

BAB II

DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan mendeskripsikan subjek dari penelitian yaitu perusahaan berbasis Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Batik Balqis Semarang, baik dari sejarah singkat perusahaan, visi misi, produk yang dihasilkan, nilai-nilai perusahaan, lokasi perusahaan, kondisi karyawan, omset yang dihasilkan perusahaan, sasaran dan kondisi penjualan, resiliensi bisnis yang dilakukan oleh UMKM Batik Balqis Semarang, serta Batik Semarangan.

2.1. Sejarah Singkat

Batik Balqis merupakan suatu usaha yang berbasis Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) milik perorangan. Batik Balqis bergerak dalam bidang usaha produksi dan penjualan tekstil, yaitu batik. Batik Balqis berfokus pada produksi pakaian dan perlengkapan yang berbahan dasar kain batik. Batik Balqis sudah menjalankan bisnis sebagai UMKM selama 15 tahun sejak didirikannya usaha Batik Balqis pada tahun 2006.

Batik Balqis pada mulanya berdiri pada tahun 2006 yang terletak di Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Semarang Timur, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah. Dimana pada awalnya lokasi daripada Batik Balqis tersebut, merupakan pusat kerajinan batik yang dikenal sebagai kampung batik. Namun, kampung batik tersebut belum berkembang secara baik dan benar, dan juga belum mendapatkan perhatian yang lebih mendalam dari pemerintah daerah.

Dengan melihat potensi yang dapat dikembangkan dari kampung batik, maka Walikota Semarang mengadakan program pelatihan kreatifitas dan

pengolahan produk berbahan dasar kain batik. Program pelatihan yang diadakan tersebut, diawali dengan tes kesiapan terhadap peserta dan dilanjutkan dengan pelatihan selama kurang lebih 2 bulan.

Setelah lulus dari pelatihan maka banyak dari masyarakat di kampung batik yang mendirikan UMKM batik, salah satunya Batik Balqis yang dimiliki oleh Bapak Ferry selaku owner/pemilik toko batik tersebut. Pada awalnya batik dengan corak yang terkenal di Semarang adalah motif asam jawa dan lawang sewu.

Sejak tahun 2006 Batik Balqis sudah memproduksi banyak pakaian batik seperti baju kemeja batik, baju dress bahkan kain batik. Untuk meningkatkan penjualan, sekaligus memperkenalkan produk-produk batiknya, maka Batik Balqis cukup sering mengikuti berbagai ajang pameran yang diadakan oleh pihak pemerintah maupun swasta. Pameran-pameran tersebut berlokasi di Batam, Bali, Jogja dan Pekalongan.

Hingga saat ini, Batik Balqis masih aktif dalam melakukan produksi dan penjualan produk-produk batik, meskipun di zaman pandemi seperti saat ini Batik Balqis tetap berupaya bertahan dengan melakukan penjualan melalui dunia maya dengan memanfaatkan media sosial. Namun, selain dengan penjualan secara *online*, Batik Balqis juga menerima pembelian secara langsung ke *outlet*.

2.2. Tujuan UMKM

Salah satu cara untuk tetap melestarikan batik yaitu dengan cara ikut berperan aktif dalam menjaga dan meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap batik sebagai warisan bangsa Indonesia dan berpartisipasi dalam program pengentasan kemiskinan dengan memberikan keterampilan kepada masyarakat.

2.3. Nilai Perusahaan

Nilai-nilai perusahaan yang ada dalam UMKM Batik Balqis berperan sebagai pedoman perusahaan untuk berkegiatan dan mengambil keputusan untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam pelaksanaannya, UMKM Batik Balqis memiliki 2 nilai perusahaan yang dijadikan sebagai pegangan, yaitu:

1. Amanah

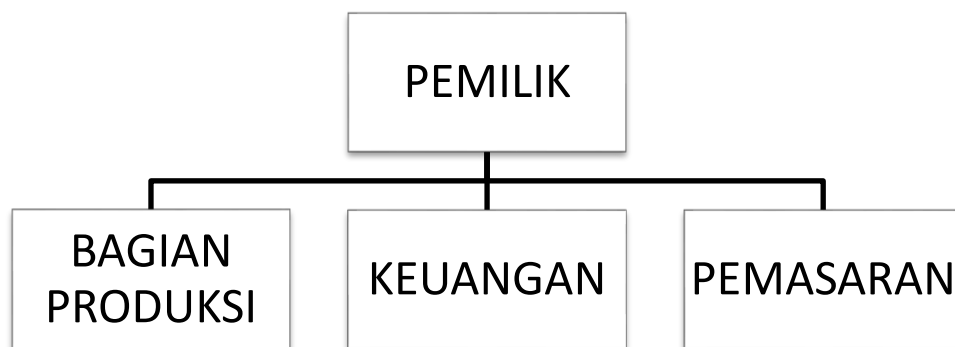
Dalam menjalankan bisnisnya, UMKM Batik Balqis harus mampu menjadi usaha yang dapat dipercaya oleh para konsumen dan masyarakat. Terlebih UMKM seperti Batik Balqis yang memproduksi produk-produk batik yang berkualitas dan bermutu baik, sehingga konsumen akan puas dan mendapat kepercayaan dari konsumen. Usaha di bidang produksi barang mengandalkan kepercayaan dari konsumen, dengan demikian usaha tersebut dapat berkarir panjang dan pelanggan, serta memiliki citra dan nama yang populer di kalangan masyarakat.

2. Jujur

Jujur merupakan nilai yang harus dipegang oleh setiap badan usaha, dan harus dijalankan oleh para karyawan. UMKM Batik Balqis harus dapat menjadi perusahaan yang jujur, dengan demikian dapat membangun rasa aman dan percaya dari konsumen. Sebagai contoh: Jika terjadi kesalahan atau kekurangan jumlah barang pesanan, maka dari pihak Batik Balqis bertanggung jawab mengirimkan kembali pesanan yang kurang dan mengganti produk pesanan yang salah maupun rusak.

2.4. Struktur Organisasi Usaha

Dalam setiap organisasi, baik itu organisasi masyarakat ataupun organisasi lainnya, memiliki susunan struktur organisasi. Struktur organisasi merupakan bagan organisasi yang disusun berdasarkan tugas, kewenangan dalam suatu organisasi untuk menuju suatu tujuan yang sama. Struktur organisasi dapat menjelaskan pembagian aktivitas kerja antara anggota satu dengan anggota yang lainnya, dan menjelaskan hubungan yang saling berkaitan dan fungsi yang dibatasi dari masing-masing anggota. Berkat adanya pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab tersebut, UMKM batik ini dapat berkembang sampai saat ini. Berikut ialah bagan struktur organisasi dari UMKM Batik Balqis :



Sumber: Batik Balqis, 2022

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Batik Balqis

Berdasarkan struktur organisasi pada Batik Balqis, berikut merupakan penjelasan tugas, wewenang dan tanggungjawab dari masing-masing pembagian :

1. Pemilik

Pemilik mempunyai tugas yaitu mengatur jalannya aktivitas yang ada di perusahaan, melakukan pengawasan terhadap anggota serta dapat mengambil keputusan atas permasalahan maupun solusi untuk mencapai tujuan bersama. Pemilik juga berwenang untuk melakukan pemesanan barang, menentukan harga barang, serta melakukan promosi guna meningkatkan penjualan pada perusahaan

2. Keuangan

Bagian Keuangan bertugas memajemen keuangan perusahaan, meliputi pencatatan pembukuan, manajemen arus kas masuk dan keluar, pembagian upah, pengadaan bahan baku dan pengelolaan modal dan bertanggung jawab kepada pemilik

3. Pemasaran

Bagian pemasaran bertugas untuk melayani calon pembeli yang datang ke toko, memahami keinginan setiap calon pembeli serta memasarkan setiap produk yang ada di toko kepada calon pembeli. Selain itu, bagian pemasaran juga dapat mengadakan berbagai promosi atas persetujuan pemilik guna meningkatkan penjualan di perusahaan

2. Produksi

Bagian produksi bertugas untuk membuat pola yang akan dibuat, kemudian Nerusi bertugas untuk menebalkan gambar yang sudah dibuat, selanjutnya ada Nembok yang bertugas menutup bagian dasar kain yang tidak perlu diwarnai, setelah itu mewarnai yang bertugas mewarnai kain

yang sudah selesai dibatik dan yang terakhir ada lorod yang bertugas untuk melepaskan atau membersihkan malam yang menempel pada kain batik.

2.5. Produk-Produk Batik Balqis

UMKM Batik Balqis adalah usaha yang memproduksi dan menjual aneka ragam produk-produk yang berbahan dasar kain batik. Produk-produk yang dihasilkan oleh Batik Balqis yaitu adalah kemeja batik, baju dress batik, rok batik serta kain batik tanpa berbentuk pakaian jadi. Jenis batik yang dijual oleh UMKM Batik Balqis yaitu batik cap, batik printing dan batik tulis. Namun, untuk batik tulis hanya dijual pada kondisi tertentu, seperti pesanan dari konsumen yang menginginkan batik tulis.

Produk yang paling laris dipasaran yaitu adalah kemeja batik pria, karena kemeja batik dapat digunakan pada acara formal maupun non formal. Namun, tidak jarang juga Batik Balqis mendapat pesanan kemeja batik dan dress batik untuk karyawan kantor. Dengan demikian, produk-produk yang dijual oleh Batik Balqis cukup lengkap dan dapat bersaing dipasaran.

Corak produk batik yang terdapat di Batik Balqis, antara lain:

a. Batik Tulis

Batik tulis adalah kain yang dihias dengan tekstur dan corak batik menggunakan tangan. Pembuatan batik jenis ini memakan waktu kurang lebih 2-3 bulan. Proses penggambaran lilin batik pada kain menggunakan canting dan dengan alat yang tradisional. Batik yang dianggap paling baik dan tradisional, yang proses pembuatannya melalui tahap-tahap persiapan,

pemolaan, pematikan, pewarnaan, pelorodan dan penyempurnaan. Pada batik tulis sangat sulit dijumpai pola ulang yang dikerjakan persis sama, pasti ada selintas perbedaan, contohnya : lengkungan garis atau sejumlah titik. Kekurangan tersebut merupakan kelebihan dari hasil pekerjaan tangan. Pada proses pematikan sering terjadi gerakan spontan, tanpa dihitung atau diperhitungkan lebih rinci. Batik tulis dibuat masal dengan standar ketetapan yang sama dari faktor tangan manusia.

b. Batik Cap

Batik cap adalah kain yang dihiasi dengan tekstur dan corak batik yang dibentuk dengan cap (biasanya terbuat dari tembaga). Proses pembuatan batik jenis ini membutuhkan waktu kurang lebih 2-3 hari. Batik Cap adalah batik yang proses pembuatannya melalui tahap-tahap persiapan, pencapaian, pewarnaan, pelorodan dan penyempurnaan. Pelaksanaan pembuatan batik cap lebih mudah dan cepat. Kelemahan pada batik cap ialah motif yang dapat dibuat terbatas dan tidak dapat membuat motif-motif besar. Selain itu pada batik cap tidak terdapat seni coretan dan kehalusan motif yang dianggap menentukan motif batik.

c. Batik Printing

Batik printing adalah batik yang dihasilkan tanpa mempergunakan teknik membatik, artinya tidak menggunakan perintang warna. Batik printing disebut juga dengan batik sablon, karena proses pematikan jenis batik ini sangat mirip dengan proses penyablonan. Motif batik telah di buat dan desain diprint diatas alat offset/sablon, sehingga dapat sangat memudahkan

pengerjaan batik khususnya pewarnaan dapat langsung dilakukan dengan alat ini.

Proses Pembuatan Batik Balqis terdiri dari:

Teknik membuat batik adalah proses-proses pekerjaan dari permulaan yaitu dari bahan mori batik sampai menjadi kain batik. Pengerjaan dari mori batik menjadi kain batik menjaddi 2 proses yaitu proses persiapan dan proses pembuatan batik. Proses persiapan merupakan rangkaian pengerjaan pada mori sehingga menjadi kain yang siap untuk dibuat batik. Pekerjaan persiapan meliputi nggirah (mencuci), nganji (menganji), ngemplong (setrika). Garis besar tahap proses pembuatan kain batik adalah sebagai berikut:

1) Perlekatan lilin batik

Lilin batik berfungsi sebagai resist (menolak) terhadap warna yang diberikan pada kain pengerjaan berikutnya. Perlekatan lilin pada kain untuk membuat motif batik yang dikehendaki, dengan cara di capkan menggunakan canting cap. Agar dapat dituliskan pada batik, maka lilin batik perlu dipanaskan dahulu pada suhu $\pm 60^{\circ}-70^{\circ}\text{C}$.

2) Pewarnaan Batik

Pewarnaan dapat berupa pekerjaan mencelup, coletan, atau lukisan (painting). Pencelupan adalah suatu poses pemasukan zat warna kedalam serat-serat bahan tekstil, sehingga diperoleh warna yang tahan luntur. Zat warna yang dipakai dapat berupa zat warna alam yang berasal dari tumbuh-tumbuhan atau zat warna sintetis. Zat warna alam contohnya adalah daun teh, daun alpukat, daun jati, kulit pohon dan daun mangga, akar pace/mengkudu,

akar andong, kelapa pohon, kulit secang, kunyit, bawang merah, dan lain sebagainya.

Zat warna yang banyak dipakai sebagai pewarna pada pembuatan batik adalah naptol, sebagai warna soga, wedelan dan warna-warna lain. Pekerjaan mencelup dengan naptol, mengatur kain yang sudah dicelup (mengatuskan kain), membangkitkan warna dengan larutan garam diazo, mencuci atau membilas kain yang telah selesai dicelup.

3) Penghilang lilin

Penghilang lilin batik merupakan pekerjaan penghilangan sebagian pada tempat-tempat tertentu dengan cara ngerok (ngarik) atau menghilangkan pada tempat-tempat tertentu dengan cara “melorod” (disebut juga: nglorod, ngebyok, mbabar).

Motif batik di Batik Balqis terdiri dari:

Motif Batik Balqis sendiri kebanyakan ide-idenya diangkat dari wilayah Semarang, seperti semua ikon Kota Semarang dapat dijadikan motif batik seperti asam yang merupakan nama dari Semarang yaitu asam jawa, kemudian ada batik motif Lawang Sewu, Tugu Muda, Sam Poo Kong dan bangau. Model *fashion* yang tersedia di Batik Balqis.

2.6. Sasaran Penjualan dari Batik Balqis

Batik Balqis menjual produk-produknya dalam skala nasional atau dalam negeri. Sasaran penjualan dari produk-produk Batik Balqis yaitu merata ke seluruh lapisan masyarakat, mulai dari konsumen golongan menengah kebawah

hingga konsumen golongan menengah ke atas. Produk-produk yang dijual, disesuaikan dengan pangsa pasar yang ingin dituju oleh Batik Balqis.

Konsumen dari Batik Balqis berasal dari berbagai golongan masyarakat, dan faktor pembelian jenis batik oleh konsumen itu juga, dipengaruhi dan disesuaikan dengan dana dan kebutuhan para konsumen. Namun disamping itu, Batik Balqis menyiapkan berbagai macam jenis dan model batik, yang harganya disesuaikan dengan sasaran konsumen yang dituju.

Berbagai macam jenis batik yang dijual oleh Batik Balqis, disesuaikan dengan konsumennya, seperti batik cap yang biasanya di beli oleh konsumen dari golongan menengah, batik *printing* yang mayoritas di beli oleh konsumen dari golongan menengah ke bawah, serta terdapat batik tulis yang di buat jika terdapat pesanan khusus dari konsumen, biasanya untuk batik tulis tersebut merupakan pesanan dari konsumen golongan menengah ke atas.

2.7. Kondisi Karyawan

Batik Balqis merupakan usaha UMKM yang bergerak dalam bidang *fashion* yaitu batik, dimana dalam hal melayani konsumen maka diperlukan tenaga kerja atau karyawan yang jujur, amanah, mampu bekerja keras, rajin dan bertanggung jawab. Dengan demikian Batik Balqis dapat menjadi usaha batik yang dikenal dan memiliki citra baik di mata masyarakat.

Tabel 2.1
Daftar Karyawan

No	Nama	Divisi
1.	Ferry	Pemilik
2.	Fitri	Pemasaran
3.	Rizal	Keuangan

Sumber: Dokumen Penulis, 2022

Kondisi karyawan Batik Balqis pada saat sebelum pandemi yaitu berjumlah 8 orang dengan 1 pemilik, 2 orang karyawan tetap dan 5 orang karyawan *freelance*, dengan latar belakang pendidikan yang berbeda-beda, yaitu terdapat karyawan dari lulusan SMP, dan juga terdapat karyawan dari lulusan SMA. Disamping mempekerjakan karyawan-karyawan tersebut, terkadang pihak Batik Balqis memanfaatkan tenaga dari masyarakat sekitar, untuk membantu produksi dan penjualan dari produk-produk Batik Balqis jika pesanan atau *orderan* dari konsumen-konsumen sedang banyak.

Pada kondisi saat ini yaitu pada masa pandemi, kondisi karyawan dari Batik Balqis berkurang dari 8 orang menjadi 2 orang saja. Karyawan yang saat ini bekerja di Batik Balqis merupakan karyawan yang masa kerjanya paling lama dan lebih berpengalaman dibandingkan dengan karyawan yang telah diberhentikan. Namun, jika orderan sedang lumayan banyak, maka Batik Balqis merekrut masyarakat sekitar sebagai karyawan lepas dan tidak jarang pemilik Batik Balqis ikut turun tangan langsung membantu para karyawan. Hal tersebut dikarenakan

pada masa pandemi, permintaan batik dari Batik Balqis menurun sehingga berdampak pada omset yang menurun. Dengan omset yang menurun, maka pemilik Batik Balqis harus menghemat biaya operasional salah satunya melakukan PHK (Pemutusan Hubungan Kerja).

2.8. Kondisi UMKM Batik Balqis Sebelum dan saat Pandemi

Pada saat awal pandemi, Batik Balqis dapat menghasilkan omset penjualan sebesar Rp 43.313.000. Omset tersebut dihasilkan dari penjualan kemeja batik, baju dress batik, dan kain batik. Setelah tahun ke 2 pandemi membuat omset penjualan menurun menjadi Rp 32.381.000. Menurunnya omset penjualan Batik Balqis diikuti juga dengan pengurangan jumlah pegawai guna menghemat biaya operasional. Jumlah pegawai sebelum pandemi sejumlah 8 orang dan setelah adanya pandemi jumlah pegawai Batik Balqis menjadi 2 orang.

Kondisi karyawan, penjualan maupun omset pada saat sebelum pandemi dan saat pandemi memang terjadi perubahan, hampir seluruh sektor usaha, tidak terkecuali pada UMKM Batik Balqis. UMKM Batik Balqis mengalami perubahan berupa penurunan di berbagai aspek, seperti jumlah karyawan yang berkurang, penjualan menurun serta menurunnya omset.

Hal tersebut disebabkan karena pada saat sebelum pandemi, produksi barang sangat lancar, dikarenakan tidak ada keterbatasan yang menghambat penjualan. Karena pada saat ini terdapat hambatan seperti berkurangnya aktivitas yang dapat dilakukan di luar rumah, terjadi kesulitan dalam mendapatkan bahan baku dikarenakan kendala transportasi akibat penyekatan di setiap daerah dan

pemberlakukan PPKM, serta mulai turunnya kepercayaan masyarakat akan *kehygienisan* produk yang berasal dari lingkungan luar.

Dengan demikian hal-hal tersebut akan berpengaruh pada hasil penjualan dan akan bermuara pada penurunan omset yang cukup drastis. Dengan omset yang turun, tidak jarang usaha-usaha seperti UMKM mengalami kerugian hingga memilih untuk gulung tikar atau bangkrut. Oleh karena itu, untuk menjaga kestabilan dan guna mempertahankan jalannya usaha, diperlukan promosi dan penjualan secara *online* atau *E-Commerce*.

UMKM Batik Balqis pada saat sebelum pandemi kurang memanfaatkan penjualan melalui media sosial atau *online*, UMKM tersebut hanya menerapkan penjualan dan pembelian secara langsung dan dari mulut ke mulut. Sehingga pada saat masa pandemi seperti sekarang ini, cukup membuat UMKM Batik Balqis kesulitan untuk mendapatkan konsumen atau pelanggan. Batik Balqis hanya memanfaatkan pembeli secara langsung dan pesanan melalui via *Whatsapp*, dan kurang memanfaatkan media sosial seperti *Instagram* dan lain sebagainya. Dengan demikian pada saat ini penjualan produk-produk batik dari Batik Balqis menjadi berkurang, berbeda dengan penjualan pada saat sebelum pandemi. Hal tersebut dapat dilihat dari contoh penjualan pada saat sebelum dan saat pandemi yaitu, pada saat sebelum pandemi item atau produk yang dapat di jual perbulannya berjumlah 20-50 potong untuk semua jenis item atau produk, namun pada saat pandemi produk yang dapat terjual hanya 5-20 potong untuk semua jenis item atau produk.

2.9. Resiliensi Bisnis

Resiliensi merupakan adaptasi yang positif dalam menghadapi stress dan trauma sebagai pola pikir yang memungkinkan individu untuk mencari pengalaman baru dan melihat kehidupan sebagai suatu pekerjaan yang mengalami kemajuan (Sills dan Steins, 2007). Tujuan dari resiliensi bisnis yaitu agar suatu perusahaan dapat bangkit dan bertahan dalam kondisi serta situasi yang sulit, serta dapat beradaptasi untuk menghadapi kondisi yang sulit. Resiliensi bisnis dianggap sebagai hal penting oleh UMKM Batik Balqis di tengah wabah pandemic Covid-19. Penerapan resiliensi bisnis ini diharapkan dapat mengembalikan kondisi suatu usaha menjadi stabil melalui cara-cara alternatif untuk mengelola bisnis dalam kondisi yang tidak pasti seperti saat pandemi. Resiliensi bisnis yang dapat diterapkan oleh UMKM Batik Balqis yaitu:

1. Perbaikan Kualitas Produk dan Penyesuaian Pelayanan

Kualitas produk dan penjualan dari UMKM Batik Balqis harus dapat dipertahankan dan ditingkatkan, untuk menarik daya beli konsumen. Sebagai contoh, yaitu UMKM Batik Balqis menerima masukan dan saran secara langsung ketika customer datang atau melalui sosial media yang dimiliki Toko Batik Balqis. Misalnya customer yang memberi masukan terhadap model dan warna batik dari produk-produk batik yang dibuat oleh Batik Balqis, kemudian menerima *complain* dari konsumen dan merespon cepat dari keluhan pelanggan seperti ganti rugi akibat kesalahan pesanan, produk yang rusak atau cacat, serta bertanggung jawab untuk mengirimkan kembali produk jika terjadi kesalahan maupun kekurangan jumlah produk

pesanan. Selain itu, model dan desain dari produk-produk Batik Balqis dapat menyesuaikan *trend fashion* jaman sekarang agar tidak ketinggalan zaman serta terlihat modern.

2. *Customer Relationship Marketing*

Dalam menarik konsumen dan mempertahankan konsumen tetap atau langganan, maka pihak UMKM Batik Balqis dapat menjaga komunikasi yang baik dengan konsumen. Contohnya seperti melayani dan berkomunikasi dengan ramah dan setulus hati dengan konsumen, menerima masukan dan permintaan konsumen secara professional. Selain itu, Batik Balqis dapat menawarkan produk-produk terbaru kepada konsumen atau pelanggan tetap dengan cara menjalin komunikasi intens yang positif, dan menawarkan setiap ada produk baru yang datang. Misalnya dengan mengupdate informasi di sosial media atau melalui pesan pribadi secara langsung.

3. *Digital Marketing*

Pada era pandemi seperti saat ini menuntut para pengusaha untuk membuat ide-ide promosi baru, seperti memanfaatkan sosial media seperti *Instagram*, *Facebook* maupun *Whatsapp*. UMKM Batik Balqis dapat memanfaatkan media sosial tersebut untuk memperkenalkan hingga memasarkan produknya kepada masyarakat. Dengan demikian daya beli konsumen terhadap Batik Balqis dapat meningkat. UMKM Batik Balqis dapat menjangkau konsumen yang terdapat di luar pulau jawa dengan memanfaatkan media sosial, sehingga konsumen dari UMKM Batik Balqis

tidak hanya sebatas pada pulau Jawa, namun dapat menjangkau seluruh nusantara.

4. *E-Commerce*

Salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM Batik Balqis agar dapat bertahan di tengah pandemi Covid-19 yaitu dengan memanfaatkan teknologi dan komunikasi berbasis internet atau memaksimalkan bisnis *online*. UMKM Batik Balqis dapat memanfaatkan teknologi *E-Commerce* yang menyediakan banyak platform seperti Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Blibi, Shopee, Elevenia, dan lain-lain. Teknologi *E-Commerce* dapat dimanfaatkan untuk pembayaran seperti *mobile banking* untuk memudahkan transaksi pembayaran.

Sementara itu, pelaku bisnis UMKM Batik Balqis dapat meningkatkan resiliensi dengan menerapkan pola pikir sebagai berikut.

1. Mengubah persepsi tentang kegagalan

Pelaku usaha Batik Balqis harus mampu mengubah persepsi kegagalan menjadi hal yang lebih positif agar kepribadian pelaku bisnis lebih matang dan mampu memaknai kesuksesan serta lebih termotivasi untuk mengembangkan usahanya. Misalnya dalam hal penjualan online, dengan branding di sosial media. Karena adanya pandemi covid 19, Batik Balqis semakin gencar melakukan promosi di sosial media misalnya Instagram dan Whatsapp. Selain itu mereka juga mengupayakan untuk menghidupkan kembali website Batik Balqis yang sudah lama tidak dioperasikan

dengan maksimal. Dengan adanya branding dan promosi yang berkelanjutan maka produk Batik Balqis menjadi lebih dikenal di banyak tempat.

2. Membangun kepercayaan diri

Pelaku usaha Batik Balqis harus memiliki kepercayaan diri dalam menjalankan dan mempertahankan usahanya. Dalam membangun kepercayaan customer, Batik Balqis selalu mengupayakan untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan mendengarkan masukan dari customer.

3. Belajar untuk relaks

Pelaku usaha Batik Balqis dapat melakukan berbagai hal agar mampu mengatasi tantangan dalam suatu usaha yaitu dengan menjaga pikiran, membiasakan diri untuk tidur cukup, olahraga, meditasi, dan refreshing.

4. Mengontrol respon diri

Pelaku usaha Batik Balqis harus mampu memilih respon yang tepat dari masalah yang dihadapi dengan tetap tenang dan optimis.

5. Bersikap fleksibel

Pelaku usaha Batik Balqis harus mampu memahami bahwa segala sesuatu dapat berubah, bahkan rencana yang sudah dibuat dengan hati-hati pun bisa gagal ataupun dibatalkan. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus memiliki alternative lain terkait rencana yang dibuat dan memahami setiap permasalahan yang ada.

UMKM Batik Balqis harus mampu membuat keputusan penting tentang pengoperasian bisnis, memiliki pengetahuan terkait lingkungan eksternal dan

internal, tanggap dalam merespon perusahaan dan mampu menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, mampu menciptakan sumber pendapatan tambahan, memiliki karyawan yang kompeten, serta menjalankan usaha sesuai dengan aturan.

Selain menjalankan strategi bisnis diatas pihak UMKM Batik Balqis dapat melakukan *supply chain resilience* (SCRES). Konsep *supply chain resilience* menjelaskan mengenai kapabilitas yang digunakan untuk membangun ketahanan yaitu dengan kesigapan. Kesigapan digunakan untuk meminimalisasi kerugian yang terjadi. Elemen penting dalam menentukan kinerja kesigapan yaitu kolaborasi dan ketangkasan.

Kolaborasi merupakan kemampuan merespon disrupsi pada rantai pasok dengan bekerja sama dengan pelaku usaha lainnya. Kolaborasi dilakukan dengan cara berikut ini :

1. Bertukar Informasi

Bertukar informasi merupakan perencanaan bersama antar pelaku usaha maupun penggabungan sumber daya agar dapat meminimalisasi kerugian yang mungkin dapat terjadi. Adanya pertukaran informasi melalui grup-grup chat dalam Whatsapp dengan sesama pelaku usaha melalui suatu paguyuban, maka akan menciptakan segmen pasar baru. Pertukaran informasi tersebut biasanya terkait seputar perkembangan trend pemasaran batik. Segmen pasar baru tersebut digunakan oleh Batik Balqis sebagai strategi bisnis untuk menciptakan produk baru sesuai dengan minat serta

kebutuhan konsumen. Tujuan Batik Balqis menerapkan segmen pasar baru agar proses pemasaran produk lebih terarah.

2. Digitalisasi

Digitalisasi merupakan suatu perencanaan dengan mengalihkan media dari bentuk cetak menjadi bentuk digital atau elektronik. Penggunaan *marketplace* merupakan salah satu bentuk dari adanya digitalisasi. Batik Balqis menggunakan *marketplace* seperti *facebook*, *whatsapp*, dan *instagram* sebagai pemasaran produknya secara online.

Elemen lainnya dalam menentukan kinerja kesigapan adalah ketangkasan. Ketangkasan merupakan kemampuan dalam merespon dan mengambil keputusan dengan cepat terkait dengan disrupsi yang terjadi sehingga dapat mengurangi dampak kerugian. Ketangkasan dibagi menjadi beberapa aspek sebagai berikut :

1. Aspek Penjualan

Batik Balqis merupakan salah satu UMKM di Semarang yang terdampak pandemi *Covid-19*. Batik Balqis memproduksi kemeja batik, baju dress batik, rok batik, dan kain batik. Adapun jenis batik yang dijual oleh Batik Balqis adalah batik cap, batik *printing*, dan batik tulis. Namun, untuk batik tulis hanya dijual sesuai pesanan dari konsumen yang menginginkan batik tulis.

Pada saat sebelum pandemi, penjualan yang dilakukan oleh Batik Balqis masih melakukan penjualan secara langsung melalui toko fisik. Adanya pandemi yang membatasi kegiatan masyarakat

membuat Batik Balqis melakukan pemasaran dan penjualan secara *online*. Batik Balqis memanfaatkan berbagai macam aplikasi media sosial seperti *whatsapp*, *facebook*, dan *Instagram* untuk menjual produknya.

2. Aspek Karyawan

Karyawan Batik Balqis sebelum pandemi berjumlah 8 orang. Selain mempekerjakan karyawan-karyawan tersebut, terkadang Batik Balqis memanfaatkan tenaga dari masyarakat sekitar untuk membantu produksi dan penjualan dari produk-produk Batik Balqis jika pesanan dari konsumen sedang banyak.

Kondisi pandemi sekarang ini cukup memberikan pengaruh terhadap kelangsungan usaha Batik Balqis. Kondisi pandemi memberi dampak pada penurunan daya beli konsumen, sehingga mengakibatkan omset menurun. Dampak dari menurunnya pendapatan salah satunya adalah biaya operasional termasuk gaji karyawan. Jumlah karyawan yang banyak namun kondisi omset yang menurun jelas akan terasa berat dalam membayar gaji karyawan tersebut.

Oleh karena itu terjadi pemangkasan jumlah karyawan yang cukup signifikan, yaitu dari 8 orang karyawan menjadi 2 orang saja.

Namun, jika pesanan sedang banyak Batik Balqis akan merekrut masyarakat sekitar menjadi karyawan lepas dan tidak jarang

pemilik Batik Balqis ikut turun tangan langsung membantu karyawan.