

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bagian kesimpulan penelitian ini, peneliti akan memaparkan hasil temuan dan pembahasan jawaban atas rumusan masalah serta saran yang akan peneliti anjurkan kepada otoritas pemerintah ataupun *stakeholder* yang berwenang dan berperan meningkatkan daya saing UMKM Benang Bintik di Kalimantan Tengah. Kesimpulan akan menjawab pertanyaan dari rumusan masalah penelitian terkait bagaimana pilihan rasional yang dilakukan UMKM Benang Bintik Kalimantan Tengah yaitu Benang Bintik Lestari Indah dan Benang Bintik Paramita untuk meningkatkan daya saing, yakni: memperluas jaringan pasar produk Benang Bintik, membangun kerja sama dengan pihak *vendor* dan *stakeholder*, menekan biaya operasional produksi Benang Bintik serta melakukan inovasi terhadap produk batik Benang Bintik. Hal ini akan dijelaskan sebagai berikut:

Pertama, pemilik UMKM Benang Bintik Kalimantan Tengah yakni Benang Bintik Lestari Indah dan Benang Bintik Paramita memperluas jaringan pasar produk Benang Bintik dengan memasarkan dan mempromosikan produknya ke media sosial, e-commerce, dan *marketplace*. Kedua, membangun kerja sama dengan pihak *vendor* dan *stakeholder* terutama yang berada di Pulau Jawa. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk membangun sebuah jaringan dengan pihak-pihak terkait yang memiliki prospek yang lebih baik kualitasnya, sekaligus mempromosikan motif Benang Bintik kepada pihak *vendor* dan *stakeholder* tersebut. Dengan membangun kerja sama maka usaha yang dibuat pun akan berjalan dengan baik, serta memperoleh informasi dan sumber daya yang berkualitas dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Ketiga, menekan biaya operasional produksi yang dilakukan oleh UMKM Benang Bintik Kalimantan Tengah yakni Benang Bintik Lestari Indah dan Benang Bintik Paramita agar tidak sampai memutus hubungan kerja karyawannya, dikarenakan bagi pemilik UMKM, karyawan yang mereka miliki sangat berharga sudah dianggap keluarga sehingga dalam kondisi sesulit apapun tidak menyingkirkan mereka. Keempat, UMKM Benang Bintik Kalimantan Tengah melakukan inovasi terhadap produk batik Benang Bintik, hal ini dipertimbangkan berdasarkan selera masyarakat. Masyarakat semakin dinamis sehingga perlu beradaptasi. Inovasi dilakukan dengan mencampurkan filosofis budaya modern dengan budaya Dayak.

B) Saran

Peneliti menyarankan agar pemerintah pusat hingga daerah serta seluruh pihak terkait dapat secara aktif bekerja sama memberdayakan masyarakat lokal sebagai bagian dari SDM yang memajukan industri batik khususnya di Kalimantan Tengah. Memfasilitasi para pengusaha batik untuk mengakses informasi, ilmu pengetahuan, teknologi, modal demi perkembangan usaha batik yang dijalankannya sehingga terciptanya peningkatan daya saing pada UMKM Benang Bintik Kalimantan Tengah.

Relevansi penelitian dengan kajian sosiologis tampak pada pemilik UMKM Benang Bintik Kalteng sebagai aktor yang melakukan tindakan pilihan rasional. Meskipun dalam konsep pilihan rasional keseluruhan dari tindakan seorang aktor dilakukan atas pertimbangan biaya dan keuntungan. Namun, pertimbangan yang digunakan tidak menyeluruh berdasarkan pemikiran ekonomi. Pihaknya juga menjaga relasi dan interaksi antar sumber daya manusianya seperti karyawan, vendor, dan pengusaha serta pengrajin lainnya. Karna pihak UMKM menyadari bahwa mereka tidak bisa meningkatkan daya saing toko batiknya apabila tidak terjadi relasi yang baik antara pihak-pihak terkait.

DAFTAR PUSTAKA

Kutipan Buku

- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Green, D. P., & Fox, J. (2007). Rational choice theory. *Social Science Methodology*. L.: Sage Publications, 269-281.
- Lovett, F. (2006). *Rational Choice Theory and Explanation*. *Rationality and Society*, 18(2), 237-272.
- Batuallo, Salmon. 2008. Potensi Ekonomi Pengrajin Benang Bintik (Batik) Provinsi Kalimantan Tengah
- Ahim S. Rusan. (2006.). *Sejarah Kalimantan Tengah kerjasama Lembaga Penelitian Universitas Palangka Raya dengan pemerintah propinsi Kalimantan Tengah / Tim penulis, Ahim S. Rusan ... [et.al.]*. Palangka Raya :: Kerjasama Lembaga Penelitian Universitas Palangka Raya dan Pemerintah Provinsi Kalimantan Tengah.
- Boudon, R. 2003. Beyond Rational Choice Theory. *Annual Review of Sociology*, 29, 1–21. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.29.010202.100213>.
- Michael E. Porter. 2001. *Competitive Advantage*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Boudon R. 2001b. *Sociology*. *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*. Amsterdam: Elsevier
- Ritzer, G., & Smart, B. (Eds.). (2000). *Handbook of social theory*. Sage.
- Boudon, R. (1998). Limitations of rational choice theory. *American Journal of Sociology*, 104(3), 817–828. <https://doi.org/10.1086/210087>
- Michel, E Porter. (1994). *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggulan*. Jakarta Barat: Binarupa Aksara
- Foundations of Social Theory*. (1990). Cambridge: Belknap Press of Harvard University Pres.
- Kahneman, D., Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*. 47(2), 263–291.
- Becker, G. S. 1976. *The Economic Approach to Human Behaviour*. Chicago: University of Chicago Press.
- Blau, P. M. (1964). *Social exchange theory*. Retrieved September, 3(2007), 62

Downs, A. 1957. *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper and Brothers.

Kutipan Jurnal dan Penelitian Terdahulu

Sajuyigbe, A. S., Eniola, A. A., Obi, J. N., & Peter, F. O. (2021). The COVID-19 and Its Effect on Small Businesses in Nigeria: A Rational Choice Theory and an Empirical Approach. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 4(1),122-134. <https://doi.org/10.33005/jasf.v4i1.169> (Diunduh 19 Juni 2022)

Syafira, D., & Harianto, S. (2020). Pilihan Rasional Masyarakat Surabaya Dalam Menggunakan Surboyo Bus. *Paradigma*, 9(1) <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/download/36838/32733> (Diunduh 20 Juni 2022)

Ahmad, R., Pujiana, O., Muhabbatillah, S., Fhadillah, N., Ibrahim, Y. D. M., Devi, S. P., & Al Siddiq, I. H. (2019). Pilihan Rasional Umkm Kerajinan Sandal Topeng Malangan Dalam Menghadapi Mea. *Jurnal AnalisaSosiologi*,8(1).<https://jurnal.uns.ac.id/jas/article/view/26464KERAJINAN-SANDAL-TOPENG-MALANGAN-DALAMMENGHADAPI-MASYARAKAT-EKONOMI-ASEAN.pdf> (Diunduh 22 Juni 2022),

Astutik, E. (2018). *Pilihan Rasional Dan Modal Sosial Masyarakat Petani (Studi Kasus Pilihan Rasional dan Modal Sosial Penjualan Lahan Pertanian Kepada PT P di Desa S Kecamatan K Kabupaten B)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya). <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/163369/> (Diunduh 23 Juni 2022)

Wulantami, A. (2018). Pilihan Rasional Keputusan Perempuan Sarjana Menjadi Ibu Rumah Tangga. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 7(1).<https://journal.uny.ac.id/index.php/dimensia/article/view/21049/11062> (Diunduh 24 Juni 2022).

Sonobe, T., Takeda, A., Yoshida, S., & Truong, H. T. (2021).

The impacts of the Covid-19 pandemic on micro, small, and medium enterprises in Asia and their digitalization responses. ADBI Working Paper, 1241. Asian Development Bank Institute. <https://www.adb.org/publications/impacts-covid-19-pandemic-msme-asia-their-digitalization-responses>. (Diunduh 15 Juni 2022).

Santhirakumar, S., Narmilan, A., & Puvanitha, N. (2021). The economic impact of Covid-19 on the micro, small and medium enterprise (MSME) sector in Batticaloa district, Sri Lanka. Annual Research Journal Ministry of Labour 2020 [Covid-19: labour issues and responses] (pp. 27-41).

Ambrose, U. J. (2021). Impact of Covid-19 pandemic on micro, small & medium enterprises in Nigeria (MSME) (Thesis, Business Administration Program, School of Economic Sciences and Business, Neapolis University Pafos).

Shafi, M., Liu, J., & Ren, W. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on micro, small, and medium-sized Enterprises operating in Pakistan. *Research in Globalization*, 2, 100018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2020.100018>. (Diunduh 16 Juni 2022)

Tambunan, T. (2020). MSMEs in times of crisis. evidence from Indonesia. *JDE (Journal of Developing Economies)*, 5(2), 89-102. doi: <https://doi.org/10.20473/jde.v5i2.20848>. (Diunduh 17 Juni 2022).

Bartik, A. W., Bertrand, M., Cullen, Z. B., Glaeser, E. L., Luca, M., & Stanton, C.T. (2020). How are small businesses adjusting to COVID-19? Early evidence from a survey. NBER Working Paper, 26989. National Bureau of Economic Research. doi:10.3386/w26989.

Nurzila, N., Vanni, V., & Niadaniati, P. (2022). Pentingnya Pola Kemitraan Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian Dan Perdagangan (Diskoperindag) Dalam Meningkatkan Umkm Di Kecamatan Bintan Timur. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 1(2), 169-173.

Indah, S., & HASTUTI, P. I. (2021). Efisiensi Biaya Operasional Pada UMKM Bachri Darmo Klaseman Kota Malang. *Jurnal Keislaman Terateks*, 6(2), 158-166.

Anwar, M. (2020). Model Kemitraan Bisnis antar usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Alexandro, R., Putri, W. U., & Nurmawati, Y. (2020). Analisis Swot pada Pemasaran Batik Benang Bintik Lestari Indah Palangka Raya. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(1), 71-79.

Listiyaningrum, A., Rustiana, A., & Saeroji, A. (2020). STRATEGI PENGEMBANGAN BATIK BERBASIS EKONOMI KREATIF KAMPUNG BATIK KAUMAN PEKALONGAN. *Business and Accounting Education Journal*, 1(2), 116-127. <https://doi.org/10.15294/baej.v1i2.41012>

Fitri, Y. (2019). Analisis Efisiensi Biaya Produksi Dengan Penggunaan Biaya Standar Dalam Meningkatkan Rasio Net Profit Margin (Studi Empiris Pada Umkm Dendeng Sapi Di Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 4(2), 334-343.

Wibawanto, W., & Nugrahani, R. (2019). Inovasi Pengembangan Motif Batik Digital Bagi IKM Batik Semarang. *Indonesian Journal of Conservation*, 7(2).

Putra, W. A., & Hin, L. L. (2019). Penerapan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar pada toko batik marissa dengan menggunakan metode business model canvas. *IDEALIS: Indonesia Journal Information System*, 2(6), 286-292.

ROSSARY, W. K. (2019). Pengaruh Kinerja Manajemen Rantai Pasokan,

Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada UMKM Batik Banyumas) (Doctoral dissertation, Universitas Jenderal Soedirman).

Hsieh, Y.H.; Chou, Y. H. (2018). Modeling The Impact of service innovation for small and medium enterprises: A system dynamics approach. *Stimulus Model Practice and Theory*, 82, 84–102. (Diakses 27 Mei 2022).

Permana, Y. A., & Poerwono, D. (2016). Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Batik Tulis Semarang Di Kota Semarang. Doctoran Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis.

Hedstrom, Peter. Stern, Charlotta. (2008) "Rational Choice and Sociology". *Journal the New Palgrave Dictionary of Economics*. Second Edition.

Rivai Harif, A. (2001). Strategi Aliansi, Upaya Meningkatkan Nilai Tambah dan Keunggulan Bersaing Perusahaan; Manajemen Usahawan Indonesia Nomor 01/Tahun XXX.

Kutipan Online

Simply Psychology (2023) *Rational Choice Theory: What It Is In Economics, With Examples* <https://www.simplypsychology.org/rational-choice-theory.html> (Diakses 4 Juni 2023)

ANTARA News (2022) *Jumlah UMKM Kalteng Naik Signifikan*. <https://www.antaranews.com/berita/2673157/jumlah-umkm-kalteng-naik-signifikan> (Diakses pada 17 Mei 2022)

Huma Betang (2022) *Pameran Seni Rupa "Borneo Dalam Drawing"* <https://humabetang.com/berita/pameran-seni-rupa-borneo-dalam-drawing> (Diakses pada 17 Mei 2022)

Kalteng.go.id (2022) *Bangkitkan Ekonomi Kreatif Disbudpar Kalteng Gelar Seni budaya* <https://kalteng.go.id/berita/read/2299/bangkitkan-ekonomi-kreatif-disbudpar-kalteng-gelar-seni-budaya> (Diakses 18 mei2022)

Koran Tempo.co. (2021). *Pulihkan Ekonomi Kalimantan Tengah Optimalkan Koperasi dan UMKM*. <https://koran.tempo.co/read/info-tempo/469258/pulihkan-ekonomi-kalimantan-tengah-optimalkan-koperasi-dan-umkm> (Diakses pada 18 Mei 2022)

Biro Komunikasi, Layanan Informasi, dan Persidangan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting Dalam Perekonomian Indonesia.*<https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia> (Diakses pada 18 Mei 2022).

Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Tengah (2021) *Jumlah Penduduk Kalimantan Tengah Hasil SP2020 (September 2020) 2,67 juta jiwa.*<https://kalteng.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1209/jumlah-penduduk-kalimantan-tengah-hasil-sp2020--september-2020--2-67-juta-jiwa.html> (Diakses Pada 19 Mei 2022)

Kemenparekraf / Baparekraf (2021) *Siaran Pers : Menparekraf Ingin Batik Menjadi Simbol Kebangkitan Ekonomi Di Sektor Ekraf.*<https://Kemenparekraf.Go.Id/Berita/Siaran-Pers%3A-Menparekraf-Ingin-Batik-Menjadi-Symbol-Kebangkitan-Ekonomi-Di-Sektor-Ekraf> (Diakses Pada 20 Mei 2022).

Iwarebatik.org (2021) *Jelajah Batik Di Kalimantan Tengah*<https://www.iwarebatik.org/central-kalimantan/?lang=id> (Diakses Pada 20 Mei 2022)

Tribun Kalteng.com. (2021). *Peringati Hari Batik Nasional Yayasan Govinda Latih Perempuan Kalteng Mematik di Rumah Betang.*<https://kalteng.tribunnews.com/2021/10/04/peringati-hari-batik-nasional-yayasan-govinda-latih-perempuan-kalteng-mematik-di-rumah-batang> (Diakses Pada 21 Mei 2022)

OECD (2021) *One year of SME and entrepreneurship policy responses to COVID-19: Lessons learned to “build back better”:* *OECD policy responses to coronavirus (COVID-19). Tackling Corona virus (COVID-19): Contributing to a global effort. Organisation for Economic Co-operation and Development.*<https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/one-year-of-sme-and-entrepreneurship-policy-responses-to-covid-19-lessons-learned-to-build-back-better-9a230220/>. (Diakses Pada 21 Mei 2022)

UNIDO (2021) *Impact-assessment of Covid-19 on Indonesia’s manufacturing firms: survey result May-June. United Nations Industrial Development Organization.*[https://www.unido.org/sites/default/files/files/2021-03/UNIDO%20COVID19%20Assessment Indonesia FINAL.pdf](https://www.unido.org/sites/default/files/files/2021-03/UNIDO%20COVID19%20Assessment%20Indonesia%20FINAL.pdf). (Diakses Pada 22 Mei 2022)

World Bank & Bappenas. (2021) *Covid-19 impact on firms in Indonesia: panel analysis wave 1 to wave 3 of business pulse survey: Results from the Covid-19 business pulse survey*<https://thedocs.worldbank.org/en/doc/a3bd7bdd3f21b3906f7dc50a25925f09-0070012021/original/Firms-March2021.pdf>.

Diakses Pada 22 Mei 2022)

Afifa, L (2021) *Digital transformation expands MSMs in small towns* Tempo.co <https://en.tempo.co/read/1515222/digital-transformation-expands-msmes-in-small-towns>. (Diakses Pada 23 Mei 2022)

Elvina, Laura (2020) *WHO Tetapkan Wabah Virus Corona Sebagai Pandemi Global*.<https://www.kompas.tv/article/70893/who-tetapkan-wabah-virus-corona-sebagai-pandemi-global?page=all> (Diakses Pada 23 Mei 2022)

The Strait Times (2020). *Indonesian micro, small and medium-sized enterprises struggle to survive as revenues are hit*.<https://www.straitstimes.com/asia/se-asia/indonesian-smes-struggle-to-survive-as-sales-revenue-plunge-with-covid-19-pandemic>. (Diakses Pada 24 Mei 2022)

Asian Development Bank (2020) *Asia small and medium-sized enterprise monitor 2020: Volume I Country and Regional Reviews* <https://www.adb.org/publications/asia-sme-monitor-2020-country-regional-reviews>. (Diakses Pada 24 Mei 2022)

International Labour Organization (2020) *The clock is ticking for survival of Indonesian enterprises, jobs at risk: Key findings of the ILO SCORE Indonesia COVID-19 enterprise survey. ILO Re-search Brief May 2020*.<https://labordoc.ilo.org/discovery/fulldisplay/alma995076788402676/41ILO INST:41ILO V1>. (Diakses Pada 25 Mei 2022).

UNDP & LPEM FEB UI. (2020). *Impact of COVID-19 pandemic on MSMEs in Indonesia. Report. The Institute for Economic and Social Research (LPEM-FEB UI) and the United Nations Development Programme (UNDPIndonesia)*.<https://www.id.undp.org/content/indonesia/en/home/library/ImpactofCOVID19MSMEs.html>. (Diakses Pada 25 Mei 2022)

Badan Pusat Statistik (2020) *Ekonomi Indonesia Triwulan I 2020 Tumbuh 2,97Persen*.<https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/05/05/1736/Ekonomi-Indonesia-Triwulan-I-2020-Tumbuh-2-97-Persen.Html> (Diakses Pada 26 Mei 2022)

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 tentang standar proses.<https://jdih.kemdikbud.go.id/sjdih/siperpu/dokumen/salinan/Nomor%2041%20Tahun%202007.pdf> (Diakses 26 Mei 2022).

LAMPIRAN

➤ Pedoman Wawancara

1. Pilihan Rasional

a). Sumber Daya

1. Apa saja bentuk sumber daya yang digunakan dalam meningkatkan daya saing UMKM Benang Bintik Kalimantan Tengah?
2. Siapa saja pihak yang terlibat dalam peningkatan daya saing UMKM Benang Bintik Kalimantan Tengah ?
3. Bagaimana sumber daya tersebut dapat berguna dalam preferensi yang dipilih ?

b) Aktor yang memiliki preferensi

1. Apa saja preferensi yang dipilih oleh UMKM Benang Bintik Kalimantan Tengah untuk meningkatkan daya saing?
2. Mengapa UMKM Benang Bintik Kalimantan Tengah memilih preferensi tersebut?
3. Bagaimana proses preferensi tersebut dilakukan oleh UMKM Benang Bintik Kalimantan Tengah?

2. Meningkatkan Daya Saing

a) Meningkatkan kualitas produk Benang Bintik

1. Apa saja yang dilakukan oleh UMKM Benang Bintik Kalimantan Tengah untuk meningkatkan kualitas produk Benang Bintik?
2. Bagaimana proses yang dilakukan UMKM Benang Bintik dalam meningkatkan kualitas produk Benang Bintik tersebut?
3. Siapa saja yang terlibat dalam proses meningkatkan kualitas produk Benang Bintik?

b) Menetapkan harga jual produk Benang Bintik terjangkau dan kompetitif

1. Apa saja yang harus dipertimbangkan oleh UMKM Benang Bintik

Kalimantan Tengah saat menetapkan harga agar terjangkau tapi tetap kompetitif?

2. Bagaimana UMKM Benang Bintik Kalimantan Tengah mengatasi jika profit yang didapatkan tidak maksimal sesuai target yang ingin dicapai?
3. Berapa estimasi biaya produksi batik serta harga produk yang telah ditetapkan oleh UMKM Benang Bintik Kalimantan Tengah?

d) Melakukan inovasi terhadap produk Benang Bintik

1. Apa saja bentuk inovasi yang dilakukan UMKM Benang Bintik Kalimantan Tengah untuk meningkatkan daya saing?
2. Bagaimana proses inovasi produk yang dilakukan oleh UMKM Benang Bintik Kalimantan Tengah untuk meningkatkan daya saing?
3. Siapa saja pihak yang berperan dalam melakukan inovasi UMKM Benang Bintik Kalimantan Tengah untuk meningkatkan daya saing?

➤ **Transkrip Wawancara**

Ket: N= Narasumber

P= Peneliti

- **Narasumber: Pak Anang Rizqiyanto dan Bu paramita (Pemilik UMKM Benang Bintik Paramita)**
- **Hari/tgl: Minggu, 08 Januari 2023**
- **Pukul: 13.00 WIB**
- **Lokasi: Jl. Badak Lurus / Badak 25, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah**

P: “Bagaimana sejarah awal mula Benang Bintik Paramita ini berdiri?”

N: “Awalnya ditahun 2009 itu kami hanya bermodalkan 1 juta rupiah, lalu cantungpemberian dari orangtua dan bantuan dana dari pemerintah melalui DEKRANASDA Kalteng yang sering mendorong kami untuk mengikuti kegiatan pameran. Sehingga sedikit demi sedikit modal terkumpul dari

beberapa orderan yang kami dapatkan.”

P: “Apa visi dan misi UMKM Benang Bintik Paramita ?”

N: “Kami ingin melestarikan kerajinan batik Benang Bintik Khas Kalimantan Tengah. mengoptimalkan peran pengrajin lokal sebagai tenaga kerja demi penyerapan tenaga kerja untuk pengelolaan batik kalteng. mewujudkan produk batik yang berkualitas dengan harga terjangkau yang dapat disesuaikan dengan keinginan pelanggan. sehingga tidak ada batasan bagi semua kalangan apapun dalam memakai batik. mewujudkan pelestarian dan mempromosikan kebudayaan serta pengembangan batik Benang Bintik khas Kalimantan Tengah ke seluruh indonesia hingga luar negeri.”

P: “Apa saja bentuk sumber daya yang digunakan dalam meningkatkan daya saing UMKM Benang Bintik Paramita?”

N: “Kami memiliki pabrik pengolahan batik mandiri didepan toko ini, sehingga sumber daya yang kami pakai seperti bahan baku membatik, ada canting cap dan tulis, pewarna, malam (lilin), dll itu semua dari Pulau Jawa, itu semua kami impor dari Pulau Jawa. Kalau menurut kami yang utama juga kecanggihan dan kelengkapan alat teknologi membatik. Serta karyawan yang memiliki keterampilan membatik.”

P: “Siapa saja pihak yang terlibat dalam peningkatan daya saing UMKM Benang Bintik Paramita?”

N: “Tentunya semua yang berada disini, Mba.. Kami sebagai pemilik dan juga karyawan serta rekan bisnis seperti vendor pabrik memiliki peran dan kewajibannya masing-masing.”

P: “Ada berapa pekerja pak di Pabrik Bapa?”

N: “Total sekarang 15 orang. Laki-laki dan perempuan saya pekerjaan semua. Mereka memiliki tugasnya masing-masing. Jadi upahnya saya berikan bergantung dengan beban kerja mereka.”

P: “Pabrik bapak beroperasi dari pukul berapa sampai kapan, Pak?”

N: “Karna sekarang, banyak aturan tentang ketenaga-kerejaan yang semakin ketat dalam mengatur jam kerja. Jadi saya mengikuti saja. Mereka datang dari jam 08.00WIB Pagi sampai jam 15.00 WIB Sore.”

P: “Bagaimana sumber daya tersebut dapat berguna dalam preferensi yang dipilih?”

N: “Kelengkapan alat dan bahan baku membuat tentunya sangat berpengaruh ya mba. Untuk alat dan bahan kami masih bertahan dengan mengimpor dari Pulau Jawa aja mba. Cuma kalau dibidang apakah ada kesulitan? Ya lumayan berat, terutama ongkir pengiriman alat dan bahan bakunya. Untuk mengatasinya, sekarang kami mencoba menggunakan kapal laut saja untuk pengiriman alat dan bahan karna lumayan lebih murah dibanding lewat udara. Kalau masalah tenaga kerja, kami biasanya tidak terlalu banyak mau yang penting orangnya mau belajar, jujur, ramah, tapi lebih baik sudah ada keterampilan mem batik. Kami biasanya mempekerjakan warga disekitar sini juga.”

P: “Bagaimana cara yang dilakukan agar beragam produk berkualitas yang dijual tetap diminati masyarakat?”

N: Kami melakukan promosi ke sosial media kami yang ada *Facebook*. Penjualannya bisa melalui postingan ataupun melalui *live Facebook*. Kami punya keinginan dari dulu membangun UMKM ini agar semua kalangan pengennya bisa pakai batik tidak hanya orang-orang menengah keatas saja gitu. Lalu kami juga menjual produk tidak hanya secara konvensional saja tapi mulai menjual online ke *Facebook*.”

P: “Apa saja preferensi yang dipilih oleh UMKM Benang Bintik Paramita untuk meningkatkan daya saing?”

N: “Kami kan memiliki rumah produksi sendiri, mungkin ini menjadi keunggulan sekaligus tantangan bagi kami sehingga kami rasa perlu untuk meningkatkan kualitas produk Benang Bintik. Lalu menetapkan harga jual yang terjangkau bagi berbagai kalangan masyarakat tapi tetap kompetitif dengan pesaing, ya... Disini juga kami melakukan inovasi dengan merancang dan memodifikasi motif batik sendiri yang menyesuaikan dengan orderan ataupun minat dari konsumen saat ini.”

P: “Apakah pihak UMKM Benang Bintik Paramita mengadakan pelatihan membuat batik bagi para pekerja ataupun mengikuti pelatihan yang diberikan

pemerintah untuk meningkatkan daya saing UMKM Benang Bintik Paramita?”

N: “Pelatihan dari pemerintah dulu ada sampai diberikan secara cuma-cuma alat dan bahan membatiknya. Kalau dari saya sendiri hanya mengarahkan karyawan saja. Terlebih dalam bekerja mereka tinggal mengikuti langkah yang sudah saya dokumentasikan. Sisanya saya hanya memantau pekerjaan mereka saja.”

P: “Mengapa UMKM Benang Bintik Paramita memilih preferensi tersebut?”

N: “Bagi kami sebagai sebuah rumah produksi sudah semestinya meningkatkan kualitas produk yang kami jual, dan harga produknya ditetapkan pun mesti berbanding lurus dengan kualitas. Tentunya kami sudah melakukan pertimbangan dan perhitungan yang matang ya Mba. Kami pun meyakini, dengan terus berinovasi maka kepuasan konsumen akan meningkat sehingga UMKM kami dapat berkembang terus.”

P: “Bagaimana proses preferensi tersebut dilakukan oleh UMKM Benang Bintik Paramita?”

N: “Benang Bintik Paramita punya keunggulan dari kompetitor lain karna sudah memiliki rumah produksi sendiri dalam membuat batik. Sehingga kami bisa mengawasi proses membatik serta menjamin kualitas batik yang akan dijual. Saat ini kami bisa menjual 2000-3000 kain. Tapi hal itu masih belum memenuhi standar produksi pabrik pada umumnya yang bisa mencapai 5000 lebih kain batik. Kami sering kewalahan kalau ada orderan dalam jumlah terlalu banyak. Faktornya karna keterbatasan alat, bahan baku, dan tenaga kerja yang terampil. Akhirnya kami memutuskan untuk bekerja sama dengan vendor pabrik di Pulau Jawa. Kami sepakat bekerjasama membuat batik.”

P: “Bagaimana suatu produk batik dapat dikatakan sebagai produk yang berkualitas?”

N: “Berdasarkan pengalaman saya tentu jenis kainnya mba, lalu keunikan motif seberapa rapih motif dilukis jika itu batik tulis. Kalau batik cap seberapavariatifnya motif canting cap yang digunakan. Ketahanan warna

pada kain batik apakah cepat luntur atau awet. Biasanya warna yang gelap lebih awet.”

P: “Apa saja yang dilakukan oleh UMKM Benang Bintik Paramita untuk meningkatkan kualitas produk Benang Bintik?”

N: “Memastikan daya tahan produk batiknya bermutu karena kami memiliki rumah produksi spesialisasi batik tulis dan batik cap. Kami pun juga melakukan kerja sama dengan vendor pabrik batik di pulau Jawa untuk pembuatan produk batik yang dijual demi efisiensi produksi.”

P: “Bagaimana proses yang dilakukan UMKM Benang Bintik Paramita dalam meningkatkan kualitas produk Benang Bintik tersebut?”

N: “Merancang dan mendesain motif batik yang diinginkan lalu mengirimkannya ke vendor produksi batik di Pulau Jawa melalui *Whatsapp* ataupun *Email* untuk dilakukan pembuatan batik. Setelahnya, vendor mengerjakan pembuatan batik terkhususnya batik tulis, mengikuti panduan motif yang diterima. Pengerjaan berlangsung selama 1-2 bulan tergantung jumlah orderan dan tingkat kesulitan pada motif batik. Pada saat proses produksi hampir selesai akan dilakukan evaluasi sementara terhadap hasil motif pada kain batik yang hampir selesai tahap pengerjaan sebelum dikirimkan kembali ke UMKM Benang Bintik yang berada di Kalimantan Tengah dengan durasi pengiriman mencapai waktu 1-2 minggu. Ketika kain batik tiba di UMKM Benang Bintik Paramita maka langsung dilakukan pengecekan kembali kualitasnya sebelum dijual atau diserahkan terhadap pelanggan yang sudah order.”

P: “Siapa saja yang terlibat dalam proses meningkatkan kualitas produk Benang Bintik?”

N: “Kami bersama karyawan serta vendor pabrik yang kami percaya dan jamin kualitasnya.”

P: “Berapa biaya produksi yang dikeluarkan untuk produksi batik?”

N: “UMKM Benang Bintik Paramita mengeluarkan biaya harga pokok produksi yang berkisar diangka Rp. 55.000.000. Estimasi ini terdiri dari biaya bahan baku sebesar Rp. 28.000.000, biaya tenaga kerja sebesar Rp. 20.000.000/bulan, dan biaya overhead pabrik sebesar Rp.7.000.000.

Keseluruhan estimasi biaya produksi inilah yang dikeluarkan oleh Batik Benang Bintik Paramita untuk memproduksi batik dengan jenis kain katun primis, katun prima, katun Jepang, dan kain sutera”.

P: “Berapa harga jual yang ditentukan dari setiap produk yang dijual?”

N: “Harga jualnya sudah pasti mesti berimbang dengan kualitasnya ya Mba. Jenis kain katun premis dijual dengan harga per meternya sebesar Rp.75.000/meter, kain katun prima dijual per- meternya sebesar Rp. 65.000/meter. Kain katun Jepang dijual per-meternya sebesar Rp. 165.000/meter, sedangkan kain sutera dijual sebesar Rp. Rp.495.000/meter.”

P: “Kapan saat yang tepat bagi penjual untuk mematok harga pasar kain batik?”

N: “Ndak ada patokan pasti sih ya mba. Tapi, pesanan paling rame itu saat sudah musim pernikahan ataupun ada acara besar pemerintahan saja kami pun berusaha untuk menjual batik dengan harga yang terjangkau tapi tetap sesuai harga pasar, gitu Mbak. “

P: “Apa saja yang harus dipertimbangkan oleh UMKM Benang Bintik Paramita saat menetapkan harga agar terjangkau tapi tetap kompetitif?”

N: “Ya itu tadi mba, kami akan menghtiung jumlah keseluruhan biaya produksi, bahan baku, ongkos pengiriman serta harga yang ditetapkan oleh kompetitor lainnya.”

P: “Bagaimana UMKM Benang Bintik Paramita mengatasi jika profit yang didapatkan tidak maksimal sesuai target yang ingin dicapai?”

N: “Kami melakukan sistem silang harga. Jadi kami menutupi profit produk yang kurang laku dengan produk yang lebih banyak terjual. Sehingga kami tidak terlalu menaikkan harga dari dulu sampai sekarang.”

P: “Apa saja jenis produk yang dijual oleh UMKM Benang Bintik Paramita?”

N: “Kami utamanya menjual batik cap dan batik tulis baik yang hanya berupa kain saja dengan ukuran 2 meter bergantung dengan jenis kain yang dipilih adasutera, premis, katun dll. atau yang sudah dalam bentuk jadi layaknya mode pakaian sederhana atau selimut. Semua ini bergantung pada pesanan pelanggan juga sih.”

P: “Apa saja bentuk inovasi yang dilakukan UMKM Benang Paramita untuk meningkatkan daya saing?”

N: “Kami merancang dan memodifikasi motif batik sehingga tetap bervariasi namun masih berpegang terhadap kaidah motif yang ditetapkan secara turun-temurun.”

P: “Bagaimana proses inovasi produk yang dilakukan oleh UMKM Benang Bintik Paramita untuk meningkatkan daya saing?”

N: “Karna motif batik Kalteng itu masih banyak yang sakral sehingga tidak bisa sembarangan jika ingin memodifikasinya. Motif batik Kalteng memiliki keistimewaan yaitu tidak bisa digunakan sembarangan. Biasanya seperti motif Batang Garing itu dipakai untuk acara pernikahan adat dan menyambut tamu kehormatan. Tidak bisa digunakan untuk produk sarung bantal atau alas tempat duduk misalnya. Jadi, saya perlu memperhatikan denganteliti motif apa yang bisa saya kembangkan dan tidak melenceng dari aturan yang ada.”

P: “Siapa saja pihak yang berperan dalam melakukan inovasi UMKM Benang Bintik Paramita untuk meningkatkan daya saing?”

N: “Segala rancangan dan modifikasi motif batik saya sendiri (Pak Anang) yang mengerjakan dibantu dengan karyawan juga”.

- **Narasumber: Bu Husniya Dewi (Pemilik UMKM Benang Bintik Lestari Indah)**
- **Hari/tgl: Selasa, 10 Januari 2023**
- **Pukul: 15.00 WIB**
- **Lokasi: Jl. Rajawali Induk Km. 5.5 Palangkaraya, Kalimantan Tengah**

P: “Bagaimana sejarah awal mula Benang Bintik Lestari Indah ini berdiri?”

N: “Awalnya ditahun 2005 itu kami membuka usaha hanya di rumah kecil saja,saya juga ikut sama pengusaha UMKM lain yang lebih senior. Lalu, dukungan DEKRANASDA Kalteng yang sering mendorong kami untuk mengikuti kegiatan pameran. Sehingga sedikit demi sedikit modal

terkumpul dari beberapa orderan yang kami dapatkan.”

P: “Apa visi dan misi UMKM Benang Bintik Lestari Indah?”

N: “Kami mau memajukan perkembangan kerajinan batik Benang Bintik Kalimantan Tengah. Lalu, mewujudkan produk batik yang berkualitas dengan harga yang masih terjangkau. berpartisipasi terhadap pelestarian dan mempromosikan kebudayaan serta pengembangan batik benang bintik khaskalimantan tengah ke seluruh indonesia hingga luar negeri.”

P: “Apa saja bentuk sumber daya yang digunakan dalam meningkatkan daya saing UMKM Benang Bintik Lestari Indah?”

N: “Saya meyakini bahwa SDM yang baik mampu meningkatkan daya saing UMKM ini. Sehingga, saya memilih karyawan yang baik serta berkolaborasi dengan perancang busana, pengrajin lokal, dan vendor pabrik batik di Pulau Jawa.”

P: “Siapa saja pihak yang terlibat dalam peningkatan daya saing UMKM Benang Bintik Lestari Indah?”

N: “Tentunya semua yang berada disini, Mba.. Saya sebagai pemilik dan juga karyawan serta rekan bisnis seperti vendor pabrik memiliki peran dan kewajibannya masing-masing.”

P: “Ada berapa pekerja pak di Pabrik Bapa?”

N: “Total sekarang 4 orang dulu Mba. dampak yang luar biasa dari adanya kejadian pandemi kemarin. Saya sampai harus memberhentikan 5 pekerja karna pemasukan yang stagnan..”

P: “Apakah UMKM Benang Bintik Lestari indah mengadakan pelatihan membatik bagi para pekerja ataupun mengikuti pelatihan yang diberikan pemerintah untuk meningkatkan daya saing?”

N: “Pelatihan membatik dari pemerintah dulu ada sampai diberikan alat dan bahan membatiknya. Karena kami bukan rumah produksi dan hanya toko batik yang mengimpor produksi batiknya dari Pulau Jawa, maka saya sendiri hanya mengarahkan karyawan saja. Kami juga menerima bantuan dana dari pemerintah, hanya belum cukup untuk menutupi semua pengeluaran. kalau sekarang kendalanya harus bersaing di harga serta kualitas. Syukurnya suasana mulai normal, jadi sudah mulai ramailagi pelanggan yang membeli

ke toko. Walaupun minat masyarakat khususnya anak muda masih minim. Pemesanan batik secara bertahap mulai ada peningkatan. Karna batik itu kan Mba paling laku jika ada pesanan untuk acara pernikahan, orderan pemerintah untuk tamu terhormat ataupun seragam batik kantor.”

P: “Bagaimana sumber daya tersebut dapat berguna dalam preferensi yang dipilih?”

N: “Saya sudah mengalami semua pahit manis perjuangan dalam membangun UMKM ini Mba Cha. Karena itu, kami memberi kesempatan kepada para perancang busana dan pengrajin lokal yang ingin menjual hasil karyanya kayak tas, kaos, topi, ataupun aksesoris dari rotan, dsb yang masih bernuansa atau bermotif Benang Bintik. Perancang busana juga kita beri kebebasan untuk berkreasi namun tetap menyesuaikan kaidah membatik yang ada. Ibu ingin membantu walaupun tidak seberapa dalam memajukan perekonomian Kalimantan Tengah dengan memberi wadah kepada perancang busana dan pengrajin lokal untuk berkarya.”

P: “Bagaimana cara yang dilakukan agar beragam produk berkualitas yang dijual tetap diminati masyarakat?”

N: “Ya mbak, kami saat ini lebih aktif untuk mempromosikan jualan batik secara *online* di *Facebook* dan *Instagram*. Karna saya sudah tua jadi ndak terlalupaham bagaimana mekanismenya ya, jadi saya serahkan dan hanya memantausaja kepada anak dan para mbak yang kerja disini untuk proses promosinya. Kami menyadari perkembangan teknologi yang apabila tidak dimanfaatkan akan mubazir, sehingga dengan berjualan *online* selain menguntungkan bagi usaha kami semakin dikenal. Pelanggan yang berhalangan belanja di toko secara konvensional pun merasakan kemudahan berbelanja.”

P: “Apa saja preferensi yang dipilih oleh UMKM Benang Bintik Lestari Indah untuk meningkatkan daya saing?”

N: “Kami menjamin daya tahan produk yang dijual. Lalu menetapkan harga jual yang terjangkau bagi berbagai kalangan masyarakat tapi tetap kompetitif dengan pesaing. Disini juga kami melakukan inovasi dengan berkolaborasi dengan perancang busana lokal dalam menciptakan

merancang dan memodifikasi motif batik sendiri yang menyesuaikan dengan orderan ataupun minat dari konsumen saat ini.”

P: “Mengapa UMKM Benang Bintik Lestari Indah memilih preferensi tersebut?”

N: “Bagi kami sudah semestinya meningkatkan kualitas produk yang kami jual, dan harga produknya ditetapkan pun mesti berbanding lurus dengan kualitas. Tentunya kami sudah melakukan pertimbangan dan perhitungan yang matang ya Mba. Kami pun meyakini, dengan terus berinovasi maka kepuasan konsumen akan meningkat sehingga UMKM kami dapat berkembang terus.”

P: “Bagaimana proses preferensi tersebut dilakukan oleh UMKM Benang Bintik Lestari Indah?”

N: “Kami meningkatkan kualitas dan berinovasi dengan menciptakan variasi model busana, motif dan warna, serta memperluas jenis batik (tulisan, cap, dan *printing*). Untuk penetapan harganya sendiri kami menyesuaikan dengan harga pasar dan keseluruhan biaya produksi”

P: “Bagaimana suatu produk batik dapat dikatakan sebagai produk yang berkualitas?”

N: “Tentu jenis kainnya mba dan keunikan motif seberapa rapih motif dilukis jika itu batik tulisan. Kalau batik cap seberapa variatifnya motif canting cap yang digunakan. Ketahanan warna pada kain batik apakah cepat luntur atau awet.”

P: “Apa saja yang dilakukan oleh UMKM Benang Bintik Lestari Indah untuk meningkatkan kualitas produk Benang Bintik?”

N: “Memastikan daya tahan produk batiknya bermutu, berkolaborasi dengan vendor pabrik batik di pulau Jawa untuk pembuatan produk batik yang dijual demi efisiensi produksi.”

P: “Bagaimana proses yang dilakukan UMKM Benang Bintik Lestari Indah dalam meningkatkan kualitas produk Benang Bintik tersebut?”

N: “Merancang dan mendesain motif batik yang diinginkan lalu mengirimkannya ke vendor produksi batik di Pulau Jawa melalui *Whatsapp* ataupun *Email* untuk dilakukan pembuatan batik. Setelahnya,

vendor mengerjakan pembuatan batik terkhususnya batik tulis, mengikuti panduan motif yang diterima. Pengerjaan berlangsung selama 1-2 bulan tergantung jumlah orderan dan tingkat kesulitan pada motif batik. Pada saat proses produksi hampir selesai akan dilakukan evaluasi sementara terhadap hasil motif pada kain batik yang hampir selesai tahap pengerjaan sebelum dikirimkan kembali kesini dengan durasi pengiriman mencapai waktu 1-2 minggu. Ketika kain batik tiba maka langsung dilakukan pengecekan kembali kualitasnya sebelum dijual atau diserahkan terhadap pelanggan yang sudah order.”

P: “Siapa saja yang terlibat dalam proses meningkatkan kualitas produk Benang Bintik?”

N: “Saya dan karyawan serta para rekan bisnis yang kami percaya dan jamin kualitasnya.”

P: “Apa saja jenis produk yang dijual oleh UMKM Lestari Indah?”

N: “Kami utamanya menjual batik cap dan batik tulis baik dengan ukuran 2 meter bergantung dengan jenis kain yang dipilih ada sutera, premis, katun dll. atau yang sudah dalam bentuk jadi layaknya mode pakaian dan selimut. Semuaini bergantung pada pesanan pelanggan juga sih. Selain itu ada tas, topi, hiasan kepala, dan pakaian khas yang berasal dari Rotan serta aksesoris bermotif khas Kalteng”

P: “Berapa biaya produksi yang dikeluarkan untuk produksi batik?”

N: “UMKM Benang Bintik Lestari Indah mengeluarkan biaya pokok produksi kami berkisar kurang lebih sebesar Rp.40.000.000. Estimasi ini terdiri dari biaya bahan baku sebesar Rp. 30.000.000, biaya tenaga kerja sebesar Rp. 10.000.000/bulan. Sementara untuk perhitungan harga jualnya untuk jenis kain katun premisdijual dengan harga per meternya sebesar Rp.75.000/meter, kain katun prima dijual per- meternya sebesar Rp. 70.000/meter. Kain katun Jepang dijual per- meternya sebesar Rp. 200.000/meter, sedangkan kain sutera dijual sebesar Rp. Rp.400.000/meter.”

P: “Kapan saat yang tepat bagi penjual untuk mematok harga pasar kain batik?”

N: “Pesanan paling rame itu saat ada pernikahan ataupun ada acara besar pemerintahan saja kami pun berusaha untuk menjual batik dengan harga

yang terjangkau tapi tetap sesuai harga pasar, gitu Mbak. “

P: “Apa saja yang harus dipertimbangkan oleh UMKM Benang Bintik Lestari Indah saat menetapkan harga agar terjangkau tapi tetap kompetitif?”

N: “Kami akan menghtiong jumlah keseluruhan biaya produksi, bahan baku, ongkos pengiriman serta harga yang ditetapkan oleh kompetitor lainnya.”

P: “Bagaimana UMKM Benang Bintik Lestari Indah mengatasi jika profit yang didapatkan tidak maksimal sesuai target yang ingin dicapai?”

N: “Kami melakukan potongan harga, agar produk yang kurang laku bisa terjual dengan lebih cepat, tentunya dengan promosi yang gencar juga.”

P: “Apa saja jenis produk yang dijual oleh UMKM Batik?”

N: “Kami utamanya menjual batik cap dan batik tulis baik yang hanya berupa kain saja dengan ukuran 2 meter bergantung dengan jenis kain yang dipilih ada sutera, premis, katun dll. atau yang sudah dalam bentuk jadi layaknya mode pakaian sederhana atau selimut. Semua ini bergantung pada pesanan pelanggan juga sih.”

P: “Apa saja bentuk inovasi yang dilakukan UMKM Benang Bintik Lestari Indah untuk meningkatkan daya saing?”

N: “Kami menciptakan variasi mode, motif, dan warna batik sehingga menarik minat konsumen untuk membeli. Berinovasi merupakan cara kami mempertahankan citra baik UMKM. Kami berharap konsumen tidak memandang sebelah mata usaha saya ini. Sebenarnya kami mempunyai alat mendasar untuk membuat batik. Akan tetapi peralatan produksi yang kami gunakan dibeli pada 10 tahun lalu. Faktor mahalnya biaya produksi dan sumber daya manusia yang belum mumpuni maka dari itu saya hanya membeli peralatan satu kali saja dan sekarang tidak digunakan lagi karena produksi telah dipindahkan ke vendor yang berada di Pulau Jawa. Jadi peralatan yang tidak digunakan tetap kami rawat dan dibersihkan agar kemudian hari jika dibutuhkan masih layak serta siap dipakai.”
(Wawancara dengan Bu Husniya Dewi, 10 Januari 2023).

P: “Bagaimana proses inovasi produk yang dilakukan oleh UMKM Benang Bintik Lestari Indah untuk meningkatkan daya saing?”

N: “Saya melakukan dengan designer lokal untuk mendesain motif Benang Bintik. Dalam mendesainnya pun perlu mengikuti kaidah tertentu Mbak karna masih banyak yang sakral sehingga tidak bisa sembarangan jika ingin memodifikasinya. Motif batik Kalteng memiliki keistimewaan yaitu tidak bisa digunakan sembarangan. Biasanya seperti motif Batang Garing itu dipakai untuk acara pernikahan adat dan menyambut tamu kehormatan. Tidak bisa digunakan untuk produk sarung bantal atau alas tempat duduk misalnya. Jadi, kami perlu memperhatikan dengan teliti motif apa yang bisa saya kembangkan dan tidak melenceng dari aturan yang ada.”

P: “Siapa saja pihak yang berperan dalam melakukan inovasi UMKM Benang Bintik Lestari Indah untuk meningkatkan daya saing?”

N: “Benang Bintik Lestari Indah memang tidak memiliki rumah produksi batik sendiri melainkan bekerja sama dengan vendor yang ada di Pulau Jawa untuk memproduksi batik yang akan dijual. Namun motif tetap kami yang desain atau semisal ada orderan *request custom* motif khusus dari pelanggannya. Jenis teknik batik yang kami tawarkan pun beragam seperti batik cap, batik tulis, dan batik *printing*. Harga yang ditawarkan pun menyesuaikan dengan tingkat kesulitan motif, jenis kain dan teknik batik yang diminta pelanggan.”