



**UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA (UiTM),
CAWANGAN SELANGOR
(KAMPUS PUNCAK PERDANA)**

SARJANA MUDA SAINS MAKLUMAT (KEPUJIAN) PENGURUSAN REKOD

**TRANSKRIP WAWANCARA BERSAMA
PUAN MAZLINA BINTI SAIDIN SENI KRAF (BATIK)**

DISEDIAKAN OLEH:

AMIRAH HAIFA BINTI ADNAN (2025168339)

SAFIYYAH HANNAN BINTI JUWANDA (2025516649)

**PROJEK INI DIMAJUKAN KEPADA FAKULTI SAINS MAKLUMAT CAWANGAN SELANGOR
BAGI MEMENUHI KEPERLUAN KURSUS IMR621-PENDOKUMENTASIAN SEJARAH LISAN
SEMESTER 05 (MAC 2026 -OGOS 2026)**

TRANSKRIP WAWANCARA BERSAMA
PUAN MAZLINA BINTI SAIDIN SENI KRAF (BATIK)

DISEDIAKAN OLEH:

AMIRAH HAIFA BINTI ADNAN (2025168339)

SAFIYYAH HANNAN BINTI JUWANDA (2025516649)

PROJEK INI DIMAJUKAN KEPADA FAKULTI SAINS MAKLUMAT CAWANGAN SELANGOR
BAGI MEMENUHI KEPERLUAN KURSUS IMR621-PENDOKUMENTASIAN SEJARAH LISAN
SEMESTER 05 (MAC 2026 -OGOS 2026)

PENGHARGAAN

Alhamdulillah bersyukur ke hadrat Ilahi dengan limpah kurnianya serta segala kemudahan yang diberikan kepada kami, akhirnya kami dapat juga menyiapkan tugas bagi subjek” Oral History and Documentation (IMR621), iaitu Projek Sejarah Lisan ini dengan jayanya. Dengan kesempatan yang ada ini saya amat berbesar hati untuk mengadahkan jutaan terima kasih kepada pensyarah kami iaitu Dr Hanis Diyana Kamarudin kerana telah memberi peluang kepada kami dan meletakkan sepenuh kepercayaan beliau kepada kami untuk menjayakan tugas yang telah diberikan. Berkat tunjuk ajar, bimbingan dan dorongan yang telah diberikan oleh beliau, kami telah berjaya melaksanakan projek ini dengan jayanya walaupun terdapat pelbagai dugaan dan cabaran.

Seterusnya, kami juga ingin mengucapkan jutaan terima kasih kepada Puan Mazlina Binti Saidin iaitu pemilik Rarebaqhang Studio kerana sudi meluangkan masa untuk menjadi peserta kajian bagi kami menyempurnakan projek ini dengan berkongsi pengalaman dan maklumat berkaitan penubuhan serta perjalanan perniagaan batik di Pulau Langkawi. Beliau telah berkongsi pelbagai pengetahuan, cabaran dan usaha yang dijalankan untuk mengekalkan warisan seni batik tempatan. Kami yakin bahawa segala pengalaman dan nasihat yang dikongsikan ini mampu menjadi inspirasi kepada masyarakat serta golongan usahawan muda yang ingin menceburi bidang industri kraf dan warisan budaya pada masa akan datang.

Tidak dilupakan juga, ribuan terima kasih kepada keluarga kami yang banyak membantu dari segi sokongan moral dan kewangan yang tidak terhingga dalam menyiapkan tugas ini. Ucapan penghargaan ini juga kami tujukan kepada rakan-rakan seperjuangan yang banyak membantu dengan memberi peringatan dan berkongsi pendapat serta turut membantu kami semasa sesi temu bual dijalankan.

Akhir sekali, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat secara langsung mahupun tidak langsung. Sesungguhnya, kami dengan tulus ikhlas menghargai segala bantuan, sokongan dan pengorbanan yang telah diterima sepanjang proses menjalankan dan menyiapkan projek ini.

Sekian, terima kasih.

ISI KANDUNGAN

PERKARA	MUKA SURAT
PENGHARGAAN	i
ISI KANDUNGAN	ii
ABSTRAK	iii
SENARAI ABREVIASI	iv
1.0 BIODATA PENEMUBUAL 1.1 BIODATA PENEMUBUAL 1 1.2 BIODATA PENEMUBUAL 2	1-3
2.0 BIODATA PESERTA TEMUBUAL	4-5
3.0 PENGENALAN 3.1 PENDAHULUAN 3.2 LATAR BELAKANG KAJIAN 3.3 PERMASALAHAN KAJIAN	6-9
4.0 KAJIAN LITERATUR	10-13
5.0 TRANSKRIP TEMUBUAL	14-39
6.0 RALAT	40-41
7.0 LOG TEMUBUAL	42-57
8.0 DIARI PENYELIDIKAN	58-60
9.0 INDEKS	61-62
RUJUKAN	63-64
LAMPIRAN	65-71

ABSTRAK

Temu bual ini dijalankan bersama pemilik dan pengurus Rarebaqhang Studio oleh pelajar bagi subjek IMR621 iaitu Cadangan Kajian dan Pendokumentasian Sejarah Lisan. Sejarah lisan merupakan satu kaedah penting dalam merakamkan peristiwa, pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang atau sesebuah perniagaan, terutamanya maklumat yang tidak tercatat dalam dokumen bertulis rasmi. Melalui sesi temu bual ini, pelbagai maklumat berharga berjaya dikumpul berkaitan latar belakang penubuhan studio, proses penghasilan batik, strategi pengurusan perniagaan, serta cabaran yang dihadapi dalam mengekalkan keaslian warisan seni batik. Sesi temu bual ini telah dirakamkan, kemudian diproses dan ditranskripsikan sepenuhnya menjadi teks bertulis bagi memudahkan penyimpanan, analisis dan rujukan pada masa hadapan. Hasil transkripsi ini diharapkan dapat menjadi sumber rujukan yang sahih, membantu usaha memelihara maklumat berkaitan industri kraf tempatan, serta memberi gambaran sebenar mengenai usaha memajukan warisan budaya batik di Malaysia.

Kata Kunci: Transkrip temu bual, Sejarah lisan, Batik, Warisan budaya, Kraf tempatan, Rarebaqhang Studio, Pulau Langkawi.

SENARAI ABREVIASI

SINGKATAN	MAKSUD
MOTEC	Kementerian Pelancongan Seni dan Budaya
PKP	Perintah Kawalan Pergerakan
LADA	Lembaga Pembangunan Langkawi

1.0 BIODATA

PENEMUBUAL

1.1 PENEMUBUAL 1



Rajah 1: Gambar Penemu Bual 1

Nama	Amirah Haifa binti Adnan
Emel	amirahhaifa1603@gmail.com
Universiti	Universiti Teknologi Mara (UiTM) Cawangan Selangor, Kampus Puncak Perdana
Program	Sarjana Muda Sains Maklumat (Kepujian) Pengurusan Rekod (CDIM 261)
No. Pelajar	2025168339
Semester	Semester 5

1.2 PENEMUBUAL 2



Rajah 2: Gambar Penemu Bual 2

Nama	Safiyyah Hannan binti Juwanda
Emel	hannanjuwanda9@gmail.com
Universiti	Universiti Teknologi Mara (UiTM) Cawangan Selangor, Kampus Puncak Perdana
Program	Sarjana Muda Sains Maklumat (Kepujian) Pengurusan Rekod (CDIM 261)
No. Pelajar	2025516649
Semester	Semester 5

2.0 BIODATA PESERTA TEMUBUAL

2.1 PESERTA TEMUBUAL



Rajah 3: Gambar Peserta Temu bual

Nama	Puan Mazlina binti Saidin
Jawatan	Pengusaha Rarebaqhang Studio
Alamat Perniagaan	Kompleks Kraf Langkawi, Jalan Teluk Yu, Mukim Bohor, 07000 Langkawi, Kedah.
Jantina	Perempuan
Bangsa	Melayu
Umur	49 Tahun
Tahap Pendidikan	Ijazah Sarjana Muda Pereka Grafik (Bachelor of Graphic Design), UiTM Shah Alam
Bidang Pengajian	Kursus Perniagaan Keusahawanan dibawah PERDA, Kraftangan Malaysia, LADA, Akademi Tourism Langkawi.
Pengalaman Perniagaan	22 Tahun

3.0 PENGENALAN

3.1 PENDAHULUAN

Seni batik merupakan salah satu warisan budaya penting di Malaysia yang telah lama berkembang dalam industri tekstil dan kraf tempatan. Pada masa kini, batik bukan sahaja digunakan dalam pakaian tradisional, malah turut diaplikasikan dalam pelbagai produk moden seperti pakaian fesyen, aksesori dan barangan jahitan. Perkembangan ini menunjukkan bahawa batik mempunyai nilai yang tinggi bukan sahaja dari sudut estetika, tetapi juga sebagai produk kreatif yang menyumbang kepada ekonomi negara (Hassan & Ahmad, 2019).

Namun begitu, perkembangan industri batik masa kini turut berdepan dengan beberapa isu. Antaranya ialah reka bentuk batik yang kurang menekankan aspek konsep dan teori, menyebabkan hasil produk lebih tertumpu kepada corak visual tanpa membawa makna atau identiti yang jelas (Candra & Saptatiningsih, 2023). Selain itu, pengaruh luar dalam reka bentuk juga semakin ketara sehingga terdapat produk batik yang tidak lagi mencerminkan identiti budaya tempatan sepenuhnya (Luo, 2025). Situasi ini boleh menyebabkan nilai keaslian batik sebagai warisan seni semakin berkurang.

Di samping itu, penggunaan teknologi dalam industri tekstil moden turut memberi kesan kepada penghasilan batik tradisional. Pengeluaran kain bermotif batik secara cetakan mesin semakin meluas kerana lebih cepat dan mudah dihasilkan, namun keadaan ini telah mengurangkan nilai seni dan keunikan batik asli yang dihasilkan secara tradisional (Mohd Nor & Ahmad, 2019). Dalam konteks Kedah Darul Aman, khususnya di Langkawi, batik turut digunakan dalam industri pelancongan dan perniagaan butik tempatan. Produk berasaskan batik seperti pakaian dan beg sering menjadi pilihan sebagai cenderamata dan produk jualan. Walau bagaimanapun, aspek reka bentuk dan identiti produk masih perlu diperkukuhkan agar lebih kreatif, unik dan mampu bersaing dalam pasaran semasa.

Oleh itu, kajian ini telah dijalankan bagi meneroka penggunaan batik dalam bidang kraf tekstil dengan memberi fokus kepada penghasilan produk jahitan seperti pakaian dan beg. Kajian ini juga telah meneliti aplikasi elemen batik dalam reka bentuk butik secara lebih kreatif dan beridentiti melalui perusahaan butik di Langkawi. Diharapkan hasil kajian ini dapat membantu menghasilkan produk yang bukan sahaja menarik dari segi visual, malah mengekalkan nilai warisan budaya serta mempunyai potensi komersial.

3.2 LATAR BELAKANG KAJIAN

Seni batik merupakan warisan budaya tekstil di Malaysia yang mempunyai nilai estetika dan identiti yang tinggi dalam kalangan masyarakat. Sejak dahulu, batik digunakan sebagai salah satu bentuk seni tradisional yang menggambarkan kreativiti dan kemahiran dalam penghasilan tekstil tempatan. Teknik seperti batik lukis, batik canting dan batik blok menunjukkan bahawa penghasilan batik memerlukan ketelitian serta keunikan dalam setiap reka bentuk yang dihasilkan.

Pada masa kini, penggunaan batik tidak lagi terhad kepada pakaian tradisional seperti baju kurung dan baju kebaya sahaja. Ia telah berkembang dalam industri fesyen moden serta produk kraf seperti pakaian kasual, beg dan aksesori. Perkembangan ini selaras dengan pertumbuhan industri kreatif yang memberi peluang kepada pereka untuk mengaplikasikan elemen batik dalam pelbagai bentuk produk. Secara tidak langsung, batik kini dilihat sebagai produk yang berpotensi tinggi dalam pasaran tempatan dan antarabangsa.

Selain itu, industri batik turut menyumbang kepada ekonomi kreatif negara, khususnya dalam sektor pelancongan dan perusahaan kecil dan sederhana (PKS). Di kawasan pelancongan seperti Langkawi, batik sering dijadikan sebagai produk cenderamata kerana nilai budaya dan keunikan reka bentuknya. Perkara ini membantu menarik minat pelancong serta memperkenalkan warisan tempatan kepada masyarakat luar.

Namun begitu, perkembangan semasa menunjukkan bahawa reka bentuk batik moden semakin dipengaruhi oleh trend dan teknologi, yang kadangkala menyebabkan unsur tradisional dan identiti asalnya semakin berkurang. Oleh itu, keseimbangan antara elemen moden dan nilai warisan perlu diberi perhatian bagi memastikan keaslian batik terus dikekalkan.

Sehubungan itu, kajian ini telah dijalankan dengan memfokuskan kepada penggunaan elemen batik dalam penghasilan produk kraf tekstil seperti pakaian dan beg melalui pendekatan reka bentuk yang lebih kreatif serta beridentiti. Kajian ini juga telah dijalankan dalam konteks perusahaan butik di Langkawi bagi menilai potensi pengaplikasian batik dalam produk butik secara lebih moden tanpa menjejaskan nilai dan keaslian tradisi.

3.3 PERMASALAHAN KAJIAN

Walaupun seni batik merupakan warisan budaya penting di Malaysia, perkembangan semasa menunjukkan terdapat beberapa isu dalam penghasilannya. Antara isu utama adalah reka bentuk batik moden yang semakin kurang menekankan elemen konsep dan identiti tradisional, menyebabkan hasil produk lebih bersifat komersial tanpa penghayatan makna budaya yang jelas (Candra & Saptatiningsih, 2023).

Selain itu, penggunaan teknologi dalam penghasilan batik juga memberi kesan kepada keaslian seni ini. Kaedah cetakan mesin yang lebih cepat dan efisien telah menyebabkan penghasilan batik tradisional semakin berkurang, sekali gus mengurangkan nilai seni dan keunikan yang terdapat pada proses manual (Mohd Nor & Ahmad, 2019). Perkara ini menunjukkan perubahan dalam industri batik yang boleh menjejaskan identiti asal jika tidak diberi perhatian.

Di samping itu, pengaruh reka bentuk luar dalam industri batik moden turut semakin ketara sehingga sesetengah produk tidak lagi menggambarkan identiti budaya tempatan secara jelas (Luo, 2025). Situasi ini memberi cabaran kepada pereka dalam mengekalkan keaslian batik dalam rekaan mereka.

Berdasarkan isu-isu tersebut, kajian ini telah dijalankan kerana masih wujud jurang dalam penghasilan reka bentuk batik yang mampu mengekalkan elemen identiti budaya di samping memenuhi kehendak pasaran moden. Selain itu, kajian ini telah menilai sejauh mana elemen batik dapat diaplikasikan secara kreatif dalam produk kraf tekstil seperti pakaian dan beg, khususnya dalam konteks perusahaan butik di Langkawi. Justeru, hasil kajian ini diharapkan dapat menyumbang kepada penghasilan produk yang beridentiti, berkualiti tinggi serta berdaya saing dalam industri kraf tempatan.

4.0 KAJIAN LITERATUR

Menurut Wan et al. (2022), corak batik adalah bukan konsep yang baru. Penghasilan batik dihasilkan bermula pada tahun 1920-an (Mokhtar, 2018). Kini, batik adalah kraftangan yang disepadukan dan terkenal sebagai sebahagian daripada budaya dan tradisi Malaysia. Masyarakat melayu, terutamanya golongan wanita gemar menggunakan batik sebagai pakaian harian, kebiasaannya di rumah sahaja. Material bahan batik yang digunakan kebanyakannya longgar dan ringan. Ini membuatkan batik pilihan nombor satu bagi para wanita, lebih lagi golongan suri rumah sejak zaman dahulu sehingga sekarang. Oleh itu, batik berterusan berkembang bukan sahaja sebagai pakaian harian untuk wanita, tetapi juga digunakan untuk dijadikan produk, perabot, cenderamata dan kraftangan (Wan et al., 2022).

Seterusnya, batik Malaysia mempunyai dua corak yang mendominasi sepanjang sejarah, iaitu lukisan tangan dan cap. Evolusi motif reka bentuk corak batik umumnya akan diubahsuai mengikut permintaan dan trend semasa supaya ia kekal relevan dan kekal hingga ke generasi seterusnya bagi meneruskan tradisi kraf melayu. Walau begitu, elemen reka bentuk tradisional pula mengekalkan keunikan mereka kerana setiap motif mempunyai maksud dan rupa estetik tersendiri. Motif paling popular yang biasa digunakan bagi komuniti melayu adalah corak daun, bunga dan beberapa bentuk geometri. Namun begitu, terdapat perbezaan dalam keaslian dan watak motif reka bentuk. Oleh itu, industri mesti memberi perhatian yang teliti kepada keaslian batik tradisional Malaysia agar dapat dikekalkan dalam jangka masa yang lama (Sobri & Legino, 2020).

Pengusaha batik sudah tentu mempunyai banyak cabaran untuk mengikuti masa dan permintaan industri untuk mengembangkan perniagaan mereka. Oleh itu, terdapat beberapa cabaran yang dikenal pasti menjadi penghalang kepada mereka ini untuk mengembangkan perniagaan. Berbanding dengan negara Indonesia, pengusaha batik di Malaysia lebih sedikit dan mengikuti data daripada Kraftangan Malaysia, nombor keseluruhan perniagaan cop dan lukisan batik pada 2019 adalah hanya 651 dan kebanyakannya terletak di negeri Kelantan dan Terengganu (Sharifah Imihezri, 2021). Walaupun batik telah lama diakui sebagai sebahagian daripada industri kreatif yang menyumbang kepada hasil negara dan dalam membangunkan identiti budaya negara, motif batik telah dihasilkan semula melalui cara alternatif seperti percetakan dakwat untuk pengeluaran dan pengedaran besar-besaran. Kesannya, pengusaha batik

sudah tentu mengalami akibat kerugian wang, kerana tekstil batik yang serupa ini dijual pada harga yang lebih murah. Selain itu, cabaran lain yang dihadapi bagi pengusaha batik adalah kebanyakannya harus mengimport bahan mentah. Ini kerana secara umumnya bahan mentah yang digunakan dalam batik adalah kain, lilin, bahan kimia, dan pewarna. Namun, kecuali lilin lebah yang boleh diperoleh secara tempatan, bahan batik lain terpaksa diimport (Redzuan & Aref, 2011). Sebagai contoh, kedua-dua negara Malaysia dan Indonesia kebanyakannya mengimport kapas (dikenali sebagai kain mori) dari China, India, dan Amerika manakala pewarna kimia diperoleh dari Jerman (Akhir et al., 2015; Yoshanti & Dowaki, 2009). Akibatnya, para pengusaha tiada kawalan atas turun naik harga pasaran bahan mentah bagi penghasilan batik.

Tambahan lagi, dalam usaha untuk menjalankan seni dan warisan ini, terdapat keperluan untuk memahami peranan teori, model dan pendekatan khusus dalam menjelaskan hubungan antara reka bentuk batik dan aspek budaya, sosial, serta ekonomi (Hartini, 2025). Bagi mencapai keputusan dan penyelidikan tentang warisan seni batik dan impak perniagaannya pada ekonomi negara, di dalam artikel yang sama, juga dinyatakan dalam tempoh lima tahun, pendekatan kualitatif telah menjadi metodologi utama kajian reka bentuk batik, terutamanya dalam menilai hubungan antara reka bentuk batik dengan identiti budaya masyarakat. Ini kerana batik bukan sahaja produk seni tradisional untuk dikekalkan dan dikagumi, tetapi menjadi sumber ekonomi strategik yang menjadi mata pencarian bagi penduduk kampung dan menjadi eksport untuk nilai khusus seni kraftangan batik yang bernilai tinggi. Ini kerana, walaupun batik masih mengutamakan elemen tradisional, terdapat keperluan untuk memastikan ia sesuai dengan permintaan semasa supaya terus dihargai dalam masyarakat yang masih berkembang dan secara tidak langsung dapat melindungi seni warisan ini yang dilihat semakin terancam.

Impaknya memelihara dan memastikan corak batik sentiasa dikekalkan secara tradisi dan juga dievolusi dapat mencerminkan majoriti masyarakat Malaysia dan menyumbang kepada pemeliharaan identiti negara. Ia menunjukkan bahawa penyesuaian motif geometri dan abstrak oleh pengusaha atau pelukis muda kini telah meluaskan capaian batik melangkaui aplikasi tradisional. Penemuan oleh Basir (2019), juga mencadangkan bahawa trend ini telah memudahkan penerimaan yang lebih besar batik dalam kalangan pengguna muda di samping

mengekalkan kepentingan budayanya. Sejurus itu, tukang batik juga sedang bereksperimen dengan motif hibrid yang bergabung estetika tradisional Malaysia dengan aliran artistik global, membolehkan pasaran yang lebih baik penembusan di peringkat antarabangsa.

Kajian kes telah membuktikan permintaan untuk produk batik telah meningkat melalui pameran antarabangsa dan kerjasama strategik (Ramli et al., 2019). Perkara yang sama boleh dikatakan bagi industri tempatan. Di sektor fesyen, banyak jenama tempatan yang telah berjaya membuat nama melalui penamaan yang mengaplikasikan batik sebagai identiti produk mereka. Lebih penting lagi, batik juga memberi impak sosial dengan menyokong artis luar bandar masyarakat khususnya wanita. Melalui projek keusahawanan sosial, batik motif menjadi sumber pendapatan dan pemerkasaan masyarakat, di samping memelihara warisan budaya (Che Aleha Ladin et al., 2025).

5.0 TRANSKRIP TEMUBUAL

Rakaman ini merupakan sesi wawancara sejarah lisan bersama Puan Mazlina binti Saidin mengenai pengalaman serta perjalanan beliau dalam bidang seni tekstil batik dan perusahaan kreatif melalui Rarebaqhang Studio. Sesi ini dijalankan secara atas talian melalui platform Google Meet pada 17 Mei 2026 dari jam 11:00 pagi sehingga 1:00 petang. Wawancara ini dikendalikan oleh Amirah Haifa binti Adnan dan Safiyyah Hannan binti Juwanda.

Jadi rakaman ini akan dimulakan.

Petunjuk:

MS : Puan Mazlina binti Saidin

AH: Amirah Haifa binti Adnan

SH: Safiyyah Hannan Binti Juwanda

MS : Okey - (sambil tersenyum serta membetulkan screen).

AH : (Ketawa sambil melihat M.S membetulkan screen), Assalamualaikum, Puan.

MS : Waalaikumsalam (sambil tersenyum).

AH : Puan sudah *ready* [sedia] ke?

MS : Okey sudah. Sudah *ready* [sedia] 10 minit sudah (sambil tersenyum dan ketawa).

AH : (Ketawa), Maaf, Puan. Okey, kalau Puan sudah *ready* [sedia] dan kita semua sudah *ready* [sedia], Okey kita boleh mulakan ya, Hannan?

SH : Hmmm, boleh-boleh (Sambil seyum).

AH : Okey, Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh dan salam sejahtera kepada Puan Mazlina. Terlebih dahulu, saya serta rakan saya hendak ucapkan ribuan terima kasih sangat-sangat dekat puan, sebab sudi luangkan masa bersama dengan kami pada hari ini. Kami sangat menghargai kesudian Puan untuk berkongsi pengalaman Puan, dari segi perjalanan kerjaya, pandangan Puan sendiri dalam bidang seni tekstil dan perusahaan batik. Jadi sebelum itu, saya perkenalkan diri saya dulu, iaitu saya Amirah Haifa, dan ini rakan saya?

SH : saya Safiyah Hannan binti Juwanda (sambil tersenyum).

AH : Jadi kami juga berasa sangat bertuahlah, Puan, pada hari ini sebab kita dapat dengar sendiri pengalaman itu dari Puan (sambil tersenyum) dalam membangunkan orang kata Rarebaqhang Studio ini sehingga kita, _____ saya baca itu sehingga dikenali ramai seperti hari ini. Betul, Puan? (Sambil senyum).

MS : (sambil senyum), tidak (ketawa), dia sebab lokasi juga, sebab sebelum ini saya jual [jual], lebih kepada *online* [atas talian]. So [jadi], dia tengok kepada permintaan *trend* lah [arah aliran]. Macam sekarang, kita lokasi di Kompleks Kraf, so [jadi] dia lebih mudah dipasarkan sebab pelancong yang cari kita.

AH : Okey, Puan , untuk kita mulakan sesi temu bual kita pada hari ini, saya hendak tanya Puan lah sedikit mengenai latar belakang pendidikan Puan dan juga pengalaman Puan dalam bidang kreatif ini. Okey, Puan sebagai seorang pemegang ijazah Sarjana Muda dalam jurusan pereka grafik, bagaimanakah kepakaran Puan dalam dunia digital dan visual sekarang ini dapat bantu Puan untuk menghasilkan sentuhan orang kata yang lebih

unik dan kreatif pada produk tekstil itu yang ada di Rarebaqhang Studio sekarang ini sehingga ia boleh nampakkan perbezaan daripada butik kraf yang lain.

MS : Saya rasa membantu juga sebab kombinasi warna, motif. Sebab saya - macam tekstil yang saya ambik [ambil] daripada *supplier* [pembekal] saya daripada Terengganu, ada yang kami buat sendiri pun ada. Saya memang saya pilih motif dia. (bercerita sambil menunjukkan design batik). Saya bukan ambik [ambil] secara random [rawak]. Setiap motif saya akan pilih, sebab kita kena ketengahkan satu identitilah. Batik Malaysia tidak sama dengan batik Indonesia. _____, Batik kita lebih kepada motif abstrak [tidak konkrit] dan *flora* [alam sekitar]. So [jadi], kita kena *make sure* [pastikan], warna macam - (mengambil contoh batik yang mempunyai corak dan warna yang berbeza untuk menerangkan tentang perbezaan koleksi batik itu sendiri). _____ okey, dia ada 2 batik daripada kilang yang sama, tapi yang ini batik *marble* [corak dan warna seperti batu marmar], (menerangkan sambil menunjuk contoh batik), dia macam tidak semua orang suka warna yang macam ini tapi kalau Mat Salleh ini dia sukalah. *Foreigner* [orang asing] dia suka warna-warna lembut, *tekstur* [sifat permukaan] macam ini dan teknik dia berbeza. Kalau macam yang ini (cuba menerangkan contoh corak dan jenis batik yang lain), orang *local* [orang setempat] lebih suka. So [jadi] kena tahu permainan warna, kombinasi warna, supaya benda itu bila sudah jadi produk, jadi baju ataupun beg, dia nampak lebih menariklah. Contoh dia - (sambil menunjukkan koleksi beg yang sudah siap dijahit serta diperbuat daripada kain batik). Kedai saya memang kombinasi kebanyakannya dia akan *combine* [gabungkan] dengan hitam. Dia *trademark* [tanda dagangan] dan saya akan pakai benang hitam. Jahitan saya memang akan pakai benang hitam. Yang itu saya punya *trademark* [tanda dagangan] daripada dulu lagi daripada saya buat *upcycle* [mengitar semula secara kreatif], saya akan - saya pakai 1 warna ja [sahaja]. Produk yang ini abstrak [tidak konkrit], yang ini motif dia macam ada-ada *flora* [alam sekitar] sikitlah (sambil menunjukkan 2 contoh corak koleksi beg batik yang ada di kedai tersebut). So [jadi], kita kena *make sure* [pastikan] kita jangan ambil *design* [reka bentuk] ataupun motif yang bukan menggambarkan Malaysia. Batik memang tidak sama. Kalau India ka [ke], Thailand ka [ke] dia punya motif, dia ada motif tersendiri termasuklah negeri-negeri pun motif dia tidak sama. Macam yang ini, (sambil menunjukkan contoh

koleksi corak batik yang mempunyai warna serta reka bentuk yang lain), kita buat sendiri, kita lukis sendiri. _____, saya komposisi. Okey, kalau kata grafik, komposisi itu sangat memainkan peranan lah. _____, ini *shawl* [selendang], dia macam Mat Salleh untuk dia *cover* [menutup] badan, kan. Kita kena tahu dekat mana kita hendak letak *placing* [meletakkan] bunga. Kalau kata kita melukis, benda itu kena ada senilah untuk kualiti itu, kena jaga. Kita tidak boleh lukis *simply* [secara ringkas] letak mana-mana. Saya rasa benda itu memang banyak membantulah daripada segi pengeluaran *design* [reka bentuk] kan.

AH : Okey, Puan, terima kasih atas info dan penjelasan yang cukup menarik sebentar tadi. Baik, Puan, kita beralih ke soalan seterusnya. Selepas saya dengar, ini pertama kali saya dengar nama kedai ini, walaupun saya orang Langkawi (sambil ketawa) — saya macam tertarik dengan nama Rarebarang kerana sebab –

MS : Okey sekejap, (sambil tersenyum) saya perbetulkan dulu, sebutan itu salah (sambil ketawa).

AH : Salah ke, Puan? (reaksi terkejut dan ketawa). Maafkan saya.

MS : Sebutan itu salah. Dia sebenarnya - okey, saya tunjuk - (sambil menunjukkan nama kedai yang diletakkan di setiap koleksi produk yang dihasilkan), ‘Rare-Baq-hang’ [slang Utara] - dia sebenarnya 3 perkataan yang berbeza. Dulu saya takdak [tidak ada] *brand* [jenama], saya hanya buat untuk isi masa di media sosial. Saya memang guna nama saya sendiri. Saya tidak pernah pakai ‘Rarebaqhang’ pun. Dia benda ini berlaku tahun dua ribu empat belas (2014), tapi saya, sudah buat produk ini semua sudah lama sudah. Masa dua ribu empat belas (2014) ini bila – sebab benda yang *item* [barang] yang akan keluar ini dia *limited* [terhad]. So [jadi], dia tidak akan ada kedua sebab dia bergantung kepada kain, bergantung kepada *mood* [suasana]. *Mood* [suasana] saya buat produk itu *time* [waktu] apa kan? So [jadi], ‘Rare’ [jarang] bila orang beli, orang cakap *rare* [jarang].

R.A.R.E [ejaan bahasa Inggeris *rare* atau jarang], *B.A.Q.* [habaq atau bagitahu], habaq orang utara ‘BAQHANG’ (mengajar sambil ketawa). Rarebaqhang. Tapi orang Malaysia memang tidak boleh hendak sebut cuma orang luar sahaja, depa [mereka] boleh sebut dengan betui [betul]. Jaranglah depa [mereka] salah sebut (Sambil ketawa).

AH : (Ketawa kepada MS), okey Puan, maafkan saya sebentar tadi sebab saya pun macam keliru juga ‘rare barang’ ke ‘rare baqhang’ macam itu.

MS : (ketawa kepada AH), tidak mengapa.

AH : Okey puan, saya difahamkan kata nama tersebut asalnya daripada gelaran kan? Yang diberi oleh pelanggan itu sendiri sebab -

MS : (mencelah AH), ya betul.

AH : (Sambung ke ayat seterusnya), sebab sebelum ini ia didaftarkan secara rasmi. Betul?

MS : (mencelah AH), ya.

AH : Jadi, boleh Puan ceritakanlah, bagaimana gelaran itu mula digunakan oleh pelanggan. Apa keistimewaan Rarebaqhang ini pada waktu itu, sampai dia boleh dianggap satu benda yang ‘rare’ [jarang] lah atau kita boleh kata apa susah nak jumpak [jumpa]. Ha, sudah keluar sudah loghat Kedah (sambil ketawa).

MS : (Tersenyum), Saya sebenarnya kalau dekat situ setuju juga, sebab saya punya pendirian daripada saya sekolah dulu saya tidak akan buat benda yang orang lain buat. Saya tidak suka buat benda yang orang dah ada. *So*, [jadi], bila saya buat satu benda,

orang itu tidak akan dapat produk itu, tidak akan dapat benda yang sama 2 kali sudah. Contoh dia, (sambil mencari koleksi yang ingin ditunjukkan), okey, *T-shirt* [baju-T] ini, (sambil menunjukkan koleksi baju-T dari kain batik), kami celup sendiri. Dia memang tidak *dye* [tidak mencampurkan bahan pewarna yang lain], tapi dia bukanlah tidak *dye* [pewarna] yang macam kita beli dekat Siam [Thailand], dekat Indon [Indonesia] yang keluar warna itu tidak. Sebab yang ini kita lipat dan celup satu-satu. So [jadi] dia, *rare* [jarang]. Dia tidak akan dapat *repeat* [ulang] benda yang sama sebab saya sendiri pun tidak ingat. Saya lipat macam mana. Dan saya malas hendak fikir sebab saya hendak benda itu dia macam *surprise* [kejutan] lah. Bila kita setiap kali kita buka ikatan itu dengan celupan warna yang berbeza, benda itu dia akan *surprise* [kejutan] kita sendiri sebagai pembuatlah. Sebab saya rasa benda itu *rare* [jarang] sebab saya buat barang macam contoh macam *postbag* [beg pos] ini. Beg ini saya buat atas *design* [reka bentuk] saya sendiri dan saya tak [tidak] ikut mana-mana *template* [templat] daripada mana-mana *company* [syarikat] sebab saya buat apa yang saya rasa praktikal dan saya guna. Contoh dia, beg ini adalah untuk simpan phone. Kalau kita beli phone, *phone case* [sarung telefon], *skin beg* [kulit beg telefon], phone biasa dia *just* [cuma] phone [telefon] saja [sahaja] - [contohnya, beg ini digunakan untuk menyimpan telefon. Apabila kita beli telefon, biasanya kita akan beli sekali sarung telefon atau aksesori lain. Tetapi telefon biasa hanya datang dengan telefon itu sahaja]. Tapi yang ini saiz dia untuk *phone* [telefon], untuk pasport, dan depan ini dia tidak dalam untuk duit dan kad bank. So [jadi] dia pegang, dia boleh bubuh [letak] *glasses* [kaca mata] pun boleh. So [jadi] bila dia pakai di badan, benda ini benda yang penting lebih dekat dengan badan dia. So [jadi] benda yang kita buat itu kita kena fikir keperluan dia. Kita memang boleh buat benda yang *simple* [mudah] untuk jual dengan harga yang murah dan cepat siap. Tapi kita rasa benda itu orang itu pakai dia praktikal ke tidak (bercerita sambil menunjukkan koleksi beg sarung yang dibuat olehnya).

AH : Baik Puan, terima kasih atas penjelasan itu tadi. Dia sangat menarik apabila kita ketahui kan, bagaimana nama dan identiti Rarebaqhang itu sebenarnya berjaya dikembangkan daripada pengalaman pelanggan sendiri dan terutamanya kepada Puanlah. Baik, Puan, kita beralih ke soalan yang seterusnya. Dengan pengalaman Puan selama dua

puluh dua (22) tahun dalam industri ini. Bagaimana Puan melihat evolusi diri Puan sebagai seorang pengusaha pada peringkat awal dalam penglibatan dalam industri ini sehingga sekarang Puan sudah berjaya menjadi pengusaha yang telah diiktiraf oleh Kraftangan Malaysia atau lebih dikenali sebagai MOTEC terutamanya dalam mengekalkan minat pelancong asinglah terhadap seni tekstur tempatan di Kompleks Kraf Langkawi ini. Jadi macam mana Puan lihat evolusi diri Puan yang dulu sampai sekarang?

MS : Evolusi daripada *start* [mula], saya sebenarnya sudah *try* [cuba] macam-macam bidang, saya ada buat grafik, memang masa dulu saya buat *editing* [menyunting] buku-buku sekolah dan saya rasa benda itu teknologi dia terlalu cepat. Dan bila saya sebagai seorang wanita yang ada anak, *so* [jadi] saya tak [tidak] boleh hendak kejar dengan teknologi yang terlalu cepat itu. Macam kita guna *Adobe Photoshop, Illustrator*, [aplikasi menyunting] daripada kita buat buku yang pakai *apps* [aplikasi] sekarang lebih senanglah. *So* [jadi] saya *try* [cuba] buat macam-macam. Saya pernah buat *printing* [cetakan] *T-shirt* [baju-T]. *Printing T-shirt* [cetakan baju-T] bukan pakai mesin. Di zaman itu belum ada mesin, kita kene pakai *seat screen* [skrin tempat duduk]. Kita kena buat manual. *So* [jadi] mungkin salah lokasi ataupun *luck* [nasib] saya. Saya punya rezeki belum betul-betul kena di waktu itu. Dan saya pun ikut *event* [acara], memang *struggle* [berjuang] lah. Ikut *event* [acara] buat produk, jual di Penang apa semua. Tapi kita kena tunggu bila *time* [masa] ada *event* [acara] saja baru kita boleh buat *sale* [jualan], kita boleh melonjaklah. Dan lepas betul-betul seminggu selepas PKP yang boleh rentas negeri itu, saya buat keputusan yang orang kata tidak masuk akal juga. Saya pindah terus masuk Langkawi. Saya jual di Chenang. Benda ini berlaku enam (6) tahun lepas. Saya jual di Chenang saja dengan Ihsan Resort Melati Tanjung. Saya dapat tapak percuma sebab kita tidak boleh duduk dekat kaki lima [duduk di kawasan laluan pejalan kaki yang berbumbung atau di tepi kawasan laluan deretan kedai atau bangunan]. Kita memang - majlis tak [tidak] bagilah. *So* [jadi], bila dapat lokasi di atas ada ruang sikit, di atas tanah Tanjung, saya buka di situ tanpa berpayung. *So* [jadi] saya punya produk daripada biasa-biasa dan benda itu bertambah-bertambah. Kalau kata saya tunjuk gambar yang *first* [pertama] saya meniaga di Chenang enam (6) tahun lepas, lampu pun tidak ada. Memang meniaga dalam gelap sahaja. Buka meja macam, _____ memang teruk lah *time*

[masa] itu. Tapi saya nampak dia punya *impact* [impak] dia itu lain. Langkawi memang lain. Sampai saya pergi ikut *event-event* [acara-acara] _____ sampai saya di *approach* [didekati] bahasa Melayu apa *approach* [didekati]? Di *offer* [ditawarkan] lah dalam bahasa Inggeris juga itu [sambil ketawa]. Kira ditawarkan untuk mendaftar sebagai kraftangan punya pengeluar ini lah usahawan oleh pengarah di waktu itu. Pengarah Kraftangan dia ada pergi ke *event* [acara] itu, *so* [jadi] dia *invite* [jemput]. *So* [jadi] bila *invite* [jemput], saya bawa barang saya itu masa itu bukan batik *original* [asli] lagi. Batik *original* [asli] ini dia mahal sikitlah. Dia bukan macam batik yang *printed* [cetakan] itu. Batik *printed* [cetakan] itu dia lebih murah, walaupun motif dia lebih-lebih kurang sama dengan motif Malaysia, tapi dia bukan original buat tangan. *So* [jadi] saya masuk di bawah saya, daftar dahulu sebagai usahawan tekstil bahagian jahitan dan saya tukar di waktu itu - saya salin semua produk saya dengan kualiti yang lebih baik. Daripada saya pakai pelapik dalam yang biasa, saya beli yang lebih mahal dan saya tukar semua semua material fabrik kepada batik *original* [asli]. Masa tu saya tidak masuk dalam ini lagi. Saya masih masuk dalam Kompleks Kraf bila ada *event weekend* [acara hujung minggu], baru datang. Selepas itu, bila sudah lama itu ada kekosongan, saya *apply* [memohon], rezeki saya dapat daripada kedai 1 lot [tapak], sekarang saya ambil 4 lot [tapak]._____, 4 lot [tapak] dengan penambahan-penambahan produk lah. Sebelum ini saya buat beg-beg kecil, *sling bag* [beg silang] apa semua. Tapi sekarang saya fokus lebih kepada baju. _____ macam benda -benda ini saya *just* [cuma] untuk bagi ada je lah.

AH: Baik Puan, terima kasih atas penjelasan tadi ya. Saya macam kagum dengan Puan ya. Kita macam mana – kita bila kita buat sesuatu kerja atas hasil kita sendiri, kita rasa macam puas, kan, Puan? Sebab kita boleh nampak hasil kita.

MS : Iya.

AH : Jadi, kita beralih ke soalan yang seterusnya. Dalam penghasilan produk di Rarebaqhang Studio Ini Puan, bagaimana puan dapat terapkan identiti Langkawi atau

kita boleh katakan unsur alamiah ke dalam motif batik Puan ini. Adakah setiap corak yang dihasilkan itu membawa makna atau cerita yang tertentu untuk kita hendak sampaikan kepada pembeli? Macam mana puan?

MS : Macam saya, saya suka *flora* [tumbuh-tumbuhan] macam tumbuh-tumbuhan tapi tumbuh-tumbuhan yang diabstrakkan dan *colour* [warna] saya tidak suka *colour* [warna] yang terang ataupun kombinasi warna yang terlalu menonjol sangat. Saya suka 2 warna, 3 warna sebab dia lebih kurang warna, dia lebih nampak *eksklusif* [istimewa] lah sebab kita punya barang produk dekat sini kalau macam baju kita jual dengan harga RM120 ke atas. ____ So [jadi], kalau barang baju kita RM180, RM200 lebih, kita kena fikir motif itu kita punya target-target *customer* [pelanggan] kita itu siapa? Orang itu adalah orang korporat. Orang itu mungkin dia punya level, ____ dia itu kita tidak mahu benda itu tidak kualiti ataupun *colour* [warna] dia terlalu menonjol sangat. Lebih *simple* [ringkas] lebih senang untuk dijual, dan *design* [reka bentuk] kita kena ingat, kita punya *customer* [pelanggan] kita pelancong luar. So [jadi], kita tidak boleh ____ sebab dekat sini ada 1 *company* [syarikat], anak syarikat kraftangan dia jual barang produk batik tapi dia punya *design* [reka bentuk] fesyen dia lebih kepada *office wear* [pakaian formal untuk pejabat]. Kira-kira kita punya *design* [reka bentuk] untuk orang kitalah. So [jadi], pelancong Malaysia ada pilihan dekat sana. So [jadi], saya buat yang orang-orang luar macam *foreigner* [warga asing] yang tidak suka pakai tangan panjang, hendak leheaq [leher] lebih luas. Saya punya target, saya fokus dekat *design* [reka bentuk] orang-orang luar. So [jadi], saya tidak akan *repeat* [ulang] *design* [reka bentuk] yang sama, ada, dekat-dekat *company* [syarikat] lain lah.

AH : Baik, Puan, terima kasih atas penjelasan Puan tadi, terutamanya tentang bagaimana kita hendak orang *apply* [menggunakan] unsur-unsur semua tersebut dan identiti tempatan kan supaya kita dapat sampaikan semua benda itu kepada, pelancong lah kan yang membeli. Okey, baik, Puan, kita beralih ke soalan seterusnya. Memandangkan puan mempunyai latar belakang dalam pendidikan grafik, Jadi, sejauh manakah prinsip-prinsip asas reka bentuk macam contohimbangan ke, warna ke, atau tipografi ke yang dapat

diaplikasikan dalam rekaan produk jahitan puan sendiri supaya ia lebih kelihatan moden tapi masih kekalkan jiwa tradisional.

MS : Okey, tradisional semestinya kepada motiflah. Motif produk saya rasa, saya punya ketelitian sebagai grafik *designer* [reka bentuk] itu saya rasa saya lebih fokus kepada saiz-saiz yang praktikal, sebab kekemasan itu sangat cerewetlah. Saya tidak suka benda itu jahit tidak lurus. So [jadi], saya nak benda itu sentiasa kemas. Saya rasa sebab itu jugalah, dan saya tidak suka beg itu nampak senget [condong]. Mungkin itu untuk grafik *designer* [reka bentuk] punya perasaan lah. Kalau kita tengok benda itu kita tahu benda itu senget [condong]. Kalau kita potong-potong benda, kita tahu benda itu tidak sama. Kita tengok pun boleh tahu sudah. Dan saya tidak suka benda itu. Saya terganggu sedikitlah kalau kata senget [condong]. Dan macam kita buat produk kalau kita buat *totebag* [beg jinjing], *totebag* [beg jinjing] itu apa yang boleh simpan dalam tu? Dia boleh simpan *tablet* [komputer tablet], sebab kita fokus siapa *customer* [pelanggan] kita. Kalau *customer* [pelanggan] kita itu *student* [pelajar], saiz apa yang sesuai untuk *student* [pelajar]. Kita ada beberapa *average* [purata] hargalah. So [jadi], harga yang lebih murah, mungkin *student* [pelajar] boleh pakai. Maksudnya tak [tidak] adalah poket yang *complicated* [ruang simpanan], yang banyak *compartment* [ruang simpanan] sangat sebab banyak *compartment* [petak], harga dia lebih tinggi. So [jadi], kalau kata target *market* [pasaran sasaran] kita itu korporat, kita akan buat *compartment* [ruang simpanan] yang lebih *complicated* [sukar] dan dia punya *loop* [gelung], kita akan *make sure* [pastikan] benda itu nampak *form* [bentuk] dia itu tak [tidak] lembik. So [jadi], kita kena jaga kualiti itu.

AH : Baik puan (sambil tersenyum).

MS : Kita nak orang pakai lebih pada sepuluh (10) tahun.

AH : Baik, Puan [sambil tersenyum]. Saya pun, sebagai seorang *customer* [pelanggan], kita boleh katakan kalau kita *as customer* [sebagai pelanggan], kita nak beli, kita pun mesti akan pilih barang yang cantik, barang yang bagus. Puan pun juga macam itu kan sebagai seorang pengusaha dan penjual kan, mesti nak yang terbaik untuk *customer* [pelanggan] juga. Kalau kita sakit mata, dekat mata kita sendiri, apatah lagi *customer* [pelanggan].

MS : _____, dan kita hendak kalau boleh, kita hendak *repeat customer-customer* [pelanggan-pelanggan ulangan] itu datang balik sebab Langkawi ini tempat pelancongan. So [jadi], dia akan *repeat* [ulang] mungkin tahun depan, mungkin dua (2) tahun lagi. Walaupun *foreigner* [orang asing] yang saya jumpa tahun lepas, tahun ini dia datang pula dengan satu *family* [keluarga]. So [jadi], dia akan mai [datang] cari barang dekat kita untuk bawa balik. Sebab apa? Sebab yang dia beli sebelum ini, 1, 2 *item* [barang], dia rasa benda itu berbaloi dengan harga dan kualiti. So [jadi], dia akan *repeat* [ulang] balik. Itu yang bagi kepuasan lah dekat kita sebagai pengusaha.

AH : Baiklah, Puan, terima kasih atas penjelasan yang saya rasa itu pun sudah cukup menarik. Apatah lagi bila Puan terangkan macam itu kan, saya rasa macam wah! [teriak teruja]. Balik nanti saya hendak belilah macam itu. (Sambil ketawa bersama dengan yang lain). Baik, Puan, kita beralih ke seterusnya. Memandangkan Rarebaqhang ini, hasilkan pelbagai jenis produk, kan? Macam kita tahu ada pakaian, ada beg. Apakah kriteria utama yang Puan pilih terutamanya dari segi jenis pemilihan material kainlah, kan? Macam contoh, sesetengah pengusaha dia memilih macam kain kapas ke, sutera ke untuk kita padankan dengan teknik jahitan tertentu. Jadi macam mana Puan pastikan setiap produk yang, - produk tersebut bukan sahaja untuk dapat hendak tarik dari segi estetika tapi juga dari segi kualiti, fungsi dan ketahanan yang baik. Macam mana, Puan?

MS : Macam saya, kalau kata baju itu labuh, saya memang akan ambil 100% *cotton* [kain kapas]. Dia ada beberapa jenis. Ada *poplin* [kain cita yang agak berkilat] 100% *cotton* [kain kapas], ada *viscos* [fabrik campuran yang menggabungkan kelembutan serta

keselesaian kain kapas] 100% *cotton* [kain kapas] dan T-shirt 100% *cotton* [kain kapas]. Kita jangan ambil ada campur *polyester* [polimer tiruan untuk menghasilkan benang atau kain] sebab *foreigner* [orang asing] dia tidak tahan dengan cuaca panas kita. *So* [jadi] dia akan *prefer* [memilih] *cotton* [kain kapas]. Kita kena tahu. *First* [pertama], dia akan tanya “*What kind of this material?*” [Apakah jenis bahan ini?]. *So* [jadi], kita kena tahu barang yang kita jual itu. Kita kena *study* [mengkaji] *cotton* [kain kapas] apa? Kadang-kadang pelancong, ini dia pandai tau. Dia akan perangkap kita daripada *knowledge* [ilmu pengetahuan]. *So* [jadi], kalau kita tahu apa yang kita jual, dia akan beli. Sebab kalau --- dan kita kene terang macam kain ini dia masih baru. Dia macam kita pakai kain batik. Mak-mak, kita pakai kain batik, 2, 3, kali basuh, benda ini akan lembut. Kalau dia baju baru, macam dekat belakang ini, (sambil menunjuk ke arah koleksi baju yang dijual di dalam kedai tersebut), sebab dia baru siap dan belum dipakai lagi. *So* [jadi] keras sikitlah. Kita kena bagitahu dekat *customer* [pelanggan], itu bila kita sudah basuh banyak kali, dia akan lembut, lebih selesalah.

AH : Baik, Puan, terima kasih atas perkongsian itu tadi, terutama khususnya mengenai macam mana ya - dari segi *side* [sisi] pemilihan kain, setengah orang dia sesuai dengan kain yang tertentu, kan Puan, kan? Okey, baik, Puan. Kita beralih ke seterusnya. Boleh Puan kongsikan bagaimana proses bermulanya daripada idea awal hingga menjadi sesuatu, pemilihan motif atau reka bentuk ataupun jenis material yang dilakukan sebelum sesuatu produk dihasilkan di Rarebaqhang Studio ini.

MS : Okey. Kalau kata - kita tidak boleh ikut orang bagi idea, buat ini, buat itu tidak. Kita kena *stick* [kekalkan] dengan satu benda yang kita rasa benda itu semua orang suka. *So* [jadi], motif dia, kebanyakannya tumbuh-tumbuhan lah. Kalau tumbuh-tumbuhan, tumbuh-tumbuhan apa, kan? Bunga ke daun ke. Dia punya motif itu macam mana hendak cakap? - Abstrak itu kena ada juga sebab abstrak ni ada orang yang memang sukalah abstrak. Selepas itu, dia kecil, besar motif itu, - supaya kalau kita buat baju, - kalau kita buat motif besar macam belakang ini (sambil menunjuk ke arah baju yang sudah siap dijahit), ada orang tidak suka pakai motif besar, dia tidak mahu badan dia nampak besar.

So [jadi] kita tidak boleh ikut punya *taste* [cita rasa], kita hendak pakai *colour* [warna] gelap. Kita kena buat *colour* [warna] cerah juga. Sebab orang punya *taste* [cita rasa] ini tidak sama. *So* [jadi], apa nama? - saya rasa saya kena *stick* [kekalkan] dengan market. [kekalkan dengan harga pasaran]. Kalau kata kita buat benda itu untuk pertama kali, dan kita rasa benda itu tidak boleh jalan, kita *stop* [berhenti]. Kita *repeat* [ulang] sebab dia dekat sini, Pelancong dia ramai. *So* [jadi], kita kene *repeat* [ulang] benda itu. Kita tidak ada masalahlah. Macam orang kata, eh, bukan sudah buat dah ke yang ini! Tidak mengapa, sebab orang yang kemudian membeli itu bukan orang yang sama. Dia kira belajar daripada kesilapanlah juga, motif apa, warna apa, *design* [reka bentuk]. *So* [jadi], kita akan tahu lah.

AH : Baik Puan, terima kasih atas soalan yang Puan sudah jawab sebelum-sebelum ini. Saya rasa sangat puas hati. Jadi kita beralih ke soalan daripada rakan saya pula. Okey, Hannan silakan.

SH : Assalamualaikum Puan.

PM : Walaikumussalam.

SH : Sebenarnya tadi saya dengar pun saya rasa sangat menariknya pengalaman dan apa yang perkongsian Puan tadi. Jadi seterusnya kita akan *move on* [teruskan]. Aaa.. Kami akan menyambung lagi sesi temuduga ini dengan mengenalpasti cabaran yang dihadapi oleh Puan sebagai pengusaha. Jadi memandangkan industri batik kini banyak menggunakan teknik cetakan mesin yang lebih pantas dan murah, apakah cabaran utama yang Puan hadapi dalam memastikan produk hasil tangan Rarebaqhang kekal relevan dan mampu bersaing di pasaran tanpa mengorbankan nilai seni serta keaslian tradisionalnya?

MS : Okey. Aaa... Kita kena ada *knowledge* [pengetahuan] walaupun kita bukanlah pengeluar utama produk aaa... (berfikir) fabrik, kita kena ada *knowledge* [pengetahuan] macam mana bagaimana benda itu dibuat supaya bila pelancong datang kita boleh *explain* [jelaskan] sebab apa harga dia macam ini. Okey kalau kita beli yang *original* [asli] ini (mengangkat dan menunjukkan kain batik contoh), kita basuh warna dia takkan [tidak akan] keluaq [keluar] dah [sudah]. Dan perbezaan *original* [asli] dengan *printed* [cetakan], dia dua-dua belah dia sama warna. Aaa... dia tak [tidak] nampak perbezaan. Ini kita kena tunjuk dekat *foreigner* [pelancong], dekat pelanggan kita. Supaya dia tahu kualiti itu. Kalau *printed* [cetakan] dia lain (menggeleng kepala). Kualiti dia tak [tidak] sama. Dan kain dia kita pegang (mengusap kain batik) pun kualiti dia lain. Ah.. *So* [jadi] kita kena ada *knowledge* [pengetahuan] macam mana buat aaa... penghasilan *final* [akhir] dia, *block* [blok] (memegang bag kecil corakan batik) kita kena tahu macam mana hendak *explain* [terangkan] ini aaa... corak-corak ini macam mana teknik *marble* [marmar] ini - macam mana dibuat. Orang lebih berminat beli benda itu sebab dia tahu proses itu berbaloi dengan *value* [nilai] harga barang itu.

SH : Terima kasih atas perkongsian Puan. Tadi cabaran tadi pun saya dengar pun rasa sangat *complicated* [rumit]. Jadi seterusnya adalah soalan tentang mengenai isu sumber bahan mentah dan kos. Jadi sejauh manakah kesukaran mendapatkan bahan mentah yang berkualiti dan harga yang stabil yang menjadi satu halangan kepada Puan untuk meningkatkan pengeluaran produk atau --

MS : (Memegang kamera telefon dan menunjukkan rupa dalam kedai) Saya akan bawa jalan sikit nah [sekejap].

SH : Oh, okey boleh Puan.

MS : Okey sebab -- (menunjukkan deretan pakaian) okey ini kedai. Daripada hujung, daripada sini sampai ke hujung sana. Ini ramai ini pelancong (menunjukkan pelancong di dalam kedai), harini [hari ini] ramai. Tadi pun [juga] ramai. Okey saya nak bagitau [beritahu] stok saya, saya memang kena sediakan stok sentiasa ada. Sebab kita tidak tahu kadang-kadang tempat kilang yang kita *order* [pesanan] di Terengganu itu mungkin mengalami ke apa tak [tidak] ada stok kain, aaa... tak masuk [tidak termasuk] stok kain putih. So [jadi] diorang [mereka] punya *production* [pengeluaran] akan *stop* [berhenti]. So [jadi] kita kena sentiasa (membuat gerakan tangan) ada aaa... kain aaa... bahan mentah lah. Ini bahan mentah tapi bahan mentah yang saya jual, saya gantung kat sini [disini] (menunjukkan rak deretan kain batik) supaya kalau ada orang hendak beli kain, bahan mentah tu [itu] masih boleh mendatangkan keuntungan. Ha... ini semua bahan mentah. Bahan mentah yang dijual, dengan harga - harga kedai lah. So [jadi] aaa... kita tidak boleh tunggu sampai stok ini habis. Kalau stok ini habis, sebab saya pernah buat kesilapan, saya masih ada beberapa puluh kain dan tiba-tiba stok dia [pengeluaran kilang] terberhenti selama 4 bulan. Ha... itu masalah itu. Kita belajar daripada situ [pengalaman], so [jadi] kita tahu dah [sudah] kita kena sentiasa ada stok. Macam shawl (menunjukkan deretan shawl). Shawl ini material dia *chiffon* [sifon]. Dia lebih terbentuk, lebih senang hendak pakai, tak [tidak] payah *iron* [gosok]. Macam shawl, saya terpaksa order sebelum habih [habis]. Saya sentiasa kena ada *backup* [sandaran] bahan mentah sebab dia hendak buat, dia proses dia nak hendak buat aaa... bukan dalam masa sehari kita habis produk besok [esok] kita buat, tidak. Sebab kita - dia akan ambil masa untuk lipat, ambil masa untuk celup, untuk basuh. Setiap produk ini dia tidak sama *design* [reka bentuk] dia. Semua lain-lain (menunjukkan reka bentuk di tudung shawl). So [jadi] kita kena sentiasa ada stok. Stok *colour* [warna], bahan mentah, shawl, kain. Ha ini semua kain-kain yang tadi yang bahan mentah itu yang sudah dijadikan produk lah. Ini *t-shirt* (menunjukkan rak deretan baju kemeja batik). *T-shirt* [baju-T] pun [juga] kita kena sudah boleh *top up* [menambah stok] sudah sebab cuti sekolah dia sudah dekat. So [jadi] dia [stok] akan cepat habis lah. Macam dekat sini (menunjukkan rak cenderamata) kita ada barang yang harga yang harga boleh mampu milik lah. Macam tidak semua orang — dia hendak beli cenderahati tapi dia tidak mampu hendak beli yang mahal-mahal so [jadi] dia ada *option* [pilihan] lah kan. Ha itu (menunjukkan deretan beg dan dompet) *totebag* [beg jinjing]

untuk *student* [pelajar]. Kita ada pelbagai saiz. Ha macam ini stok apa semua kita tidak ada simpanan stok. Kita buat, kita pameran semua. Kita jual semua. Apa yang ada di sini yang nampak ini, itu adalah stok. Yang stok yang tersimpan adalah stok bahan mentah saja. Stok barang tidak ada. Semua dijual terus. Ini kedai (menunjukkan reraian di sebelah ruang cenderamata), kedai saya juga ini sebelah ni [ini]. Tidak sempat hendak simpan stok pun sebab dia punya *sale* [jualan], dia ada gelombang dekat ____ aaa... ini tempat *workplace* (menunjukkan Kawasan ruangan bekerja). Tempat buat kerja. Kita hasilkan di depan pelanggan *so* [jadi] diorang [mereka] lebih yakin lah yang produk ini dibuat di Langkawi bukan dibuat di mana-mana buat masuk di tempat lain. Ini cara tarikan jugalah. *So* [jadi] orang tahu baju-baju ini semua dibuat di sini lah.

SH : Terima kasih Puan atas penjelasan tadi dan juga terima kasih bawa kami tour (melawat) walaupun kami tidak ada di sana *physically* [secara fizikal].

AH : Maksudnya Puan, tadi macam Puan aaa... tunjuk macam ada *machine* [mesin] kan apa semua. Maksudnya Puan menjual *but* [tapi] *at the same time* [pada masa yang sama] penjual yang datang juga pun boleh tengok kan kalau waktu itu Puan buat satu jenis macam orang kata produk itu juga macam contoh menjahit kan.

MS : (Mengangguk kepala) ya betul.

AH : *So* [jadi] maksudnya pengunjung boleh tengok juga?

PM : Ha sebab diorang [mereka] aaa... depa [mereka] pun akan tahulah keaslian pembuatan itu. Ha bukan kita *order* [pesan] daripada luaq [luar]. Sebab dia *first* [pertama] dia akan tanya *is this product coming from Thailand?* [Adakah produk ini

datang dari negara Thailand?] Ha dia ada aaa... dia ada duit untuk beli *so* [jadi] dia hendak *make sure* [pastikan] benda itu aaa... memang asli daripada Langkawi sebab itu ada beberapa produk yang sesuai untuk diberikan *gift* [hadiah] macam *glass case* [bekas kaca] aaa... *keychain* [rantai kunci]. Saya akan letak aaa... *tag* [label] Langkawi. Supaya orang macam _____ *bookmark* [penanda buku] aaa... benda-benda yang item yang murah ini orang akan beli banyak *so* [jadi] dia ada tulisan Langkawi - itu dia [pelancong] hendak.

SH : Okey baik. Terima kasih Puan atas penjelasan tadi dan sambungan lagi tentang cabaran, pasaran dan penerimaan pelanggan. Menurut maklumat Puan yang kami telah terima terlebih dahulu ternyata yang kebanyakan pelanggan Puan adalah pelancong asing. Jadi apakah cabaran khusus yang Puan hadapi dalam menyesuaikan reka bentuk atau corak batik agar ia diterima oleh pasaran antarabangsa tetapi pada masa yang sama masih mengekalkan identiti budaya tempatan yang asli?

PM : Okey aaa... macam mana hendak cakap, macam saya cakap tadi saya guna benda yang sama juga macam orang lain guna motif yang sama sebab kita punya motif Malaysia motif dia *simple* [ringkas]. Dia tidak terlalu *complicated* [rumit]. *So* [jadi] kalau aaa... untuk pelancong luar [luar] dia suka benda yang *simple* [ringkas]. Benda yang *simple* [ringkas], warna yang tidak terlalu menonjol. Itu pengalaman saya lah sebab bila saya jual saya rasa *color* [warna] itu terlalu kusam. Warna dia tidak menarik tapi aaa... pelancong luar [luar] dia kata *oh, this is very beautiful I like the colors very soft* [oh, ini sangat cantik, saya suka warna ini yang sangat lembut]. *So* [jadi] maknanya aaa... *design* [reka bentuk] itu tidak cantik di mata *local* [orang setempat]. Sebab kita boleh nampak perbezaan orang lokal akan beli warna apa, orang pelancong luar [luar] beli warna apa. Kat [di] situ kita aaa... kita kena lebih banyak, banyak aaa... *study* [belajar] lah warna sebab macam beg-beg aaa... (menunjukkan contoh dompet) macam ini saya jarang buat warna-warna gelap. Ada warna gelap tapi warna pastel warna lembut lebih cepat [barangan berwarna lembut lebit cepat terjual]. Aaa... *so* [jadi] maknanya saya kena

aaa... tengok gelombang-gelombang aaa... kemasukan pelancong dalam Langkawi. Kita tahu sebab MOTAC [Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya] *tourism* [pelancongan]. *Tourism* [pelancongan] dia, dia dekat Langkawi dia ada, dia bukan aaa... sentiasa *Europe* [pelancong dari Eropah]. Dia ada bermusim. *So* [jadi] kita kena *make sure* [pastikan] kalau musim *Europe* [pelancong dari Eropah] masuk kita kena *make sure* [pastikan] benda-benda *color* [warna] pastel ini kita kena ada stok banyak. Baju, beg. Ha kalau kita tak tidak ikut trend itu saya-- kita akan merudum lah. Aaa... macam sekarang, sekarang dia dah *slow* [kemasukan pelancong perlahan]. Bulan *start* [mula] bulan empat, lima, enam, tujuh, lapan. Lima bulan ini aaa... pelancong *Europe* [Eropah] aaa... kurang. Dia banyak yang masuk aaa... pelancong India dan China. Ha *so* [jadi] nanti bila bulan *start* [mula] bulan Sembilan aaa... dia akan *start* [mula] balik sebab tempat diorang [mereka] dah [sudah] sama. *So* [jadi] dia akan keluq [keluar] daripada tempat-tempat depa [mereka], depa [mereka] pun akan mai [datang] dengan negara-negara Asia dan Langkawi menerima tempias yang banyak lah untuk aaa... pelancong *Europe* [Eropah].

SH : Baik Puan. Terima kasih atas sharing [perkongsian] tadi. Aaa... jadi saya akan sambung lagi dengan soalan seterusnya mengenai halangan pemasaran dan pengedaran. Jadi setakat ini, perniagaan Puan hanya beroperasi secara fizikal di kedai. Walaupun tadi Puan ada *mention* [menyebut], Puan ada berjualan secara *online* [talian]. Jadi kini apakah halangan atau cabaran utama yang menghalang Puan daripada mengembangkan jangkauan perniagaan tersebut melalui saluran jualan dalam talian atau memasuki pasaran di luar kawasan Langkawi?

MS : Okay aaa... ada aaa... kesukaran untuk kita hendak pos sebab pejabat pos jauh. Daripada sini kita hendak pos kita kena pergi Kuah yang mengambik [mengambil] masa dalam dua puluh ke dua puluh lima minit daripada Kompleks Kraf dan saya *stop* (berhenti) buat *online* [talian] perjualan daripada media, *social media* [media social] sebab kadang-kadang orang nak *order* [pesanan] satu benda, kita kena tinggal kedai untuk pergi ke pejabat pos. Dan satu lagi yang orang luq [luar] tidak tahu, orang Langkawi

sendiri pun ada ramai yang tidak tahu aaa... kita hendak pos barang keluag [keluar] daripada Langkawi, kita kena bayar *tax* [cukai]. Ha apa-apa barang yang masuk dalam Langkawi tidak apa. Tapi macam kami aaa... pengusaha kraf, kami ada surat pelepasan lah *tax* [cukai] itu daripada kastam. Tapi dia jadi susah lah, dia jadi buang masa kita kena melalui kastam, buat *declaration* [borang pengisytiharan] apa semua. So [jadi] saya rasa saya tidak bergantung aaa... penjualan itu dekat aaa... *social media* [media social] aaa... sebab saya bukan ada stok yang kita boleh pos di *social media* [media sosial] dan stok itu berkekalan. Setiap design [reka bentuk] akan berubah-ubah warna, akan berubah-ubah size. Dan bila orang *order* [pesanan] benda yang sama, *design* [reka bentuk] yang sama di dalam gambag [gambar] yang kita pos dekat *social media* [media sosial], kita tidak akan dapat benda itu. So [jadi] saya lebih suka fizikal sebab benda itu adalah *rare* [jarang]. Dia tidak akan ada dua. Sebab itu saya tidak suka jual *online* [talian].

SH : Baik Puan, terima kasih atas sharing [perkongsian] tentang cabaran Puan tadi. Kemudian kita akan meneruskan lagi sesi ini dengan berikut adalah soalan tentang kajian sumbangan butik terhadap ekonomi tempatan serta peranan dalam menaikkan ekonomi setempat. Jadi sebagai pengusaha di bawah naungan kraftangan Malaysia dan MOTAC, bagaimanakah Rarebaqhang Studio berperanan dalam menarik minat pelancong asing untuk datang ke kompleks kraf Langkawi dan sejauh manakah aaa... dan sejauh manakah ini memberi impak positif kepada ekosistem pelancongan di Pulau Langkawi secara keseluruhannya?

MS : Sebenarnya, kita beruntung sebab kita di bawah aaa... bangunan yang cantik, aaa... bawah bangunan kerajaan. Aaa... kalau promosi macam promosi aaa... *tourism* [pelancongan] Langkawi lebih-lebih lagi *promote* [promosi] Kompleks Kraf masa pelancong itu mula-mula masuk. Saya rasa benda itu akan dia punya impak dia lebih baiklah sebabnya bila ada pelancong yang dia hendak balik dah [sudah] besok [esok], dia datang aaa... hotel-hotel bagitau [beritahu] kalau *you* [awak] hendak beli barang *original* [asli] *you* kena pergi Kompleks Kraf. So [jadi] dia dah sudah balik besok [esok]. So [jadi]

dia mai [datang] hari ini. Contohnya dia beli tapi waktu itu terlalu terhad sebab dia tidak sangka bangunan ini sebesar [sebesar] ini dan produk pilihan sebanyak ini sebab ada banyak gerai kat [di] dalam ni [bangunan ini], - ada banyak usahawan. So [jadi] saya rasa promosi itu memainkan peranan untuk bagi impak penjualan yang lebih. Diorang [mereka] tidak tahu pelancong ini tidak tahu masa masuk ke Langkawi ____ dia pun tidak tahu benda itu. Informasi itu tidak sampai lah. Kadang-kadang orang tidak tahu berkata, eh ada kompleks kraf di Langkawi, itu orang Langkawi sendiri tidak tahu kata ada Kompleks Kraf. Saya rasa kalau kata dia [Kompleks Kraf] lebih dikenali kami punya penjualan akan lebih meningkat lah.

SH : Baik Puan. Terima kasih. Saya pun *first time* [Kali pertama] dengar pasal [tentang] Rarebaqhang ini, itu pun daripada Haifa. Jadi kita akan teruskan lagi. Selain itu, bolehkah Puan ceritakan lebih lanjut tentang dalam usaha menaikkan taraf perniagaan tempatan ini, adakah terdapat individu atau kenalan tertentu yang memainkan peranan penting dalam membantu butik Puan berkembang dan bagaimana hubungan peribadi atau profesional ini memberi kesan kepada peniagaan Puan?

MS : Aaa... okey kita kena menjaga hubungan baik kita dengan aaa... kraftangan itu sendiri. So [jadi] setiap event [acara] yang dilaksanakan di Kompleks Kraf kita kena *join* [sertai] dan kita kena *make sure* [pastikan] kita aaa... punya barang, kuantiti, produk kita sentiasa ditambah baik, aaa... kualiti kita, kualiti jahitan, susun atur kedai supaya kita sentiasa disenangi oleh aaa... kraftangan [agensi kompleks kraf] lah. Sebab diorang [mereka] akan buat *spot check* [pemeriksaan mengejut] dan kita akan melalui proses aaa... apa pembaharuan aaa... sewa. So [jadi] kalau kita tidak memenuhi kriteria produk kalau kita ada pakai produk luar [luar] daripada Malaysia, so [jadi] kita akan di *terminate* [ditamatkan kontrak] lah. So [jadi] kita kena jaga produk kita. Dan lagi satu, bila ada *event interntional* [acara antarabangsa] sebab Langkawi kita kena faham dia ada *event-event International* [acara-acara antarabangsa]. So [jadi] kita kena aaa... tahu macam mana kita hendak *communicate* [komunikasi] pelancong dalam bahasa Inggeris.

Kadang-kadang diorang [mereka] akan bawa *VIP* [orang penting]. - Okey macam MOTAC ataupun jabatan-jabatan kerajaan. Aaa... kementerian akan bawa *VIP* [orang penting], jemputan-jemputan khas depa [mereka] kat [pada] kita. So [jadi] kita kena tahu macam mana kita hendak bawa diri kita untuk bagi layanan yang *standard internasional* [piawaian antarabangsa] lah. Aaa... baru diorang [mereka] akan buat macam ada *link* [hubungan] dengan kita untuk lebih banyak program *internasional* [antarabangsa]. Kalau kata kita jual macam kita jual produk itu macam kampung, kedai-kedai runcit. Kita tidak boleh benda itu. Kita tidak mahu lah kan. Kita kena jaga hukum baik kita dengan agensi lain *tourism* [pelancongan]. Sebab diorang [mereka] ini akan bawa delegasi. Kalau kita tidak pandai, tidak ada budi bahasa, kita tidak pandai hendak layan *customer* [pelanggan], kita buat tak tidak tahu dia bawa *VIP* [orang penting], kita buat tidak reti je [Sahaja]. Nanti dia tidak suka dia tidak bawa dah [sudah] lah kan. Kena tahu lah benda itu. Macam mana kita hendak bawa diri kita dan bahasa Inggeris itu sangat penting.

SH : Seperti yang kita tahu, Puan juga sering membawa identiti batik dalam produk modern seperti beg dan pakaian. Jadi bagaimanakah usaha Puan memelihara warisan seni ini untuk menjadi satu sumber ekonomik strategik yang memastikan kemahiran seni tempatan tidak hilang sekaligus menjamin kelangsungan pendapatan buat penggiat seni kraft di sini?

MS : Satu yang saya boleh kongsi, saya ada satu prinsip. Batik, saya lebih suka buat baju itu lebih sopan untuk menyampaikan identiti *Islamic country* [negara Islam] dan baju-baju kebangsaan kita macam contoh, saya ada buat baju kedah, bukan baju kebangsaan baju rakyat, saya buat baju kedah yang boleh dipakai oleh lelaki ataupun perempuan. Dan bila kita explain dekat [pada] pelancong *this is traditional daily wear, it's called baju kedah* [ini adalah baju basahan tradisional yang dipanggil baju Kedah] dia pun lebih berminatlah benda tu sebab dia tahu motif traditional *and the design* [dan reka bentuk], baju itu sendiri *design* [reka bentuk] itu adalah *design* [reka bentuk] rakyat pakai. So [jadi] dia pun lebih suka. Kita walaupun kita buat ____ mana pun baju itu tapi

kita kena ada *guideline* [garis panduan], kita tidak boleh buat baju yang terlalu moden sangat sampai hilang identiti baju kebangsaan, baju pakaian rakyat kita. Kita tidak boleh terlalu _____ boleh modern tapi dia ada jenis-jenis *fashion designer* [pereka baju] - tapi saya, itu prinsip saya sendirilah saya tidak kata orang lain yang buat itu tak boleh, tak okey. *So* [jadi] dia ada target market dia tapi macam saya, saya suka orang itu nampak lebih *local* [penduduk setempat]. Bila orang itu pakai dia nampak lebih *local* [penduduk setempat]. Dan saya tidak buat seluar pendek, saya tak buat baju yang tidak ada lengan. Kalau ini pun tangan pendek macam itulah.

AH : Puan, saya - maaf macam lah saya hendak tanya. Kalau macam contoh penduduk Tempatan yang macam sudah tahu kedai Puan kan kalau diorang [mereka] macam hendak buat tempahan, adakah Puan menerima atau Puan lebih *prefer* [lebih suka] untuk *customer* [pelanggan] datang ke kedai untuk pilih hasil Puan yang sediada? Macam mana Puan?

MS: Dulu lima (5) tahun, enam (6) tahun yang lepas saya ambil, empat (4) tahun yang lepas saya ambil *order* [tempahan]. Dia boleh pilih kain dan ambil ukuran saya buat. Tapi selepas saya masuk ke dalam kompleks kedai, saya tidak ambil langsung *order* [tempahan]. Walaupun orang itu datang, dah [sudah] ambil kain di dalam kedai dan sanggup bayar harga sama macam produk yang di dalam kedai, saya masih tidak boleh hendak bagi komitmen untuk *order* [tempahan]. Bukan saya rasa benda itu tidak berbaloi, tidak. Saya tidak ambil sebab saya tidak sempat. Macam produk tadi yang beg yang tengok-tengok yang banyak-banyak tadi kan. Kadang-kadang orang ramai, orang tidak ambil satu. Dia akan ambil semua. Kalau ada dua belas di kedai, dia ambil semua dua belas. *So* [jadi] maknanya *the next day* [pada keesokan hari] saya kena tambah benda ini. Macam besok [esok] pula, orang ambil *coin purse* [dompet syiling]. Saya pernah sekali, bukan pelancong lah, dia delegasi. Dia ada macam perbincangan, ada yang kementerian punya lah. Dia daripada Filipina, _____. Dia datang, dia - *coin purse* [dompet syiling] itu ada tiga puluh. Di dalam satu rak itu yang tergantung itu ada tiga

puluh. Dia ambil tiga puluh semua. *So the next day* [jadi pada keesokan harinya] itu saya kena tambah benda itu pula. *So* [jadi] saya tidak sempat hendak ambil *order* [tempahan] sebab saya sentiasa kena tambah *item* [barang]. Saya kena *repeat* [ulang] balik benda itu. Macam baju kat [di] belakang ini. Kalau dia tidak terjual, dia tidak terjual. Tapi kalau hari yang terjual, kalau datang dua biji bas, empat biji bas. Pernah sekali datang sembilan biji bas. *So* [jadi] orang ambil. Yang lain pun ambil. *So* [jadi] dalam satu hari boleh habis semua. *So* [jadi] saya kena *top up* [tambah] yang itu.

SH: Terima kasih atas perkongsian yang menarik tadi. Jadi kita akan bergerak seterusnya kepada soalan yang terakhir. Jadi dengan persoalan semua yang telah kami tanyakan tadi secara keseluruhannya, pada pendapat Puan, apakah peranan yang lebih besar yang boleh dimainkan oleh usaha butik kraf seperti Puan dalam membantu kerajaan merencanakan lagi pembangunan ekonomi setempat? Terutamanya dalam melahirkan lebih ramai usahawan kraf muda di Pulau Langkawi?

MS: Saya - yang ini saya berminat hendak jawab sebab saya nampak nampak orang Langkawi - orang Langkawi sendirilah saya memang aaa... rasa sedih juga sebab kalau kata orang Langkawi nampak benda itu sebagai satu pendapatan, mereka akan belajar menjahit. Ha... sebab kebanyakan orang suka jual makanan. Tapi sebenarnya benda-benda macam ini kena dengan lokasi sebab saya yang keluaq [keluar] - saya yang duduk di luar daripada Langkawi, saya masuk kat [di] sini, saya rasa *impact* [kesan] saya punya pendapatan saya memang berbeza, saya nak terterang [ingin berterus terang]. *So* [jadi] kalau kata LADA ataupun aaa... *tourism* [agensi pelancongan] aaa... sini apa - akademi *tourism* [pelancongan] buat bengkel menjahit ataupun belajaq [belajar] apa-apa *skill* [kemahiran] yang depa [mereka] bagi secara percuma, saya minta sangat budak-budak muda dekat [di] Langkawi ini pi belajaq [pergi belajar], pi ambik [pergi ambil] kemahiran itu. Sebab benda itu sebenarnya kalau kata kita rajin memang boleh buat duit - market dia memang tinggi. Kebanyakan yang saya ____ adalah kawan kat [di] situ dia orang Langkawi [mereka orang Langkawi] juga tapi dia daripada *background*

[latar belakang] yang berbeza. *Stop* [berhenti] daripada kerja itu [berhenti dari pekerjaan sebelumnya], buat eco print, buat produk baju apa semua dan *income* [pendapatan] dia memang lain. Itu orang yang tahu macam mana nak buat *sale* [penjualan] di dalam Langkawi sebab kita kena tahu budak-budak, *especially* [lebih lagi] budak-budak muda dia kena start buat *business* [perniagaan] - dekat [di] Langkawi ini peluang dia sangat lain - yang sangat berbeza dengan Tanah Besar daripada saya duduk Penang. Penang sekalipun walaupun ada pelancong datang tapi peluang dia itu susah sikit. Dia tidak macam Langkawi. Langkawi ini memang *best* [seronok]. Kemahiran itu penting.

SH : Baik Puan (mengangguk kepala). Dengan itu tamatlah sesi temuduga kita pada hari ini. Terima kasih kerana sudi meluangkan masa Puan, berkongsi pandangan dan pengalaman. Maaf jika ada soalan-soalan kami tidak memuaskan hati tapi terima kasihlah meluangkan masa untuk kami menyiapkan kajian kami dan -

MS : Saya pun minta maaf kalau saya jawab itu tak menepati apa yang Safiyyah dengan Haifa hendak.

SH : Baik Puan, terima kasih lagi sekali. Jadi untuk maklumat Puan, segala maklumat yang Puan berikan kepada kami akan dirahsiakan dan digunakan hanya untuk kajian kami. Jadi jika Puan ada sebarang persoalan, Puan boleh WhatsApp kami. Jadi sekali lagi terima kasih. Kami amat menghargai kerjasama Puan pada hari Ini. Terima kasih Puan.

MS: Boleh sama-sama. Belajar elok-elok. Semoga berjaya.

SH: Baik Puan, terima kasih. Haifa hendak tambah apa-apa?

AH: Saya juga nak ucapkan terima kasih dekat Puan sebab luangkan masa juga dan saya pun hendak minta maaf jika saya ada terkasar bahasa ataupun sebarang kesilapan yang saya tidak nampak, saya minta maaf daripada pihak saya kepada Puan. Saya rasa itu pun itu sahaja daripada saya juga.

SH : Terima kasih Puan sekali lagi.

MS : Sama-sama. Kalau perlukan aaa... gambar *visual* [gambar] boleh minta dekat [pada] Sofia [anak Puan Maznah] lah soh [suruh] dia ambil.

AH, SH : Baik Puan terima kasih.

MS : Sama-sama. Assalamualaikum.

AH, SH : Waalaikumsalam.

Demikian tadi wawancara mengenai pengalaman Puan mazlina binti saidin sebagai pengusaha batik. Kami kini mengakhiri temuduga tentang kraf butik tekstil jahitan. Semoga hasil rakaman ini akan memberikan manfaat kepada pendengar dan penyelidik serta generasi seterusnya yang akan datang. kami sudahi rakaman ini dengan ucapan ribuan terima kasih kepada Puan Mazlina binti Saidin atas kesudian perkongsian menjadi peserta temubual.

6.0 RALAT

Ketika sesi temubual sedang dijalankan, beberapa gangguan telah dikenal pasti sepanjang rakaman berlangsung, iaitu:

- Kekangan temubual secara di dalam talian
- Tindak balas skrin atas masalah talian internet

7.0 LOG TEMUBUAL

Masa (minit)	Perkara	Fokus
3:36 -4:14	Sesi Pengenalan diri kepada peserta penemu bual	● Pengenalan: Amirah Haifa bt Adnan & Safiyyah Hannan binti Juwanda ● Ucapan penghargaan kepada peserta penemu bual kerana sudi meluangkan masa bersama.
4:17 -4:55	Latar belakang & perbincangan ringkas perniagaan	● Pengalaman membina perniagaan ● Produk unik & lokasi strategik ● Peralihanualan dalam talian ke premis ● Memudahkan pelanggan dan pelancong.
5:41 - 6:40	Konsep Reka Bentuk & Peralihan Porudk (Upcycle ke Batik)	● Asalnya fokus reka bentuk & upcycle bahan terbuang ● Beralih Beralih dari lokasi Butterworth ke Langkawi ● Kini produk sepenuhnya berasaskan batik ● Menonjolkan keunikan & rekaan sendiri yang berbeza.
7:06 - 9:46	Ciri Khas & Motif serta Teknik Reka Bentuk Batik.	● Perbezaan batik Malaysia dengan negara lain ● Pemilihan motif & warna secara teliti dan unik ● Penguunaan benang hitam

		sebagai trademark utama ● Reka bentuk & lukisan ciptaan sendiri ● Teknik susun atur reka bentuk yang teliti
10:12 - 11:18	Penjelasan Nama Kedai yang digunakan hingga kini & Konsep Produk	● Penjelasan maksud nama jenama “Rarebaqhang” ● Jenama ditubuhkan sejak tahun 2014 ● Produk terhad, mengikut kreativiti & emosi semasa menghasilkan sesuatu koleksi ● Mengajar cara menyebut nama kedai tersebut dengan betul
11:58 - 13:58	Prinsip Reka Bentuk & Kegunaan Produk	● Tidak meniru rekaan orang lain dan hasilkan ciptaan sendiri ● Setiap produk ada keistimewaan tersendiri dan tidak berulang ● Mengutamakan keaslian, fungsi & kegunaan harian ● Contoh: beg simpanan telefon ● Mudah dibawa, praktikal dan selesa digunakan
14:57 - 19:23	Perjalanan Kerjaya, Perkembangan Perniagaan & Perubahan Fokus Produk	● Latar belakang: bermula dari bidang grafik, percetakan & rekaan manual ● Pengalaman di pelbagai

		lokasi: Pulau Pinang, Langkawi , Chenang ● Perbezaan batik asli tangan berbanding cetakan ● Pengiktirafan & penyertaan dalam acara rasmi (MOTEC) ● Perkembangan: bertambah lot perniagaan , tukar fokus ke produk pakaian
20:12 - 22:21	Pilihan Reka Bentuk & Sasaran Pelanggan	● Pilih motif flora, warna lembut,& rekaan yang ringkas ● Sasaran: pelancong luar, pelanggan korporat & pengguna rasmi ● Harga berpatutan, rekaan unik serta tiada ulangan ● Sesuai sebagai pakaian kerja serta cenderamata yang membawa kepada identiti tempatan
22:56 - 24:45	Kriteria Kualiti, Pertimbangan Saiz & Reka Bentuk mengikut Pasaran Sasaran	● Mengutamakan ketelitian, kekemasan dan ketepatan ukuran berdasarkan daripada latar belakang sebagai seorang pereka grafik ● Memilih saiz yang praktikal serta rekaan ringkas tanpa compartment yang berlebihan

		● Menyesuaikan harga dan fungsi produk mengikut kemampuan pelajar ● Reka bentuk lebih terperinci untuk bahagian korporat. ● Menjaga kualiti bahan dan bentuk supaya tahan lasak serta sesuai untuk semua peringkat umur
25:09 - 25:35	Kesetiaan Pelanggan	● Pelanggan terutamanya pelancong akan melawat semula kerana berpuas hati dengan kualiti dan nilai produk ● Produk yang berbaloi dengan harga menjadikan pelanggan akan selalu berkunjung untuk membeli koleksi di Rarebaqhang setiap kali datang ke Langkawi ● Kepuasan pelanggan adalah pencapaian utama sebagai pengusaha
26:37 - 27:53	Pemilihan Bahan Kain & Kualiti Produk	● Mengutamakan kain 100% kain kapas, poplin dan viskos serta elakkan daripada menggunakan poliester ● Bahan kapas lebih selesa dan sesuai dengan cuaca tempatan

		● Memahami ciri-ciri bahan bagi menjelaskan kepada pelanggan ● Kain batik dipilih dengan teliti, lembut dan disediakan dengan sempurna.
28:28 - 30:12	Penentuan Identiti Motif & Pertimbangan Pasaran Produk	● Tidak perlu mengikut idea orang lain secara membabi buta, kekalkan identiti sendiri dalam pemilihan motif ● Memilih motif tumbuh-tumbuhan yang umum disukai ramai, namun tetap mempunyai ciri khas tersendiri ● Mengambil kira selera pelanggan : ada yang suka motif abstrak, ada yang lebih cenderung kepada corak bear atau kecil ● Mengambil kira faktor kesesuaian penggunaan, selera pasaran serta keunikan reka bentuk ● Mengelakkan pengulangan idea yang sama, belajar daripada kesilapan atau keputusan pasaran terdahulu bagi memperbaiki reka bentuk

31:15 - 32:20	Pengetahuan Produk & Perbezaan Kualiti Barang Asal dan Tiruan	● Wajib menguasai pengetahuan penuh tentang produk dan bahan bagi menjelaskan setiap butiran kepada pelanggan ● Mampu membezakan ciri barang asli dengan tiruan, termasuk perbezaan harga, warna dan mutu cetakan ● Kualiti bahan dan hasil cetakan produk asli jauh lebih baik dan konsisten berbanding barang tiruan ● Mempunyai pengetahuan tentang proses pembuatan, jenis bahan, dan asal usul produk untuk menjawab pertanyaan pelanggan dengan tepat ● Dapatkan menyakinkan pelanggan tentang nilai sebenar produk serta kelebihan berbanding barang pasaran lain
32:56 - 36:32	Pengurusan Stok, Rantaian Bekalan & Strategi Harga Produk	● Bahan mentah diambil dari pembekal yang konsisten, proses pembuatan memerlukan tempoh masa dan tidak boleh disiakan seketika sentiasa menyediakan stok sandaran bagi mengelakkan

		kekurangan bahan ● Menggunakan jenis kain dan bahan mentah yang sama sepanjang proses pengeluaran, dan bahan tersebut boleh diubah menjadi pelbagai jenis produk seperti baju, beg dan lain-lain ● Menyediakan pelbagai saiz dan reka, bentuk, serta menawarkan pilihan harga yang berbeza dan sesuai untuk bajet pelajar dan juga pilihan premium ● Mengamalkan pengurusan stok yang telus: barang yang dipamerkan adalah stok sedia ada, dan barang yang terjual tidak akan disimpan semula ● Lokasi pengeluaran berdekatan dan kemudahan akses, proses pembuatan dijalankan di tempat yang selamat dan sah, serta semua produk dihasilkan secara tempatan
37:11 - 37:52	Jaminan asal usul produk & pengenalan identiti tempatan	● Pelanggan dari luar negara sering bertanya mengenai asal usul produk, dan pengesahan tempat pengeluaran adalah

		penting untuk membina kepercayaan ● Memastikan setiap produk dihasilkan sepenuhnya di Langkawi, dan maklumat ini dinyatakan dengan jelas pada label produk ● Produk ini merangkumi pelbagai jenis seperti barangan hiasan, peralatan dapur, serta hadiah cenderamata yang unik ● Penandaan nama Langkawi pada produk bertujuan untuk membezakan barangan tempatan dan menjadikannya rujukan istimewa bagi pelawat
38:33 - 40:48	Reka Bentuk Sesuai Pasaran & Perancangan Mengikut Musim Pelancongan	● Menekankan identiti reka bentuk unik Malaysia, dengan gaya ringkas dan tidak rumit yang sangat disukai pelawat asing ● Warna pastel dan lembut lebih diminati berbanding warna gelap; pemilihan warna disesuaikan dengan kehendak pelawat tempatan dan antarabangsa ● Mengambil kira aliran pelancongan Langkawi serta acara seperti MOTEC untuk

		merancang stok dan jenis produk • Kedatangan pelawat adalah bermusim: musim kemuncak pelawat Eropah, manakala bulan lain lebih ramai pelawat dari India, China, dan negara Asia lain • Perlu menyediakan stok mencukupi mengikut musim, dan menyesuaikan reka bentuk serta jenis produk mengikut aliran terkini dan kehendak kumpulan pelawat yang berbeza.
41:30 -43:00	Cabaran Pengedaran, Jualan Dalam Talian & Keunikan Produk	• Cabaran logistik: Pengambilan barang memerlukan masa, perkhidmatan penghantaran terhad, dan prosedur kastam bagi penghantaran ke luar negara memakan masa dan menambah masa • Jualan dalam talian melalui media sosial berpotensi besar, namun terhalang oleh batasan penghantaran serta kurangnya pendedahan tentang produk Langkawi kepada orang luar • Setiap reka bentuk sentiasa dikemas kini dari segi warna

		saiz; tiada stok berlebihan dan setiap keluaran adalah terhad ● Mengelakkan pengulangan reka bentuk yang sama sepenuhnya, menjadikan setiap produk unik dan jarang ditemui di tempat lain ● Keunikan dan nilai eksklusif produk menjadi tarikan utama untuk dipasarkan secara dalam talian
43:42 - 45:13	Kekurangan Pendedahan & Potensi Promosi Kompleks Kraf Langkawi	● Kompleks Kraf terletak di kawasan rendah berhampiran bangunan kerajaan, kurang menonjol berbanding bangunan ikonik lain, menyebabkan pelawat kurang menyedarinya ● Masalah Utama: maklumat tidak sampai kepada sasaran - pelawat asing dan penduduk tempatan Langkawi pun tidak mengetahui kewujudan pusat ini ● Walaupun terdapat pelbagai jenis produk dan usahawan, tempoh lawatan pelawat terhad dan mereka tidak terarah ke lokasi ini ● Promosi yang lebih berkesan

		mampu meningkatkan kesedaran, membolehkan pelawat membezakan produk asli dan meningkatkan jualan keseluruhan ● Pengenalan yang lebih meluas kepada kompleks kraf ini bakal memberi impak positif yang besar kepada industri kraf tempatan
45:55 - 48:10	Standard Kualiti, Kerjasama & Komunikasi Pelanggan	● Mematuhi garis panduan rasmi dan mengekalkan kualiti, mutu serta keaslian produk bagi memenuhi kriteria penyertaan di acara tempatan dan antarabangsa ● Mengelakkan produk luar negara iaitu dengan mempromosikan hasil kraf asli Malaysia, dan bekerjasama dengan agensi pelancongan serta jabatan kerajaan untuk pendedahan yang lebih luas ● Mempunyai keupayaan untuk menerima lawatan rasmi, jemputan khas dan acara antarabangsa, namun masih perlu meningkatkan tahap penyampaian dan persediaan ● Cabaran utama adalah

		komunikasi bahasa iaitu perlu menguasai Bahasa Inggeris dan cara penyampaian yang sesuai untuk menjelaskan nilai produk kepada pelawat asing ● Kemahiran berkomunikasi dan pemahaman tentang kehendak pelanggan adalah aspek penting untuk dikukuhkan bagi meluaskan pasaran
49:12 - 50:47	Prinsip Reka Bentuk , Identiti Budaya & Kesesuaian Penggunaan	● Berpegang pada prinsip asas batik, serta mengutamakan reka bentuk yang sopan dan selaras dengan negara Islam serta budaya Kebangsaan Malaysia ● Mengambil inspirasi daripada corak tradisional dan reka bentuk rakyat tempatan, contohnya gaya pakaian tradisi Kedah, dan menjadikannya sesuai untuk semua jantina ● Memastikan reka bentuk kekal mode tanpa menghilangkan ciri khas asal, serta tidak melupakan identiti asal batik dan kra tempatan ● Menjelaskan nilai produk kepada pelancong: ia bukan

		sekadar pakaian harian, tetapi warisan budaya yang mempunyai sejarah dan makna tersendiri ● Mengutamakan keselesaan, kesopanan dan kesesuaian pemakaian, serta memastikan reka bentuk boleh dipakai oleh semua lapisan masyarakat
51:10 - 53:03	Polisi Pesanan, Corak Jualan & Cabaran Pengurusan Stok	● Menerima pesanan khas dan membenarkan pelanggan memilih bahan serta saiz mengikut kehendak, namun terhad oleh kapasiti pengeluaran dan masa yang terhad ● Terdapat corak pembelian yang tidak sekata: kadangkala tiada pembeli, diambil sekaligus, kadangkala hanya sedikit unit yang terjual walaupun banyak disediakan ● Pesanan antarabangsa memerlukan tempuh masa dan jumlah yang besar; keperluan stok perlu ditambah mengikut permintaan, namun pengeluaran tidak dapat disegerakan sepenuhnya ● Produk yang berulang atau

		kurang diminati akan lambat terjual, manakala reka bentuk yang popular sering kehabisan stok dengan cepat ● Cabaran utama adalah meramalkan permintaan tepat bagi mengelakkan lebihan stok atau kekurangan bekalan, serta meluaskan pasaran bagi menyeimbangkan jualan
53:38 - 55:40	Peranan Komuniti Tempatan , Pembangunan Kemahiran & Potensi Ekonomi Langkawi	● Penduduk asli Langkawi berharap kraf dilihat sebagai kerjaya yang berharga, bukan sekadar hobi, ramai menganggap hanya makanan atau pelancongan yang menjadi sumber pendapatan utama ● Mencadangkan penubuhan akademi pelancongan serta bengkel jahitan dan kraf untuk melatih golongan muda secara percuma, bagi memelihara kemahiran warisan ● Rakan setempat yang berlatar belakang berbeza bekerjasama menghasilkan produk eko-print dan pakaian, membuktikan industri ini boleh dijalankan oleh semua

		lapisan masyarakat ● Peluang perniagaan di Langkawi sangat luas berbanding kawasan lain, walaupun kedatangan pelawat tidak berterusan sepanjang tahun, kraf merupakan aset istimewa yang membezakan Langkawi daripada destinasi lain.
56:58 - 57:20	Lokasi Operasi & Perbandingan Pasaran Luar	● Memilih untuk mempromosikan produk dari Langkawi, bukan memindahkan operasi ke lokasi lain walaupun terdapat peluang di bandar besar seperti Kuala Lumpur ● Membandingkan kos dan persekitaran: sewa tempat dan perbelanjaan lain di kawasan luar Langkawi jauh lebih tinggi dan tidak berbaloi ● Kos pengangkutan serta operasi di Langkawi jauh lebih berpatutan berbanding lokasi lain ● Semua proses pengeluaran dan perniagaan dijalankan sepenuhnya di Langkawi bagi mengekalkan identiti keaslian.

8.0 DIARI PENYELIDIKAN

MASA	TARIKH	PERKARA	TINDAKAN
12:30 p.m.	7 April 2026	Perbincangan tentang pemilihan tokoh.	Membuat senarai pilihan tokoh yang memenuhi kriteria.
11:40 a.m.	14 April 2026	Tokoh pertama telah dipilih berkenaan dengan kraf batik tekstil.	Berbincang bersama pensyarah untuk pengesahan pemilihan tokoh.
12:15 p.m.	21 April 2026	Tokoh pertama telah diterima oleh pensyarah.	Bersedia membuat surat permohonan kebenaran menjalankan kajian.
11:30 a.m.	28 April 2026	Penyemakan akhir draf proposal projek sejarah lisan bagi tokoh yang dipilih.	Perbincangan bersama pensyarah tentang draf proposal projek berkenaan objektif kajian dan persoalan kajian.
11:00 a.m.	1 Mei 2026	Proposal projek sejarah lisan telah diterima oleh pensyarah.	Penghantaran proposal projek Sejarah lisan telah dihantar.
11.30 a.m.	5 Mei 2026	Perbincangan soalan temubual.	Menyediakan soalan temubual yang selari dengan persoalan kajian dengan panduan pensyarah.
10:20 a.m.	15 Mei 2026	Penghasilan surat permohonan menjalankan kajian.	Surat permohonan menjalankan kajian telah disemak oleh pensyarah dan dihantar kepada tokoh.

10:00 a.m. – 11:05 a.m.	17 Mei 2026	Temubual bersama tokoh dijalankan.	Temubual bersama Puan Mazlina binti Saidin, pengusaha batik tekstil selama 1 jam.
11:00 a.m.	30 Jun 2026	Penyemakan akhir transkrip bersama pensyarah.	Transkrip disediakan bagi temubual yang telah dijalankan dan disemak oleh pensyarah.
12:00 p.m.	13 Julai 2026	Penghantaran transkrip dan ulasan artikel.	Transkrip lengkap bersama ulasan artikel tentang temubual Bersama tokoh dihantar kepada pensyarah.

9.0 INDEKS

INDEKS

Abstrak 12, 17, 26

Batik 7, 8, 9, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 22, 23, 27, 28, 29, 31, 35, 43, 47, 60

Beg 8, 9, 20, 22, 25, 29, 32, 44

Flora 17, 23, 45

Kraf 7, 8, 9, 22, 32, 33, 34, 37, 39, 52, 53, 56

Kraftangan 11, 21, 22, 23, 34

Motif 11, 12, 13, 17, 22, 23, 24, 26, 31, 35, 43, 47

Pelanggan 19, 23, 24, 25, 31, 35, 36, 45, 46, 48, 54

Produk 7, 8, 9, 13, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 25, 26, 28, 29, 30, 34, 38, 44, 48, 50, 51, 52, 53, 54, 56, 57

Reka Bentuk 7, 8, 11, 12, 17, 20, 23, 24, 26, 29, 31, 43, 44, 45, 46, 47, 49, 50, 54, 55

Seni 7, 8 9, 15, 16, 18, 21, 35

Tekstil 7, 9, 12, 15, 16, 39, 60

Tradisional 7, 8, 9, 11, 12, 27

Warisan 7, 8, 12, 13, 35

Warna 17, 23, 27, 29, 31, 43, 45, 48

RUJUKAN

- Hanim Mohd Salleh, N., Shafiin Shukor, M., Othman, R., Samsudin, M., & Hajar Mohd Idris, S. (2016). Factors of Local Community Participation in Tourism-Related Business: Case of Langkawi Island. *International Journal of Social Science and Humanity*, 6(8), 565–571. <https://doi.org/10.7763/ijssh.2016.v6.712>
- Legino Art, R. M., & UiTM, D. (2012). Malaysian Batik Sarongs: A Study of Tradition and Change.
- Ladin, C. A., Kamruddin, A. Y., Malaya, U., Siti, M., Halili, H., Mahsan, I. P., Nabihah, N., & Nizar, M. (2025). A systematic review of Batik's motif with national identity for the creative industry products in Malaysia. In the *International Journal of Multicultural Education* (Vol. 27, Number 1).
- Ramli, H., Said, T. S., Dimyati, I. N., & Buruntong, B. (2025). Blok Batik Ug: Mengintegrasikan Simbol Sejarah Dan Nilai Institusi Untuk Menjaga Identiti Visual. *Journal of Tourism Hospitality and Environment Management*, 10(42), 89. <https://doi.org/10.35631/JTHEM.1042006>
- Razali, H. M., Ahmad, M. S., Omar, M., Hashim, S. F. M., Ghazali, N. H., & Zain, W. S. W. M. (2025). Teori Dan Model Dalam Kajian Reka Bentuk Batik Malaysia: Satu Analisis Literatur Sistemik. *Quantum Journal of Social Sciences and Humanities*, 6(6), 500–512. <https://doi.org/10.55197/qjssh.v6i6.707>
- Wahed, W. J. E., Amin, H., Mohamad Bohari, A. A., Pindah, C., & Azmi, S. (2022). Malaysian Batik, Our Pride: A Systematic Literature Review. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(10). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i10/14950>

LAMPIRAN



UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA

PERJANJIAN MENGENAI PROJEK SEJARAH LISAN

KURSUS IMR621: ORAL HISTORY AND DOCUMENTATION OF CULTURAL HERITAGE

Saya AMIRAH HAIFA BINTI ADNAN K/P: 040316020240 pada
17 MEI 2026 (tarikh) dengan ini bersetuju dengan syarat-syarat temubual yang telah
diadakan di antara saya dengan Universiti Teknologi MARA. Syarat-syarat tersebut adalah seperti
berikut:

1. Rakaman hasil temubual ini adalah bertujuan untuk kegunaan pengajaran, penyelidikan dan penerbitan tanpa melibatkan bayaran/ tuntutan dari mana-mana pihak. Walaubagaimanapun bagi tujuan selain daripada yang tersebut, persetujuan daripada peserta temubual perlu diperolehi.
2. Rakaman hasil temubual yang tersebut di atas adalah diserahkan dan menjadi hak milik sepenuhnya Universiti Teknologi MARA untuk penyimpanan kekal dan boleh mengambil apa-apa tindakan yang difikirkan perlu bagi memelihara rakaman dan transkrip tersebut.
3. Pihak Pusat Pengajian Sains Maklumat, Universiti Teknologi MARA boleh membuat transkrip rakaman dan transkrip-transkrip ini perlu/tidak perlu disemak oleh peserta temubual (*interviewee*).
4. Rakaman dan transkrip ini akan dibuka kepada semua penyelidik sama ada dari Malaysia atau luar negara yang bertujuan membuat penyelidikan yang sah dengan syarat: -
 - a. Apabila petikan diambil dari rakaman/transkrip ini untuk digunakan di dalam penerbitan, tesis dll., sumbernya (naratif dari peserta temubual) hendaklah diakui oleh penyelidik-penyelidik.

Nama peserta kajian: AMIRAH HAIFA BT ADNAN
Tarikh: 13 JULAI 2026

Pensyarah: DR HANIS DIYANA KAMARUDIN



UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA

PERJANJIAN MENGENAI PROJEK SEJARAH LISAN

KURSUS IMR621: ORAL HISTORY AND DOCUMENTATION OF CULTURAL HERITAGE

Saya SAFIYYAH HANNAN BINTI JUWANDA K/P: 040228-10-1614 pada
17 MEI 2026 (tarikh) dengan ini bersetuju dengan syarat-syarat temubual yang telah
diadakan di antara saya dengan Universiti Teknologi MARA. Syarat-syarat tersebut adalah seperti
berikut:

1. Rakaman hasil temubual ini adalah bertujuan untuk kegunaan pengajaran, penyelidikan dan penerbitan tanpa melibatkan bayaran/ tuntutan dari mana-mana pihak. Walaubagaimanapun bagi tujuan selain daripada yang tersebut, persetujuan daripada peserta temubual perlu diperolehi.
2. Rakaman hasil temubual yang tersebut di atas adalah diserahkan dan menjadi hak milik sepenuhnya Universiti Teknologi MARA untuk penyimpanan kekal dan boleh mengambil apa-apa tindakan yang difikirkan perlu bagi memelihara rakaman dan transkrip tersebut.
3. Pihak Pusat Pengajian Sains Maklumat, Universiti Teknologi MARA boleh membuat transkrip rakaman dan transkrip-transkrip ini perlu/tidak perlu disemak oleh peserta temubual (interviewee).
4. Rakaman dan transkrip ini akan dibuka kepada semua penyelidik sama ada dari Malaysia atau luar negara yang bertujuan membuat penyelidikan yang sah dengan syarat: -
 - a. Apabila petikan diambil dari rakaman/transkrip ini untuk digunakan di dalam penerbitan, tesis dll., sumbernya (naratif dari peserta temubual) hendaklah diakui oleh penyelidik-penyelidik.

.....
Nama peserta kajian: SAFIYYAH HANNAN BT JUWANDA Pensyarah: DR HANIS DIYANA KAMARUDIN
Tarikh: 13 JULAI 2026



Surat Kami : 600-FSM (AKA.7/6/4)
Tarikh : 14 Mei 2026

Fakulti
Sains
Maklumat

Puan Mazlina Binti Saidin
Pengusaha Rarebaqhang Studio
Kompleks Kraf Langkawi,
Jalan Teluk Yu, Mukim Bohor,
07000 Langkawi,
Kedah

Puan

PERMOHONAN KEBENARAN UNTUK MENJALANKAN KAJIAN PENYELIDIKAN AKADEMIK

Dengan hormatnya, perkara di atas dirujuk.

2. Bagi memenuhi keperluan kursus **IMR621: Oral History and Documentation of Cultural Heritage**, sekumpulan pelajar daripada **program Sarjana Muda Sains Maklumat (Kepujian) Pengurusan Rekod (CDIM261)**, Fakulti Sains Maklumat, UiTM Cawangan Selangor, Kampus Puncak Perdana ingin menjalankan satu kajian dalam bentuk temubual di organisasi puan pada (17 Mei 2026, (Ahad), 11:00 pagi hingga 1:00 petang).

3. Untuk makluman puan, kajian ini bertujuan untuk mendapatkan maklumat tentang:
- Sejarah dan Motif Produk:** Mengenal pasti motif, reka bentuk serta jenis material yang digunakan dalam penghasilan produk oleh perusahaan butik.
 - Cabaran Usahawanan:** Meneliti cabaran yang dihadapi oleh pengusaha butik seni kraf dalam usaha memperluas perniagaan.
 - Impak Sosioekonomi:** Menganalisis sumbangan perusahaan butik terhadap ekonomi tempatan serta peranannya dalam merencanakan pembangunan ekonomi setempat.
4. Sehubungan itu, dalam usaha menyempurnakan kajian tersebut pihak kami memohon agar kebenaran bagi melaksanakan sesi temubual dapat diberikan kepada pelajar-pelajar berkenaan. Tarikh dan masa temubual akan dijalankan mengikut kesesuaian pihak organisasi. Berikut adalah nama-nama pelajar yang akan terlibat:

Bil	Nama Pelajar	No. Pelajar	No. Telefon
1.	AMIRAH HAIFA BINTI ADNAN	2025168339	011-11937332
2.	SAFIYYAH HANNAN BINTI JUWANDA	2025516649	019-6247616

5. Justeru, untuk sebarang pertanyaan dan maklumbalas berhubung tarikh dan masa temubual, pihak puan boleh menghubungi nombor yang tertera di atas. Perhatian, sokongan dan pertimbangan daripada pihak puan berhubung perkara ini amat dihargai dan didahului dengan ucapan terima kasih.

Sekian.

أوسهبا، تقوى، موليا

"MALAYSIA MADANI"
"BERKHIDMAT UNTUK NEGARA"

Saya yang menjalankan amanah,

DR. HANIS DIYANA KAMARUDIN
Pensyarah Kanan





