

## Permasalahan Dalam Pembangunan Industri Batik Di Terengganu

Noor Haslina Mohamad Akhir  
Pusat Pengajian Pembangunan Sosial dan Ekonomi  
Universiti Malaysia Terengganu  
E-mail: [haslin@umt.edu.my](mailto:haslin@umt.edu.my)

Normaz Wana Ismail  
Institut Kajian Dasar Pertanian dan Makanan  
Universiti Putra Malaysia  
Putra Infoport  
43400 UPM Serdang, Selangor  
E-mail: [nwi@upm.edu.my](mailto:nwi@upm.edu.my)

### ABSTRAK

Malaysia merupakan sebuah negara yang dikenali dengan kepelbagaian hasil kraf tempatan. Majlis Kraf Dunia-Asia Pasifik mengiktiraf batik Malaysia sebagai salah satu kraf tempatan yang terkenal di peringkat global. Batik adalah satu teknik untuk menghiasi kain dengan rekaan corak yang menggunakan lilin sebagai penahan untuk menghalang warna menembusi bahagian lain atas kain yang telah dicorakkan. Sebagai industri luar bandar, batik mampu menyediakan peluang pekerjaan kepada penduduk tempatan dan kemudiannya menjadi penyumbang utama kepada pendapatan isi rumah. Pada hakikatnya, batik boleh bertindak sebagai kain, kraf dan seni Malaysia pelbagai fungsi. Oleh yang demikian, batik telah diiktiraf sebagai produk warisan negara yang bernilai tinggi. Melalui konsep 1Malaysia, batik telah diklasifikasikan sebagai pakaian kebangsaan dan mampu menjadi penyatu dalam sesebuah negara berbilang kaum. Sebagai produk warisan, batik mampu menyokong aktiviti pelancongan kebudayaan dan industri fesyen negara. Situasi ini menunjukkan batik mempunyai permintaan dalam pasaran tempatan dan luar Negara. Namun, prestasi sebahagian besar firma batik masih lagi didominasi oleh perniagaan perusahaan kecil dan sederhana. Malah, sebilangan dari perusahaan batik adalah bersifat mikro. Bilangan pekerja yang kebanyakannya telah berusia dan kebergantungan yang tinggi terhadap bahan mentah dari luar menjadi isu utama kepada masa hadapan industri batik negara. Maka, objektif kajian ini adalah untuk mengenalpasti permasalahan yang dihadapi oleh pengusaha batik dalam pembangunan industri batik negara. Satu kaji selidik yang ditadbir sendiri di kalangan 21 pengusaha batik telah dilaksanakan di Terengganu. Dapatan kajian menunjukkan permasalahan dalam industri batik melibatkan bahan mentah, pekerja, dan pasaran dan persaingan. Oleh itu, kerajaan dan agensi yang berkaitan perlu memberi tumpuan kepada isu-isu ini bagi memastikan kemampanan industri ini pada masa hadapan dan generasi muda dapat memahami batik sebagai promotor budaya Malaysia dan warisan bernilai tinggi yang perlu dipelihara.

Katakunci: industri batik, permasalahan, produk warisan.

### ABSTRACT

*Malaysia is one of the country that is well known for various types of local crafts. World Craft Council – Asia Pacific Region has recognized Malaysian batik as one of the local craft that most well-known globally. Batik is a technique used to decorate a fabric with designs, by using wax to resist the dye from penetrating into other parts of the fabric that has been patterned. Being a rural industry, batik has ability to generate new job opportunities to the local communities and in return contribute to the main part of household income. In reality, Malaysian batik can act as a multifunctional Malaysian fabric, craft, and art. Therefore, batik has been recognized as a high-value heritage of the Malaysian country. Through 1Malaysia concept, batik has classified as the national dress and is able to act as a unifier in a multiethnic country. As a heritage product, batik has ability to support the cultural tourism activities and country's fashion industry. This situation indicates that there is demand for batik in local and external market. Nevertheless, most of the batik firm performance still dominated by small medium enterprises. In fact, some firms are categorized in the microenterprises firms. The number of workers that the majority are on an old age and highly dependent on an imported raw materials became a serious issue for the future of the country's batik industry. Thus, this study aims to identify*

*the problems faced by the batik producers in the development of batik industry in the country. A self-administered survey was conducted among 21 batik producers in Terengganu. The finding indicates that the problems in batik industry actually involves the use of raw materials, labors, and markets and competition. Therefore, government and relevant agencies need to focus on these issues in order to ensure the sustainability of batik industry in the future and the younger generation able to understand the batik as a promoter of Malaysian cultural and high-valued heritage that should be preserved.*

*Keywords: batik industry, problems, heritage product.*

## **PENGENALAN**

Malaysia merupakan sebuah negara yang mempunyai kepelbagaian hasil kraf tempatan. Majlis Kraf Dunia-Asia Pasifik (WCC-APR) mengiktiraf batik Malaysia sebagai salah satu kraf tempatan yang terkenal di peringkat global. Industri kraf di Malaysia dikategorikan kepada hasil logam, hasil tanah, hasil hutan, tekstil dan aneka kraf (Kraftangan Malaysia: Laporan Tahunan 2012). Batik merupakan salah satu produk kraftangan berasaskan tekstil (Amin, 2006). Oleh itu, batik adalah satu teknik untuk menghiasi kain dengan rekaan corak yang menggunakan lilin sebagai penahan untuk menghalang warna menembusi bahagian lain atas kain yang telah dicorakkan (Kheng, 2002).

Perkembangan awal batik di Malaysia dipercayai bermula di Kelantan dan Terengganu (Azmi et.al, 2009, Yunus, 2011). Dalam kes Malaysia, kebanyakan pengusaha batik menetap di kawasan luar Bandar. Oleh itu, sebagai industri luar bandar, batik mampu menyediakan peluang pekerjaan kepada penduduk tempatan dan kemudiannya menjadi penyumbang utama kepada pendapatan isi rumah masyarakat setempat (Redzuan and Aref, 2009). Walaupun batik adalah industri luar bandar, tetapi ia boleh bertindak sebagai kain, kraf dan seni Malaysia pelbagai fungsi (Yunus, 2011). Oleh yang demikian, batik telah diiktiraf sebagai produk warisan negara yang bernilai tinggi (Hairuddin, Md.Noor and Ab.Malik, 2012; Mokhtar and Wan-Ismail, 2012). Sebagai produk warisan negara, melalui konsep 1Malaysia, batik telah diklasifikasikan sebagai pakaian kebangsaan bagi setiap lapisan masyarakat yang mampu menjadi penyatu dalam sesebuah negara berbilang kaum. Selanjutnya, batik telah dijadikan sebagai pakaian wajib kepada kakitangan awam pada hari Khamis setiap minggu (Surat Pekeliling Perkhidmatan Bil. 1 tahun 2008).

Selain itu, pengiktirafan batik oleh Pertubuhan Pendidikan, Sains dan Kebudayaan PBB (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation*) sebagai ‘warisan kebudayaan kemanusiaan tidak ketara’ dipercayai mampu menjadi aktiviti sokongan kepada pelancongan budaya yang akan menjadi daya tarikan kepada pelancong dari seluruh dunia untuk melawat Malaysia. Sebagai contoh, industri batik di negeri Pantai Timur mampu menjadi tarikan kepada aktiviti pelancongan berasaskan warisan kebudayaan di Koridor Ekonomi Pantai Timur (ECER) khususnya dan Malaysia amnya (Abi Sofian & Azman, 2010; Ahmad et.al, 2011; Choy, 2013). Selain itu, batik juga menjadi fabrik pilihan dalam industri fesyen tempatan melalui gabungan hasil tangan tradisional dan moden yang akhirnya menghasilkan produk kontemporari yang eksklusif (Yunus, 2011). Situasi ini menjelaskan yang batik mempunyai permintaan dalam pasaran tempatan mahupun antarabangsa.

Namun, industri batik masih lagi didominasi oleh perniagaan perusahaan kecil dan sederhana (PKS). Malah, sebilangan dari perusahaan batik adalah bersifat perusahaan mikro (Hairuddin, Md.Noor and Ab.Malik, 2012). Sedangkan, berdasarkan siri Laporan Tahunan Kraftangan Malaysia 2009-2012, jumlah jualan keseluruhan pasaran kraf Malaysia telah meningkat setiap tahun. Pada tahun 2012, nilai jualan kraf tempatan mencecah RM341.9 juta iaitu meningkat sebanyak RM198.3 juta (138%) berbanding tahun 2011 (RM143.5 juta). Dengan merujuk kepada Indikator Penunjuk Prestasi dalam pasaran kraf, Kraftangan Malaysia telah mengiktiraf batik sebagai penyumbang utama kepada prestasi jualan kraf Malaysia (Buletin Kraftangan 03, 2012). Isu pekerja yang kebanyakannya telah berusia selain kebergantungan yang tinggi terhadap bahan mentah yang diimport dari negara luar menjadi faktor kebimbangan kepada masa hadapan industri batik negara. Maka, objektif kajian ini adalah untuk mengenalpasti permasalahan yang dihadapi oleh pengusaha batik dalam pembangunan industri batik negara.

## **DEFINISI DAN SEJARAH BATIK**

Perkataan batik dipercayai berasal dari dua pekataan iaitu “amba” yang bermakna “menulis”, dan “dot” yang bermakna “titik” (Robinson, 2001; Osman, 2002; Yunus, 2011; Oparinde, 2012; Saddhono et.al, 2014). Oleh itu, perkataan batik bermaksud “menulis titik-titik” yang boleh dijelaskan sebagai titik-

titik yang mencorak motif atas permukaan kain. Ini jelas menunjukkan bahawa perkataan batik itu sendiri merujuk kepada teknik untuk menghasilkan batik. Umumnya, teknik batik melibatkan penggunaan lilin (Robinson, 2001; Kheng, 2002; Lillethun, 2004; Azmi et.al, 2009) namun, sesuatu bahan lain seperti kanji yang pekat atau lumpur yang pekat (Samah, 1990; Lin, 2007) juga boleh digunakan untuk membuat corak pada kain dan seterusnya menjadi bahan penghalang kepada penyerapan warna ke kawasan lain atas permukaan kain.

Umumnya, tiada siapa tahu dengan jelas asal-usul batik dan dengan itu, ia tidak dapat ditentukan dengan tepat. Walaubagaimanapun, kebanyakan penyelidik menganggap teknik batik telah berusia 2000 tahun (Krevitsky, 1964; Robinson, 2001; Redzuan & Aref, 2009). Teknik ini dipercayai sebagai warisan zaman lampau dari beberapa buah negara seperti India, China, Jepun, Mesir, Afrika, Jawa dan beberapa tempat yang lain (Samah, 1990). Dari sudut sejarah, perkembangan awal batik di Malaysia dipercayai bermula pada abad ke-15 Masihi sekitar tahun 1770 hingga 1800. Penciptaan batik yang dihasilkan pada peringkat awal tersebut tidak menggunakan lilin tetapi meggunapakai teknik ikat dan celup untuk menghasilkan batik "Pelangi". Teknik ini merupakan pengaruh langsung produk dari India, Jepun dan China (Azmi et.al, 2009). Di Malaysia, teknik penghasilan batik yang popular di kalangan pengusaha batik ialah batik lukis (canting), batik blok, dan batik skrin. Secara teknikal, setiap jenis batik berbeza dari segi teknik yang digunakan tetapi secara asasnya ia melibatkan beberapa peringkat proses yang sama iaitu melukis, mewarna dan proses penyiapan akhir. Maka, teknik batik ini memerlukan kemahiran dan kerja tangan yang kreatif bagi menghasilkan produk batik yang inovatif, menarik dan berkualiti dan seterusnya dapat bersaing dengan produk tekstil yang lain. Di Malaysia, antara tokoh yang memberi sumbangan besar dalam pembangunan industri batik terutamanya di Kelantan dan Terengganu ialah Haji Che Su bin Haji Ishak (1877-1938), En. Yusuf bin Haji Che Su (1927), Haji Awang (1912), Haji Ali bin Ismail (1932) dan Haji Abdul Rahman (1950) (Hassan, 2002).

## METODOLOGI

Satu kaji selidik yang ditadbir sendiri oleh penyelidik telah dilaksanakan dalam kajian ini. Soal selidik dalam kajian ini mengandungi soalan berkaitan latar belakang syarikat, profil responden (pemilik perusahaan), aspek kewangan dan permasalahan dalam industri batik. Skop kajian melibatkan pengusaha batik di negeri Terengganu yang berdaftar dengan Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia. Pada tahun 2014, seramai 90 pengusaha batik yang berdaftar di negeri Terengganu. Walaubagaimana pun, ada sebilangan pengusaha batik yang berdaftar tetapi tidak aktif dalam pasaran batik. Oleh itu, senarai pengusaha batik yang masih aktif dalam pasaran telah diperolehi dari Persatuan Pembatik Terengganu iaitu seramai 35 pengusaha. Namun, ciri-ciri pengusaha batik yang dipilih sebagai responden ialah pengusaha tersebut mestilah terlibat dalam pembuatan dan penjualan batik supaya ia dapat memberi gambaran yang jelas mengenai perkembangan dan permasalahan industri batik negara. Akhirnya, seramai 21 pengusaha batik telah terlibat secara langsung dalam kaji selidik ini. Deskriptif statistik digunakan bagi menganalisis profil responden, profil firma batik, dan permasalahan dalam industri batik.

## DAPATAN KAJIAN

Jadual 1 menunjukkan profil responden yang terlibat dalam kajian ini. Profil responden melibatkan jantina, etnik dan tahap pendidikan pemilik. Berdasarkan Jadual 1, 67 peratus adalah pengusaha lelaki berbanding 33 peratus darinya adalah pengusaha perempuan. Nilai perbezaan yang besar ini menunjukkan industri batik lebih didominasi oleh pengusaha lelaki berbanding perempuan. Manakala, dari sudut etnik responden, industri ini dikuasai oleh etnik Melayu berbanding etnik lain. Jika dikaji dari sudut sejarah, perkembangan batik di Terengganu dipelopori oleh pengusaha Melayu. Contohnya, batik pelangi dipercayai sebagai batik pertama dihasilkan di Tanah Melayu pada ketika itu telah dibangunkan pada zaman Sultan Zainal Abidin II (1773-1808) (Osman, 2002) dan Haji Che Su Ibrahim merupakan individu yang telah bertanggungjawab kepada penggunaan lilin dan terapan dalam industri batik pada sekitar tahun 1920-1930an (Azmi et.al, 2009). Kebanyakan pengusaha batik memiliki tahap pendidikan sehingga MCE/SPM (71.5%), dan diikuti oleh Ijazah (14.3%), HSC/STPM/Sijil Kemahiran (9.5%) dan Diploma (4.8%).

Manakala, Rajah 2 menggambarkan peniagaan generasi keluarga bagi industri batik di Terengganu. Walaupun secara asasnya, firma batik merupakan perusahaan yang diwarisi dari satu keturunan kepada keturunan berikutnya, namun hasil kajian ini mendapati 71.4 peratus merupakan pengusaha generasi pertama perusahaan batik. Manakala, 28.5 peratus adalah warisan daripada

keluarga masing-masing dengan generasi kedua 19 peratus dan generasi ketiga 9.5 peratus. Generasi pertama memilih untuk melibatkan diri dalam industri batik kerana mereka meminati seni batik itu sendiri selain berminat untuk menceburkan diri dalam perniagaan. Dari sudut tempoh perniagaan firma batik, Rajah 3 menunjukkan majoriti tempoh perniagaan antara 16 – 20 tahun (23.9 peratus). Sementara 14.4 peratus adalah dalam tempoh perniagaan antara 1 – 5 tahun. Namun secara keseluruhannya, dianggarkan 57 peratus tempoh perniagaan firma adalah antara 1– 20 tahun dan 43 peratus antara tempoh perniagaan 21 – 40 tahun.

Jadual 4 menunjukkan profil firma batik dari sudut pengurusan firma, modal permulaan perniagaan, status perniagaan, dan lokasi perniagaan. Dapatan menunjukkan 95.2 peratus firma batik ditadbir oleh ahli keluarga sendiri berbanding hanya 4.8 peratus ditadbir dengan kerjasama ahli keluarga dan pekerja professional. Jurang perbezaan yang besar jelas menunjukkan bahawa firma batik di Terengganu masih didominasi oleh perniagaan keluarga. Selain itu, 85.7 peratus pemilik menggunakan tabungan sendiri sebagai modal permulaan perniagaan dan hanya 9.5 peratus memperolehi modal permulaan perniagaan melalui pinjaman kewangan. Namun, ada sebilangan pengusaha yang memulakan perniagaan dengan menggunakan modal sendiri dan pinjaman kewangan (4.8%). Sementara itu, 81 peratus perniagaan ini adalah pemilikan sendiri dengan hanya 19 peratus adalah berstatus Sendirian Berhad. Dalam ketidaktentuan ekonomi dunia, situasi ini membimbangkan kerana pemilik tunggal perniagaan akan menanggung liabiliti yang tidak terhad malah struktur perniagaannya memudahkan pemilik menutup perniagaan mereka. Ciri-ciri ini berbeza dengan Sendirian Berhad yang lebih sistematik dalam pengurusan pentadbiran dan kewangan, malah liabiliti pemilik hanya tertakhluk kepada jumlah saham yang dipegang dalam syarikat. Tanpa pengurusan yang sistematik dalam firma batik pemilikan tunggal, maka ia boleh menggugat kelangsungan industri batik apabila pemiliknya dengan mudah boleh menutup perniagaan mereka dan ia tidak semestinya diteruskan oleh generasi baru keluarga. Dari sudut lokasi perniagaan, bengkel batik lebih tertumpu di premis tempat tinggal pemilik (66.7%) berbanding berasingan dari rumah pemilik (33.3%).

Seterusnya, Rajah 5 menjelaskan beberapa masalah dan cabaran yang dihadapi oleh pengusaha batik. Masalah utama pengusaha batik ialah bahan mentah yang mahal (81%) dan diikuti dengan masalah kekurangan pekerja (76.2%). Walaupun batik dikelaskan sebagai industri luar bandar, tetapi bahan utama untuk menghasilkan batik perlu diimport dari luar seperti kain putih dan lilin dari China dan pewarna dari Jerman. Oleh yang demikian, pengusaha batik terpaksa mendapatkan bahan mentah tersebut dari peniaga tempatan lain atau dikenali 'orang tengah' iaitu individu yang bertanggungjawab membeli bahan mentah dari luar dan menjual semula kepada pengusaha batik tempatan. Rantainya penawaran ini akan memberi kesan kepada harga akhir bahan mentah yang mahal dan seterusnya produk batik itu sendiri. Selain itu, pengeluaran batik bergantung kepada jumlah pekerja dalam firma batik (Redzuan dan Aref, 2011). Ini kerana, batik merupakan industri kraf yang berintensifkan buruh. Proses pengeluaran batik melibatkan pelbagai peringkat seperti melakar corak, mewarna corak, menetapkan warna, menanggalkan lilin, membasuh dan mengeringkan sebelum kain batik itu siap sepenuhnya. Oleh itu, pengusaha batik memerlukan pekerja yang mencukupi dalam pengeluarannya supaya ia tidak menjejaskan kuantiti pengeluaran dan seterusnya dapat menjimatkan kos masa pengeluaran batik. Walaubagaimana pun, situasi yang cukup membimbangkan kepada kelestarian industri batik pada masa hadapan ialah 95.2 peratus pengusaha beranggapan generasi muda tidak berminat bekerja dalam industri ini. Faktor ini akan memberi impak yang negatif kepada perkembangan modal manusia dalam industri batik negara. Malah, 38 peratus pengusaha berpendapat yang masyarakat tidak memahami batik sebagai warisan bernilai tinggi kepada negara. Oleh yang demikian, pemakaian batik bukanlah menjadi satu budaya dalam masyarakat Malaysia kini. Faktor ini menjadi satu cabaran besar dalam mengembangkan dan mempertahankan industri warisan negara. Sebagai contoh, batik hanya dipakai pada hari Khamis oleh kakitangan awam atau pada majlis rasmi tertentu yang dianjurkan oleh agensi kerajaan.

Rajah 5 juga menunjukkan permasalahan lain yang dihadapi oleh usahawan batik iaitu kos keseluruhan operasi yang semakin tinggi (19%) dari sudut bahan mentah, pekerja dan pemasaran produk akhir. Selain harga bahan mentah yang sentiasa meningkat, usahawan juga perlu memberi upah yang menarik kepada perkerjanya supaya mereka terus bekerja agar tidak menjejaskan kuantiti pengeluaran. Pendekatan ini penting memandangkan majoriti pekerja pengeluaran dalam industri batik adalah berstatus kontrak. Selain itu, kajian yang dijalankan oleh Amin (2006) dalam industri kraf tradisional di Malaysia menunjukkan bahawa pengusaha kraf tempatan lebih gemar memilih penjualan secara langsung kepada pembeli. Namun, dalam era perkembangan dunia digital kini, pengusaha batik juga perlu bijak dalam merangka strategi promosi dan pemasaran yang efektif agar dapat bersaing dengan produk tekstil lain. Contohnya, promosi dan pemasaran melalui media cetak atau media elektronik atau internet yang mudah diakses oleh pembeli dari serata tempat. Kesemua aktiviti ini memerlukan kos pengurusan yang tinggi. Selain itu, batik Malaysia sukar tembusi pasaran luar (14.3%)

berikutan persilangan yang sengit dari negara pengeluar batik yang lain seperti Indonesia dan China. Usahawan batik tempatan juga berhadapan masalah persaingan dari pabrik tekstil yang lain yang lebih murah dan dapat dikeluarkan dalam kuantiti yang lebih banyak yang akhirnya dapat menjimatkan kos masa pengeluaran. In berbeza dengan pengusaha batik tempatan yang masih mementingkan ciri produk kraf tangan yang tulen dalam pengeluaran batiknya terutamanya batik lukis dan batik blok.

Daripada permasalahan di atas, faktor kewangan amat penting dalam pembangunan industri batik negara. Walaubagaimana pun, berdasarkan Jadual 6, 66.7 peratus pengusaha batik tidak berminat membuat pinjaman untuk mengembangkan perniagaan mereka pada masa hadapan. Sebahagian pengusaha berpendapat bahawa proses pinjaman adalah sukar (57%) disebabkan beberapa faktor seperti keperluan dokumen bertulis seperti kertas kerja dan laporan kira-kira akaun (42%), memerlukan cagaran yang sesuai dengan nilai pinjaman (23.8%), kadar bayaran balik yang tinggi (19%) dan memerlukan nilai tabungan tertentu dan penyata bank (14.3%) (Rujuk Rajah 7). Berdasarkan profil responden, majoriti pemilik firma batik tidak menerima pendidikan tertiar. Maka, keperluan dan proses tersebut mungkin menjadi punca golongan ini enggan berurusan dengan institusi kewangan untuk membuat pinjaman bagi mengembangkan perniagaan pada masa hadapan.

## **CADANGAN DAN IMPLIKASI DASAR**

Walaupun industri batik berhadapan dengan pelbagai masalah, tetapi usahawan batik percaya bahawa industri warisan ini akan berkembang maju pada masa hadapan. Namun, ia memerlukan sokongan dari pelbagai pihak melibatkan kerajaan dan agensinya, badan bukan kerajaan dan pihak swasta dan masyarakat sendiri. Tidak dinafikan, kerajaan telah mewajibkan kakitangan awam memakai pakaian batik setiap hari Khamis namun, ada sebilangan yang masih tidak menuruti pekeliling pemakaian batik yang telah ditetapkan. Maka, kerajaan perlu bertegas dalam hal ini kerana permintaan yang tinggi dari kakitangan awam akan meningkatkan permintaan produk batik yang seterusnya akan memberi kesan yang besar kepada jualan dan keuntungan firma. Dianggarkan 90.5 peratus pengusaha berpendapat bahawa ketegasan dalam pemakaian batik mampu memberi impak positif kepada jualan firma. Jualan firma batik adalah penting dalam mengkalsifikasikan status firma batik dalam kelompok mikro, kecil atau sederhana bagi perusahaan kecil dan sederhana (PKS) di Malaysia.

Bagi memastikan pengusaha tidak dibebani ketidaktentuan dan kenaikan berterusan harga bahan mentah, kerajaan boleh bertindak sebagai pengedar utama bahan mentah kepada pengusaha batik bagi mengurangkan peranan 'orang tengah' yang boleh memberikan kesan pada harga akhir produk batik. Malah, melalui peruntukan kerajaan yang diberikan kepada Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia, agensi ini boleh memberi fokus kepada pengurusan bahan mentah dan peralatan selain meneruskan pembabitan dalam aktiviti promosi dan pemasaran hasil batik. Selain itu, Kraftangan Malaysia perlu menilai semula pengkhususan peranan di setiap cawangannya. Sebagai contoh, Kraftangan Malaysia cawangan Terengganu diberi tugas kepada pengkhususan kraf songket. Manakala, Kraftangan Malaysia cawangan Kelantan pula diberi tugas dalam pembangunan industri batik negara. Pusat Inovasi Batik juga terletak di negeri Kelantan. Faktor ini berkemungkinan akan memberi kesan kepada minat masyarakat Terengganu terhadap batik yang mungkin akan berkurangan. Tambahan pula, perbezaan bilangan pengusaha batik berdaftar di Kelantan (295) dan Terengganu (90) pada tahun 2014 adalah sangat besar). Akibat perbezaan yang ketara ini, bagi memenuhi permintaan batik di Pasar Payang, usahawan batik Terengganu terpaksa membuat tempahan batik dari Kelantan sebagai pelengkap kepada kuantiti pengeluaran batik mereka. Hakikatnya, sekiranya berlaku pertumbuhan pesat industri batik di Terengganu dan disokong oleh industri batik di Kelantan akan dapat mengimbangi kemajuan Koridor Ekonomi Pantai Timur (ECER) berbanding koridor ekonomi yang lain. Malah industri ini mampu meningkatkan taraf hidup penduduk tempatan kerana industri luar bandar ini dijana melalui pekerja tempatan di sesuatu kawasan dan seterusnya memberi pendapatan kepada penduduk setempat. Selain itu, masyarakat tempatan juga perlu dididik dengan menjadikan pemakaian batik sebagai satu budaya dan kebanggaan rakyat Malaysia .

## **KESIMPULAN**

Permasalahan dalam industri batik perlu ditangani segera dalam usaha memartabatkan industri batik negara. Sekiranya bilangan usahawan batik semakin berkurangan dari semasa ke semasa, di masa hadapan negara akan kehilangan aset yang besar memandangkan pembangunan produk warisan ini mampu menjadi daya tarikan kepada pelancong luar terutama yang meminati budaya dan kesenian sesuatu tempat untuk melawat negara kita, Malaysia. Malah, generasi muda pada masa hadapan

mungkin tidak akan mengenali hasil seni batik negaranya sendiri. Oleh itu, industri ini perlu mendapat perhatian dan tindakan sewajarnya oleh semua pihak termasuk kerajaan dan agensi, badan bukan kerajaan dan masyarakat sendiri.

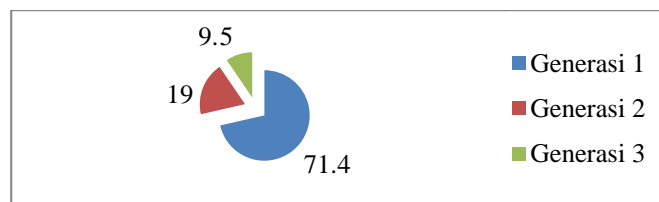
## RUJUKAN

- Abi Sofian, M.A.H & Azman C.M. (2010). The Contribution of Heritage Product Toward Malaysian Tourism Industry: A Case of Eastern Coastal Peninsular Malaysia. *International Journal Of Human Sciences*. Vol.7, Issue:2, 346-357
- Ahmad, H., Jusoh, H., Siwar, C., Buang, A., Noor, M.S.H., Ismail, S.M., dan Zolkapli, Z.A. (2011). Pelancongan Budaya Di Koridor Ekonomi Wilayah Pantai Timur (ECER): Isu Dan Cabaran. *GEOGRAFIA Malaysian Journal of Society and Space 7*. Special Issue: Social and Spatial Challenges of Malaysian Development, 180 – 189.
- Amin, I.M. Manufacturing and Marketing of Traditional Crafts: Malaysian Perspective. Paper presented at the meeting of the APEC/SME Seminar on Support for Local and Cottage Industries, Hanoi, Vietnam. September 2006.
- Azmi, J., Umor, Z., Ismail, M.S., Abdulllah, K., Ali, N., & Kamaruzaman, N. (2009). Seni Kraf Batik: Motif & Teknik. Institut Kraf Negara.
- Buletin Kraftangan 03, (2012). Medium Transformasi Kraf Malaysia. Kraftangan Malaysia. Retrieved from [www.kraftangan.gov](http://www.kraftangan.gov)
- Choy, E.A (2013), Pembangunan Pelancongan Lestari Di Melaka: Perspektif Pelancong. *GEOGRAFIA Malaysian Journal of Society and Space 9* issue 3, 12 – 23.
- Hairuddin, H., Md.Noor, N.A, & Ab.Malik, A.M. (2012). Why do Microenterprise Refuse to Use Information Technology: A Case of Batik Microenterprise in Malaysia. *Procedia-Social Behavioral Science*. 57, 494-502.
- Hassan, A.S. (2002). Penggunaan Bahan Pewarna Alam Semulajadi Dalam Proses Pengajaran dan Pembelajaran Batik di Studio Batik UPSI. Proceedings from *Seminar Batik:Ekspresi, Eksplorasi, dan Komunikasi*. Institut Kraf Negara, Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia.
- Kheng, J.N.S. (2002). The Application of Other Various Textiles Techniques. Proceedings from *Seminar Batik:Ekspresi, Eksplorasi, dan Komunikasi*. Institut Kraf Negara, Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia.
- Kraftangan Malaysia: Laporan Tahunan 2012.Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia. [www.kraftangan.gov.my](http://www.kraftangan.gov.my)
- Krevitsky.N (1964). The Art of Batik Today. *Art Education*, Vol. 17, No. 8, 33-35
- Lillethun, A. (2004). Javanese Effects: Appropriation of Batik and Its Transformations in Modern Textiles. Proceedings for Textile Society of America Symposium
- Lin, L.C., (2007). Batik: Creating an Identity. National Museum Singapore and Editions Didier Millet.
- Mokhtar, M.Z & Wan-Ismail, W.N.S. (2012). Marketing Strategies and the Difference Level of Sales and Profits Performance of the Batik SMEs in Malaysia. *International Journal of Business and Management*. Vol.7, No.23, 96-111
- Oparinde, S.S. (2012). Batik As A Cultural Identity Of The Yoruba: Hand Colouring Techniques And Applications, Possibility of Adaptations. *Journal of Arts, Science & Commerce*, Vol.- III, Issue 2(3), 31-41
- Osman, Z.A. (2002). Contemporary Batik in Malaysia. Proceedings from *Seminar Batik:Ekspresi, Eksplorasi, dan Komunikasi*. Institut Kraf Negara, Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia.
- Pemakaian Pakaian Batik Malaysia oleh Pegawai Awam Pada Hari Khamis, Surat Pekeliling Perkhidmatan Bilangan 1 Tahun 2008, Kerajaan Malaysia, JPA(S)TT. 193/37 Klt.5(38)
- Redzuan, M & Aref, F (2009). Barriers and Opportunities in the Development of Rural Industries: A Case Study of Silverware and Batik Production in Kelantan, Peninsular Malaysia. *American-Eurasian J.Agric & Environ. Sci*. Vol 6(2), 196-202.
- Redzuan, M & Aref, F (2011). Constraints And Potentials Of Handicraft Industry In Underdeveloped Region Of Malaysia. *African Journal of Business Management*. Vol. 5(2), 256-260.
- Robinson, R. (2001). Creative Batik. Search Press Limited
- Saddhono, K., Widodo, S.T., Al-Makmun, M.T., & Tozu, M. (2014). The Study of Philosophical Meaning of Batik and Kimono Motifs to Foster Collaborative Creative Industry. *Asian Social Science*. Vol. 10, No. 9, 52-61
- Samah, A.J.A. (1990). Batik: Sejarah dan Keistimewaan Tekniknya. *Akademika* 37. 73 – 90.

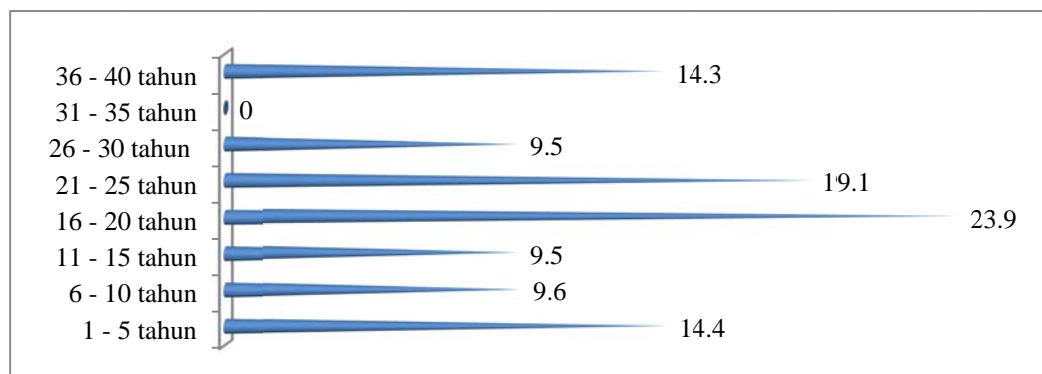
Yunus, N.A.(2011). *Malaysian Batik: Reinventing a Tradition*. Yayasan Budi Penyayang Malaysia.

JADUAL 1: Profil Responden

Jantina	Lelaki	67%
	Perempuan	33%
Etnik	Melayu	100%
	Cina	0
	India	0
Tahap Pendidikan	Sekolah Rendah	4.8%
	LCE/SRP/PMR	4.8%
	MCE/SPM	61.9%
	HSC/STPM/Sijil Kemahiran	9.5%
	Diploma	4.8%
	Ijazah	14.3%



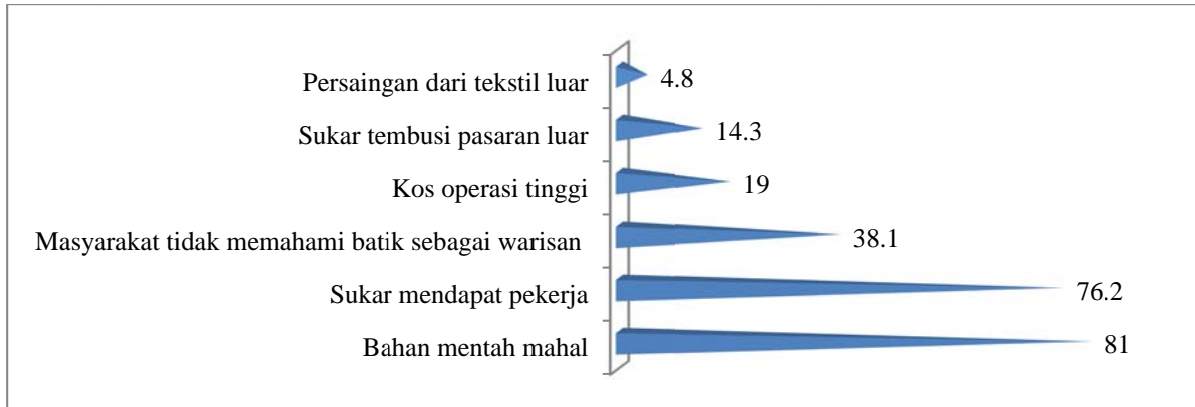
RAJAH 2: Perniagaan Generasi Keluarga (%)



RAJAH 3: Tempoh Perniagaan (sehingga tahun 2014)

JADUAL 4: Profil Firma Batik

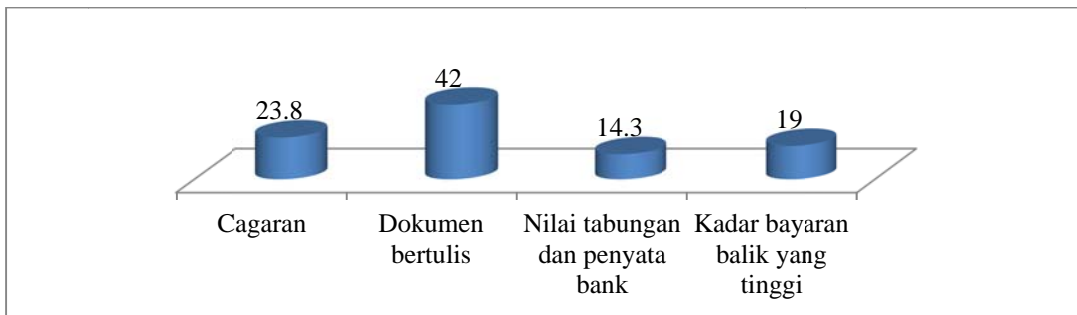
Pentadbiran Pengurusan Firma	Ahli Keluarga	95.2%
	Ahli Keluarga dan Profesional	4.8%
Modal Permulaan Perniagaan	Pinjaman	9.5%
	Tabungan sendiri	85.7%
	Pinjaman dan tabungan sendiri	4.8%
Status Perniagaan	Pemilikan Sendiri/Tunggal	81%
	Sendirian Berhad	19%
Lokasi Perniagaan	Rumah Pengusaha	66.7%
	Berasingan dari Rumah Pengusaha	33.3%



RAJAH 5: Permasalahan Industri Batik

JADUAL 6: Pinjaman Kewangan Firma Batik

Pinjaman kewangan	Berminat	66.7%
	Tidak berminat	33.3%
	Proses pinjaman adalah sukar	57.1%
	Proses pinjaman adalah mudah	42.9%



RAJAH 7: Punca Kesukaran Proses Pinjaman Kewangan