

Strategi Inovasi Produk pada Usaha Batik Tanah Liek Bundo Kandung

Indri Sefrina Sari, Rose Rahmidani, Yunita Engriani
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus Air Tawar Padang
E-mail: Indrisefrina@gmail.com

Abstract: *This research aims to analyze product's innovation strategy at Batik Tanah Liek Bundo Kandung. This research is a descriptive qualitative research. The data which are used in this research are primary and secondary data. The resources of the data are informants. The data of this research are collected by doing observation, interview and documentation. The data are analyzed qualitatively. The data of this research are validated by using source triangulation.*

The result of this research shows that Batik Tanah Liek Bundo Kandung has not innovated all of their products attributes such as packaging, brand and guarantee. Batik Tanah Liek Bundo Kandung has done innovation in term of motif and service. In the research the research find some obstacles at Batik Tanah Liek Bundo Kandung. The obstacles are marketing, difficulties in finding raw materials, the lack of people's knowledge about Batik Tanah Liek Bundo Kandung difficulties in finding skillful employees in making batik, the incompatible consumers demands and the lack of government's attention.

Keywords: *Strategi, Innovation, Product, Batik Tanah Liek*

PENDAHULUAN

Perusahaan semakin menyadari bahwa salah satu kunci kesuksesan mereka dalam memasarkan produknya adalah dengan menawarkan produk yang memiliki nilai lebih jika dibandingkan produk-produk pesaing. Kondisi persaingan yang makin kompetitif, lingkungan bisnis yang tidak dapat diprediksi dan permintaan konsumen menuntut perusahaan untuk mencari solusi baru dalam memformulasikan strategi perusahaan demi mempertahankan kelangsungan hidup dan daya saing perusahaan. Pengembangan produk dan strategi inovasi perlu terus dikembangkan dan dilakukan.

Perusahaan tanpa inovasi akan mati, sebaliknya perusahaan yang melakukan inovasi akan mendominasi pasar, dengan kreasi, model dan penampilan produk yang baru. Pasar global tidak hanya menghasilkan persaingan yang lebih ketat tapi juga lebih tidak berpola dan kompleks dengan diwarnai perkembangan teknologi informasi yang pesat, sebagai pasar persaingan sempurna (Ellitan & Anatan, 2009:2). Inovasi produk salah satu cara yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam mengembangkan bisnisnya, merupakan cara terpenting bagi perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan mencapai keunggulan kompetitif.

Keberhasilan inovasi yang dilaksanakan haruslah bersifat terus menerus (Ellitan & Anatan, 2009:4). Era globalisasi yang penuh dengan persaingan, kompleks dan dinamis, upaya pengembangan usaha kecil dan menengah merupakan sebuah keharusan. Keberadaan industri kecil yang semakin banyak tersebar di semua daerah perlu terus dipertahankan dan dikembangkan karena mampu memberi kesempatan peluang kerja di daerah sekaligus pemerataan pembangunan.

Tujuan utama didirikan industri kecil adalah untuk menciptakan pemerataan pendapatan masyarakat serta menumbuhkan kemampuan dan kemandirian berusaha. Industri kecil yang merupakan UMKM, salah satunya adalah industri batik yang ada di Indonesia. Industri ini dirintis dari industri rumah tangga yang kemudian berkembang menjadi industri yang dapat mengenalkan negara Indonesia ke mancanegara. UNESCO secara resmi mengakui batik Indonesia, dengan dimasukkannya ke dalam "Daftar Representatif sebagai Budaya Tak-benda Warisan Manusia" (*Representative list of the Intangible Cultural Heritage of Humanity*) pengumuman resminya di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab pada tanggal 2 Oktober 2009.

Batik telah berkembang menjadi *icon* pakaian nasional Indonesia bahkan penggunaan batik tidak hanya sebagai kain atau sarung saja, tetapi juga digunakan untuk berbagai kegiatan rumah tangga seperti baju, taplak meja, sepatu, celana, dan lain sebagainya. Selain masyarakat lokal, turis mancanegara juga sudah menggunakan batik. Hal itu dikarenakan keindahan dari berbagai motif serta mutu warna alami yang menarik.

Batik masih tetap eksis dan terus digunakan dan bahkan penggunaan batik terus berkembang. Dahulu batik hanya digunakan sebagai pakaian yang identik dengan acara-acara resmi seperti rapat, dan pesta pernikahan, namun kini batik berkembang menjadi pakaian yang biasa digunakan baik untuk ke kampus, acara formal, nonformal, maupun untuk jalan-jalan santai.

Maraknya pengguna batik di Indonesia menunjukkan adanya kecenderungan akan tingkat kesukaan konsumen terhadap batik yang semakin meningkat sehingga menyebabkan banyaknya produsen atau industri batik di Indonesia. Dengan adanya keinginan konsumen untuk membeli pakaian batik menunjukan kinerja bisnis batik dikatakan baik. Kondisi persaingan industri batik saat ini semakin ketat, ini dibuktikan dengan data industri batik yang ada di Indonesia yang diperoleh dari Kementerian perindustrian pada tahun 2016 yang diakses pada tanggal 21 Maret 2017 bahwa ada sebanyak 563 industri batik yang tersebar diseluruh Indonesia.

Hampir setiap wilayah di Indonesia memiliki kerajinan batik yang tersebar diberbagai daerah. Salah satu daerah penghasil batik yaitu kota Padang, Batik yang terkenal di daerah ini dikenal dengan nama Batik tanah *liek*. Batik tanah *liek* memiliki bentuk dan warna yang khas yaitu warna yang menyerupai warna tanah *liek* yaitu warna coklat. Kain batik tanah *liek* sangat berarti bagi masyarakat Minangkabau sampai sekarang. Hal ini terlihat dari masih banyaknya orang tua kita yang memiliki dan memakai kain tersebut, walaupun bentuknya sudah usang dan lusuh. Batik tanah *liek* juga masih digunakan oleh pemuka-pemuka adat di Minangkabau sebagai perlengkapan pakaian adat seperti Penghulu dan Bundo kanduang. Sesuai dengan namanya, batik tanah *liek* menggunakan tanah *liek* sebagai bahan utama untuk pewarnaan, disamping bahan-bahan pewarna lainnya.

Proses pembuatan batik tanah *liek* tidak jauh berbeda dengan batik di pulau Jawa pada umumnya. Batik tanah *liek* punya ciri khas tersendiri, baik corak maupun warna. Seiring berjalannya waktu batik tanah *liek* tidak hanya dipakai untuk acara adat atau perlengkapan pakaian pemuka adat di Minangkabau, tetapi juga dijadikan suatu usaha yang memiliki nilai jual dan dipakai oleh siapa saja dan bahkan dijadikan sebagai oleh-oleh atau buah tangan. Maka dari itu terjadilah perubahan-perubahan atau pembaharuan baik dari segi desain motif maupun dari segi warna.

Batik tanah *liek* memiliki daya tarik tersendiri yaitu dari karakter dan identitas, baik dari segi motif maupun warnanya. Untuk tetap bertahan dan memenangkan persaingan dengan pesaing maka Batik Tanah *Liek* harus mempunyai strategi inovasi agar konsumen tidak melirik produk pesaing.

Tabel 1. Profil Usaha Batik Tanah *Liek* di Padang

No	Nama Usaha/ Berdiri	Tahun	Nama Pemilik	Alamat
1.	Batik Tanah <i>Liek</i> Monalisa -Berdiri tahun 1995	Citra	Hj.Wirda Hanim	Jln.Sawahana Dalam No. 33 Kota Padang Sumatera Barat
2.	Batik Tanah <i>Liek</i> Kanduang -Berdiri tahun 2016	Bundo	M.Iqbal/Nora Basrida	Jln. Ratulangi No.5 Kota Padang Sumatera Barat
3.	Ayesha Collection -Berdiri tahun 2009		Fitria Lusia	Jln. Andam Dewi No.8 Marapalam Kota Padang Sumatera Barat
4.	Batik Tanah <i>Liek</i> Fitriaendika -Berdiri tahun 2014		H.Syahburdin	Jln. Aru No.8 Lubuk Begalung Kota Padang Sumatera Barat

Sumber : Rahmidani (2017)

Pada Tabel 1 diatas dapat dilihat beberapa perusahaan yang memproduksi barang yang sama. Berdasarkan data diatas Batik tanah *liek* bundo kandung merupakan Batik Tanah *Liek* yang sangat baru, yang mana Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung ini didirikan pada tahun 2016. Namun Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung harus mampu menarik konsumen dan mempertahankannya. Salah satu cara yang harus mereka tempuh yaitu terus menginovasikan produk agar konsumen tidak bosan dan menyukainya. Hal ini perlu dilakukan untuk meningkatkan penjualan pada Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung.

Mengingat saat ini dunia industri telah berada pada era ekonomi gelombang keempat untuk itu sangat diperlukan perumusan strategi inovasi yang kreatif agar produk Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung dapat berkembang dan diminati konsumen. Untuk tetap bertahan di industri perbatikan. Batik tanah *liek* Bundo Kandung harus menginovasikan produk mereka agar konsumen tidak bosan dan berpaling pada produk pesaing.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan ke Usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung bahwa usaha batik ini baru berdiri sekitar satu tahun terakhir dan pemiliknya menyebutkan bahwa permasalahan yang mereka hadapi “masyarakat kurang menyukai batik tanah *liek* dan masyarakat lebih memilih batik Jawa, hanya orang-orang tertentu yang mengetahui batik tanah *liek* ini”.

Selain itu pemilik juga menyebutkan bahwa “Pemerintah kurang memperhatikan keberadaan batik tanah *liek* ini, sehingga usaha batik tanah *liek* bundo kandung ini susah dalam mengkampanyekan bahwa batik tanah *liek* merupakan warisan budaya Minangkabau. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kendala-kendala yang dihadapi oleh batik tanah *liek* Bundo Kandung dan mengetahui strategi inovasi produk pada batik tanah *liek* Bundo Kandung.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Tempat penelitian ini penulis lakukan di Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung, Kota Padang, Sumatera Barat. Sedangkan untuk waktu penelitiannya dilaksanakan pada November 2017.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sumber data dalam penelitian ini adalah informan. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik batik tanah *liek* Bundo Kandung yaitu Bapak Iqbal, Pakar Batik yaitu Bapak Erwin (Dosen batik jurusan seni rupa UNP) dan Ibu Mariati (Pelanggan batik tanah *liek* Bundo Kandung).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu: Observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang didapat dalam penelitian dan mengembangkan serta menghubungkan dengan teori-teori yang melandasinya. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif.

Proses pengumpulan data kualitatif yang dilakukan perlu di-display. Display akan sangat membantu baik bagi peneliti itu sendiri maupun bagi orang lain, display merupakan media penjelas objek yang diteliti. Selain itu proses reduksi data ditujukan untuk menyaring, memilih, dan memilah data yang diperlukan, menyusunnya ke dalam suatu urutan rasional dan logis, serta mengaitkannya dengan aspek-aspek terkait. Hasilnya adalah berupa kesimpulan tentang objek yang diteliti.

Adapun tahapan-tahapan yang lebih lengkap dalam kegiatan menganalisis data kualitatif menurut adalah sebagai berikut: (1) Mereduksi Data (2) Display Data (3) Menafsirkan Data (4) Menyimpulkan dan verifikasi. (5) Meningkatkan Keabsahan Hasil. (5) Narasi Hasil Analisis.

Dari beberapa tahap diatas dan berdasarkan informasi yang diperoleh di lapangan sehingga dapat memberikan gambaran dan penjelasan mengenai Strategi inovasi produk pada Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung. Sementara itu, untuk mengukur validitas adalah dengan menggunakan triangulasi. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Adapun prosedur yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Tahap persiapan, Tahap pelaksanaan, Tahap pelaksanaan dan Tahap penulisan laporan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kendala-kendala yang di Hadapi oleh Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung

a) Pemasaran Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung

Semenjak usaha ini didirikan, usaha ini mengalami masalah dalam memasarkan Batik Tanah *Liek* tersebut, sebagaimana yang diungkapkan Bapak Iqbal (wawancara 27 November 2017)

“Permasalahan yang ditemui selama ini yaitu dari segi pemasaran, hal ini dikarenakan karena minimnya pengetahuan masyarakat tentang Batik Tanah *Liek* yang merupakan Batik khas Minang Kabau dan konsumen lebih memilih Batik Jawa, saya merasa kesulitan dalam mengkampanyekan kepada masyarakat Sumatera Barat khususnya bahwa Batik Tanah *Liek* merupakan Batik Khas daerah Sumatera Barat.

Bapak Erwin (Wawancara, 28 November 2017) menambahkan bahwa:

“Batik Tanah *Liek* tidak terjangkau oleh semua kalangan masyarakat, hanya golongan menengah keatas yang sanggup membeli Batik Tanah *Liek* ini dikarenakan biaya produksi Batik Tanah *Liek* yang mahal”.

Berkenaan dengan hal tersebut, Bapak Erwin juga menambahkan (wawancara 28 November 2017) bahwa :

“Harapan saya agar batik tanah *liek* tersebut bisa terjangkau oleh semua kalangan masyarakat, pengusaha batik tanah *liek* bisa memproduksi dengan bahan baku yang lebih murah agar terjangkau oleh semua kalangan masyarakat”.

Berdasarkan hasil dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh batik tanah *liek* Bundo Kandung adalah dari segi pemasaran, karena masyarakat kurang mengetahui keberadaan batik tanah *liek* sebagai batik khas Minangkabau.

Disamping itu Bapak Iqbal menambahkan bahwa berharap pemerintah lebih memperhatikan keberadaan yaitu dengan mempromosikan batik tanah *liek* sebagai batik khas Sumatera Barat agar keberadaan tanah *liek* diketahui oleh semua masyarakat. Bapak Erwin menambahkan bahwa harga batik tanah *liek* tidak terjangkau oleh semua kalangan masyarakat hanya kalangan menengah ke atas yang mampu membeli batik tanah *liek* ini, hal ini yang menyebabkan masyarakat lebih memilih batik Jawa, di tambah dengan masyarakat kurang mengetahui batik tanah *liek* sebagai batik khas Sumatera Barat. Beliau berharap agar usaha batik tanah *liek* lebih maju dan masyarakat dapat memakai batik tanah *liek* ini.

Metode pemasaran Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung yang dilakukan oleh Bapak Iqbal adalah *personal selling* sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Iqbal pada wawancara 29 November 2017 :

“Saya selalu memberikan informasi kepada calon konsumen tentang produk Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung dengan cara mendatangi konsumen langsung, cara yang saya tempuh ini lebih efektif dari pada menggunakan berjualan secara *online*”.

Ibu Nora Basrida (selaku pemilik dan pengelola Usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung) menambahkan bahwa :

“Kami juga melakukan promosi melalui media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp namun seperti yang telah dikatakan Bapak Iqbal sebelumnya promosi melalui media kurang efektif di bandingkan dengan promosi secara *personal selling*” (wawancara tanggal 22 Januari 2018).

Berdasarkan hasil dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa metode promosi yang digunakan oleh batik tanah *liek* Bundo Kandung yaitu metode promosi *personal selling* dan media

online(facebook, instagram dan whatsapp). Bapak Iqbal melakukan komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan produk Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung kepada calon konsumen. Biasanya Bapak Iqbal mendatangi instansi- instansi seperti : Semen Padang, Semen Padang Hospital, Kantor Gubernur Sumatera Barat, PT Penjuru Wisata Negeri (*tour travel umrah agent*). Bapak Iqbal menyebutkan bahwa saya memberi saran motif yang bagus untuk konsumen melalui motif digital yang saya kirim melalui aplikasi *whatsapp*.

b. Kesulitan Mendapatkan Bahan Baku

Dalam memproduksi kain Batik Tanah *Liek*, Bapak Iqbal membutuhkan bahan baku namun dalam pengadaan bahan baku tersebut Bapak Iqbal mengalami kendala dan cara yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut, seperti yang disampaikan oleh Bapak Iqbal :

“Bahan baku yang digunakan untuk memproduksi Batik Tanah *Liek* ini adalah kain, pewarna alam (gambir, tanah liat, kulit jengkol), pewarna kimia (indigozol, naphthol). Saya memperoleh bahan baku tersebut dari Pekalongan seperti kain dan pewarna kimia, sedangkan untuk pewarna alam saya memperoleh nya dari Sumatera Barat sendiri. Dalam memproduksi Batik tersebut tentunya saya mengalami kendala dalam pengadaan bahan baku karena bahan baku tersebut jauh dari tempat produksi tetapi saya bisa mengatasi kendala tersebut dengan menstok bahan baku dalam jumlah yang banyak” (wawancara tanggal 30 November 2017).

Pernyataan ini diperkuat oleh Ibu Nora Basrida :

“Bahan dasar yang digunakan untuk membuat batik tanah *liek* ini terdiri dari kain (sutra, santung, mori dan Blacu), zat pewarna kimia (indigozol dan naphthol), zat pewarna alam (tanah *liek*, gambir, kulit jengkol, kulit rambutan, pinang, kulit manggis) , lilin/malam, garam (dios), kostik soda/soda abu, waterglas, mikrowax dan air. Bahan ini di datangkan dari dalam negeri (Pekalongan) dan luar negeri (India dan China)”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam proses produksi Batik Tanah *Liek* membutuhkan bahan baku yang terdiri dari kain, pewarna alam (gambir, tanah *liek*, kulit manggis, pinang dan kulit jengkol),pewarna kimia (indigozol dan naphthol), lilin/malam, garam (dios), kostik soda/soda abu, waterglas, mikrowax. Dalam pengadaan bahan baku tersebut usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung mengalami masalah yaitu berkenaan dengan pengadaan bahan baku tersebut, karena tanpa bahan baku proses produksi tidak akan terlaksana ini dikarenakan bahan baku tersebut diperoleh dari Pulau Jawa yaitu Pekalongan dan sebagian bahan baku didatangkan dari luar negeri. Namun Bapak Iqbal sebagai pemilik Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung bisa mengatasi masalah tersebut dengan membeli stok bahan baku dalam jumlah banyak.

c. Kurangnya Pengetahuan Masyarakat akan Batik Tanah *Liek*

Batik Tanah *Liek* telah ada sejak lama dan dipakai oleh penghulu, raja dan bundo kandung sebagai kelengkapan pakaian adat dalam menghadiri suatu upacara adat. Namun masyarakat umum kurang mengetahui keberadaan Batik Tanah *Liek* ini. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nora :

“Masyarakat kurang mengetahui tentang batik tanah *liek*, yang mengetahui batik tanah *liek* adalah orang yang berumur kisaran 40 tahun sampai 70 tahun, dan juga orang-orang sering mengatakan bahwa harga batik tanah *liek* tersebut cukup mahal. Hal ini dikarenakan bahan baku batik tanah *liek* yang cukup mahal dan juga proses produksi batik tanah *liek* tersebut membutuhkan waktu yang lama dan sangat tergantung pada keadaan alam (suhu udara). Hal ini yang kurang di ketahui oleh masyarakat.” (wawancara tanggal 10 Januari 2018).

Berdasarkan hasil dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat kurang mengetahui keberadaan batik tanah *liek* dan hanya masyarakat tertentu yang mengetahui tentang batik

tanah *liek* ini. Selain itu masyarakat juga beranggapan bahwa batik tanah *liek* cukup mahal dan tidak terjangkau oleh masyarakat kalangan menengah ke bawah. Masyarakat juga kurang mengetahui kualitas dari produk batik tanah *liek* tersebut. Hal ini merupakan kendala bagi batik tanah *liek* Bundo Kandung dalam memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang batik tanah *liek* tersebut.

d. Kesulitan mendapatkan Karyawan yang Terampil membatik

Dalam memproduksi batik tanah *liek* mempunyai kendala, seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nora (Pemilik Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung) :

“Pasti ada kegagalan dalam memproduksi produk dan ini dikarenakan kurang terampilnya karyawan dalam membatik, jika ada kesalahan dalam membatik, kepala bagian produksi cenderung mengulang kembali proses pembatikan. Karyawan pada usaha batik ini rata-rata berpendidikan SMA/ sederajat dan karyawan ini dilatih untuk membatik oleh kepala bagian produksi. Perbandingan antara karyawan yang terampil dalam memproduksi batik ini 2 : 10” (wawancara tanggal 22 Januari 2018).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa batik tanah *liek* bundo kandung memiliki kendala dalam mendapatkan karyawan yang terampil dalam membatik, hal itu disebabkan pendidikan karyawan yang hanyatamatan SMA/ sederajat. Jika ada kesalahan dalam membatik kepala bagian produksilah yang turun tangan dalam pengerjaan dan penyelesaian produk tersebut. Kepala bagian produksi yang melatih karyawan dalam membatik, tetapi tidak semua karyawan yang terampil dalam membatik tersebut.

e. Pemenuhan Permintaan Konsumen yang Tidak Selalu Sesuai

Batik Tanah *Liek* cara pembuatannya masih sangat tradisional dan hasilnya tergantung akan keadaan alam. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nora Basrida :

“Batik tanah *liek* merupakan produk *handmade* dan warna yang dihasilkan juga sesuai keadaan alam (suhu udara), jika ada pemesanan warna oleh pelanggan kita terlebih dahulu memberikan pengertian dan penjelasan kepada pelanggan. Ini dikarenakan hasil warna yang bisa saja berubah sesuai dengan keadaan suhu udara. Selain itu proses produksi sangat tergantung pada panas matahari sehingga jika musim hujan proses pewarnaan tidak bisa dilakukan” (wawancara tanggal 9 Januari 2018).

Berdasarkan hasil dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa batik tanah *liek* Bundo Kandung mengalami kendala dalam pemenuhan permintaan konsumen dengan warna yang persis sama, karena hasil pewarnaan sangat tergantung pada suhu udara. Selain itu Proses pewarnaan sangat tergantung pada panas matahari sehingga ketika musim hujan proses pewarnaan tidak bisa dilakukan.

f. Kurangnya Perhatian Pemerintah

Usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung merupakan usaha kecil menengah yang baru saja berdiri pada tahun 2016. Sebagai usaha kecil menengah usaha batik tanah *liek* Bundo Kandung membutuhkan perhatian pemerintah daerah untuk pengembangan usahanya. Berkenaan dengan hal tersebut Ibu Nora Basrida mengungkapkan :

“Pemerintah kurang peduli terhadap usaha kecil menengah seperti batik tanah *liek* Bundo Kandung, seharusnya mereka memberikan pembinaan seperti pelatihan, seminar, pameran untuk kemajuan usaha kecil menengah tetapi kenyataannya tidak. Kegiatan pelatihan tersebut sangat penting karena dengan adanya pelatihan kami lebih bisa mengembangkan produk dan seharusnya pemerintah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk pameran agar kami bisa membandingkan produk kami dengan produk lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kurangnya dukungan dari pemerintah daerah dalam pembinaan (seperti pelatihan, seminar, dan pameran). Pemerintah daerah kurang memperhatikan kemajuan dan perkembangan usaha kecil menengah. Harapan Ibu Nora Basrida

(selaku pemilik dan pengelola usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung yaitu agar pemerintah lebih memperhatikan usaha kecil menengah, pemerintah harusnya memberikan kesempatan untuk usaha kecil menengah agar mereka lebih bisa mengembangkan produknya.

2. Inovasi Produk pada Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung

a) Inovasi Motif Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung

Motif sangat berperan dalam sebuah karya seni, sebagai hiasan pada sebuah karya yang memiliki nilai keindahan. Motif Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung terinspirasi dari ukiran rumah gadang yang ada di selingkungan Sumatera Barat. Untuk itu Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung memiliki motif yang sama dengan ukiran rumah gadang yang ada di Sumatera Barat. Bapak Iqbal (29 November 2017) sebagai pemilik Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung mengungkapkan bahwa:

“Motif dari Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung disadur dari ukiran-ukiran rumah gadang dan kearifan lokal minang kabau sendiri misalnya motif rangkiang, motif tari piriang, motif jam gadang, siriah gadang, itik pulang patang, *ramo-ramo* dan semua motif ini sangat disukai oleh konsumen ini di buktikan dengan tingginya permintaan akan produk tersebut”.

Selanjutnya Bapak Erwin (Wawancara, 28 November 2017) mengatakan bahwa: “Motif Batik Tanah *Liek* umumnya merupakan motif-motif khas minang kabau seperti: itiak pulang patang, motif siriah gadang dan semua motif ini disadur dari ukiran-ukiran rumah gadang yang ada di Sumatera Barat, motif ini menyampaikan pesan keindahan dan menggambarkan daerah masing-masing”.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa motif Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung diciptakan dengan terinspirasi dari ukiran rumah gadang yang ada di Sumatera Barat dan motif-motif ini mengandung makna keindahan dan kehidupan masyarakat sekitar.

Pada usaha batik tanah *liek* bundo kandung motif yang digunakan merujuk pada ukiran rumah gadang. Motif- motif ini digunakan selain memiliki bentuk yang indah , juga mengandung nilai dan makna tertentu dalam kehidupan masyarakat Minangkabau yang mencerminkan kehidupan masyarakat Minang kabau itu sendiri. Seiring berjalannya waktu motif-motif di usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung terus diinovasikan menurut selera pasar dan keinginan konsumen. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Nora Basrida (pemilik dan pengelola usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung) :

“Motif yang digunakan di adaptasi dari semua ukiran rumah gadang dan kearifan lokal Minangkabau, motif ini saya kombinasikan sesuai dengan permintaan pasar, misalnya jika motif kaluak paku di ambil sebagai pinggirannya maka untuk bagian tengah bisa saja saya menggunakan motif rumah gadang”.

Berikut merupakan jenis motif yang di produksi oleh usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung sebelum inovasi :



Gambar 1. Motif Rangkiang Sebelum Inovasi
Sumber : Dokumentasi Penelitian 2017



Gambar 2. Motif Kipeh Cino Sebelum Inovasi

Sumber : Dokumentasi Penelitian 2017



Gambar 3. Motif Saik Ajik/ Galamai Sebelum Inovasi

Sumber : Dokumentasi Penelitian 2017



Gambar 4. Motif Daun Paku Sebelum Inovasi

Sumber : Dokumentasi Penelitian 2017

Berikut merupakan motif Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung setelah inovasi dan makna yang terkandung dalam motif tersebut :

a) Motif Rangkiang



Gambar 5. Motif Rangkiang Setelah Inovasi

Sumber : Dokumentasi Penelitian 2017

Motif batik *rangkiang* merupakan motif batik Sumatera Barat yang cukup terkenal. Asal nama *rangkiang* pada motif ini diambil dari nama lumbung padi atau tempat penyimpanan padi. Dalam bahasa Minang lumbung padi disebut dengan *rangkiang*. Pada motif batik Sumatera Barat, *rangkiang* memiliki filosofi yang menggambarkan kesejahteraan dan kehidupan. Seperti diketahui bahwa padi merupakan tanaman yang menjadi sumber makanan pokok yang menghidupi masyarakat nusantara.

b) Motif Saik Ajik/ Galamai



Gambar 6. Motif Saik Ajik/ Galamai Setelah Inovasi

Sumber : Dokumentasi Penelitian 2017

Menurut Departemen pendidikan dan kebudayaan direktorat jendral kebudayaan dalam ukiran tradisional Minangkabau (1998:68) menyebutkan bahwa :

Ajik/ galamai sejenis makanan yang ada di Minangkabau. Terbuat dari beras pulut/ketan dengan saka dan santana yang diaduk-aduk hingga menjadi kental. Membuat gelamai haruslah dengan teliti sehingga diperoleh hasil yang baik. Kemudian apabila telah matang dipotong berbentuk jajaran genjang yang merupakan ciri khasnya dan dihidang pada piring empat buah, merupakan tanda selamat datang. Motif saik ajik/ galamai ini dalam ukiran Minangkabau mengandung makna kehati-hatian dalam berbuat dan menghadapi berbagai permasalahan supaya tidak bertambah kusut.

c) Motif Kaluak Paku



Gambar 7. Motif Kaluak Paku Setelah Inovasi

Sumber : Dokumentasi Penelitian 2017

Menurut Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Kebudayaan Museum Negeri Propinsi Sumatera Barat Adhityawarman dalam Batik Tanah Liek (1999:33) menjelaskan :

Motif ini melambangkan tanggung jawab seseorang laki-laki Minang yang memiliki dua fungsi dua fungsi yaitu sebagai ayah dari anaknya dan sebagai mamak dan kemenakannya. Ia harus membimbing dan mendidik anak dan kemenakannya. Ia harus membimbing dan mendidik anak kemenakannya sehingga menjadi orang yang berguna dan bertanggung jawab terhadap keluarga, kaum dan nagari yang diungkapkan dengan kata-kata adatnya yaitu :

Kaluak paku kacang balimbiang

Tampuruang lenggang-lenggangkan

Baok maurun ka saruaso

Tanam sirieh jo ureknyo

Anak dipangku kamanakan dibimbiang

Urang kampuang dipatenggangkan

Tenggang nagari jan binaso

Tenggang sarato jo adatnya

(A.M Yosef Dt. Garang 1984, 30)

d) **Motif Siriah Gadang**



Gambar 8. Motif Siriah Gadang

Sumber: Dokumentasi Penelitian 2017

Menurut Departemen pendidikan dan kebudayaan direktorat jendral kebudayaan dalam ukiran tradisional Minangkabau (1998:68) menyebutkan bahwa :

Siriah (*sirih*) adalah sejenis tumbuh-tumbuhan yang merambat yang daunnya dapat dimakan, dilengkapi dengan kapur siriah, pinang dan gambir. Siriah pinang merupakan pelengkap secara adat setiap membuka pertemuan adat, penyambutan tamu yang disuguhi dengan carano. Motif siriah gadang ini melambangkan suatu kegembiraan, pesahabatan dan persatuan.

*Panggilan sisiak palapahan
Dipanggia sampai tabao
Pakai tombak pakai gandalo
Sarato pandang jinawi baapikan,
Dikambang payuang ubua-ubua,
Tapancang marawa di halaman,
Langkok jo gang jo talempong,
Dilapeh jo latuih badia,
Bapakaian adat salakoknyo,
(Panggilan sisik palepahan,
Dipanggil sampai datang,
Dengan tombak dan gendola,
Serta pedang jenawi berapitan,
Dikembang payung ubur- ubur,
Dipancang marawa di halaman,
Lengkap dengan gong dan talempong,
Dilepas dengan letusan bedil,
Berpakaian kebesaran lengkap semuanya)*
(A.A. Navis, 1984: 209)

Maksud dari ungkapan tersebut adalah bahwa acara helat besar ini semua orang diundang dengan kedudukan mereka masing-masing sehingga tidak seorang pun yang terlupakan. Dalam helat besar atau helat siriah gadang ini juga dibicarakan berbagai permasalahan dalam nagari dan juga sebagai lambang kekompakkan dengan kata adatnya:

*Sakabek bak siriah
Salubang bak tabu
Sarumpun bak sarai
(Seikat bagaikan sirih,
Selubang bagaikan tebu,
Serumpun bagaikan serai).*

e) **Motif Tari Minang**



Gambar 9. Motif Tari Minang

Sumber : Dokumentasi Penelitian 2017

Pada dasarnya motif hias tradisional Minangkabau mengacu kepada alam lingkungan sekitarnya. Motif tari Minang ini menggambarkan kesenian orang Minangkabau yaitu tari piriang.

f) **Motif Ramo-ramo**



Gambar 10. Motif Ramo-ramo

Sumber : Dokumentasi Penelitian 2017

Menurut Departemen pendidikan dan kebudayaan direktorat jendral kebudayaan dalam ukiran tradisional Minangkabau (1998:48) menyebutkan bahwa :

Ramo-ramo yaitu sejenis kupu-kupu yang sering hinggap di bunga. Sikumbang jati adalah sejenis kumbang kecil yang berwarna hijau mengkilat yang hidup di pohon. Kedua binatang ini memiliki warna yang indah. Kita juga sering menyebut warna hijau kumbang jati yang maksudnya adalah warna yang menyerupai kumbang jati tersebut. Kedua binatang ini tidak merusak baik terhadap dirinya maupun terhadap kehidupan manusia.

Kata adatnya adalah :

Ramo-ramo sikumbang jati,

Katik endah pulang bakudo,

Patah tumbuah hilang baganti,

Pusako lamo baitu juo.

Maksud dari pepatah-petitih diatas adalah adat Minangkabau itu “tetap dan juga berubah”. Maksudnya prinsip adat Minangkabau itu tetap tidak berubah, terutama tentang ajarannya, namun akan terjadi variasi dalam penerapannya sesuai dengan situasi dan kondisi yang dilaluinya. Dengan perkataan lain adat nan babuhua mati tidak akan pernah mengalami perubahan, sedangkan adat nan babuhua sentak akan selalu mengalami perubahan sesuai dengan situasi dan kondisi yang dilaluinya.

b) **Merek Batik Tanah Liek Bundo Kanduang**

Merek merupakan nama, istilah, tanda, simbol/lambang, desain, warna, gerak, atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap produk pesaing. Pada dasarnya suatu merek juga merupakan janji penjual untuk secara konsisten menyampaikan serangkain ciri-ciri, manfaat dan jasa tertentu kepada pembeli. Merek yang baik juga menyampaikan jaminan tambahan berupa jaminan kualitas.

Pemilik memberikan merek Batik Tanah *Liek Bundo Kanduang* karena merek tersebut menggambarkan produk tersebut, sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Iqbal (pemilik usaha Batik Tanah *Liek Bundo Kanduang* wawancara 29 November 2017) :

“Nama Merek dagang Batik Tanah *Liek* Bundo Kanduang memiliki makna, yang mana merek Batik Tanah *Liek* merupakan produk yaitu Batik yang dibuat dengan Tanah *Liek* sebagai bahan bakunya, sedangkan Bundo Kanduang sendiri berasal dari selendang bundo kanduang yang merupakan pakaian adat yang dipakai oleh orang Minang Kabau dan sampai saat ini selendang Bundo Kanduang tersebut pasti memakai bahan pewarna yaitu Tanah *Liek*”.

Sedangkan makna budaya yang disampaikan oleh Merek Batik Tanah *Liek* Bundo Kanduang ini adalah (wawancara 27 November 2017) :

“Makna budaya yang disampaikan dalam merek Batik Tanah *Liek* Bundo Kanduang ini adalah

:

“Mengkampanyekan kepada masyarakat luas bahwa Batik Tanah *Liek* Bundo Kanduang ini merupakan Batik khas Sumatera Barat”.

Selain itu Ibu Mariati sebagai pelanggan Batik Tanah *Liek* Bundo Kanduang menyebutkan bahwa :

“Merek Batik Tanah *Liek* Bundo Kanduang melambangkan prestise dari produk mereka, selama setahun memakai kain Batik Tanah dari Bundo Kanduang saya merasa nyaman memakai kain tersebut, dan juga kain tersebut tidak luntur”.

Selanjutnya itu Ibu Nora Basrida menambahkan bahwa :

“Selama ini belum ada inovasi merek yang dilakukan oleh usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kanduang, karena usaha ini baru berdiri satu tahun terakhir”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa merek Batik Tanah *Liek* Bundo Kanduang ini diadaptasi dari Kain Selendang yaitu kain yang dipakai oleh Bundo Kanduang di Minang Kabau, yang mana Selendang ini menggunakan pewarna dari alam seperti tanah *liek*, gambir, kulit jengkol. Hal ini melambangkan kain Batik Tanah *Liek* Bundo Kanduang yang dikelola oleh Bapak Iqbal. Makna budaya yang disampaikan oleh merek Batik Tanah *Liek* Bundo Kanduang ini adalah mengkampanyekan kepada masyarakat luas bahwa Batik Tanah *Liek* Bundo Kanduang merupakan Batik Khas Minang Kabau. Nama Merek Batik Tanah *Liek* Bundo Kanduang tersebut terkesan baik dimata konsumen. Selama satu tahun terakhir belum ada inovasi merek yang dilakukan oleh Batik Tanah *Liek* Bundo Kanduang, karena usaha ini baru berdiri satu tahun terakhir.

c) Kemasan dan Label Batik Tanah *Liek* Bundo Kanduang

Pengemasan (*packaging*) merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah (*container*) atau pembungkus (*wrapper*) untuk suatu produk. Berkenaan dengan kemasan Batik Tanah *Liek* Bundo Kanduang, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Iqbal (wawancara pada 27 November 2017) bahwa :

“Inovasi kemasan yang saya lakukan semenjak usaha ini berdiri hanya sedikit, seperti inovasi kotak kain Batik untuk hadiah, misalnya permintaan untuk hadiah pejabat yang mutasi selain itu saya juga memberikan informasi mengenai produk seperti cara merawat kain batik, sabun yang dipakai agar warna batik tidak mudah pudar”.

Selain itu Ibu Mariati sebagai pelanggan Batik Tanah *Liek* Bundo Kanduang menyebutkan bahwa :

“Kemasan Batik Tanah *Liek* tidak mencantumkan informasi mengenai produk hanya saja dikemasan tersebut tercantum merek Batik Tanah *Liek* Bundo Kanduang, alamat toko dan nomor telepon yang bisa dihubungi untuk pemesanan produk. Mereka juga tidak mencantumkan nama motif kain tersebut pada kemasan”.

Selanjutnya Ibu Nora menambahkan bahwa :

“ Selama satu tahun terakhir brlum ada inovasi kemasan pada Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung, karena usaha ini baru berdiri satu tahun terakhir”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa belum ada inovasi pada kemasan karena usaha ini baru didirikan pada tahun 2016. Namun Bapak Iqbal mengatakan bahwa Bapak Iqbal sering dapat orderan untuk hadiah- hadiah pejabat seperti hadiah untuk pejabat yang dimutasi, kemasan ini paling yang di modifikasi sedikit dan kemasannya berbeda dari kemasan biasa.

Selain itu kemasan Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung tidak mencantumkan nama motif pada kemasan dan informasi mengenai produk tersebut. Mereka hanya mencantumkan merek dagang, alamat toko dan nomor telepon pemilik.



Gambar 11. Kemasan Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung

Sumber : Penelitian 2017

d) Layanan Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung

Dewasa ini produk apapun tidak terlepas dari unsur jasa atau layanan, baik itu jasa sebagai produk inti (jasa murni) maupun jasa sebagai pelengkap. Usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung tentunya juga memberikan layanan untuk pelanggan agar mereka puas dan ingin membeli kembali produk Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung ini. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Iqbal bahwa :

“Kami memberikan layanan kepada konsumen seperti menyarankan motif yang bagus dan cocok untuk konsumen tersebut, selain itu untuk memudahkan konsumen dalam memilih motif yang disukai konsumen kami mengirimkan contoh motif digital melalui whatsapp. Dan juga untuk memudahkan konsumen menemukan toko kami kami memberi petunjuk jalan melalui *google maps*”.

Hal ini senada dengan ungkapan Ibu Mariati (konsumen Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung) :

“Usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung ini memberikan saran dan konsultasi dalam memilih motif yang bagus dan kain yang bagus selain itu saya juga disarankan tempat jahit yang bagus untuk kain batik tersebut.

Selanjutnya Ibu Nora Basrida menambahkan bahwa :

“Semenjak usaha ini berdiri inovasi layanan yang kami berikan seperti membukakan pintu untuk pelanggan, menanyakan kepada pelanggan motif dan warna kain dan baju yang mereka cari, mempersilahkan pelanggan duduk, memberikan pelanggan minum, selain itu kami juga memberikan penjelasan kepada pelanggan agar kain batik tersebut tidak dicuci dengan sabun cuci, melainkan dengan shampo, sabun khusus batik dan sabun mandi, berkenaan dengan pembayaran kami juga menyiapkan pembayaran secara non tunai.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa inovasi selalu dilakukan oleh usaha Batik Tanah *Liek* Bundo kandung, hal ini bertujuan untuk membuat konsumen nyaman dan ingin membeli produk mereka. Usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung memberikan layanan kepada konsumen yang membeli produk mereka, mereka memilih motif yang bagus dan terbaru

untuk konsumen. Selain itu Usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung mengirim contoh motif digital yang mereka punyai ke akun whatapps konsumen, cara ini mereka lakukan agar konsumen bebas memilih motif dan warna yang mereka sukai. Selain itu Usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung juga memberikan saran dalam menjahit Kain Batik Tanah *Liek*. Usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung memberikan layanan kepada pelanggan seperti menyiapkan tempat duduk yang nyaman bagi pelanggan, memberikan minum untuk pelanggan yang menunggu, memberikan penjelasan tentang cara merawat kain batik agar tidak pudar, selain itu Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung juga memfasilitasi pelanggan yang ingin melakukan pembayaran non tunai.

e) Garansi/ Jaminan Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung

Jaminan adalah janji yang merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen, dimana para konsumen akan diberi ganti rugi bila produk ternyata tidak bisa berfungsi sebagaimana yang diharapkan atau dijanjikan. Jaminan bisa meliputi kualitas produk, reparasi, ganti rugi (uang kembali atau produk ditukar) dan sebagainya. Dewasa ini jaminan seringkali dimanfaatkan sebagai aspek promosi, terutama pada produk-produk tahan lama.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Iqbal (wawancara 27 November 2017 :

“Kami tidak memberikan garansi kepada konsumen, karena sepanjang kain batik tersebut dirawat sebagaimana seharusnya maka batik ini tidak akan luntur. Kami menyarankan konsumen untuk menggunakan lerak (sabun cuci khusus batik) dan shampoo untuk mencuci kain batik tersebut”.

Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh ibu Mariati (konsumen Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung) :

“Saya tidak diberikan garansi (jaminan) oleh Usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung, tetapi selama saya memakai produk tersebut tidak ada masalah dengan kain tersebut. Kain batiknya tidak luntur dan nyaman di pakai”.

Selanjutnya Ibu Nora Basrida menambahkan berkenaan dengan hal ini :

“Kami memang tidak memberikan garansi yang berupa barang kepada pelanggan, tetapi kami memberikan penjelasan berkenaan dengan cara merawat kain batik ini”.

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa Usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung tidak memberikan garansi atau jaminan untuk konsumen, namun mereka memberikan penjelasan kepada konsumen berkenaan dengan cara merawat kain batik tersebut. Jaminan ini merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka pada bab ini penulis menyampaikan beberapa kesimpulan mengenai Strategi Inovasi Produk pada Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung yang terletak di Jalan Ratulangi Nomor 5, Padang, Sumatera Barat. Adapun kesimpulan itu adalah sebagai berikut :

1. Kendala-kendala yang dihadapi oleh Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung adalah :
 - a. Susah dalam memasarkan Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung hal ini dikarenakan masyarakat kurang mengetahui keberadaan batik tanah *liek* sebagai batik khas Minangkabau, sehingga usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung susah mempromosikan Batik Tanah *Liek* tersebut.
 - b. Kesulitan dalam mendapatkan bahan baku, hal ini dikarenakan bahan baku untuk memproduksi kain batik tanah *liek* tersebut didatangkan dari luar negeri (india dan China) dan dalam negeri (Pekalongan).
 - c. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang batik tanah *liek* yang merupakan kain batik khas Minangkabau.
 - d. Kesulitan mendapatkan karyawan yang terampil membatik, hal itu disebabkan pendidikan karyawan yang hanya tamatan SMA/ sederajat.

- e. Pemenuhan permintaan konsumen yang tidak selalu sesuai, hal ini dikarenakan hasil pewarnaan sangat tergantung pada suhu udara. Selain itu proses pewarnaan sangat tergantung pada panas matahari sehingga ketika musim hujan proses pewarnaan tidak bisa dilakukan.
 - f. Kurangnya dukungan dari pemerintah daerah dalam pembinaan (seperti pelatihan, seminar, dan pameran). Pemerintah daerah kurang memperhatikan kemajuan dan perkembangan usaha kecil menengah.
2. Inovasi Produk pada Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung :
- a. Inovasi motif
Pada usaha Batik Tanah *Liek* terinspirasi dari ukiran rumah gadang yang ada di selingkungan Sumatera Barat. Untuk itu Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung memiliki motif yang sama dengan ukiran rumah gadang yang ada di Sumatera Barat. Selama perusahaan ini didirikan banyak motif yang telah diinovasi oleh Usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung, seperti motif rangkiang, motif kipeh cino, motif saik galamai, siriah gadang, kaluak paku, ramo-ramo.
 - b. Inovasi Merek
Selama ini belum ada inovasi merek yang dilakukan oleh usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung, karena usaha ini baru berdiri satu tahun terakhir.
 - c. Inovasi kemasan dan Label Batik
Belum ada inovasi pada kemasan karena usaha ini baru didirikan pada tahun 2016.
 - d. Inovasi Layanan Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung
Inovasi selalu dilakukan oleh usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung, hal ini bertujuan untuk membuat konsumen nyaman dan ingin membeli produk mereka. Usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung memberikan layanan kepada konsumen yang membeli produk mereka, mereka memilihkan motif yang bagus dan terbaru untuk konsumen.
 - e. Inovasi Garansi/ Jaminan
Usaha Batik Tanah *Liek* Bundo Kandung tidak memberikan garansi atau jaminan untuk konsumen, namun mereka memberikan penjelasan kepada konsumen berkenaan dengan cara merawat kain batik tersebut. Jaminan ini merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Anatan, Lina, dan Ellitan, Lena. 2009. *Strategi Bersaing : Konsep, Riset, dan Instrumen*. Bandung : Alfabeta.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Kebudayaan Tentang Ukiran Tradisional Minangkabau.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Kebudayaan Museum Negeri Propinsi Sumatera Barat Adihityawarman Tentang Batik Tanah Liek.

Rahmidani, Rose, dkk. 2017. *Model Pengembangan dan Pembinaan Industri Batik Tanah Liek Sebagai Basis Penguatan Perekonomian Kreatif dan Eksistensi Budaya Ranah Minang*.