

LITERATURE REVIEW : STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM KAIN TENUN DI KABUPATEN SINTANG

Wiji Dinda Lestari

Universitas Tanjungpura Pontianak

*Email : b2041212026@student.untan.ac.id

Abstrak

Pelaku usaha sebagai pemeran utama dalam dunia bisnis mempunyai wewenang dalam membentuk usahanya sesuai dengan harapan. Perkembangan dunia digital semakin mendorong dunia bisnis untuk terus berinovasi dan berkreasi lebih banyak dengan harapan mampu memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen. Tercapainya kebutuhan konsumen merupakan suatu pencapaian besar bagi para pelaku usaha. Perlunya menerapkan strategi pengembang usaha untuk bisa beradaptasi dan bertahan pada dunia usaha yang serba *digital* dan instan. Upaya pengembangan usaha dilakukan pada segala industri termasuk kain tenun di kabupaten Sintang. Perbaikan demi perbaikan terus dilakukan, mulai dari sistem pemasaran, variasi motif/corak, serta perlunya dukungan dari *stakeholder* sebagaimana kain tenun merupakan warisan budaya yang perlu dijaga oleh setiap pihak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan apa saja yang mempengaruhi UMKM Kain tenun di Kabupaten Sintang sehingga kedepannya dapat berkontribusi dalam pertimbangan solusi bagi pelaku UMKM terhadap permasalahan-permasalahan yang ada. Metode yang digunakan adalah *literatur review*, yaitu dengan membaca dan menganalisa berbagai jurnal terdahulu dan berita mengenai teori-teori terkait strategi pengembangan usaha kain tenun. Berbagai pendekatan dan strategi telah dikemukakan pada penelitian-penelitian sebelumnya mengenai strategi pengembangan UMKM kain tenun. Hasil dari *literature review* diperoleh kesimpulan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha, yaitu faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman. Upaya yang harus dilakukan adalah dengan memperluas media pemasaran dan menambah inovasi motif.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, UMKM, Kain Tenun, Sintang, literature review

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi kreatif atau industri kreatif mempunyai perhatian besar dalam sektor ekonomi sebagai bentuk kepedulian pemerintah terhadap kontribusi dalam membangun pertumbuhan ekonomi. Kontribusi yang diberikan dapat memberikan nilai tambah pada sektor lapangan pekerjaan dengan mengurangi tingkat pengangguran, pembukaan lapangan usaha, pendapatan negara dengan

membayar pajak, serta berkontribusi dalam mengurangi tingkat kemiskinan. Pertumbuhan tenaga kerja pada ekonomi kreatif terus mengalami peningkatan sejak tahun 2011 sampai dengan tahun 2019. Tahun 2018 ke tahun 2019 pertumbuhan tenaga kerja di sektor ekonomi kreatif mencapai 4.02%. Hal ini tentunya memberikan peluang bagi para pelaku usaha kreatif untuk bisa meningkatkan kreativitas dan inovasi yang kemudian akan menciptakan nilai tambah yang lebih tinggi, memberikan kesan ramah lingkungan serta memperkuat nilai citra dan identitas budaya bangsa Indonesia.

Industri kain tenun merupakan warisan budaya Indonesia yang turut berpartisipasi dalam meningkatnya pertumbuhan ekonomi kreatif. Terdapat beberapa daerah di Indonesia sebagai penghasil kain tenun yang mempunyai nilai jual tinggi. Kabupaten Sintang merupakan Kabupaten yang terletak di Provinsi Kalimantan Barat dengan penghasil kain tenun secara turun-temurun dengan menggunakan alat tenun tradisional dan alat tenun bukan mesin (ATBM) sebagai ciri khasnya. Produk yang dihasilkan berupa selendang, kain panjang dan syal. Motif yang digunakan mempunyai makna simbolik yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan suku dayak. Dalam upaya meningkatkan kelestariannya diperlukan kontribusi dan partisipasi dari seluruh lapisan masyarakat suku dayak dan pemerintah. Beberapa desa di Kabupaten Sintang telah mempunyai BUMDes yang berperan dalam bidang khusus pengembangan kain tenun. Melalui BUMDes para pengrajin kain tenun terbantu terutama dalam pemasaran produk.

Dalam kaitannya dengan industri kain tenun permasalahan yang dihadapi adalah adanya keterbatasan modal kerja, kurangnya inovasi motif atau corak, dan kurangnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi serta kurangnya pemahaman strategi pemasaran. UMKM kain tenun di Kabupaten Sintang mempunyai potensi yang sangat baik untuk melakukan pengembangan dengan berbagai strategi yang ada.

Penelitian ini merupakan sebuah *literature review* terhadap beberapa jurnal penelitian terdahulu mengenai strategi pengembangan kain tenun, dan sumber-sumber berita terpercaya. Dengan adanya berbagai pertimbangan yang telah diuraikan diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan apa saja yang mempengaruhi UMKM Kain tenun di kabupaten Sintang sehingga kedepannya dapat berkontribusi dalam pertimbangan solusi bagi pelaku usaha terhadap permasalahan-permasalahan yang ada.

KAJIAN LITERATUR

Strategi pengembangan usaha

Pengembangan suatu usaha (*business development*) merupakan tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang memerlukan pandangan kedepan,

motivasi dan kreativitas (Vivin et al., 2020). Pengembangan usaha dilakukan guna untuk mengevaluasi dan melakukan pembaruan terkait permasalahan dan keterbatasan yang menghambat proses usaha. Menurut Meysiana (2010) dalam Vivin et al. (2020) dikatakan bahwa strategi adalah rencana berskala besar dengan orientasi ke masa depan untuk berinteraksi dengan kondisi persaingan demi mencapai tujuan perusahaan. Analisis strategi yang berorientasi ke masa depan terdapat berbagai pertimbangan yaitu faktor-faktor baik internal ataupun eksternal yang dihadapi oleh pelaku usaha. Kelangsungan hidup dan keberhasilan perusahaan, bergantung pada kemampuan perusahaan untuk memantau dan beradaptasi terhadap lingkungan (internal dan eksternal) bisnisnya (Tan & Tan, 2005 dalam Anissa M.I.A., & Shinta R. 2020).

Analisis SWOT

Pada dasarnya analisis SWOT merupakan kependekan dari 4 kata yaitu *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Fatimah, F.N. D. (2016:8) mengatakan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah instrumen perencanaan strategis klasik yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi, memudahkan untuk menentukan apa yang bisa dicapai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha.

Faktor internal adalah suatu faktor yang berasal dari internal atau dari dalam usaha. Analisis lingkungan internal bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengetahui kinerja masa lalu dan dapat memproyeksikan kondisi masa depan (Vivin et al., 2020). Analisis faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan suatu bisnis memberikan dampak terhadap kelangsungan hidup usaha. Ketika kekuatan dijadikan sebuah motivasi untuk melakukan berbagai strategi usaha baik itu kekuatan dalam kualitas produk, kekuatan promosi, kekuatan tempat usaha dan berbagai kekuatan yang berasal dari usaha itu sendiri. Kelemahan yang terjadi dalam bisnis tentunya akan berdampak pada kelangsungan usaha, oleh karena itu kelemahan yang terjadi dimasa lalu harus segera dilakukan evaluasi dan perbaikan sehingga kelemahan yang ada menjadi minimalisir. Ketika faktor internal sudah kokoh maka perusahaan melakukan strategi lanjutan yang berasal dari eksternal perusahaan.

Faktor eksternal adalah suatu proses yang dilakukan oleh perencanaan strategi untuk memantau sektor lingkungan luar dalam menentukan peluang dan ancaman bagi perusahaan (Umar, 2008 dalam Anissa, 2020). Ada empat komponen lingkungan eksternal yang dituliskan oleh Vivin et al. (2020), (1) *scanning* adalah mengidentifikasi tanda-tanda awal perubahan dan trend-trend lingkungan, (2) *monitoring* adalah mengawasi dan mendeteksi perubahan dan trend-trend lingkungan melalui pengawasan yang berkelanjutan, (3) *forecasting* adalah meramalkan dan mengembangkan proyeksi dengan mengantisipasi hasil-hasil berdasarkan pengawasan mengantisipasi terhadap perubahan trend-trend tersebut, (4) *assessing* adalah menilai dan menentukan waktu pentingnya perubahan dan trend-trend lingkungan bagi strategi dan manajemen perusahaan. Faktor eksternal yang berupa peluang dan ancaman memberikan motivasi bagi perusahaan. Dimana adanya peluang memberikan ruang bagi perusahaan untuk terus melakukan kreativitas dan inovasi terhadap produknya. Ketika perusahaan mampu

memanfaatkan peluang dengan baik maka akan menjadikan suatu langkah baik bagi kemajuan perusahaan. Ancaman yang terjadi dalam lingkungan bisnis harus segera diatasi untuk menghindari dampak buruk yang akan terjadi pada perusahaan baik masa kini ataupun masa depan.

UMKM

Menurut Sri Ernawati. (2021) usaha mikro didefinisikan sebagai usaha produktif milik perseorangan atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Sedangkan, usaha kecil didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri. Jadi UMKM adalah usaha yang dilakukan perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar serta memenuhi kriteria lain.

KAIN TENUN

Kain tenun merupakan warisan budaya Indonesia yang menyebar diberbagai daerah. Kain tenun mempunyai ciri khas tertentu, sehingga setiap daerah akan berbeda motif dan bahan yang digunakan. Kain tenun sesungguhnya mempunyai nilai karakteristik yang unik dan bernilai jual tinggi, akan tetapi dalam pengembangannya menghadapi berbagai kendala yang menjadikan kain tenun tidak terjual secara luas. Kain tenun merupakan teknik dalam pembuatan kain yang dibuat dengan cara yang sederhana, yaitu dengan menggabungkan benang secara memanjang dan melintang, dengan kata lain bersilangnya antara benang lusi dan pakan secara bergantian. Keterbatasan alat produksi yang masih berupa alat tradisional dengan jumlah yang terbatas, pemasaran produk yang belum optimal, minimnya inovasi kain tenun serta terbatasnya sumber daya manusia yang profesional atau paham terhadap pembuatan kain tenun. Pengrajin sering kali menghadapi permintaan yang tidak *continue* serta pemasaran yang belum terorganisir dengan baik.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *literature review* pada *paper-paper* yang berhubungan dengan strategi pengembangan UMKM. *Literature review* adalah suatu studi yang dilakukan untuk menganalisis dari literatur-literatur yang dipilih dari beberapa sumber sehingga menjadi kesimpulan dan menjadi ide baru (Genta et al.2020).

Menurut Trihastusi dan Muhammad (2020) menyatakan langkah-langkah dalam Menyusun *literature review* meliputi 4 tahapan yaitu (1) Formulasi permasalahan, (2) Pencarian Literatur, (3) Evaluasi data, (4) analisis dan interpretasi. Formulasi permasalahan dilakukan dengan memilih topik penelitian.. Pada penelitian ini topik yang dipilih adalah strategi pengembangan UMKM kain tenun di Kabupaten Sintang. Dilanjutkan dengan pencarian literatur yang relevan dengan topik penelitian. Langkah selanjutnya adalah evaluasi data, yaitu dengan menyaring, memilih, dan memilah artikel jurnal yang terbit dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, yaitu antara tahun 2013 sampai dengan tahun 2022. Sedangkan relevansi dilihat dari kesesuaian judul *paper* dengan topik penelitian, yaitu mengenai strategi

pengembangan UMKM. Berdasarkan hasil evaluasi data, terdapat 5 jurnal untuk di-*review*. Setelah keempat langkah-langkah tersebut dilakukan, proses berikutnya adalah pelaksanaan *literature review*. Adapun cara melakukan *literature review* yaitu (1) mencari kesamaan (*compare*), mencari ketidaksamaan (*contrast*), memberikan pandangan (*criticize*), membandingkan (*synthesize*), dan meringkas (*summarize*) dari beberapa penelitian terkait (Trihastuti Y., Muhammad F.S.2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Literatur-literatur yang dikaji

No	Judul Paper	Nama Penulis	Tahun Terbit
1	Strategi pengembangan ekonomi kreatif perempuan penenun Desa Ensaaid Panjang Kecamatan kelam Permai Kabupaten Sintang	Dessy Triana Relita Yulia Suriyanti Emilia Dewiwati pelipa Anna Marganingsih	2022
2	Analisis strategi pengembangan usaha kain tenun Dusun Lengas Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir	Vivin Fitryani Nana Sucihati Suci Purnama sari	2020
3	Strategi pengembangan industry kain tenun endek di Kota Denpasar era revolusi 4.0	Ni Putu Nina Wartika Dewi Ni Putu Nina Eka Lestari	2020
4	Strategi pengembangan UMKM tenun untuk meningkatkan sosial ekonomi di Kota Bima	Sri Ernawati	2021
5	Strategi pengembangan produk kain tenun ikat Sintang	Lisyawati Nurcahyani	2018

Sumber : jurnal.stkippersada.ac.id; e-journalppmunsa.ac.id; jurnal.mdp.ac.id; jurnal.unmuhjember.ac.id; jurnaldikbud.kemdikbud.go.id, 2022

Hasil penelitian dengan metode *literature review* terhadap *paper-paper* terkait dijabarkan sebagai berikut :

Paper (1) membahas mengenai pengembangan ekonomi kreatif pada perempuan penenun Desa Ensaaid Panjang, Kabupaten Sintang. Banyak wirausaha yang mengembangkan produk usahanya yaitu dengan meningkatkan kreativitas usahanya dengan meningkatkan kreativitas dan inovasi untuk membuat produknya menjadi lebih menarik dan banyak diminati konsumen. Strategi merupakan salah satu faktor yang memegang peranan penting bagi pelaku usaha, karena pelaku

usaha akan banyak mengalami hambatan dalam mencapai tujuannya apabila tidak mempunyai strategi yang tepat. Strategi *marketing* merupakan setiap usaha agar dapat mencapai kesesuaian antara pelaku usaha dengan lingkungan dalam rangka memecahkan permasalahan atas penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang dijalankan. Kedua, bagaimana bisnis tersebut dapat dijalankan dengan baik dan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar produk, harga, promosi dan distribusi untuk melayani target pasar. Usaha ekonomi kreatif dalam bentuk UMKM yang bersifat *income gathering* atau usaha yang hanya menaikkan pendapatan saja biasanya mempunyai ciri-ciri sebagai berikut yaitu (1) usaha milik keluarga, (2) teknologi yang digunakan masih relatif sederhana, (3) kualitas SDM yang relative rendah, (4) kurang mempunyai akses permodalan, dan (5) tidak adanya pemisahan modal usaha dengan kebutuhan pribadi. Kaum perempuan Desa Ensaid panjang rata-rata mengandalkan penghasilan tambahan dengan menjual kain tenun yang sudah dibuat oleh mereka. Peran perempuan membantu keluarga dalam memenuhi kebutuhan hidup sehingga industri kain tenun menjadi peranan penting didalam mendorong ekonomi dan meningkatkan sektor riil industri kecil menengah. Strategi pemasaran yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan usaha adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Pertama kekuatan (*Strengths*) yaitu menganalisa hal-hal yang dapat menjadi kekuatan bagi penenun dalam usaha kerajinan kain tenun ikat. Kedua, kelemahan (*Weaknesses*) yaitu menganalisa hal-hal yang dapat menjadi kelemahan bagi penenun dalam memasarkan produk kerajinan tenun ikat. Ketiga, Peluang (*Opportunities*) yaitu menganalisa hal-hal yang dapat menjadi peluang bagi penenun dan bisa dimanfaatkan oleh penenun dalam memasarkan produk kerajinan tenun ikat. Keempat, Ancaman (*Threats*) yaitu menganalisa hal-hal yang dapat menjadi ancaman dan bisa mengancam usaha penenun dalam memasarkan produk kerajinan tenun ikat.

Berdasarkan pembahasan *paper* (1) dari analisis SWOT yang telah dilakukan terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi strategi pengembangan usaha kain tenun di Desa Ensaid Panjang, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman. kekuatan yang dimiliki pada ekonomi kreatif tenun ikat Desa Ensaid panjang antara lain yaitu diminati oleh wisatawan lokal dan mancanegara, serta usaha tenun ikat di Desa Ensaid panjang diproduksi oleh pengrajin menggunakan *system home industry* yang menjadi kekuatan bagi usaha mikro. Selain kekuatan, ekonomi kreatif tenun ikat Desa Ensaid Panjang juga mempunyai kelemahan yaitu dari aspek keuangan dimana sebagai usaha industry mikro usaha ini tidak mempunyai pembukuan (laporan keuangan), hal ini mengakibatkan para penenun mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Terdapat dua peluang dalam strategi pengembangan usaha kain tenun tersebut yaitu pada aspek produksi dimana kain tenun yang diproduksi di Desa Ensaid Panjang merupakan kain yang memiliki ciri khas kedaerahan. Peluang

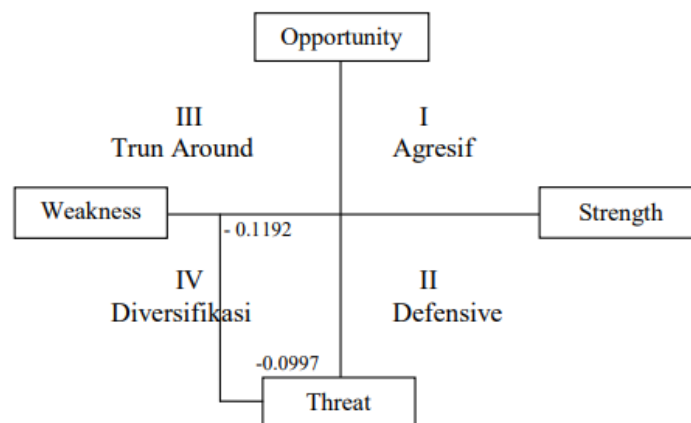
dalam Aspek Sumber Daya Manusia dimana semakin banyak anak muda yang tertarik untuk belajar tenun ikat dan bermunculan para pakar yang melakukan riset dan pengembangan, sehingga memungkinkan kerajinan ini akan tarus lestari. Terdapat dua jenis ancaman yang dapat menghambat berjalannya strategi pengembangan usaha ini yaitu kenaikan harag pada bahan baku serta munculnya produk motif tenun yang dicetak oleh pabrik dan dijual dengan harga yang lebih murah.

Selain analisis strategi keempat diatas, terdapat startegi gabungan yang dapat digunakan dalam meningkatkan pengembangan usaha yaitu: (1) Strategi SO (*Strengths Opportunities*) yaitu kain yang memiliki ciri khas kedaerahan menjadi kekuatan utama yang harus dipertahankan sehingga dapat dijadikan sebagai peluang dalam meningkatkan volume penjualan melalui promosi yang bisa dilakuakn dengan media cetak atau media elektronik, serta memperkuat system usaha mikro masyarakat di desa Ensaid Panjang melalui pendampingan para pakar yang melakukan riset guna pengembangan produk kain sehingga lebih inovatif. (2) Strategi (*Weaknesses Opportunities*) pemerintah dan pihak terkait dapat meminta bantuan para pakar untuk mendampingi para penenun untuk memanajemen usahanya agar dapat mencapai keberhasilan, seperti pembuatan pembukuan (laporan keuangan) sederhana yang mereka jalankan. Dengan adanya pembukuan yang tepat akan membantu para penenun untuk mendapatkan modal tambahan dari pihak penyedia modal jika penenun akan mengajukan kredit usaha. (3) Strategi ST (*Strengths Threats*) Dengan adanya beban kenaikan harga bahan baku dapat diatasi dengan memanfaatkan bahan-bahan alami sebagai bahan baku pembuatan kain tenun, serta mempertahankan kualitas dan menjaga kepercayaan konsumen sehingga Ketika muncul kain motif tenun yang dicetak oleh pabrik dan dijual dengan harga yang lebih murah, kain tenun asli akan tetap menjadi pilihan utama para pecintanya karena memiliki nilai seni yang lebih tinggi dan orisinilitas produk lokal. (4) Strategi yang terakhir adalah WT (*Weaknesses Threats*) usaha kain tenun di Desa Ensaid Panjang yang tidak memiliki pembukuan mengakibatkan penenun sulit dalam mengembangkan usahanya. Permasalahan tersebut harusnya disikapi oleh pemerintah melalui pemberian pelatihan pembukuan sederhana sehingga penenun dapat bersaing dan menghasilkan kualitas produk yang lebih banyak dan dapat memenuhi permintaan pasar. Modal penenun Sebagian besar berasal dari modal pribadi merupakan kekuatan yang dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin dengan menjalin hubungan kerja sama dengan pemasok sehingga dapat mengurangi beban usaha dan meningkatkan keuntungan.

Paper (2) membahas mengenai analisis strategi pengembangan usaha kain tenun Dusun Lengas Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir. Strategi adalah sebuah rencana yang berorientasi ke masa depan untuk mencapai tujuan Bersama. Strategi mempunyai konsekuensi yang kompleks sehingga dalam perumusannya membutuhkan pertimbangan berbagai faktor internal dan eksternal yang dihadapi oleh perusahaan. Selayaknya dalam dunia bisnis, kain tenun di Dusun Lengas juga

mengalami berbagai kendala yang menjadi penghambat dalam pengembangan usahanya yaitu keterbatasan modal kerja, rendahnya kualitas sumber daya manusia, dan kurangnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Keterbatasan modal membuat para pengrajin menggunakan modal usaha pribadi untuk menjalankan kegiatan operasionalnya, yang akan berakibat pada volume produksi yang terbatas. Jangkauan pasar terhadap kain tenun yang masih sempit karena ketidakefektifan kegiatan promosi yang dilakukan sehingga produk belum dikenal oleh masyarakat luar. Pemasaran kain tenun dilakukan secara tradisional. Dari permasalahan yang ada maka diperlukan pengembangan UMKM kain tenun di Dusun Lengas yaitu dengan adanya perhatian dari pemerintah melalui dinas terkait sehingga usaha ini dapat berkembang lebih kompetitif. Industri kreatif sebagai basis pembangunan ekonomi kerakyatan harus diberdayakan dan ditumbuhkan.

Berdasarkan pembahasan *paper* (2) menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM kain tenun Dusun Lengas dipertimbangkan atas faktor internal dan faktor eksternal. Dimana faktor internal dan eksternal inilah yang terkandung dalam analisis SWOT sebagai berikut :



Gambar 1. Diagram SWOT

Sumber : *Paper* (2), 2020

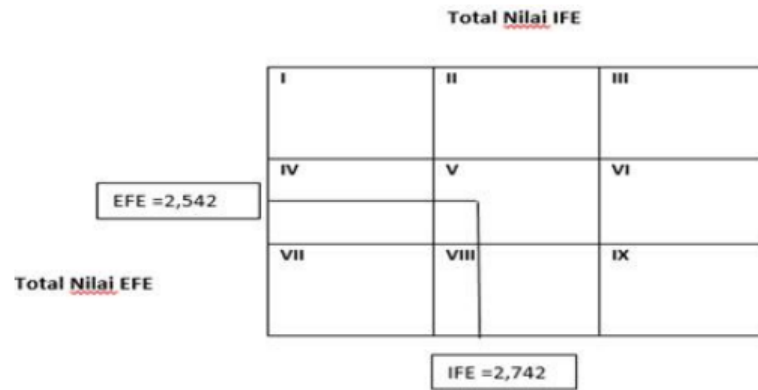
Berdasarkan diagram SWOT yang dilampirkan pada *paper* (2) menunjukkan bahwa posisi pengrajin kain tenun Dusun Lengas Kecamatan Moyo Hilir berada di bagian kuadran IV, yaitu diversifikasi yang berarti bahwa situasi ini sangat tidak menguntungkan. Pengrajin kain tenun harus menghadapi ancaman dan kelemahan yang berasal dari dalam usaha mereka sendiri. Dalam upaya memperoleh keuntungan dan kesuksesan maka, pelaku usaha kain tenun harus dapat mengatasi segala permasalahan yang dihadapi, yaitu keterbatasan modal kerja, rendahnya kualitas sumber daya manusia, dan kurangnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh pengrajin kain tenun di Dusun Lengas adalah dengan cara: (1) meminimalisir penggunaan modal, agar produksi kain tenun tetap bisa berjalan dan mencegah adanya motif atau model yang pasaran, dengan membuat motif yang berbeda yang sesuai dengan

modal. (2) Membuat promosi semaksimal mungkin untuk meningkatkan produksi dan mencegah tidak tersedianya barang yang akan membuat turunnya minat pembeli dikarenakan waktu pembuatan yang relative lama dan mampu bersaing dengan pengrajin kain tenun di dusun yang lain yaitu dengan cara memaksimalkan promosi. (3) Lokasi produksi yang tersembunyi akan membuat pembeli kesusahan untuk menemukan kain tenun, sehingga pemanfaatan teknologi atau media online sangat baik untuk dilakukan, serta pengrajin kain tenun di Dusun Lengas harus mampu memberikan kepuasan kepada pembeli, Ketika pembeli puas maka pembeli atas loyal terhadap produk tersebut. Memaksimalkan pemasaran dengan teknologi dan menghindari adanya penurunan produksi karena krisis ekonomi sehingga pengrajin membuat kain tenun disesuaikan dengan keadaan ekonomi pembeli.

Paper (3) membahas mengenai strategi pengembangan industri kain tenun endek di Kota Denpasar era revolusi 4.0. Peraturan Gubernur (PerGub) no. 79 tahun 2018 yang mengatur tentang hari penggunaan bisana adat bali, mulai menunjukkan dampak positif. Dengan adanya peraturan ini pemerintah berharap para pelaku UMKM dapat merspon dan memanfaatkan peluang ini. Namun, UMKM produk kain endek sebagai kain khas pakaian adat Bali masih sedikit yang menggunakan disebabkan karena pengrajin kain endek yang kurang berinovasi pada produk yang dihasilkan, sehingga kain endek tidak mampu bersaing guna meningkatkan kinerja pemasaran, proses pembuatan kain endek yang memakan waktu lama,, kurangnya pemberdayaan SDM pada generasi muda, harga kain endek yang meningkat , serta variasi motif yang monoton membuat pembeli tertarik dengan motif baru dari daerah lain. Kemunculan teknologi di tengah era revolusi industry 4.0 memberikan tantangan baru bagi pelaku usaha UMKM untuk bisa berinovasi dan beradaptasi dengan teknologi yang ada. Apabila revormasi industry 4.0 ini dapat diresponde dengan baik oleh UMKM kain endek di Kota Denpasar, maka mereka dapat meningkatkan kinerja usahanya agar lebih efektif dan sukses kedepannya. Terdapat beberapa peluang eksternal seperti dukungan dari pemerintah atas eksistensi UMKM tinggi, UMKM dapat bersaing dipasar dunia, dan adanya subsidi dari pemerintah bagi pelaku UMKM. Hal ini akan berpengaruh pada terjaganya stabilitas harga bahan baku, peningkatan kesejahteraan masyarakat sejalan dengan perbaikan ekonomi dan persaingan industry kerajinan baik dipasar lokal maupun pasar global. Selain peluang, ancaman juga akan dihadapi oleh UMKM kain endek yaitu jumlah persaingan yang semakin meningkat, hambatan masuk pasar, globalisasi, banyaknya produk pesaing, perubahan cara pandang dan gaya hidup konsumen, meningkatnya harga bahan baku, dan kurangnya generasi muda sebagai penerus.

Berdasarkan pembahasan *paper* (3) menunjukkan bahwa strategi pengembangan kain tenun endek di Kota Denpasar jika dilihat dari hasil perhitungan matriks internal dan eksternal posisinya berada pada kuadran I yaitu dengan strategi agresif dimana strategi ini merupakan strategi yang menunjukkan kemajuan dari usaha. Pada kuadran I dalam diagram analisis SWOT merupakan situasi yang

menguntungkan karena memiliki kekuatan yang cukup untuk memanfaatkan peluang, sehingga perusahaan dapat melakukan strategi pertumbuhan agresif (*Growth Oriented Strategy*). Faktor internal dan eksternal pada UMKM kain endek Kota Denpasar didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman yaitu dengan menggunakan analisis matriks SWOT ebagai berikut ;



Gambar 2. Analisis Matriks SWOT

Sumber : *Paper (2)*, 2020

Berdasarkan analisis matriks SWOT pada *paper (3)* yang disajikan menunjukkan bahwa posisi UMKM kain endek di Kota Denpasar berada pada kuadran V dimana strategi yang paling sesuai adalah strategi pertumbuhan dengan konsentrasi melalui integrasi horizontal. Menurut Wheelen & Hunger (2012) strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal dari sisi internal hendaknya segmen pasar diperluas menjadi lebih besar, serta didukung dari strategi analisis SWOT. Solusi yang dapat dilakukan Ketika berada pada kuadran V dan didukung dengan strategi analisis SWOT antara lain dengan meningkatkan segmen pasar dengan memperluas daerah pemasaran, melakukan Kerjasama dengan perusahaan sejenis, fokus pada sumber daya manusia, dan peningkatan usaha yang berkelanjutan.

Saran yang dikemukakan pada *paper (3)* pemerintah diharapkan dapat memantau, memperkenalkan produk hasil industry kain tenun endek dengan selalu mengadakan pameran-pameran, dan pemerintah harus berkomitmen membantu para pengrajin lokal untuk tetap eksis lewat pemasaran berbasis platform digital yang sangat cocok diterapkan dimasa pandemi Covid-19. Pemerintah daerah perlu meningkatkan penyelenggaraan Pendidikan dan pelatihan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas serta motivasi generasi muda untuk menumbuhkan minat terhadap kerajinan tenun. Pengrajin harus konsisten mempertahankan kreativitas dan kualitas produk yang dipasarkan sehingga konsumen tetap bisa mendapatkan produk yang dipasarkan melalui *marketplace*, tetap menggunakan bahan baku dan alat tenun yang memadai.

Paper (4) membahas mengenai strategi pengembangan UMKM tenun untuk meningkatkan sosial ekonomi di Kota Bima. Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 tahun 2013 tentang pelaksanaan undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Peraturan pemerintah tersebut mengatur lebih lanjut mengenai pengembangan usaha, kemitraan, perizinan, serta koordinasi dan pengendalian UMKM. Secara umum UMKM menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan usaha seperti aspek permodalan, pemasaran, bahan baku, teknologi, manajemen, birokrasi, infrastruktur dan kemitraan. Selain pemerintah, pihak UMKM sebagai pihak internal yang dikembangkan, dapat mengayunkan langkah bersama dengan pemerintah karena potensi mereka dapat menciptakan kreativitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah.

Berdasarkan pembahasan *paper* (4) menunjukkan bahwa kondisi internal UMKM kain tenun di Kota Bima cukup kuat serta mampu untuk berkembang dan mengatasi kelemahan yang dimiliki. Kondisi eksternal menunjukkan bahwa dengan adanya event-event budaya rimpu di Kota Bima mampu mengatasi ancaman-ancaman yang timbul dengan memanfaatkan peluang yang ada. Posisi UMKM kain tenun di Kota Bima berada pada kuadran V dimana posisi tersebut menunjukkan bahwa UMKM kain tenun bisa terus berkembang dengan menjaga dan mempertahankan keberadaan festival budaya rimpu. Dari analisis SWOT menunjukkan bahwa pemerintah Kota Bima harus melakukan berbagai terobosan strategis untuk bisa meningkatkan perkembangan UMKM khususnya kain tenun. Langkah strategi untuk SO (*Strengths Opportunities*) memaparkan bahwa UMKM kain tenun harus terus berproduksi, meningkatkan diversifikasi produk dan mempercepat distribusi produk ke tangan konsumen. Strategi WO (*Weaknesses Opportunities*) memaparkan bahwa UMKM kain tenun harus mampu bekerjasama dengan UMKM yang memproduksi produk yang menggunakan kain tenun sebagai bahan baku produksinya. Pemerintah Kota Bima harus berperan aktif memberikan pelatihan untuk memotivasi generasi muda, membantu memasarkan dengan mengikutsertakan UMKM kain tenun saat event atau pameran di luar daerah. Strategi ST (*Strengths Threats*) UMKM harus mengikuti berbagai kegiatan seperti event dan pameran agar produk UMKM kain tenun bisa dikenal dan mendaftarkan usahanya ke dinas terkait sehingga dianggap legal dan diakui keberadaannya. Strategi WT (*Weaknesses Threats*) produk yang dihasilkan UMKM kain tenun harus terus berinovasi dari segi corak maupun warna, membangun jaringan dengan agen online shop dan mengikuti berbagai macam pelatihan untuk meningkatkan kemitraan dan keilmuan.

Paper (5) membahas mengenai strategi pengembangan produk kain tenun ikat Sintang. Salah satu hasil budaya Kalimantan Barat adalah Kain tenun Sintang yang telah tercatat di UNESCO sebagai salah satu badan PBB yang menaungi permasalahan Pendidikan, keilmuan, dan kebudayaan. Masyarakat dayak Sintang mempunyai kepandaian untuk menenun yang diwarisi dari nenek moyang mereka.

Perempuan dayak melakukan kegiatan ini hanya disela-sela waktu istirahat setelah berladang dan hal ini sangat disayangkan karena menyebabkan perkembangan tenun ikat ini tidak mengalami peningkatan tetapi justru hampir punah. Seiring dengan perkembangan kebutuhan masyarakat, maka tenun dijadikan sebagai penambah pemasukan ekonomi keluarga. Dengan adanya campurtangan dari Lembaga masyarakat, maka wilayah pemasarannya sudah dapat menjangkau di berbagai daerah di Indonesia. Permasalah para pengrajin kain tenun adalah modal, bahan baku, pelatihan, pemasaran, serta terbentuknya koperasi. Dengan terbentuknya koperasi para pengrajin menjadi sangat bergantung pada koperasi baik dalam proses pembuatan maupun pemasarannya. Masyarakat Sintang memerlukan cara atau strategi untuk mengembangkan tenun ikat. Kain tradisional semakin terpuruk dengan adanya produk kain modern yang jauh lebih bervariasi, murah, dan lebih leluasa dalam penggunaannya. Strategi yang dapat dilakukan adalah ketersediaan modal usaha yang memadai, ketersediaan bahan baku yang tercukupi, tersedianya lata tenun yang lebih baik, SDM atau pengrajin yang mahir, kreativitas penciptaan motif dan corak yang beragam, pemasaran yang tepat, peranan pemerintah daerah. Serta adanya Perlindungan dan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

Berdasarkan pembahasan *paper* (5) menunjukkan bahwa ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan pengembangan usaha UMKM kain tenun Sintang, yaitu (1) Modal usaha seringkali menjadi kendala bagi pengrajin kain tenun. Pengrajin kain tenun meminjam modal kepada koperasi, selain prosesnya yang cepat koperasi juga banyak memberikan kemudahan kepada penenun dalam memasarkan produknya. Selain koperasi, alternatif untuk memperoleh modal usaha adalah dari bank BUMN yang memberikan program untuk rakyat atau pengusaha kecil seperti program kredit usaha kecil. (2) Penyediaan bahan baku yang didapat dari tumbuh-tumbuhan lingkungan sekitar masyarakat. Bahan baku pembuatan kain tenun adalah benang dan pewarna. Bahan pewarna terbuat dari bahan alami dan buatan atau sintesis. Koperasi tenun telah menyediakan bahan baku bagi anggotanya, namun bahan baku yang disipkan biasanya berbahan sintesis karena bahan baku alami saat ini sulit ditemukan. Oleh karena itu masyarakat melakukan penanaman kembali jenis-jenis tanaman yang dibutuhkan untuk pewarnaan. (3) peralatan tenun yang digunakan oleh masyarakat dayak di Sintang khususnya diperbatasan seperti dayak iban yang berbatasan dengan Serawak Malaysia menghasilkan corak ragam yang lebih kreatif dan maju dibandingkan dengan daerah lain yang ada di Kalimantan Barat. Ada tiga macam alat tenun yang digunakan di Indonesia yaitu gedogan, alat tenun bukan mesin (ATBM), dan alat tenun mesin (ATM). Para penenun di Sintang masih banyak menggunakan alat tenun tradisional yaitu gedogan, karena penggunaannya lebih mudah dibandingkan dengan ATBM. (4) Organisasi penenun, Koperasi Jasa Mandiri membantu penenun dalam mengadakan bahan baku baik lokal maupun impor, memberikan pinjaman modal, penberikan Pendidikan dan pelatihan gratis, dan pemasarannya. Dampak dari kondisi ini adalah meningkatnya pengembangan kain tenun seiring dengan meningkatnya keanggotaan koperasi. (5) Sumber daya manusia, karena menenun hanya dianggap sebagai pekerjaan sambilan maka kegiatan menenun ini tidak

berkembang dengan baik bahkan cenderung menurun, sebab ritual-ritual adat semakin jarang dilakukan. Namun dengan adanya usaha yang dilakukan masyarakat dan, Lembaga swadaya masyarakat secara perlahan tenun mulai bisa berkembang sampai saat ini. Dengan adanya program pembinaan kepada generasi muda secara perlahan semakin banyak anak-anak, remaja, dan kaum muda yang sudah pandai menenun. (6) kreativitas menciptakan motif karena setiap motif mempunyai makna dan tujuan yang diekspresikan dalam kain tenun atau biasa disebut dengan symbol. Motif atau corak telah mengalami perkembangan yang inovatif seiring dengan perkembangan yang terjadi dalam masyarakat. Fungsi tenun ikat tidak hanya sebagai persyaratan tradisi yang bersifat sakral, tetapi sudah bergeser ke arah yang lebih bersifat profan atau dapat dinikmati oleh masyarakat luas. (7) pemasaran yang dilakukan oleh pengrajin adalah dengan menjual langsung kain tenun kepada konsumen yang datang ke rumah panjang, dan penenun menyeter kain tenunnya ke koperasi yang memberikan modal serta bahan baku, Sebagian besar penenun memilih cara kedua karena tidak membutuhkan waktu lama untuk memperoleh uang. (8) peranan pemerintah Sintang yang bekerja sama dengan *Tropen Muzeum* di Belanda mendirikan museum tenun yang merupakan satu-satunya museum tenun di Kalimantan Barat. Kebijakan pemerintah pusat dan daerah mengenai kewajiban setiap karyawan dan PNS menggunakan baju khas daerah memberikan peluang kepada produk daerah untuk berkembang dan meningkatkan kecintaan terhadap kain tenun. (9) Perlindungan dan hak kekayaan Intelektual (HKI) tenun ikat Sintang telah terdaftar sebagai salah satu warisan budaya nasional, bahkan telah didaftarkan ke UNESCO dan menjadi warisan budaya dunia.

Saran yang dikemukakan pada *paper* (5) adalah pemerintah daerah dan pemerintah pusat lebih berperan aktif dalam memasarkan kain tenun ke manca negara, pemerintah daerah memberikan bansos untuk pengadaan alat tenun bukan mesin (ATBM) lebih banyak lagi agar bisa menjangkau para pengrajin kecil, Pemerintah daerah perlu berperan aktif dalam mensosialisasikan penggunaan alat tenun modern agar produk menjadi lebih murah dan cepat, Masyarakat dayak desa perlu mewariskan keterampilan menenun yang bersifat sakral agar ada regenerasi, perlunya Kerjasama antar instansi terkait maupun LSM untuk melakukan sosialisasi tentang nilai-nilai budaya yang ada dalam kain tenun ikat, perlunya budidaya tanaman yang memberikan warna alami pada kain tenun, kewajiban semua pihak untuk menumbuhkan rasa cinta dan bangga terhadap warisan budaya.

SIMPULAN

Berdasarkan *review* beberapa *paper* diatas serta mempertimbangkan berbagai faktor internal dan eksternal usaha yang berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan UMKM kain tenun di Kabupaten Sintang, maka penulis menyimpulkan bahwa strategi pengembangan yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM kain tenun di Kabupaten Sintang adalah dengan analisis SWOT. Terdapat dua faktor yang menjadi pengaruh dalam pengembangan UMKM kain tenun di Kabupaten Sintang.

Kedua faktor tersebut adalah faktor internal (Kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman). Kekuatan dari UMKM kain tenun adalah Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah dimiliki serta menjadi salah satu warisan budaya yang telah tercatat di UNESCO, serta proses pembuatan kain tenun Sintang yang masih menggunakan gedogan (alat tenun tradisional) dan alat tenun bukan modern (ATBM) sehingga tetap terjaga kualitasnya. Kelemahan dari UMKM kain tenun Sintang adalah kurangnya variasi dan inovasi motif baru sehingga motif yang tersedia terbatas dan kurangnya pemanfaatan media promosi melalui teknologi *digital* seperti media sosial dan *marketplace*. Peluang dari UMKM kain tenun Sintang adalah adanya dukungan dari pemerintah daerah berupa Pendidikan dan pelatihan, dan berbagai event dan pameran yang dapat diikuti oleh UMKM kain tenun dalam upaya memperkenalkan produk dan budaya.

Peran koperasi yang mendukung melalui bantuan modal usaha, pemasaran produk kain tenun, dan bantuan pengadaan bahan baku. Ancaman yang dihadapi oleh UMKM kain tenun Sintang adalah dengan adanya kain tenun modern yang jauh lebih bervariasi dan murah. Menghadapi berbagai persoalan faktor tersebut maka UMKM kain tenun Sintang dapat menggunakan strategi gabungan yaitu Strategi SO (*Strengths Opportunities*) dimana dengan adanya HKI dan terdaftar di UNESCO kain tenun Sintang yang masih menggunakan alat produksi tradisional harus dipertahankan sehingga dapat dijadikan peluang sebagai ajang warisan budaya yang wajib dilestarikan dengan berbagai kegiatan pameran sebagai ciri khas kain tenun Kabupaten Sintang. (2) Strategi (*Weaknesses Opportunities*) kurangnya variasi motif yang tersedia dan pemasaran yang belum memaksimalkan pemanfaatan teknologi dapat dikembangkan dengan Pendidikan dan pelatihan yang didukung oleh pemerintah dan koperasi. (3) Strategi ST (*Strengths Threats*) HKI berperan melakukan pengakuan dan perlindungan terhadap kain tenun Sintang. Penggunaan alat pembuatan yang masih tradisional dan beberapa alat tenun bukan modern (ATBM) menjadi ciri khas sendiri bagi kain tenun Sintang untuk tetap menjaga kualitas dan kepercayaan konsumen. Ketika muncul kain motif tenun yang dicetak oleh pabrik dan dijual dengan harga yang lebih murah, kain tenun asli akan tetap menjadi pilihan utama para pencintanya karena memiliki nilai seni yang lebih tinggi dan orisinalitas produk lokal. (4) Strategi yang terakhir adalah WT (*Weaknesses Threats*) kurangnya variasi motif dan pemanfaatan media pemasaran digital membuat kain tenun Sintang sulit dijangkau konsumen. Ditambah dengan adanya kain tenun modern yang menyediakan berbagai motif serta harga yang lebih murah, akan menjadikan sebuah persaingan menjadi sangat kompetitif.

REFERENSI

- Anissa M.I.A., & Shinta R. (2020). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran (studi kasus di kantor pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*. 17 (2). 58-70.
<https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/34175/14289>
- Fatimah, F.N. D. (2016). Teknik Analisis SWOT. Di akses tanggal 24 Oktober 2022 dari
https://books.google.co.id/books?id=CRL2DwAAQBAJ&dq=analisis+swot&lr=&hl=id&source=gbs_navlinks_s

- Lisyawati N. (2018). Strategi pengembangan produk kain tenun ikat Sintang. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*. 3 (1). 56-72. <http://jurnaldikbud.kemdikbud.go.id/index.php/jpnk/article/view/530/431>
- Ni Putu N.W.D & Ni Putu N.E.L. (2020). Strategi pengembangan industry kain tenun endek di Kota Denpasar Era Revolusi 4.0. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*. 10 (1). 53-63. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/forbiswira/article/view/885>
- Sri E. (2021). Strategi pengembangan UMKM tenun untuk meningkatkan sosial ekonomi di Kota Bima. *Prosiding seminar nasional ekonomi dan bisnis 2021*. Diakses tanggal 24 Oktober 2022. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PSNCFEB/article/view/5167/3205>
- Statistik Ekonomi Kreatif 2020. Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. Hal. 55. Diakses pada tanggal 29 Oktober 2022. https://api2.kemeparakraf.go.id/storage/app/resources/Statistik_Ekraf_2021_rev01_isbn_3d826fedcb.pdf
- Tenun.id. (23 Maret 2020). Mengenal tenun ikat Sintang kerajinan khas Kalimantan Barat yang mendunia. Diakses tanggal 24 Oktober 2022 melalui <https://tenun.id/mengenal-tenun-ikat-sintang-kerajinan-khas-kalimantan-barat-yang-mendunia/>
- Trihastuti Y., Muhammad F.S. (2020). Literatur review : Legalisasi dokumen elektronik menggunakan tanda tangan digital sebagai alternatif pengesahan dokumen di masa pandemic. *Jurnal Resti (Rekayasa Sistem dan teknologi Informasi)*. 4 (6). 1058-1069. <http://jurnal.iaii.or.id>
- Vivin F., Roos N.S., & Suci P.S. (2020). Analisa strategi pengembangan usaha kain tenun Dusun Lengas Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 8 (2). 107-115. <http://e-journalppmunsa.ac.id/index.php/jeb/article/view/562>