Di atasnya kain tersebut beragam motif Minang dilukis dengan ketelitian tinggi yang tampak hidup dengan pewarna alami. Motif-motif tersebut biasanya diambil dari beragam jenis ukiran yang terdapat di rumah-rumah gadang.

Misalnya, motif itiak pulang patang, kaluak paku, atau gambar yang merujuk pada ikon Sumatera Barat seperti Jam Gadang di Bukittinggi dan Rumah Gadang dengan atap bagonjong. Konsumen tidak tahu dengan motif dan pewarnaan dari batik Minang Citra Monalisa hal ini terlihat di saat dilakukannya survey awal, umumnya konsumen yang diwawancarai bertanya seperti apa bentuk, warna, atau motif dari batik Minang tersebut. Keterbatasan ini menyebabkan adanya persepsi yang kurang tepat mengenai batik Minang, dimana batik Minang dicap mahal, karena harganya yang cukup mahal, asosiasi merek yang belum melekat diingatan konsumennya karena baru saja populer kembali. Untuk itu perlu diketahui sejauh mana kesadaran kosumen, pandangan konsumen akan asosiasi merek dari batik Minang Citra Monalisa, serta pengetahuan.

Motif Batik Liek Dari Citra Monalisa



C. Ciri Khas Batik Sumatera

Ciri khas batik Sumatra adalah menggunakan kain yang bagus dan kualitas yang bagus yaitu kain songket.

1. Batik Riau

Batik Riau memiliki motif yang sangat unik, berbentuk garis memanjang seperti tabir

2. Batik Jambi

Motif batik Jambi biasanya mengambil dari alam, seperti tumbuhan, hewan ataupun aktivitas sehari-hari warga Jambi.

3. Batik Padang

Motif batik Padang antara lain motif kaluak paku, motif pucuk bung, motif rangkiang, dan lain-lain.

4. Batik Bengkulu

Kain Besurek memiliki motif khas yang bernuansa kaligrafi Jambi dan Cirebon.

5. Batik Aceh

Biasanya motif batik Aceh yang tertera pada kain melambangkan falsafah hidup masyarakatnya.

6. Batik Lampung

Banyak motif batik Lampung modifikasi yang bermunculan. Seperti motif gamolan, siger, kupu-kupu, dan gajah.

7. Batik Batak

Motifnya batik disesuaikan dengan lima etnis Batak yang ada di Sumatera Utara.

8. Batik Palembang

Batik Palembang memiliki motif yang mengikutisariat Islam, yaitu tidak menggunakan gambar binatang dan manusia sebagai hiasan.

Berbagai macam motif batik Sumatera Barat:

1. Motif Liek Sumatera Barat



Tanah Liek (tanah liat) adalah batik tradisional khas Minangkabau. Salah satu keunikan batik Tanah Liek adalah bahan-bahan pewarna yang dipergunakan berasal dari warna alam seperti tanah liat, kulit jengkol (*pithecellobium jaringa*), manggis (*garcinia mangostana*), getah gambir (*unicaria gambir*), jerami padi (*oryza sativa*), kulit mahoni (*screktenia mahogany*), kulit rambutan (*nephelium lappeceum*) dan tumbuhan-tumbuhan yang secara tradisional digunakan untuk pewarna. Menurut Wirda Hanim, batik Tanah Liek diduga berasal dari negeri Cina yang diperkirakan masuk ke Minangkabau pada abad ke-16 pada masa kerajaan Minangkabau berpusat di Pagaruyung. Batik Tanah Liek sempat hilang pada masa penjajahan Jepang, namun berkat usaha beberapa pengrajin di Sumatera Barat batik ini diperkenalkan kembali. Menurut Wirda Hanim, beliau adalah yang pertama kali memperkenalkan kembali batik Tanah Liek ini kembali pada tahun 1994. Awalnya Wilda Hanim melihat motif batik yang digunakan oleh beberapa orang penduduk di Nigari Sumanik, Kecamatan Koto Singkarak. Wirda mengaku tertarik dengan batik tersebut dan berniat untuk membangkitkan kembali seni tradisional batik Tanah Liek yang hampir punah tersebut.

Eni Mulyatni mengemukakan awalnya tidak jelas siapa yang mengembangkan tradisi batik Tanah Liek tersebut. Namun pada tahun 1996 ia kebetulan terpilih sebagai pengerajin yang dikirim oleh pemerintah Dharmasraya untuk mengikuti pelatihan membatik di Solo dan Yogyakarta. Pada saat pelatihan itu, disarankan agar pengerajin di Sumatera Barat mengembangkan kembali batik Tanah Liek tersebut. Pada saat itu dilakukan uji laboratorium di Balai Batik Yogyakarta bahan-bahan apa yang digunakan untuk mewarnai batik Tanah Liek. Sampai saat ini, Eni Mulyani adalah salah satu pengerajin yang mampu membuat batik Tanah Liek di Sumatera Barat yang boleh dikatakan bisa dihitung dengan jari. Motif yang biasa dikembangkan untuk batik Tanah Liek adalah motif kudalaut, burunghong, dan sejumlah motif-motif Cina. Saat ini diperkenalkan kembali motif-motif tradisi Minangkabau seperti motif Siriah dalam carano, kaluak paku, kuciang lalok, patuang kayu, tari piring, kipas. Selanjutnya sejumlah motif baru yang inspirasinya timbul berdasarkan kekayaan budaya Minangkabau juga dipakai seperti tabuik, jam gadang, rumah gadang.

2. Motif Kapal Sangat



Makna yang terkandung dalam motif kapal Sangat adalah kewaspadaan dan ketelitian dalam melakukan suatu tanggung jawab. Karena ketika lalai dan ceroboh, maka niscaya kesulitan akan menimpa kita sebagaimana kapal

karam. Batik ini dihasilkan oleh masyarakat Jambi terdapat pesan adat setempat tentang motif ini berupa “berlayar sampai ke pulau, berjalan sampai ketujuan”. Artinya adalah peringatan bagi orang lain supaya dalam mengerjakan sesuatu tidak boleh setengah hati, harus sampai tuntas dan selesai.

Sementara motif lain yang berisikan berbagai hewan laut menandakan bahwa setiap orang, di sekelilingnya banyak terdapat teman yang bermanfaat dan baik terkadang terlupakan ketika melakukan perjalanan hidup yang butuh diperhatikan juga. Selain itu, makna lain dari motif ini adalah dilihat dari tiang kapal di dalam batiknya yang digambarkan terbaik, tidak seiringan dengan bentuk kapal. Hal ini menandakan bahwa seseorang sebaiknya harus tetap waspada dalam mengerjakan sesuatu, janganlah lalai dalam menjalankan tugas yang bisa menyebabkan malapetaka di kemudian hari.

3. Motif Durian Pecah



Selain kapal karam, durian pecah juga termasuk motif batik Jambi yang terkenal. Buah durian yang berkulit tajam memiliki isi yang lembut bahkan rasanya lezat. Dengan begitu karakter yang kuat pun harus disertai dengan kelembutan dan rasa empati kepada sesama makhluk. Selain itu, motif ini juga mirip dengan motif ceplokan yang

berasal dari kerajinan batik di Pulau Jawa, yang cenderung berulang dan tipikal.

Bukan hanya gambar durian terbelah saja, ornamen lain yang mengisi motif ini berupa hiasan resam, daun pakis, bunga kangkung. Motif durian pecah sendiri memiliki arti berupa buah istimewa bagi masyarakat Jambi. Ada salah satu pepatah dari masyarakat Jambi yang berbunyi "*alam tekam bang jadi guru*", artinya adalah seenak apapun rasanya jika sudah rusak tidaklah guna, serta diajarkan juga supaya tidak merusak sesuatu.

4. Motif Rebum Nyengum Tebo



Makna yang terkandung dalam motif ini adalah pemimpin haruslah memiliki sifat amanah, tegas dalam ucapan dan perilaku, serta memberikan manfaat bagi orang banyak. Kemudian batik Jambi lainnya adalah motif yang berupa tunas pohon bambu karena disana banyak sekali tumbuhan tersebut. Rebung sebagai cikal bakal dari bambu sangat banyak manfaatnya. Bisa untuk bahan kuliner dan kerajinan tangan yang beraneka ragam. Jadi filosofi yang dapat ditarik dari motif ini adalah diharapkannya generasi baru lahir dengan karakter yang baik dan memberikan kebaikan bagi sekitarnya.

5. Motif Bunga Bintang



56

Motif Batik Bunga Bintang merupakan inspirasi *Batik Art* yang dikerjakan oleh pembatik terbaik seluruh Indonesia untuk menciptakan *Batik Pattern* yang memiliki kualitas terbaik. Dengan ide dan inspirasi desain Motif Batik Bunga yang memiliki resolusi 1000x1000, Graha Batik harapkan dapat terlihat dengan jelas untuk memenuhi kebutuhan pada saat ini. Jadi tunggu apalagi? Segera lengkapi keinginan serta kebutuhan batik anda serta *bookmark* Graha Batik *Official Site Ide Desain* dan Motif Batik Terbaik Nusantara Kebanggaan Indonesia dari sekarang sebagai inspirasi motif *Batik Art Patterns* anda. Menarik sekali jika kita pandangi desain batik asal Jambi ini. Bunga yang digambarkan berbentuk bintang. Cantik untuk dijadikan pakaian santai.

6. Motif Besurek Bengkulu



Kata besurek berarti bersurat yang mana merupakan bahasa daerah Bengkulu. Motif ini terdiri dari tulisan asli

daerah tersebut (kaganga) dan tulisan kaligrafi karena mendapat pengaruh budaya Arab.

7. Motif Besurek 2



Pada batik Besurek ini tulisan kaligrafinya lebih padat dan banyak. Ornament pelengkapanya berupa geometris yang terdiri dari lingkaran, titik, garis silang dan lain sebagainya.

D. Ada 5 Macam Teknik Batik Di Indonesia

Tidak hanya setiap motif batik di Indonesia yang berbeda-beda, teknik pembuatanya pun beragam. Berikut teknik ¹⁷¹membatik yang digunakan dalam membuat kain batik:

1. Teknik Canting Tulis

Teknik Canting tulis merupakan teknik membatik tradisional yang banyak ditemukan di wilayah Pulau Jawa. Sesuai namanya, teknik membuat kain batik yang satu ini dibuat dengan menggunakan alat yang bernama canting. Canting tersebut berfungsi sebagai alat untuk menuliskan cairan malam atau lilin pada pola kain mori. Tujuan pelapisan lilin menggunakan canting pada sebagian pola di kain mori adalah agar tidak luntur ketika dicelupkan ke pewarna. Dalam proses pembuatan kain batik tulis ini, pengrajin batik pun memerlukan ketelitian dan ketekunan

yang sangat tinggi. Dengan tingkat kesulitan tersebut, maka tak heran jika nilai jual batik tulis sangatlah mahal.

2. Teknik Celup Ikat

Teknik Celup ikat juga memiliki beragam nama lain tergantung pada wilayahnya, seperti jumputan tritik di Jawa Tengah dan Yogyakarta, Sasirangan di Banjarmasin, dan Pelangi di Palembang. Pembuatan kain batik menggunakan teknik yang satu ini adalah dengan cara mengikat sebagian kain mori, lalu dicelupkan kedalam cairan warna. Nantinya, ketika kain yang diikat dibuka, maka bagian tersebut tidak terkena cairan pewarna.

3. Teknik Printing

Selain dibuat secara tradisional, terdapat juga kain batik yang dibuat dengan cara modern. Inilah yang dikenal sebagai teknik printing, di mana kain batik dikerjakan menggunakan mesin printing di pabrik. Dalam prosesnya, pewarnaan hanya dilakukan pada salah satu sisi kain. Jadi, proses pembuatan kain batik pun lebih efisien. Selain itu, mesin printing dapat bekerja lebih cepat dalam menghasilkan kain batik. Hanya dalam 5 menit, langsung bisa membuat kain batik dengan satu warna. Kecanggihan mesin printing pun dapat membuat setiap motif batik pada kain memiliki hasil yang detail sekaligus konsisten. Proses pembuatannya yang cenderung lebih mudah membuat kain batik printing berharga terjangkau. Jenis kain batik ini biasanya banyak digunakan untuk membuat seragam.

4. 4. Teknik Cap

Teknik cap yang dilakukan dengan alat canting cap dalam membuat kain batik. Dalam prosesnya, canting cap akan dicelupkan pada cairan malam atau lilin. Lalu, ditorehkan pada pola di kain mori. Teknik membatik yang satu ini juga membuat proses pembuatan kain batik menjadi lebih mudah dan cepat.

5. Teknik Colet

Teknik membatik berikutnya, yaitu teknik colet yang juga biasa disebut dengan teknik lukis. Pengrajin batik biasanya akan membuat motif batik di kain mori menggunakan pewarna kain dan kuas. Teknik colet memungkinkan hasil kain batik yang lebih kaya warna. Tentu saja, dibutuhkan jiwa seni yang tinggi dan ketelitian yang cukup dalam membuat kain batik yang satu ini. Pasalnya, jika tidak dilakukan dengan baik, pewarnaan pada kain bisa terlihat timpang.

E. Teknik Pemasaran Batik Di Sumatra

Strategi pemasaran batik di Sumatra menggunakan strategi S-O yang dapat direkomendasikan meliputi:

1. Memberikan inovasi produk yang memperkuat posisi.
2. Membentuk citra merk sendiri tanpa mendompleng merk lain.

Inovasi produk merupakan strategi yang sangat penting bagi UMKM, karena konsumen tentunya menginginkan produk yang selalu berkembang nilai fungsionalnya. Strategi W-O yang dapat direkomendasikan meliputi:

1. Memperkenalkan keluaran dengan teknologi informasi.
2. Memperpanjang daur hidup produk dengan melakukan diferensiasi Produk.

Di wilayah Sumatera Utara cenderung kurang mampu bersaing dengan produk dari wilayah lain, dan memiliki pasar lokal sendiri. Walaupun banyak produk yang berciri tradisional (songket, batik, ulos) yang dikenal masyarakat di wilayah lain. Kurangnya promosi keluar daerah menyebabkan masyarakat dari wilayah lain Indonesia kurang mengenal dengan baik produk-produk tersebut. Strategi S-T yang dapat direkomendasikan adalah: memperkuat/menonjolkan ciri khas kedaerahan, dimana banyak produk di wilayah Sumatera Utara banyak mencirikan suku Batak, yang terbagi dalam beberapa

etnis. Banyak pelaku UMKM yang menghasilkan produk yang bercirikan Batak, dapat lebih menonjolkan ciri khas tersebut. Sebagaimana kita ketahui, negara lain sangat mengapresiasi budaya Indonesia. Tentunya hal ini dapat dijadikan momentum untuk memperkenalkan kekhasan tersebut, melalui berbagai media. Strategi W-T yang dapat direkomendasikan meliputi:

1. Membuat kemasan yang inovatif dengan merk khas
2. Memperkenalkan wilayah usaha dengan kluster produk.

Konsumen akan menilai kemasan sebelum membeli sebuah produk. Pelaku UMKM dapat membuat kemasan yang lebih menarik dan inovatif untuk menarik minat konsumen. Sehingga dengan melihat sekilas, konsumen mengetahui bahwa itu adalah produksi UMKM tertentu. Namun tak boleh melupakan kualitas produknya sendiri, beberapa aspek:

1. Aspek kewirausahaan

Pemerintah Provinsi Sumatra Barat memprioritaskan pengembangan industri kreatif untuk mendorong pertumbuhan industri daerah serta meningkatkan nilai jual pariwisata setempat. Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sumbar Burhasman mengatakan industri kreatif menjadi penjualan daerah tersebut untuk mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat. "Kami dorong pertumbuhan industri kreatif di Sumbar. Selama ini industri fashion dan kuliner sudah menjadi ikon Sumbar, kami ingin kembangkan lebih luas," katanya, Jumat (27/2/2015). Dia menyebutkan potensi pengembangan industri kreatif di daerah itu masih sangat besar, mengingat hampir setiap kabupaten/kota memiliki produk kreatif baik berupa produk makanan, seni, ukiran, hingga pakaian yang perlu pengembangan lebih luas. Menurutnya, pembagian sektor industri kreatif di Sumbar setidaknya dikelompokkan dalam 15 sub bidang yang terbagi atas dua kelompok, yaitu kelompok media desain dan seni budaya. Kelompok media desain terdiri atau usaha percetakan, periklanan, desain,

animasi, dan usaha yang berkaitan dengan bidang itu. Kemudian kelompok seni budaya meliputi seni pertunjukan, musik, fesyen, dan kuliner. “Persoalannya adalah dari segi pengemasan produk, agar memiliki nilai jual yang masih sangat kurang. Kami dorong dari situ,” ujarnya. Gubernur Sumbar Irwan Prayitno menyebutkan untuk mendukung pengembangan industri kreatif, pemerintah tengah menyusun rencana jangka panjang dengan membuka kawasan industri baru yang diprioritaskan bagi IKM berbasis IT di Kabupaten Padang Pariaman. Dia mengungkapkan pemprov Sumbar siap memasok lahan hingga 3.000 hektare untuk membangun kawasan industri itu.

2. Aspek Manajemen 40

Di pandang dari luasnya permasalahan yang ada dalam perusahaan, maka diperlukan adanya perencanaan yang menyeluruh untuk dijadikan pedoman bagi segmen perusahaan dalam menjalankan kegiatan. Adapun alasan lain yang menunjukan pentingnya strategi pemasaran adalah semakin kerasnya persaingan yang dihadapi oleh perusahaan pada umumnya. Dalam situasi yang demikian, tidak ada lagi pilihan lain bagi perusahaan kecuali berusaha untuk menghadapinya atau sama sekali keluar dari arena persaingan. Perusahaan harus meningkatkan efektifitas dan nilai pelanggan, 40 erti yang di kemukakan Bestari dalam Wibowo (2015), bahwa respon yang paling baik untuk melindungi pasar yaitu dengan melakukan inovasi terus menerus (continous innovation). Perusahaan terus berusaha meningkatkan efektifitas kompetitif dan nilai perusahaan di mata konsumennya. Adapun menurut Tonny (2017), memaparkan bahwa promosi merupakan salah satu factor penentu 43 hasil suatu program pemasaran, sehingga berapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah melihat dan mendengarnya dan tidak yakin produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Alat yang digunakan untuk

memper lancar penjualan suatu produk adalah melalui promosi. Di bawah ini adalah instagram atau media sosial yang digunakan untuk media promosi dari usaha batik Tanah Liek yang ada di kota Padang.

3. Aspek Produksi

Produksi pada umumnya dapat diartikan sebagai kegiatan untuk menciptakan dan menambah kegunaan suatu barang atau jasa. Kegiatan produksi mencakup masalah input, transformasi, output suatu produk. Menurut Assauri (2008: 11) "Produksi adalah suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan (input) menjadi keluaran (output), tercakup semua aktivitas atau kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa serta kegiatan-kegiatan lain yang mendukung atau menunjang untuk menghasilkan produk tersebut." Sedangkan menurut Ahyari (2002: 6) "Produksi adalah kegiatan yang dapat menimbulkan tambahan manfaat atau penciptaan faedah baru. Faedah atau manfaat ini dapat terdiri dari beberapa macam, misalnya faedah bentuk, faedah tempat, serta kombinasi dari faedah-faedah tersebut di atas. Apabila terdapat suatu kegiatan yang dapat menimbulkan manfaat baru, atau mengadakan penambahan dari manfaat yang sudah ada, maka kegiatan tersebut akan disebut sebagai kegiatan produksi." Proses Produksi Berdasarkan etimologi dan terminologi batik berasal dari dua kata mbat dan tik. Mbat dalam bahasa Jawa diartikan sebagai ngembat atau melempar berkali-kali, sedangkan tik berasal dari kata titik. Menurut Musman dan Arini (2011: 1) membatik berarti melempar titik-titik yang banyak dan berkali-kali pada kain. Sehingga akhirnya bentuk-bentuk titik tersebut berhimpitan menjadi bentuk garis. Selain itu batik juga berasal dari kata mbat adalah kependekan dari kata membuat, sedangkan tik adalah titik. Menurut prosesnya batik dibagi menjadi empat macam yaitu batik tulis, batik cap, batik kombinasi dan batik print.

STUDI KASUS

Permasalahan yang ada adalah bahan baku, peralatan produksi, inovasi dan jenis produk, manajemen, pemasaran, SDM serta fasilitas kerja yang masih kurang memadai. Pemecahan masalah yang telah diperoleh adalah dengan daur ulang bahan baku malam, penambahan alat alat kantor dan produksi, bertambahnya produk turunan dari batik dan jumlah lembaran batik yang dihasilkan dan dijual naik sekitar 10%, mampu mengelola keuangan, administrasi dan produksi usaha modern secara efisien walau masih secara sederhana, mulai berpromosi secara aktif dengan menggunakan kartu nama, brosur, katalog dan web based marketing, penambahan pegawai, penataan kantor, show room dan ruang produksi beserta dengan peralatannya.

RANGKUMAN

Batik Sumatera adalah batik yang berasal dari wilayah Pulau Sumatera secara umum telah berkembang gsejak zaman kerajaan, di Aceh sekitar abad ke-13 dan di Minang abad ke-16. Dewasa ini batik di Sumatera berkembang di beberapa daerah antara lain, sehingga memiliki banyak julukan lain sesuai tempat penyebarannya, batik di Sumatera Barat sudah ada sejak abad ke 13. Tradisi membatik di Sumbar dapat dikatakan sudah sangat tua, dan diasumsikan sudah melalui lima periode besar. Ciri khas batik Sumatera adalah menggunakan kain yang bagus dan kualitas yang bagus yaitu kain songket.



BAGIAN 8
WIRAUSAHA DAN PENGEMBANGAN
BATIK KHAS ACEH

A. Wirausaha

Sustainable Entrepreneurship merupakan praktik berwirausaha yang didorong konsep keberlanjutan dengan fokus meningkatkan nilai bisnis yang tidak melupakan peningkatan nilai sosial dan lingkungan.

Kewirausahaan biasanya dilakukan bagi orang-orang yang dapat memulai usahanya secara mandiri dengan mengarahkan segala sumber daya dan upaya, termasuk inovasi, kecerdasan dan kreativitas. Hasil akhir dari proses tersebut adalah terciptanya bisnis baru yang diciptakan dalam kondisi risiko atau ketidakpastian. Para ahli mengatakan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara istilah kewirausahaan dan wirausaha sebagai dua hal yang berbeda. Orang yang berwirausaha disebut wirausaha, dan wirausaha juga dapat dicapai dengan bekerja sama dengan orang lain atau perusahaan milik orang lain.

Karakteristik Wirausaha

Wirausahawan adalah seseorang yang mengelola, mengatur dan berani mengambil setiap risiko untuk menciptakan bisnis dan peluang baru. Wirausahawan memiliki ciri-ciri dan sikap sebagai berikut:

1. Disiplin pengusaha masa depan perlu memiliki kepribadian yang disiplin dalam hal disiplin waktu dan disiplin dalam pengembangan lebih lanjut keterampilan kewirausahaan
2. Kreatif dan inovatif untuk menciptakan bisnis yang berjiwa wirausaha, Anda juga membutuhkan karakter kreatif dan inovatif.
3. Jujur kejujuran wirausaha adalah kunci utama dalam menjalankan bisnis agar tetap berjalan amanah.
4. Penanggung jawab selalu bertanggung jawab atas pekerjaan yang Anda lakukan dengan baik.
5. Sangat berkomitmen dengan tingkat komitmen yang tinggi, bisnis Anda akan terus berlanjut dan berkembang.

Faktor Penghambat Wirausaha

Kegagalan itu sendiri dapat digambarkan sebagai akibat dari ketidaksesuaian keinginan atau kepuasan dengan hasil yang dilakukan. Kegagalan bisnis adalah:

1. Tidak ada prinsip kepemimpinan kewirausahaan yang tidak memadai atau kurangnya kemampuan dan pengetahuan untuk menjalankan suatu usaha merupakan faktor utama yang menghambat kelancaran suatu usaha.
2. Kurang berpengalaman baik dalam menjalankan berwirausaha yang dapat mengakibatkan gagalnya menjalankan usaha.
3. Gagal dalam perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, sekali gagal dalam perencanaan, maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan.
4. Lokasi yang strategis lokasi usaha yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Di lokasi yang tidak strategis, bisnis bisa lebih sulit dioperasikan karena inefisiensi.
5. Kurangnya pemantauan perangkat pengawasan erat kaitannya dengan efisiensi dan efektivitas. Kurangnya pengawasan dapat menyebabkan penggunaan peralatan (fasilitas) perusahaan menjadi tidak efisien dan tidak efisien.

Faktor Keberhasilan Wirausaha

Keberhasilan wirausaha disebabkan oleh sebab-sebab berikut: ketekunan dan kesabaran. Sikap serius, ketekunan, dan kesabaran adalah kunci untuk mendukung kesuksesan bisnis baik untuk usaha kecil menengah maupun usaha besar.

1. Pengetahuan tentang kewirausahaan
Kewirausahaan adalah kegiatan memulai usaha dan menghitung kebutuhan finansial untuk mendapatkan keuntungan. Pengetahuan tentang kepemimpinan kewirausahaan sangat berpengaruh dalam kegiatan bisnis.

2. Keterampilan bisnis

Setelah pengetahuan tersedia, faktor keberhasilan kewirausahaan berikutnya yang harus dimiliki adalah bukti penerapan pengetahuan kewirausahaan.

3. Bertindak dengan percaya diri

Banyak yang ingin menjadi pengusaha, tapi sayangnya sangat sedikit yang berani bergerak.

4. Berani mengambil resiko

Pengusaha harus mengambil risiko dalam memasarkan produk tersebut. Selain berakting, memiliki keberanian untuk menghadapi peluang terburuk juga menjadi kunci menjadi pengusaha sukses.

5. Kepercayaan

Percaya pada diri sendiri merupakan faktor penting ketika menjalankan bisnis mandiri. Pengusaha harus yakin dengan hasil produk yang diterbitkan di lingkungan sekitar.

Cara Memulai Wirausaha Untuk Pemula

1. Fokus pada tujuan. Anda Fokus pada tujuan awal membuka usaha. Kebanyakan pemula memanfaatkan semua peluang bisnis yang ada tanpa mempertimbangkan perkembangan bisnis di masa depan. Sebagai pemula, ada baiknya untuk fokus pada satu bisnis terlebih dahulu.
2. Mulailah dengan apa yang Anda sukai. Jika Anda kesulitan memutuskan bisnis mana yang akan dimulai, cara termudah untuk berbisnis adalah dengan menggunakan bisnis yang paling Anda sukai. Karena sesuatu yang Anda cintai membuat Anda melakukannya. Anda dapat memulai bisnis baru hanya ketika bisnis yang Anda sukai berhasil, yang penting Anda tidak terburu-buru.
3. Terus belajar untuk meningkatkan keterampilan. Anda Sebagai seorang wirausahawan, Anda perlu belajar dan terus belajar. Mempelajari hal-hal baru tentang penyebab dan konsep bisnis adalah ciri khas pengusaha sukses.
4. Menguasai 100% konsep bisnis. Secara khusus, penting untuk mempelajari konsep bisnis dari perusahaan yang

Anda jalankan. Anda perlu memiliki pengalaman langsung dan pengetahuan yang luas tentang bisnis yang Anda jalankan, terutama jika bisnis Anda membutuhkan investor atau kemitraan bisnis.

5. Simpan. Menabung adalah kegiatan yang digunakan untuk meminimalkan keuangan untuk menjaga stabilitas. Berwirausaha menabung sangat penting untuk pembelian bahan dan peralatan sebagai bahan baku produksi.

Hal Yang Harus Di Perhatikan Dalam Berwirausaha

1. Seni Negosiasi. Ketika berhadapan dengan investor untuk mempercepat ekspansi bisnis, harap bernegosiasi dengan hati-hati. Hal pertama dan paling penting untuk dipelajari adalah "seni negosiasi". Kami perlu terus menilai dengan hati-hati kesesuaian kebutuhan bisnis kami, dengan tujuan pemangku kepentingan lainnya. Kemampuan untuk secara akurat mengidentifikasi tujuan investor menempatkan dia pada posisi yang tepat untuk berkompromi sesuai kebutuhan sambil mengikuti prinsip bisnis yang sukses.
2. Kumulatif pengeluaran kecil biaya yang tampaknya rendah cenderung membebani perusahaan dengan tagihan yang tinggi. Perhatikan baik-baik pengeluaran, termasuk pengeluaran usaha kecil, uang receh, kenakalan, dan gaji karyawan dan laporan pengeluaran. Perencanaan pengeluaran triwulanan membantu Anda mengelola keuangan perusahaan dengan baik, mengantisipasi pengeluaran masa depan yang belum terjadi, dan memastikan keuangan perusahaan anda positif. Mari kita merasionalkan dan mengambil pelajaran positif dari pengalaman ini. Jika Anda mengingat titik pemicu dan efeknya dengan baik, dapat mencegah hal ini terjadi lagi.
3. Perencanaan keuangan menyimpan catatan keuangan yang terperinci dan melacak semua pengeluaran operasional dan investasi pendapatan yang diperlukan untuk mengembangkan bisnis, bersama dengan poin-poin sebelumnya mengenai pendekatan ideal untuk

meningkatkan biaya operasional "kecil". Faktanya, Martin Senn, CEO Davinci Virtual Office Solutions, mengatakan: Berinvestasi di usia muda oleh pemodal ventura dan investor malaikat dapat mengalihkan perhatian pengusaha. Investasi yang terlibat dapat menjadi hal yang menakutkan bagi sebagian besar pemilik bisnis yang ingin mengembangkan bisnis mereka, tetapi semua keputusan bisnis dievaluasi dengan cermat berdasarkan angka daripada dorongan emosional.

4. Pelajari tentang kewajiban pajak. Luangkan jam untuk mempelajari undang-undang pengembangan bisnis dan mintalah nasihat dari akuntan pajak tepercaya yang akrab dengan perusahaan yang setara. Pengembangan bisnis internasional harus selalu dilakukan dengan sangat hati-hati, karena undang-undang perpajakan berbeda dari satu negara ke negara lain. Pelanggaran terhadap aturan tersebut dapat mengakibatkan penghentian dini upaya pengembangan usaha. Oleh karena itu, bekerjalah dengan pemangku kepentingan lokal yang tepercaya atau teliti aturan pajak penghasilan dan rencanakan secara menyeluruh sebelum memulai bisnis di luar negeri.
5. Pekerjaan dan pelatihan pekerja dapat memakan waktu pengembangan bisnis hampir selalu membutuhkan peningkatan jumlah pekerja. Anggaran Anda mungkin tidak sebesar gaji yang ditawarkan di pasar tenaga kerja sehingga hampir tidak mungkin menemukan pekerja terampil yang memiliki pengalaman yang tepat dan bersedia membayar untuk mempekerjakan seorang pekerja. Pengembangan bisnis adalah peluang besar bagi pengusaha untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah potensial sejak dini. Kiat-kiat di atas akan membantu pemilik bisnis mengevaluasi pilihan mereka, menghasilkan keuntungan jika menghadapi tantangan potensial dan meningkatkan peluang keberhasilan mereka.

B. Batik Aceh



Contoh Motif Batik Aceh Gayo

Aceh sebenarnya tidak memiliki tradisi membatik seperti halnya masyarakat Jawa pada umumnya, namun di bumi Serambi Mekkah ini ternyata mempunyai produk kerajinan batik yang kemungkinan besar dibawa oleh para pendatang dari pulau Jawa sebelumnya. Sejak era kerajaan terdahulu masyarakat Aceh sudah mengenal dan mengenakan batik tulis dalam kegiatan kemasyarakatannya, akan tetapi tidak ditemukan kepastian waktu atau tahun atau catatan sejarah yang secara jelas menjabarkan kedatangan orang Jawa ke Aceh.

Daerah Istimewa Aceh merupakan salah satu provinsi istimewa di Indonesia yang terletak di sebelah ujung utara dari pulau Sumatera dan juga merupakan provinsi yang terletak paling barat dari wilayah Indonesia. Provinsi dengan Ibu kota Banda Aceh ini memiliki jumlah penduduk sekitar empat juta lima ratus ribu jiwa menurut data dari situs resmi pemerintah Aceh. Sedangkan batas wilayah Aceh yaitu sebelah 193 tan berbatasan langsung dengan Provinsi Sumatera Utara, sebelah utara-timur berbatasan langsung dengan Selat Malaka, dan sebelah barat berbatasan dengan Samudra Hindia.

Motif Batik Aceh terlihat unik dan khas karena menggunakan unsur alam dan budaya 33 Aceh dalam paduan warnanya. Warna yang digunakan pada Batik Aceh lebih dominan pada warna-warna yang cerah seperti merah, hijau,

kuning, merah muda, dan lain sebagainya. Keberanian memainkan warna itulah yang memberikan kesan unik dan glamor. Jarang sekali penggunaan motif binatang pada Batik Aceh, hal tersebut dikarenakan larangan syariat Islam untuk menggambarkan makhluk bernyawa dalam pembuatan kain batik. Pengaruh Islam yang kuat pun tercermin pada bentuk sulur, melingkar, dan garis pada tiap motif.

Batik Aceh bukan hanya sekedar kain batik tulis dengan segala keindahan yang mengikutinya. Setiap kain batik tulis Aceh dalam setiap motif batiknya terkandung makna dan filosofi luhur kehidupan yang menjadi l⁶⁹arifan budaya lokal serta pedoman hidup bagi masyarakat Aceh. Beberapa motif Batik Aceh diantaranya yaitu, motif tolak angin, motif pintu Aceh, motif batik bunga jeumpa, motif batik awan meucanek, motif batik rencong, motif batik awan berarak, gayo dan motif batik Pucok Reubong.

73

Motif Batik Aceh

Motif batik Aceh sangat unik menggunakan unsur alam dan budaya khas Aceh sendiri. Di Aceh sangat banyak kerajinan tangan yang masyarakat Aceh sendiri membuatnya. Perpaduan warnanya juga unik dengan dominan yang cerah seperti kuning, merah, merah muda (pink), dan hijau. Dalam memberikan warna yang sangat berani sehingga kain batik berkesan mewah dan elegan. Masyarakat Aceh tidak menggambarkan wujud manusia dalam kain batiknya, lebih ke tumbuhan atau alam.⁶⁹ Pengaruh Islam sangat kuat dalam budaya batik di Aceh. Berikut ini adalah beberapa motif batik Aceh antara lain:

1. Motif Batik Pintu Aceh



Batik Pintu Aceh

Motif batik Aceh Pintu menunjukkan bahwa pintu-pintu tersebut relatif rendah dan mewakili kepribadian orang Aceh yang selalu rendah hati, lapang dan sabar. Menilik rumah adat Asenesia, rumah adat ini umumnya memiliki pintu yang relatif rendah, namun ada juga yang cukup luas atau luas. Jika dikaitkan dengan filosofi perusahaan tradisional Aceh, terlihat bahwa masyarakat Aceh memiliki kepribadian dan adat istiadat yang tidak mudah terbuka dengan orang luar, namun terkesan hangat karena saling mengenal seperti saudara.

2. Motif Batik Tolak Angin



Batik Tolak Angin

Motif batik Tolak Angin menunjukkan gambar mengenai banyaknya jumlah ventilasi yang ada pada rumah adat Aceh tersebut. Motif batik tolak angin bisa jadi merupakan perlambang bahwa masyarakat Aceh pada umumnya cenderung mudah menerima perbedaan budaya maupun prinsip satu sama lain.

3. Motif Batik Bungong Jeumpa



Batik Bungong Jeumpa

Motif batik Bungong Jeumpa atau biasa masyarakat setempat mengatakan bunga Jeumpa atau dalam istilah orang Jawa dikenal dengan nama bunga Kantil, hal ini digunakan sebagai motif batik Aceh karena hampir di setiap wilayah Aceh terdapat banyak bunga jeumpa serta bentuknya luar biasa indah. Unsur alam yang khas digunakan pada motif Bungong Jeumpa.

4. Motif Batik Aceh Rencong



Batik Aceh Rencong

Motif batik Rencong tercipta karena merupakan senjata tradisional khas Aceh yang dahulu digunakan untuk perang kemerdekaan RI, senjata tajam yang mirip dengan belati tapi berbeda dengan pedang atau pisau. Masyarakat Aceh sangat mempercayai bahwa bentuk senjata rencong ini merupakan representasi dari bacaan *basmalah* atau bismillah.

Ciri Khas Motif Batik Aceh

Batik Aceh sebenarnya semakin populer belakangan ini. Seperti daerah lain, motif batik Aceh memiliki makna dan filosofi tersendiri yang merupakan bagian dari kearifan budaya lokal. Motif batik Aceh khususnya batik tulis dikenal dengan motif pintu Aceh, bunga junpa, angin trak, awan mukanek, akar teratai, awan parade, pucok rubon, motif gayo bertambah. Batik Aceh yang kaya akan motif etnik telah menarik perhatian peminat baik dari dalam maupun luar Aceh dan luar negeri. Motif batik Aceh terlihat unik dan unik karena penggunaan unsur alam dan budaya Aceh dalam motif dan paduan warna warna yang digunakan pada Batik Aceh lebih dominan pada warna-warna cerah seperti merah, hijau, kuning, pink, dan warna-warna cerah lainnya. Tak heran jika batik Aceh segera dikenal tidak hanya di Indonesia tetapi juga di negara lain seperti Korea Selatan.

Aspek Kelayakan

Pengembangan motif batik khas Aceh berarti melakukan penganeka-ragaman motif-motif batik dari yang sudah ada, sehingga tercipta alternatif-alternatif motif batik baru. Desain motif batik hasil dari penciptaan ini dibuat berdasarkan kreativitas seni dengan mempertimbangkan beberapa aspek:

1. Keunggulan dari desain yang ada.

Motif kreatif yang baru dikembangkan ini menggabungkan motif hias tradisional Aceh. Batik Aceh Usaha Kecil (IKM) tidak cukup kuat untuk menonjolkan ciri ornamen batik Aceh dalam produksi motif batik. Keunggulan desain motif baru yang lahir dari kajian dan penciptaan seni ini adalah

desain motif baru dengan ciri khas dekorasi Aceh yang kuat, yaitu pengembangan motif batik Aceh.

2. Aspek Kelayakan Ekonomi.

Lebih indah, motif-motif baru yang dibentuk oleh seni dan budaya lokal menarik peminat batik. Pembelian produk batik oleh konsumen saat ini meliputi pakaian, souvenir, furnitur, seragam, koleksi seni dan lainnya, tergantung minat konsumen. Ini menunjukkan prospek pasar dengan membuat desain baru. Nilai seni dan kebanggaan budaya yang tergambar dalam motif batik membuat konsumen lebih rela membayar untuk batik yang unik dan khas daerah tersebut, daripada motif biasa yang biasa. Pengembangan berkelanjutan berarti upaya terus menerus untuk meningkatkan nilai penjualan sehingga perusahaan menengah dapat menjadi lebih menguntungkan dan berkembang lebih jauh. Penjelasan di atas menunjukkan bahwa usaha pengembangan motif-motif baru dengan ciri khas daerah tersebut layak secara ekonomi.

3. Realisasi Sosial dan Ekologis.

Pengembangan motif batik khas Aceh memiliki kelayakan sosial dan ekologis. Perkembangan kegiatan usaha batik juga membuka peluang bagi pengembangan lebih lanjut kegiatan sosial dan ekologi daerah. Karena usaha kerajinan batik bersifat padat karya, maka dapat dilakukan atau membutuhkan banyak pekerjaan untuk mengurangi pengangguran. Mudah karena bisnisnya bisa berupa bisnis kecil-kecilan atau bisnis rumahan. Teknik pembuatan batik sangat mudah untuk dipraktikkan baik bagi pemilik usaha rumahan skala kecil dan menengah. Fasilitas kreatif seperti kerajinan batik seperti lokomotif industri yang terus berkembang juga dapat mengoperasikan fasilitas produktif lainnya seperti toko tekstil, pabrik pencelupan, bahan baku batik, penjahitan, transportasi dan warung makan. Lingkungan masyarakat tempat usaha berada semakin berkembang, dan suasana kegiatan sosial semakin dinamis.

Proses Pembuatan Batik

1. Proses dan Istilah Pembuatan Batik Tulis



Batik Tulis

124

Batik tulis ialah hasil proses produksi batik dengan tehnis pengerjaan motifnya ditulis langsung dengan manual oleh pembatik. Untuk menulisnya, dapat memakai canting yang dibuat dari tembaga yang diperlengkapi gagang dari bambu.

- a. Pemotongan bahan baku (mori) sesuai dengan kebutuhan.
- b. Mengetel: menghilangkan kanji dari mori dengan cara membasahi mori tersebut dengan larutan: minyak kacang, soda abu, tipol dan air secukupnya. Lalu mori diuleni setelah rata dijemur sampai kering lalu diuleni lagi dan dijemur kembali. Proses ini diulang-ulang sampai tiga minggu lamanya lalu dicuci sampai bersih. Proses ini agar zat warna bisa meresap ke dalam serat kain dengan sempurna.
- c. Nglengreng: menggambar langsung pada kain.
- d. Isen-isen: memberi variasi pada ornamen (motif) yang telah dilengreng.
- e. Nembok: menutup (ngeblok) bagian dasar kain yang tidak perlu diwarnai.
- f. Ngobat: mewarnai batik yang sudah ditembok dengan cara dicelupkan pada larutan zat warna.

- g. Nglorod: menghilangkan lilin dengan cara direbus dalam air mendidih (finishing).
- h. Pencucian: setelah lilin lepas dari kain, lalu dicuci sampai bersih dan kemudian dijemur.

2. Proses Pembuatan Batik Cap



Batik Cap

51

Tidak seperti batik tulis yang proses pembuatannya menggunakan canting, pada proses pembuatan batik cap alat yang digunakan yaitu cap (semacam stempel besar yang terbuat dari tembaga) yang sudah didesain dengan motif tertentu dengan dimensi 20cm x 20cm. Berikut adalah proses pembuatan batik cap:

- a. Kain mori diletakkan di atas meja dengan alas di bawahnya menggunakan bahan yang empuk.
- b. Malam direbus hingga suhu 60–70 derajat Celsius.
- c. Cap dicelupkan ke malam yang telah mencair tadi tetapi hanya 2 cm saja dari bagian bawah cap.
- d. Kemudian kain mori dicap dengan tekanan yang cukup supaya rapi. Pada proses ini, cairan malam akan meresap ke dalam pori-pori kain mori.

- e. Selanjutnya adalah proses pewarnaan dengan cara mencelupkan kain mori yang sudah dicap tadi ke dalam tangki yang berisi cairan pewarna.
- f. Kain mori direbus supaya cairan malam yang menempel hilang dari kain.
- g. Proses pengecapan => pewarnaan => penggodogan diulangi kembali jika ingin diberikan kombinasi beberapa warna.
- h. Setelah itu, proses pembersihan dan pencerahan warna dengan menggunakan soda.
- i. Penjemuran kemudian disetrika supaya rapih.
- j. Proses pembuatan batik cap ini lebih cepat dibandingkan dengan proses pembuatan batik tulis karena pembuatan motifnya dengan menggunakan cap (stempel) yang lebar. Bandingkan dengan batik tulis yang menggunakan guratan-guratan canting.

3. Proses Pembuatan Batik Lukis



Batik Lukis

Batik lukis adalah proses melukis langsung kain putih untuk membuat batik. Lukisan batik Indonesia dapat menarik wisatawan asing dan akan terus diamati. Batik produksi terbuat dari sutra, katun, rayon/wisteria (campuran kain poliester), lilin dan rosin. Anda membutuhkan kain (bahan). Canting, pewarna (pewarna), color killer, soda bubuk. Proses pembuatan batik lukis adalah sebagai berikut:

- a. Membuat reka corak kain batik di atas kain putih dengan pensil. Motif boleh dipilih berasaskan tradisional/ethnik, flora fauna, geometrikal, organik, garisan dan ruang, semi abstrak dan lain-lain. Dalam penentuan motif, biasanya tiap orang memiliki selera berbeda-beda. Ada yang lebih suka untuk membuat motif sendiri, namun yang lain lebih memilih untuk mengikuti motif-motif umum yang telah ada. Lebih menyenangkan motif boleh dipilih daripada koleksi Master Wan Batik.
- b. Menggunakan canting yang telah diisi lilin cair untuk mencorakkan kain. Kepanasan lilin perlu dikawal agar tidak terlalu panas untuk mengelakkan garisan lilin kembang dan sekaligus menghasilkan garisan yang tidak konsisten. Pelukis terpaksa menuangkan semula lilin cair ke dalam bekas lilin sebelum lilin cair itu sejuk. Seterusnya menceduk lilin lain bagi menjamin aliran lilin cair tersebut dapat digunakan dengan lancar.
- c. Mematikan warna. Sodium silicate digunakan sebagai bahannya. Proses ini dilakukan untuk memastikan warna tidak akan luntur apabila dibasuh seterusnya.
- d. Setelah empat jam merendam kain dalam bahan tersebut, kain tersebut dibasuh/dicuci dan direbus. Tujuannya adalah untuk menghilangkan lapisan lilin, sehingga motif yang telah digambar sebelumnya terlihat jelas. Air panas dimasukkan serbuk soda bagi memudahkan lilin ditanggalkan daripada kain. Seterusnya kain tersebut dibasuh sekali lagi dan dibilas. Paling bagus, kain batik ini dijemur di tempat teduh agar warnanya dapat dijamin ketahanan dan kualitasnya.

Pengembangan Wira 19 aha Batik Aceh

Pada tanggal 26 Desember 2004 terjadi gempa dengan episentrum sekitar 150 km di lepas pantai Aceh. Bencana ini terkuat dari gempa di seluruh dunia yang pernah tercatat dalam satu generasi. Empat puluh lima menit setelah gempa, gelombang tsunami melanda wilayah pesisir Aceh

sepanjang 800 km. Perekonomian Aceh mengalami kehancuran total di segala sektor ekonomi setelah bencana gempa bumi dan tsunami, terutama di daerah yang terkena langsung. Dampak seperti ini disebut dampak langsung.

Pasca Aceh terkena musibah tsunami, Batik Aceh mulai gencar mendapat pembinaan dari pemerintah terutamanya melalui Dewan Kerajinan Nasional (Dekranas). Sehingga di beberapa tempat di Aceh, seperti Banda Aceh dan Lhokseumawe terdapat sentra pembuatan Batik Aceh. Untuk melatih para pengrajin batik lokal sengaja didatangkan pelatih dari Jawa. Batik Aceh dapat kita temukan di sentra batik di Desa Meunasah Manyang, Kabupaten Aceh. Peran Pemerintah setempat untuk melestarikan Batik Aceh nampak pada anjuran kepada pegawai pemerintahan untuk memakai batik Aceh saat bekerja. Dengan adanya Batik Aceh, maka khazanah perbatikan di Indonesia akan semakin kaya dan beragam.

Produk

Industri batik khas Aceh dijual sebagai sandang dan cendera mata untuk pasar lokal, pasar suvenir wisata dan dikembangkan untuk pasar ekspor. Aceh adalah tujuan wisata baru yang sedang berkembang. Batik Aceh adalah alternatif suvenir lokal yang khas unik, mudah dikemas, mudah dibawa, ringan dan bernilai pakai dengan harga yang relatif murah. Keunggulan bahan kain yang digunakan sebagai suvenir adalah meningkatkan permintaan batik sebagai suvenir kunjungan dari daerah. Tur seni & kerajinan termasuk tikar, kendi, tembikar, pakaian, tas, dompet, topi, topi tengkorak dan banyak lagi. Industri batik berkembang sangat baik di Aceh.

C. Penerapan Batik Aceh

1. Batik Aceh Di Terapkan Pada Baju



Baju Batik Aceh

Sesuai dengan himbauan plt. Gubernur Aceh kepada seluruh kepala Satuan Kerja Perangkat Aceh (SKPA) agar menggunakan Batik Aceh yang merupakan produk “Aneuk Nanggroe” yang diproduksi oleh pengusaha industri kecil menengah (IKM) Aceh pada hari tertentu maupun pada setiap kegiatan formal Pemerintah Aceh. Tidak hanya untuk SKPA saja, Plt Gubernur juga memberikan imbauan tersebut kepada Para Kepala Biro Sekretariat Daerah, Kanwil Kementerian/ Non Kementerian Wilayah Aceh, Pimpinan BUMN/ BUMD bahkan Perbankan yang ada di Propinsi Aceh.

Seluruh staff RSJ kini telah mengenakan baju batik bermotif Aceh. Pakaian batik tersebut dikenakan setiap hari Kamis dan hari-hari penting. Bahan dari baju tersebut memang tak kalah bagusya dari produk luar, motif yang menganut desain dari kopiah meuketop menambah kesan elegant.

2. Sarung Batik Aceh



Sarung Batik Aceh

Sarung adalah kain lebar yang kedua ujungnya dijahit membentuk pipa/pipa. Inilah makna dasar salon yang berlaku di Indonesia dan daerah. Dalam pakaian internasional, salon adalah kain lebar yang dikenakan di pinggang untuk menutupi tubuh bagian bawah (duduk). Kain sarung dibuat dari bermacam-macam bahan: katun, poliester atau sutera. Penggunaan sarung sangat luas, untuk santai di rumah hingga pada penggunaan resmi seperti ibadah atau upacara perkawinan. Pada umumnya penggunaan kain sarung pada acara resmi terkait sebagai pelengkap baju daerah tertentu. Dalam masa adaptasi kebiasaan baru, para pengusaha batik di Kota Aceh mengalami peningkatan dalam penjualan, khususnya penjualan sarung batik khas Aceh yang banyak diminati oleh masyarakat luar daerah.

3. Lapak Online Wirausaha batik Aceh

Online shop atau bisnis online saat ini bukan lagi menjadi sesuatu yang asing bagi masyarakat Indonesia, baik yang dalam kesehariannya menggunakan *internet* ataupun

tidak. *Online shop*, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui *internet* dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik yang dimana barang yang diperjualbelikan ditawarkan melalui display dengan gambar yang ada di suatu website atau toko maya. Setelahnya pembeli dapat memilih barang yang diinginkan untuk kemudian melakukan pembayaran kepada penjual melalui rekening bank yang bersangkutan. Setelah proses pembayaran diterima, kewajiban penjual adalah mengirim barang pesanan pembeli ke alamat tujuan. Beberapa wirausaha menjual batik Aceh di berbagai lapak online karena harus mengikuti arus globalisasi dengan memanfaatkan media sosial atau aplikasi jual beli agar para pembeli mudah mengakses harga dan gambar.

Baju Batik Aceh Rp 159.500



Sarung Batik Aceh Rp.179.000



Songket Batik Aceh Rp.300.000



D. Faktor Pendorong dan Penghambat Pemasaran Batik

Globalisasi menjadi tantangan bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk terus bertahan. Teknologi Informasi terutama media sosial menawarkan manfaat bagi UKM untuk meningkatkan pemasarannya. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi penggunaan media sosial dan manfaatnya pada UKM. Pengamat ekonomi mengungkapkan bahwa krisis ekonomi yang mendera perekonomian nasional adalah akibat kegagalan sektor usaha besar yang selama ini banyak mendapat proteksi dari pemerintah. Perusahaan-perusahaan besar tidak cukup kuat pondasinya untuk bertahan dari terpaan badai krisis yang terjadi kebangkrutan karena memang selama ini mereka menggantungkan sumber pendanaan pada faktor eksternal, hutang.

Usaha Kecil Menengah (UKM) justru memperlihatkan kemampuan untuk tetap survive meskipun mereka diterpa badai krisis. Kemampuan UKM untuk survive dengan sumber daya pribadi inilah membuat banyak kalangan merasa optimis bahwa UKM di masa sekarang dan di masa depan merupakan tonggak penyelamat ekonomi nasional. Stoner menyebut UKM sebagai dewa penyelamat bagi perekonomian karena merekalah yang masih mampu menjadi pemasok kebutuhan masyarakat dan mereka juga masih mampu memberikan lapangan kerja.

UKM dikelola oleh orang-orang yang memiliki kompetensi khusus, mereka mengenali titik kelemahan yang dihadapi usaha kecil dan menengah, sehingga praktis mereka secara mudah dapat mengatasinya dan mencari keterampilan yang diperlukan untuk memastikan sukses dari dimulainya perusahaan mereka. Pengelola UKM juga memahami bagaimana bagian dari suatu usaha saling berpasangan (*mutually inclusive*) untuk membentuk keseluruhan struktur dan mengetahui bahwa jika ada suatu bagian yang hilang (*anything loss*) yang mengancam kegagalan usaha mereka.

1. Faktor Pendukung Dari Pemasaran Batik Aceh adalah:

- a. Faktor manusia: kebahagiaan dan keberhasilan usaha merupakan cita-cita setiap manusia, manusia adalah orang-orang yang terlibat dalam usaha oleh karena itu berhasil atau tidaknya usaha tergantung manusianya.
- b. Faktor keuangan: faktor ini merupakan penunjang dalam keberhasilan usaha atau bisnis keuangan digunakan sebagai operasional perusahaan, baik produksi, biaya-biaya, membeli bahan baku, promosi, pemasaran, penjualan. faktor ini menjaga kestabilan usaha.
- c. Faktor permodalan: perusahaan yang ingin maju dan ingin kelangsungan hidupnya harus dapat menggali sumber permodalan perusahaan. modal perusahaan pada umumnya terdiri dari:
 - 1) Modal sendiri: modal yang berasal dari perusahaan, termasuk pemilik perusahaan.
 - 2) Modal luar: modal yang berasal dari luar perusahaan seperti kreditor atau bank.
 - 3) Faktor fasilitas pemerintah, fasilitas yang diberi pemerintah untuk mempermudah didalam mengurus dan memperoleh segala izin usaha yang diperlukan jika perusahaan yang bersangkutan menunjang: pemasukan pajak, pembangunan daerah, sosial budaya, didalam mengentas kemiskinan, didalam ketenaga kerjaan, pembangunan pendidikan.

2. Faktor Penghambat Dari Pemasaran Batik Aceh adalah:

- a. Kurang nya Berpengalaman Dalam Pemasaran
Apabila strategi marketing dilakukan dengan orang yang belum berpengalaman akan mengakibatkan kurangnya pesanan produk tersebut.
- b. Tidak Tepat Memilih Jenis Usaha.
Para Wirausaha harus dengan teliti memilih jenis usaha dengan melakukan riset terlebih dahulu di sekitar lingkungannya, apabila tidak tepat memilih jenis usaha maka usaha tersebut akan jalan melambat.

- c. Kurangnya Modal.
Kurangnya modal di usaha akan mengakibatkan tidak ada perkembangan di usaha.
- d. Tidak Adanya Dukungan Pemerintah.
Para wirausaha membutuhkan dukungan pemerintah, apabila UKM tidak ada dukungan pemerintah maka usaha tersebut majunya akan lambat.

3. Strategi Pemasaran

Hal-Hal perlu dipertimbangkan sebelum menerapkan strategi pemasaran produk, menerapkan strategi pemasaran diawali dengan menganalisa secara keseluruhan dari situasi perusahaan Pemasar harus melakukan analisis SWOT (*SWOT analysis*), di mana ia menilai kekuatan (*strengths* [S]),kelemahan (*weaknesses* [W]), peluang (*opportunities* [O]), danancaman (*threats* [T]) perusahaan secara keseluruhan

- a. **Kekuatan (*Strengths*)** meliputi kemampuan internal, sumber daya, dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuannya.
- b. **Kelemahan (*Weaknesses*)** meliputi keterbatasan internal dan faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa perusahaan.
- c. **Peluang (*Opportunities*)** adalah faktor atau tren yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan.
- d. **Ancaman (*Threats*)** adalah faktor pada lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang
 129 ghadirkan tantangan bagi performa perusahaan. Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran, untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Strategi pemasaran mengandung dua faktor yang terpisah tetapi berhubungan dengan erat.

E. Upaya Melestarikan Batik

Budaya merupakan suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Oleh sebab itu, budaya sangat penting dan wajib dilestarikan serta dijaga agar diwariskan sampai ke anak cucu kita. Berikut beberapa cara sederhana dalam melestarikan batik sebagai warisan budaya Indonesia,

1. Mengubah Sudut Pandang pada Batik

Cara atau upaya yang sederhana untuk dilakukan adalah dengan mengubah paradigma masyarakat bahwa batik hanya cocok dipakai oleh kelompok tua dan hanya pantas digunakan untuk acara formal saja. Saat ini, sudah banyak batik yang didesain dengan model yang santai, kalangan muda juga bisa mengenakannya di acara non formal.

2. Bangga dan Cinta Menggunakan Batik

Sebagai warisan budaya Indonesia bukan berarti kain batik hanya pantas disimpan di dalam museum atau bahkan lemari. Cara paling mudah untuk melestarikannya adalah dengan mengenakan atau memakainya secara langsung.

3. Memperkenalkan Batik ke Pasar Internasional

Upaya ini bertujuan untuk memberikan informasi bahwa batik adalah asli milik Indonesia dan keindahannya bisa dinikmati dengan membelinya. Salah satu caranya adalah dengan mengikutsertakan batik dalam promosi atau pameran barang internasional yang memang sering digelar. Produknya dibeli dan menghasilkan keuntungan untuk para pembuat batik dan informasi pentingnya berhasil disampaikan dengan baik.

4. Melibatkan Generasi Muda

Salah satu hal yang sudah menjadi rahasia umum adalah bahwa produksi batik umumnya dilakukan oleh orang-orang tua yang sudah berumur. Bila hal ini terus dibiarkan, maka tidak akan ada anak muda yang akan meneruskan kesenian membatik. Dalam buku *Asyiknya*

Mengenal Batik Sambil Berkreasi, Yuwita Wahernika, 2019,
dijelaskan bahwa penting adanya mengajarkan pada
generasi muda untuk membatik

STUDI KASUS

Kain batik merupakan salah satu jenis kain dekoratif khas Indonesia yang keindahannya telah diakui dunia. Pengakuan batik sebagai warisan budaya dunia yang berasal dari Indonesia oleh UNESCO tahun 2009, memacu semangat pengembangan batik menjadi industri kreatif di berbagai daerah, termasuk juga di daerah Aceh Gayo. Batik adalah lukisan atau gambar pada mori yang dibuat dengan menggunakan alat bernama canting. Orang yang melukis atau menggambar pada mori memakai canting disebut membatik. Membatik ini menghasilkan batik yang berupa macam-macam motif dan mempunyai sifat khusus yang dimiliki oleh batik itu sendiri. ¹⁹

Pada tanggal 26 Desember 2004 terjadi gempa dengan episentrum sekitar 150 km dilepas pantai Aceh. Bencana ini terkuat dari gempa di seluruh dunia yang pernah tercatat dalam satugenerasi. Perekonomian Aceh mengalami kehancuran total di segala sektor ekonomi setelah bencana gempa bumi dan tsunami, terutama di daerah yang terkena langsung. Dampak seperti ini disebut dampak langsung. Pasca Aceh terkena musibah tsunami, Batik Aceh mulai gencar mendapat pembinaan dari pemerintah terutamanya melalui Dewan Kerajinan Nasional (Dekranas). Sehingga di beberapa tempat di Aceh, seperti Banda Aceh dan Lhokseumawe terdapat sentra pembuatan Batik Aceh. Untuk melatih para pengrajin batik lokal sengaja didatangkan pelatih dari Jawa. Batik Aceh dapat kita temukan di sentra batik di Desa Meunasah Manyang, Kabupaten Aceh. Peran Pemerintah setempat untuk melestarikan Batik Aceh nampak pada anjuran kepada pegawai pemerintahan untuk memakai batik Aceh saat bekerja. Dengan adanya Batik Aceh, maka khazanah perbatikan di Indonesia akan semakin kaya dan beragam.

Produk Wirausaha batik khas Aceh dapat dipasarkan sebagai bahan sandang dan bahan interior untuk pasar lokal, pasar souvenir wisatawan, serta dapat dikembangkan untuk pasar ekspor. Aceh merupakan daerah yang masuk dalam wilayah Provinsi Aceh. Daerah Aceh pemekarah wilayah kini terbagi menjadi beberapa kabupaten Industri batik telah berkembang di

Aceh dengan cukup baik, namun motif-motif batiknya kurang berciri khas seni budaya daerah setempat, sehingga bila tujuan produk batik sebagai souvenir kenangan orang pernah berkunjung ke Aceh, maka kekhasan seni budaya khas daerah tidak tampak atau k¹¹⁴ng terwakili.

Oleh karena itu perlu diciptakan desain ¹¹⁴tif-motif baru untuk batik yang mencerminkan ciri khas Aceh. Tujuan penelitian dan penciptaan seni ini adalah untuk menciptakan motif batik yang mempunyai bentuk unik dan karakteristik sehingga dapat mencerminkan kekhasan daerah Aceh Gayo. Keistimewaan Batik Kerawang Masyarakat Gayo dikenal memiliki berbagai kebudayaan dan kondisi alam yang sangat indah. Keberagaman budaya yang dihasilkan pun sangat bervariasi mulai dari upacara tradisional dan seni budaya lainnya. Begitu juga halnya ¹³⁶ dengan hasil kerajinan khas masyarakat Gayo yang dikenal Kerawang merupakan hasil karya masyarakat Gayo Aceh Tengah yang dibuat dengan cara menerawang, yaitu menuangkan isi dari terawangnya ke dalam kain dengan cara menjahit.

RANGKUMAN

87 Wirausaha adalah proses mengidentifikasi, 52 mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Pelaku wirausaha memiliki karakteristik atau sikap yaitu disiplin, kreatif dan inovatif, Jujur, bertanggung Jawab, berkomitmen tinggi, kompeten dan terampil, percaya diri, berorientasi pada masa depan, mandiri dan realistis, memiliki kemampuan organisasi yang tinggi, cerdas dalam bidang finansial. Kategori wirausaha yaitu penemu, inovator, 52 marketer, oportunis. Faktor penghambat wirausaha yaitu aspek manajerial yang tidak kompeten dan kurang berpengalaman. Tidak memiliki cukup pengalaman baik secara wawasan, visualisasi usaha, maupun pengelolaan usaha. Kurang mampu mengendalikan keuangan. 33

Aceh sebenarnya tidak memiliki tradisi membatik seperti halnya masyarakat Jawa pada umumnya. 69 Beberapa motif Batik Aceh diantaranya yaitu, motif tolak angin, motif pintu Aceh, motif batik Bunga Jeumpa, motif batik awan meucanek, motif batik rencong,. Dengan adanya batik Aceh, maka khazanah perbatikan di Indonesia akan semakin kaya dan beragam. Produk industri batik khas Aceh dapat dipasarkan sebagai bahan sandang dan bahan interior untuk pasar lokal, pasar souvenir wisatawan, serta dapat dikembangkan untuk pasar ekspor.

Desain motif batik ini hasil penciptaan ini dibuat berdasarkan kreativitas seni dengan mempertimbangkan beberapa aspek, diantaranya keunggulan dibanding desain yang sudah ada, aspek kelayakan ekonomi, kelayakan sosial dan lingkungan. Motif batik Aceh memang terlihat unik dan khas karena menggunakan unsur alam dan budaya Aceh dalam motif mau pun paduan warnanya. Tidak heran batik Aceh menjadi begitu cepat dikenal di Indonesia bahkan di negara lain, seperti di Korea Selatan. Faktor pendukung dari pemasaran batik Aceh adalah faktor manusia kebahagiaan dan keberhasilan usaha merupakan cita-cita setiap manusia, manusia adalah orang-orang yang terlibat dalam usaha, faktor keuangan faktor ini merupakan penunjang dalam keberhasilan usaha atau bisnis, faktor permodalan: perusahaan yang ingin maju dan ingin mempertahankan kelangsungan

hidupnya harus dapat menggali sumber permodalan perusahaan. Faktor penghambat dari pemasaran batik Aceh adalah kurangnya pengalaman didalam bidang usaha, tidak tepat memilih jenis usaha, tidak adanya perencanaan yang tepat, permodalan kurang. Cara memulai bisnis untuk pemula diantaranya tetap fokus, mulai dari hal yang disukai, terus belajar. Strategi pemasar harus melakukan analisis SWOT (SWOT analysis), di mana ia menilai kekuatan (*strengths* [S]), kelemahan (*weaknesses* [W]), peluang (*opportunities* [O]), dan ancaman (*threats* [T]) perusahaan secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisa, N. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Study Pada Rahmat Batik Lampung, Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, IAIN Raden Intan Lampung).
- Assauri, 1999. *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2005. *Penduduk ACEH Pasca Gempa dan Tsunami; Hasil Sensus Penduduk Aceh Nias 2005*. Jakarta.
- Cut Zurnali, 2010, *Knowledge Worker: Kerangka Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Dharmesta, Swastha, Basu. 2015. *Peran Pemasaran Dalam Perusahaan dan Masyarakat*, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Enita, Ria. (2016). *Kajian Batik Tulis Riau*, Open library Telkom University.
- Fakta daerah.com. "Daerah Penghasil Batik di Jawa Timur".
- Fandy Tjiptono, 2015, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008, *Strategi Pemasaran* (Edisi III), Yogyakarta: Andi Offset.
- Guslinda dan Kurniaman, Otang. (2016). Perubahan Bentuk, Fungsi dan Makna Tenun Songket Siak Pada Masyarakat Melayu Riau. *Jurnal Primary Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Riau*. Volume 5. Nomor 1 ,April-September 2016. ISSN: 2303-1514.
- Hirarki Analitik untuk Pengambilan Keputusan dalam Situasi yang Kompleks*. Pustaka Binama Pressindo.

<http://industri.bisnis.com/read/20170926/257/693165/semester-i-2017-ekspor-batik-dan-produk-batik-lampau-us39-juta>. Diakses 20 Februari 2018.

<http://www.fakta daerah.com/2017/11/daerah-penghasil-batik-Jawa-timur.html>. Diakses 23 Februari 2018.

<https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah%20/16/04/19/o5w17d284-batik-tulis-kurang-diminati-generasi-muda.html>. Diakses 1 Maret 2018 (Komunita.id/ 2017/ Diakses pada tanggal 7 Mei 2018).

<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbjabar/melihat-proses-pembuatan-batik-Betawi-di-setu-babakan/>

<https://bisnisukm.com/tetap-semangat-produksi-batik-Betawi-meski-penjualan-sulit.html>.

https://www.academia.edu/33330211/Mini_Riset_Sentra_Batik_Betawi_docx?auto=download.

<http://journal.ubpkarawang.ac.id/mahasiswa/index.php/JMMA/article/view/28>

http://perpustakaanbpnbjabar.kemdikbud.go.id/index.php?p=show_detail&id=2834&keywords=

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Batik_Betawi

<https://id.theasianparent.com/batik-Betawi>

Jain, SC, 2017, *Marketing Planing and Strategy*, forth Edition, Cicinnati, SouthWestern Publishing Company.

- Kotler, Phillip. 2018. *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Kegunaan*, Edisi Kedelapan, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Phillip. 2016. *Manajemen Pemasaran Jilid I* Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Phillip. 2016. *Manajemen Pemasaran Jilid I* Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip and Philip Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Keller, Kelvin L. 2016. *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua*. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip, Keller, Kelvin L. 2015. *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua*. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary. 2017. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- Ma'ruf, Farid Dkk. (2015). Modifikasi Alat Pencilup Batik Secara Mekanis pada Proses Pembuatan Batik Tulis guna Meningkatkan Kualitas Warna. *Jurnal Teknik STTKD Vol.2, No. 1, Juli 2015*.
- Mardjuki (Kajian Antropologi Sastra)", in the *Jurnal Mahasiswa Unesa, I/1, 1-11*, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Surabaya, Surabaya.
- Mifzal, A. (2015). *Mengenal Ragam Batik Nusantara*. Jogjakarta: Javaliteral.

Mulyawan, Ali, Sidharta, Iwan. 2018. *Analisis Deskriptif Pemasaran Jasa Di STMIK Mardira Indonesia*. STMIK Mardira Indonesia. Bandung.

Republika.co.id, “Batik Tulis Kurang Diminati Generasi Muda”.

Peraturan Walikota Nomor 37 Tahun 2010 Tentang Pakaian Dinas Pegawai Negeri Sipil dan Non Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Pemerintah Kota Tanjungpinang.

Riskawati, A. D. (2019). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan industri batik di Kabupaten Blora*.

Swasta, Priambada. 2015 “*Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (UKM)*”.

Simbolon, S. F. (2016). *Analisis Proses Pembuatan Motif Tradisional Batak Dengan Teknik Batik Cap Sebagai Produk Fashion Batik Di Pengrajin Ardhina Batik Medan* (Doctoral dissertation, UNIMED).

Solichin, Roseika. Purwanti, Evi Yulia. 2015. *Strategi Pengembangan Batik Sebagai Salah Satu Aset Wisata Belanja Di Kota Pekalongan*.

Soenarto, Rahmawati, Suprpti, A.R., Handayani, R., Sudira, P., (2019), *Green Entrepreneurship Development Strategy*.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Widiana ME, Retnowati N, ... *Community Service to Improve Regional Product Development in Tuban, East Java Indonesia*. Adv Soc ... [Internet]. 2019;6(10):239–48. Available from: http://eprints.ubhara.ac.id/435/%0Ahttp://eprints.ubhara.ac.id/435/1/Comunity_ASSRJ.pdf.

- Widiana ME, Retnowati N, Slamet A, Sagirani T. *The Improving of the Quality Resources of Gedog Batik Craftsmen in Tuban Regency*.
- Widiana ME, Retnowati N, Slamet A, Sagirani T. *Penguatan Fungsi Operasional Ud . Meningkatkan Optimasi Proses*. Webinar Nas Stkip PGRI Jombang. 2020; (September):1168–75.
- Widiana, Muslichah Erma, H Supit, S Hartini - *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 14(1), (2012). Penggunaan Teknologi Internet dalam Sistem Penjualan Online untuk Meningkatkan Kepuasan dan Pembelian Berulang Produk Batik pada Usaha Kecil dan Menengah di Jawa Timur. 72-82.
- Widiana, Muslichah Erma, E Rusmawati. 2019. *E-Jurnal Teoritik dan Empirik Pemasaran*.
- Widiana, Erma Muslichah; Kusni Hidayati, Aryo Nugroho, Model Enhancement for Batik Artisan Empowerment through Customer Relationship Management Approach based on Information Technology, *International Journal of Advances in Agriculture* (2018).
- Widiana, Muslichah Erma, Kusni Hidayati, Karsam. 2019. *“Manajemen Pemasaran Pengrajin batik berdaya saing revolusi industri 4.0”*. UNITRI, Surabaya.
- Widiana, Muslichah Erma, *Pemasaran Pengrajin Batik Jawa Timur Berdaya Saing Revolusi Industri 4.0* (2019).
- Widiana, M. E., Hidayati, K., & Karsam, K. (2019). *Teoritik dan Empirik Strategi Pemasaran (Beserta Studi Kasus Permasalahan Perusahaan Swasta di Jawa Timur)*.
- Wibisono, 2019 *“Sejarah Semarang”*. Solo.

BIODATA PENULIS



Dr. Muslichah Erma Widiani, Dra. Ec., MM. adalah staff pengajar dan peneliti pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya. Gelar Doktor dari Universitas Airlangga Surabaya. Aktif melakukan kegiatan penelitian dan pengabdian baik yang diselenggarakan internal maupun eksternal perguruan tinggi lain dan Kemenristek Dikti. Sebagai pembicara pada beberapa Dinas Provinsi Jawa Timur. Buku ini berisi tentang sejarah batik serta pengetahuan manajemen yang diperlukan dalam meningkatkan daya saing pengrajin batik di nusantara. Dengan terbitnya buku ini semoga memberi manfaat bagi para: akademisi, pemerhati, pengrajin/ UKM/IKM. Dengan harapan persaingan yang semakin tajam dan perubahan-perubahan yang terus terjadi dalam industri batik dapat dijadikan pelajaran oleh manajemen pemasaran agar dapat secara proaktif mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi baik untuk masa sekarang dan akan datang.

Manajemen USAHA BATIK NUSANTARA

Wirausaha adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Pelaku wirausaha memiliki karakteristik atau sikap yaitu disiplin, kreatif dan inovatif, Jujur, bertanggung Jawab, berkomitmen tinggi, kompeten dan terampil, percaya diri, berorientasi pada masa depan, mandiri dan realistis, memiliki kemampuan organisasi yang tinggi, cerdas dalam bidang finansial. Kategori wirausaha yaitu penemu, inovator, marketer, oportunist. Faktor penghambat wirausaha yaitu aspek manajerial yang tidak kompeten dan kurang berpengalaman. Tidak memiliki cukup pengalaman baik secara wawasan, visualisasi usaha, maupun pengelolaan usaha. Kurang mampu mengendalikan keuangan.

Aceh sebenarnya tidak memiliki tradisi membatik seperti halnya masyarakat Jawa pada umumnya. Beberapa motif Batik Aceh diantaranya yaitu, motif tolak angin, motif pintu Aceh, motif batik Bunga Jeumpa, motif batik awan meucanek, motif batik rencong. Dengan adanya batik Aceh, maka khazanah perbatikan di Indonesia akan semakin kaya dan beragam. Produk industri batik khas Aceh dapat dipasarkan sebagai bahan sandang dan bahan interior untuk pasar lokal, pasar souvenir wisatawan, serta dapat dikembangkan untuk pasar ekspor.

Desain motif batik ini hasil penciptaan ini dibuat berdasarkan kreativitas seni dengan mempertimbangkan beberapa aspek, diantaranya keunggulan dibanding desain yang sudah ada, aspek kelayakan ekonomi, kelayakan sosial dan lingkungan. Motif batik Aceh memang terlihat unik dan khas karena menggunakan unsur alam dan budaya Aceh dalam motif mau pun paduan warnanya. Tidak heran batik Aceh menjadi begitu cepat dikenal di Indonesia bahkan di negara lain, seperti di Korea Selatan. Faktor pendukung dari pemasaran batik Aceh adalah faktor manusia kebahagiaan dan keberhasilan usaha merupakan cita-cita setiap manusia, manusia adalah orang-orang yang terlibat dalam usaha, faktor keuangan faktor ini merupakan penunjang dalam keberhasilan usaha atau bisnis, faktor permodalan: perusahaan yang ingin maju dan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya harus dapat menggali sumber permodalan perusahaan. Faktor penghambat dari pemasaran batik Aceh adalah kurangnya pengalaman didalam bidang usaha, tidak tepat memilih jenis usaha, tidak adanya perencanaan yang tepat, permodalan kurang. Cara memulai bisnis untuk pemula diantaranya tetap fokus, mulai dari hal yang disukai, terus belajar. Strategi pemasar harus melakukan analisis SWOT (SWOT analysis), di mana ia menilai kekuatan (*strengths* [S]), kelemahan (*weaknesses* [W]), peluang (*opportunities* [O]), dan ancaman (*threats* [T]) perusahaan secara keseluruhan.



manajemen

ORIGINALITY REPORT

19%
SIMILARITY INDEX

19%
INTERNET SOURCES

2%
PUBLICATIONS

0%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 infoseputarbatik.blogspot.com <1 %
Internet Source

2 adyfauzi123.wordpress.com <1 %
Internet Source

3 eprints.ums.ac.id <1 %
Internet Source

4 download.garuda.ristekdikti.go.id <1 %
Internet Source

5 masbidin.net <1 %
Internet Source

6 kampusmaroon.blogspot.com <1 %
Internet Source

7 www.webtugas.com <1 %
Internet Source

8 123dok.com <1 %
Internet Source

9 stay-control.xyz <1 %
Internet Source

10 adoc.pub <1 %
Internet Source

11 muhammadnursodik.blogspot.com <1 %
Internet Source

12 etheses.iainponorogo.ac.id <1 %
Internet Source

13 www.saplax.top <1 %
Internet Source

14	kainbatik.co.id Internet Source	<1 %
15	www.terakota.id Internet Source	<1 %
16	Dspace.Uii.Ac.Id Internet Source	<1 %
17	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
18	www.kompasiana.com Internet Source	<1 %
19	widyariset.pusbindiklat.lipi.go.id Internet Source	<1 %
20	ikikaryaku.tech.blog Internet Source	<1 %
21	www.elmaju.com Internet Source	<1 %
22	www.luthfiwe.blogspot.com Internet Source	<1 %
23	id.wikipedia.org Internet Source	<1 %
24	www.gramedia.com Internet Source	<1 %
25	ejurnal.iainpare.ac.id Internet Source	<1 %
26	fitinline.com Internet Source	<1 %
27	benderari.blogspot.com Internet Source	<1 %
28	fr.slideshare.net Internet Source	<1 %

gemaharjo.sideka.id

29	Internet Source	<1 %
30	id.berita.yahoo.com Internet Source	<1 %
31	riaviinola.blogspot.co.id Internet Source	<1 %
32	accurate.id Internet Source	<1 %
33	ardhanareswaribatik.blogspot.com Internet Source	<1 %
34	zallatra.com Internet Source	<1 %
35	www.hestanto.web.id Internet Source	<1 %
36	buta.cattolicioggi.it Internet Source	<1 %
37	rumahulin.com Internet Source	<1 %
38	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1 %
39	binus.ac.id Internet Source	<1 %
40	docobook.com Internet Source	<1 %
41	www.e-jurnal.com Internet Source	<1 %
42	www.kayamarabatik.com Internet Source	<1 %
43	Tiffany Siti Khadijah, . Irnad, Satria Putra Utama. "STRATEGI PEMASARAN TEH HITAM MERK "ALAM DEMPO" PADA CV. KARYA	<1 %

SEJAHTERA PAGAR ALAM", Jurnal AGRISEP, 2016

Publication

44	ayoooberusaha.blogspot.com Internet Source	<1 %
45	babhtmpn.wordpress.com Internet Source	<1 %
46	skripsiskripsis1.blogspot.com Internet Source	<1 %
47	www.batikmanggur.com Internet Source	<1 %
48	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1 %
49	www.aroengbinang.com Internet Source	<1 %
50	amarsuteja.blogspot.com Internet Source	<1 %
51	id.123dok.com Internet Source	<1 %
52	kamus.tokopedia.com Internet Source	<1 %
53	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	<1 %
54	www.balkopites.com Internet Source	<1 %
55	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	<1 %
56	grahabatik.com Internet Source	<1 %
57	munandarpress.wordpress.com Internet Source	<1 %

58	osissmpn9bks.blogspot.com Internet Source	<1 %
59	elib.unikom.ac.id Internet Source	<1 %
60	www.tokiomarine.com Internet Source	<1 %
61	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
62	ejournal.unp.ac.id Internet Source	<1 %
63	murniatiiii.blogspot.com Internet Source	<1 %
64	zaenalright.blogspot.com Internet Source	<1 %
65	id.m.wikipedia.org Internet Source	<1 %
66	T M Rita Istari. "RAGAM HIAS NON-CERITA PADA RELIEF CANDI UNTUK PERKEMBANGAN MOTIF BATIK KONTEMPORER", Naditira Widya, 2016 Publication	<1 %
67	rahmayaniiii.blogspot.com Internet Source	<1 %
68	Bella Aulia Sahidah, Novi Triana Habsari. "Eksistensi Batik Pecel (Sejarah, Makna Simbolis Dan Potensinya Sebagai Ikon Pariwisata Kota Madiun)", AGASTYA: JURNAL SEJARAH DAN PEMBELAJARANNYA, 2018 Publication	<1 %
69	batik24tasik.blogspot.com Internet Source	<1 %
70	dulcevoce.blogspot.com Internet Source	<1 %

71	ml.scribd.com Internet Source	<1 %
72	mytrip.co.id Internet Source	<1 %
73	mulok.library.um.ac.id Internet Source	<1 %
74	sievidiqlover.blogspot.com Internet Source	<1 %
75	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1 %
76	aditmtd.blogspot.com Internet Source	<1 %
77	es.scribd.com Internet Source	<1 %
78	lokadata.beritagar.id Internet Source	<1 %
79	www.skanaa.com Internet Source	<1 %
80	blog.mokapos.com Internet Source	<1 %
81	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
82	jsbn.ub.ac.id Internet Source	<1 %
83	titakurniawan.com Internet Source	<1 %
84	clickbatique.blogspot.com Internet Source	<1 %
85	miraayu-mira.blogspot.com Internet Source	<1 %

lestarieb.wordpress.com

86	Internet Source	<1 %
87	top.hatnote.com Internet Source	<1 %
88	fajar4light.wordpress.com Internet Source	<1 %
89	library.binus.ac.id Internet Source	<1 %
90	jagad.id Internet Source	<1 %
91	docplayer.net Internet Source	<1 %
92	journal.uwks.ac.id Internet Source	<1 %
93	media.rumahmadani.com Internet Source	<1 %
94	sumberuripcargo.com Internet Source	<1 %
95	bcia.trattorialafarmaciadeisani.it Internet Source	<1 %
96	journal.ubaya.ac.id Internet Source	<1 %
97	ping.sg Internet Source	<1 %
98	sastrawacana.id Internet Source	<1 %
99	suarapemantaukorupsi.blogspot.com Internet Source	<1 %
100	wikizero.com Internet Source	<1 %
101	hariansinggalang.co.id	

<1 %

102

furtimsicarius.blogspot.com

Internet Source

<1 %

103

harian.analisadaily.com

Internet Source

<1 %

104

minatosandria.blogspot.com

Internet Source

<1 %

105

nurulfd0.blogspot.com

Internet Source

<1 %

106

sejarahsemarang.wordpress.com

Internet Source

<1 %

107

pamongmoderat.blogspot.com

Internet Source

<1 %

108

slideplayer.info

Internet Source

<1 %

109

ekonomi-sosiologi-geografi.blogspot.com

Internet Source

<1 %

110

evinoviharyanti.wordpress.com

Internet Source

<1 %

111

media.neliti.com

Internet Source

<1 %

112

R. Andi Sularso. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Manfaat yang Dirasakan terhadap Sikap dan Niat Pembelian Online (Studi pada Pembelian Batik di Jawa Timur)", Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship, 2012

Publication

<1 %

113

batik-s128.com

Internet Source

<1 %

114

ejournal.kemenperin.go.id

<1 %

115

kepercayaan-tradisi.kemdikbud.go.id

Internet Source

<1 %

116

lifeisbeautiful-dian.blogspot.com

Internet Source

<1 %

117

tabrizia.student.umm.ac.id

Internet Source

<1 %

118

www.imlpc.or.id

Internet Source

<1 %

119

id.scribd.com

Internet Source

<1 %

120

edoc.site

Internet Source

<1 %

121

e-campus.iainbukittinggi.ac.id

Internet Source

<1 %

122

nopirmansyahputra.blogspot.com

Internet Source

<1 %

123

Irfa'ina Rohana Salma, Edi Eskak, Anugrah Ariesahad Nugroho. "KREASI BATIK KUPANG", Dinamika Kerajinan dan Batik: Majalah Ilmiah, 2016

Publication

<1 %

124

bdipadang.kemenperin.go.id

Internet Source

<1 %

125

digilib.uin-suka.ac.id

Internet Source

<1 %

126

repositori.usu.ac.id

Internet Source

<1 %

127

Adya Hermawati, Yatim El Isma, Nashruddin Mas. "STRATEGI BERSAING : BATIK MALANGAN KONVENSIONAL MELALUI

<1 %

DIVERSIFIKASI PRODUK BATIK KOMBINASI
PADA UKM KELURAHAN MERJOSARI
MALANG", Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi
Asia, 2018

Publication

-
- | | | |
|-----|--|------|
| 128 | Fernando Yosua Solar, Jullia Titaley, Altien J. Rindengan. "Penerapan Geometri Fraktal Dalam Membuat Variasi Motif Batik Nusantara Berbasis Julia Set", d'CARTESIAN, 2021
Publication | <1 % |
|-----|--|------|
-
- | | | |
|-----|---|------|
| 129 | digilib.iain-palangkaraya.ac.id
Internet Source | <1 % |
|-----|---|------|
-
- | | | |
|-----|---|------|
| 130 | materisekolahcerdas.blogspot.com
Internet Source | <1 % |
|-----|---|------|
-
- | | | |
|-----|---|------|
| 131 | bukitsan.blogspot.com
Internet Source | <1 % |
|-----|---|------|
-
- | | | |
|-----|---|------|
| 132 | fr.scribd.com
Internet Source | <1 % |
|-----|---|------|
-
- | | | |
|-----|---|------|
| 133 | ikhsanismafauzy.blogspot.com
Internet Source | <1 % |
|-----|---|------|
-
- | | | |
|-----|---|------|
| 134 | jasapembuatantesi.net
Internet Source | <1 % |
|-----|---|------|
-
- | | | |
|-----|---|------|
| 135 | xoxokharitza.blogspot.com
Internet Source | <1 % |
|-----|---|------|
-
- | | | |
|-----|---|------|
| 136 | gpswisataindonesia.info
Internet Source | <1 % |
|-----|---|------|
-
- | | | |
|-----|---|------|
| 137 | jurnalmanajemen.unairs1manajemen.com
Internet Source | <1 % |
|-----|---|------|
-
- | | | |
|-----|---|------|
| 138 | tokooleholehbalikpapanmurah37.blogspot.com
Internet Source | <1 % |
|-----|---|------|
-
- | | | |
|-----|---|------|
| 139 | Peraturan.bpk.go.id
Internet Source | <1 % |
|-----|---|------|
-

140	tugasutqu.blogspot.com Internet Source	<1 %
141	blog.ub.ac.id Internet Source	<1 %
142	eprints.unpam.ac.id Internet Source	<1 %
143	news.uad.ac.id Internet Source	<1 %
144	vdocuments.mx Internet Source	<1 %
145	www.tripriau.com Internet Source	<1 %
146	core.ac.uk Internet Source	<1 %
147	saminolani.blogspot.com Internet Source	<1 %
148	Stanov Purnawibowo. "Fragmen Keramik Asing: Jejak Hubungan Dagang di Situs Kotacina", Berkala Arkeologi Sangkhakala, 2018 Publication	<1 %
149	batikdan.blogspot.com Internet Source	<1 %
150	contoh.kemendesa.go.id Internet Source	<1 %
151	erninuraini.blogs.uny.ac.id Internet Source	<1 %
152	jurnalalahkamstainpalopo.wordpress.com Internet Source	<1 %
153	pertamag.blogspot.com Internet Source	<1 %

journal.student.uny.ac.id

154	Internet Source	<1 %
155	www.scribd.com Internet Source	<1 %
156	adoc.tips Internet Source	<1 %
157	billionairecoach.co.id Internet Source	<1 %
158	muhichsanabdwahab.blogspot.com Internet Source	<1 %
159	saloranseni.blogspot.com Internet Source	<1 %
160	andregustian.wordpress.com Internet Source	<1 %
161	didiekmawardi.wordpress.com Internet Source	<1 %
162	ghaniykamal30.blogspot.com Internet Source	<1 %
163	ms.wikipedia.org Internet Source	<1 %
164	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
165	Repository.Unej.Ac.Id Internet Source	<1 %
166	vdocuments.site Internet Source	<1 %
167	whatinfo.net Internet Source	<1 %
168	www.onlinestudies.co.id Internet Source	<1 %

169	Ayup Suran Ningsih. "Implikasi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)", Jurnal Penelitian Hukum De Jure, 2019 Publication	<1 %
170	anzdoc.com Internet Source	<1 %
171	atl-can-careers.com Internet Source	<1 %
172	ghufron-dimyati.blogspot.com Internet Source	<1 %
173	ibnuferi.blogspot.com Internet Source	<1 %
174	simta.uns.ac.id Internet Source	<1 %
175	anakcantikcerdas.blogspot.com Internet Source	<1 %
176	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
177	eprints.upnjatim.ac.id Internet Source	<1 %
178	garuda.ristekbrin.go.id Internet Source	<1 %
179	www.bouldercreekgolfmi.com Internet Source	<1 %
180	www.dewisundari.com Internet Source	<1 %
181	www.gpdiworld.us Internet Source	<1 %

www.kbb-id.co.jp

182	Internet Source	<1 %
183	armand-equator.blogspot.com Internet Source	<1 %
184	batikuinfo.blogspot.com Internet Source	<1 %
185	disperdinag.blogspot.com Internet Source	<1 %
186	edoc.pub Internet Source	<1 %
187	ejournal.unri.ac.id Internet Source	<1 %
188	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
189	fairybellcottage.blogspot.com Internet Source	<1 %
190	humas.acehprov.go.id Internet Source	<1 %
191	journal.mahesacenter.org Internet Source	<1 %
192	niceificanhelpyou.blogspot.com Internet Source	<1 %
193	pesonapariwisataindonesia.blogspot.com Internet Source	<1 %
194	phoenix-mhz11.blogspot.com Internet Source	<1 %
195	rentalmobilsentani.blogspot.com Internet Source	<1 %
196	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	<1 %
197	repository.unair.ac.id	

<1 %

198

ruangbacakitabonline.blogspot.com
Internet Source

<1 %

199

sim.ihtn.ac.id
Internet Source

<1 %

200

uletmoeblogspot.com
Internet Source

<1 %

201

www.digilib.its.ac.id
Internet Source

<1 %

202

www.intronesia.com
Internet Source

<1 %

203

www.seovanjava.com
Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off
Exclude bibliography On

Exclude matches < 7 words

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

PAGE 21

PAGE 22

PAGE 23

PAGE 24

PAGE 25

PAGE 26

PAGE 27

PAGE 28

PAGE 29
PAGE 30
PAGE 31
PAGE 32
PAGE 33
PAGE 34
PAGE 35
PAGE 36
PAGE 37
PAGE 38
PAGE 39
PAGE 40
PAGE 41
PAGE 42
PAGE 43
PAGE 44
PAGE 45
PAGE 46
PAGE 47
PAGE 48
PAGE 49
PAGE 50
PAGE 51
PAGE 52
PAGE 53
PAGE 54
PAGE 55
PAGE 56
PAGE 57
PAGE 58
PAGE 59
PAGE 60
PAGE 61

PAGE 62
PAGE 63
PAGE 64
PAGE 65
PAGE 66
PAGE 67
PAGE 68
PAGE 69
PAGE 70
PAGE 71
PAGE 72
PAGE 73
PAGE 74
PAGE 75
PAGE 76
PAGE 77
PAGE 78
PAGE 79
PAGE 80
PAGE 81
PAGE 82
PAGE 83
PAGE 84
PAGE 85
PAGE 86
PAGE 87
PAGE 88
PAGE 89
PAGE 90
PAGE 91
PAGE 92
PAGE 93
PAGE 94

PAGE 95
PAGE 96
PAGE 97
PAGE 98
PAGE 99
PAGE 100
PAGE 101
PAGE 102
PAGE 103
PAGE 104
PAGE 105
PAGE 106
PAGE 107
PAGE 108
PAGE 109
PAGE 110
PAGE 111
PAGE 112
PAGE 113
PAGE 114
PAGE 115
PAGE 116
PAGE 117
PAGE 118
PAGE 119
PAGE 120
PAGE 121
PAGE 122
PAGE 123
PAGE 124
PAGE 125
PAGE 126
PAGE 127

PAGE 128
PAGE 129
PAGE 130
PAGE 131
PAGE 132
PAGE 133
PAGE 134
PAGE 135
PAGE 136
PAGE 137
PAGE 138
PAGE 139
PAGE 140
PAGE 141
PAGE 142
PAGE 143
PAGE 144
PAGE 145
PAGE 146
PAGE 147
PAGE 148
PAGE 149
PAGE 150
PAGE 151
PAGE 152
PAGE 153
PAGE 154
PAGE 155
PAGE 156
PAGE 157
PAGE 158
PAGE 159
PAGE 160

PAGE 161
PAGE 162
PAGE 163
PAGE 164
PAGE 165
PAGE 166
PAGE 167
PAGE 168
PAGE 169
PAGE 170
PAGE 171
PAGE 172
PAGE 173
PAGE 174
PAGE 175
PAGE 176
PAGE 177
PAGE 178
PAGE 179
PAGE 180
PAGE 181
PAGE 182
PAGE 183
PAGE 184
PAGE 185
PAGE 186
PAGE 187
PAGE 188
PAGE 189
PAGE 190
PAGE 191
PAGE 192
PAGE 193

PAGE 194
PAGE 195
PAGE 196
PAGE 197
PAGE 198
PAGE 199
PAGE 200
PAGE 201
PAGE 202
PAGE 203
PAGE 204
PAGE 205
PAGE 206
PAGE 207
PAGE 208
PAGE 209
PAGE 210
PAGE 211
PAGE 212
PAGE 213
PAGE 214
PAGE 215
PAGE 216
PAGE 217
PAGE 218
PAGE 219
PAGE 220
PAGE 221
PAGE 222
PAGE 223
PAGE 224
PAGE 225
PAGE 226

PAGE 227
PAGE 228
PAGE 229
PAGE 230
PAGE 231
PAGE 232
PAGE 233
PAGE 234
PAGE 235
PAGE 236
PAGE 237
PAGE 238
PAGE 239
PAGE 240
PAGE 241
PAGE 242
PAGE 243
PAGE 244
PAGE 245
PAGE 246
PAGE 247
PAGE 248
PAGE 249
PAGE 250
PAGE 251
PAGE 252
PAGE 253
PAGE 254
PAGE 255
PAGE 256
PAGE 257
PAGE 258
PAGE 259

PAGE 260
PAGE 261
PAGE 262
PAGE 263
PAGE 264
PAGE 265
PAGE 266
PAGE 267
PAGE 268
PAGE 269
PAGE 270
PAGE 271
PAGE 272
PAGE 273
PAGE 274
PAGE 275
PAGE 276
PAGE 277
PAGE 278
PAGE 279
PAGE 280
PAGE 281
PAGE 282
PAGE 283
PAGE 284
PAGE 285
PAGE 286
PAGE 287
PAGE 288
PAGE 289
PAGE 290