

PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN MANAJEMEN USAHA BAGI PENGRAJIN TENUN KAMPUNG ALOR

Ariency Kale Ada Manu¹⁾, Rima Nindia Selan¹⁾, Theodora M. Tualaka¹⁾, Yosefina K.I.D.D Dhae²⁾

¹⁾Program Studi Teknik Pembuatan Tenun Ikat, Fakultas Sains dan Teknik, Universitas Nusa Cendana, Kupang, NTT

²⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana, Kupang, NTT

Corresponding author :Rima Nindia Selan

E-mail : rima_selan@staf.undana.ac.id

Diterima 01 November 2021, Direvisi 27 November 2021, Disetujui 28 November 2021

ABSTRAK

Rumah Tenun Kampung Alor merupakan salah satu kelompok tenun yang sudah maju dan berkembang di kota Kupang. Rumah Tenun Kampung Alor sudah berdiri sejak tahun 2014, produk yang dihasilkan tidak hanya sarung atau selimut dan selempang tenun tetapi juga berbagai asesoris tenun seperti anting, kalung, gelang, sepatu, tas serta dasi dari bahan tenunan. Rumah Tenun Kampung Alor juga memiliki galeri sendiri untuk menjual produk – produknya. Dalam kondisi pandemi sekarang ini, hal yang menjadi permasalahan yaitu proses pemasaran produk. Didasarkan dari permasalahan yang dihadapi mitra maka kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan tujuan memberikan tambahan ilmu pengetahuan kepada mitra dalam hal manajemen usaha dan *digital marketing*. Dalam kegiatan pengabdian digunakan metode penyuluhan dan latihan membuat analisa SWOT sederhana untuk menganalisa usaha tenun yang sudah dijalankan selama ini. Dari kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Bulan Agustus didapat hasil yang sangat baik, karena mitra sudah dapat membuat analisa SWOT dan strategi pemasaran untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi.

Kata kunci: kain tenun; kain tenun alor; manajemen usaha; analisa; SWOT.

ABSTRACT

The Kampung Alor Weaving House is one of the weaving groups that has developed and developed in the city of Kupang. The Kampung Alor Weaving House has been established in 2014, the products produced are not only sarongs or blankets and woven sashes but also various weaving accessories such as earrings, necklaces, bracelets, shoes, bags, and ties made of woven materials. The Kampung Alor Weaving House also has a gallery to sell its products. In the current pandemic conditions, the problem is the product marketing process. Based on the problems faced by partners, this service activity is carried out to provide additional knowledge to partners in terms of business management and digital marketing. In-service activities, counseling, and training methods are used to make a simple SWOT analysis to analyze the weaving business that has been carried out so far. From the service activities carried out in August, very good results were obtained because partners were able to make SWOT analysis and marketing strategies to overcome the problems they faced.

Keywords: woven fabric; alor woven fabric; business management; SWOT analysis.

PENDAHULUAN

Kain tenun di Provinsi Nusa Tenggara Timur masih banyak perbedaan. Setiap daerah menghasilkan kain yang dengan kualitas berbeda-beda. Harga salah satu yang paling berpengaruh. Semakin mahal kain, dilihat dari benang yang digunakan serta pewarnaan (Setiawan, 2014).

Kabupaten Sumba merupakan penghasil kain tenun dengan motif dan warna yang indah karena menggunakan pewarnaan alami dan benang yang terbuat dari kapas. Kabupaten Ngada tepatnya di desa Langa pengerajin tenun menggunakan pewarnaan wanteks dan menggunakan benang toko (benang buatan).

Dilihat dari bahan yang digunakan, untuk pembuatan kain tenun akan berbeda pada harga. Kabupaten Alor adalah kabupaten yang sebagian masyarakatnya juga pengerajin tenunan. Pewarnaan yang dilakukan menggunakan pewarnaan alami serta benang yang dibuat dari kapas, akan tetapi harga yang didapatkan berbeda dengan kain tenun dari Sumba. Perbedaan kain yang dihasilkan dan kombinasi warna dari kabupaten Sumba dan Kabupaten Alor berbeda. Ada tiga jenis tenun yaitu tenun ikat, tenun buna, dan tenun sotis. Dari tiga jenis tenun ini bagaimana menciptakan satu benang untuk menghasilkan tenun ikat, tenun buna, dan tenun sotis, memiliki kualitas

yang sama seperti membandingkan ketebalan hasil tenun dan kerapatan tenun, komposisi warna yang menarik dan tidak luntur serta benang yang kuat dan tidak mudah putus (Utami, 2018).

Kampung Tenun Alor berdiri sejak 2014, beralamat di Jl. Cak Doko, No. 24 C, Oebobo – Kota Kupang, menyajikan aneka tenun khas Kabupaten Alor dengan mutu terbaik. Tenunan yang dihasilkan selalu disesuaikan dengan selera pasar sehingga upaya kreatif terus dikembangkan mitra dalam memodifikasi tenunan tanpa menghilangkan ciri khas daerah asal tenunan.

Ragam tenunan khas daerah - daerah di Kabupaten Alor dikerjakan oleh lima penenun terampil dan berpengalaman. Produk yang dihasilkan sebagian besar berupa kain tenun motif Alor (berbagai motif) dan juga kain tenun dari etnis lain di NTT dalam jumlah kecil. Sedangkan dalam hal pewarnaan, Kampung Tenun Alor memproduksi kain tenun Alor dengan menggunakan pewarna alam maupun pewarna sintetis (*Galeri Kampung Tenun Alor Terus Berkreasi*, n.d.).

Kelebihan lain yang dimiliki Kampung Tenun Alor antara lain memproduksi tiga jenis tenun berupa tenun Sotis, Ikat juga Buna. Hal yang sulit didapatkan di tempat lain yang umumnya hanya memproduksi satu jenis tenun. Dapat dilihat pada Gambar 1 pengrajin sedang menenun kain tenun Alor.



Gambar 1. Tenun Ikat Alor

Kampung Tenun Alor tidak hanya menyediakan sarung, selimut dan selendang tenun tetapi berbagai asesoris berbahan tenun, seperti dasi, peci, tas, anting – anting serta sepatu. Pelanggan yang datang di Kampung Tenun Alor juga bisa memesan model dan motif sesuai keinginan mereka.

Menurut Ibu Ester sebagai Penanggungjawab Kampung Tenun Alor, kendala terbesar yang dialami adalah pemasaran. Karena kurangnya promosi maka proses pemasaran terkendala, sehingga produk - produk yang dihasilkan butuh waktu lama untuk terjual (*Di Galeri Kampung Tenun Alor Selendang Sotis Paling Digandrungi Konsumen*, n.d.).

Sebagai bentuk jawaban dari permasalahan tersebut, tim pelaksana melaksanakan beberapa kegiatan yaitu melakukan kegiatan pelatihan manajemen usaha dan kewirausahaan yang dapat membantu proses pemasaran produk. Kegiatan ini akan melibatkan semua pengrajin tenun yang ada di Kampung Tenun Alor dan dikordinir oleh Ketua Kelompok Tenun Alor.

Berdasarkan analisis situasi diatas, beberapa hal yang dianggap pengusul sebagai masalah prioritas yang harus ditangani antara lain :

1. Produk tenun ikat NTT menjadi produk yang sangat diminati oleh pasar lokal, nasional bahkan di pasaran internasional.
2. Proses pemasaran yang memakan waktu lama.
3. Kurangnya promosi tenun ikat.

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi, maka melalui kegiatan PKM akan diterapkan transfer teknologi melalui pelatihan tentang manajemen usaha dan kewirausahaan dimana mitra diberi pengetahuan tentang bagaimana menggunakan media promosi yang ada untuk memasarkan produk - produknya. Pelatihan manajemen usaha dan kewirausahaan serta analisa SWOT diberikan oleh narasumber yang merupakan pakar dalam bidang manajemen.

Didasarkan dari permasalahan yang dihadapi mitra maka kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan tujuan memberikan tambahan ilmu pengetahuan kepada mitra dalam hal manajemen usaha dan *digital marketing*.

Strategi pemasaran yang dipilih oleh para pengusaha tentunya akan berbeda-beda hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor. Kesuksesan suatu industri bersaing tergantung pada penyesuaian secara dinamis terhadap lingkungan yang berubah-ubah. Perubahan tersebut ditandai oleh naik turunnya penjualan produk yang dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal lingkungan. Sehingga pemilihan strategi pemasaran dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor lingkungan baik internal maupun eksternal. Suatu strategi pemasaran harus dibuat dengan memperhatikan aspek lingkungan baik internal maupun eksternal. Sedangkan analisis SWOT merupakan suatu cara untuk menggambarkan dan mengevaluasi suatu usaha berdasarkan faktor lingkungan internal dan eksternal industri, metode ini digunakan untuk mencari strategi yang tepat yang digunakan oleh suatu industri (Christanto, 2011). Untuk itu diperlukan analisis SWOT untuk menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh suatu industri. Hal ini didasarkan pada logika bahwa

strategi pemasaran yang baik adalah dengan meminimalkan kelemahan dan ancaman serta memaksimalkan kekuatan dan peluang (Indah Sari & Budiani, 2018).

Analisis SWOT Analisis SWOT merupakan singkatan dari *Strengths*, *weakness*, *opportunity* dan *threats*. Dari analisis tersebut dapat digolongkan menjadi dua faktor yaitu intern dan ekstern. Faktor intern yaitu strength dan weakness sedangkan faktor ekstern yaitu *opportunity* dan *threats*. 2. Strategi pemasaran Strategi pemasaran adalah suatu strategi yang digunakan perusahaan untuk menentukan kebijakan jangka panjang (Indah Sari & Budiani, 2018).

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Kampung Tenun Alor diadakan pada Hari Selasa tanggal 31 Agustus 2021, peserta yang hadir sebanyak 15 orang yang terdiri dari pengrajin tenun, mahasiswa dan dosen Program Studi Teknik Pembuatan Tenun ikat Universitas Nusa Cendana.

Metode yang digunakan dalam PKM adalah penyuluhan kepada mitra tentang manajemen usaha dan *digital marketing*, serta pelatihan mengenai analisa SWOT (*Strengths*, *weakness*, *opportunity* dan *threats*).

Tahapan-tahapan yang ditempuh guna melaksanakan solusi atas permasalahan mitra, antara lain:

1. Menggali dan mengkaji permasalahan yang dihadapi mitra melalui wawancara/dialog yang mendalam tentang potensi dan kendala/permasalahan yang dihadapi mitra Kampung Tenun Alor.
2. Menetapkan solusi yang sesuai dengan persoalan yang dihadapi mitra dan mengumpulkan data-data awal sebagai landasan dalam menawarkan solusi kepada mitra.
3. Menawarkan solusi kepada mitra berupa kegiatan pelatihan tentang manajemen usaha dari pakar untuk meningkatkan pemahaman mitra.
4. Melakukan kesepakatan bersama dalam hal teknis penyelesaian persoalan mitra.
5. Penyediaan alat dan bahan untuk kegiatan PKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Pelatihan Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Bagi Pengrajin Tenun Kampung Alor, yaitu :

- Pelatihan Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Bagi Pengrajin Tenun Kampung Alor. Kegiatan dilakukan Bulan Agustus

bertempat di Rumah Tenun Kampung Alor, Kecamatan Oebobo, Kota Kupang. Penyuluhan diikuti oleh 25 orang peserta, terdiri dari pengrajin mahasiswa dan dosen. Peserta sangat antusias dan banyak memberikan pertanyaan pada sesi tanya jawab, karena mendapat pengetahuan baru tentang manajemen usaha khususnya materi tentang analisa SWOT. Kelompok mitra diberi pelatihan bagaimana mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama ke dalam daftar yang terorganisir. Dengan pelatihan ini, peserta yang merupakan pengrajin tenun mendapat peningkatan ilmu pengetahuan tentang analisa SWOT, sehingga dapat menentukan strategi yang solid untuk memprioritaskan pekerjaan yang perlu dilakukan untuk mengembangkan bisnis tenun ikat dimasa pandemi.

- Narasumber yang merupakan dosen program studi Manajemen memberikan materi dan penjelasan yang lengkap tentang kewirausahaan, manajemen usaha, analisa pasar, analisa SWOT dan *digital marketing*. Pada bagian akhir, peserta diminta membuat analisa SWOT sederhana tentang usaha tenun ikat yang selama ini dijalankan.



Gambar 2. Narasumber memberikan Materi Pelatihan



Gambar 3. Peserta membuat analisa SWOT



Gambar 4. Peserta mempresentasikan hasil analisa SWOT



Gambar 5. Ibu Ester sedang menjelaskan proses menenun di Rumah Tenun Kampung Alor

Pembahasan

Berdasarkan hasil kegiatan PKM di Rumah Tenun Kampung Alor diketahui bahwa pengrajin sudah dapat mengatur usahanya dan membuat strategi pemasaran untuk bertahan ditengah pandemi.

Hasil analisa SWOT, *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman) adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Analisa SWOT Rumah Tenun Kampung Alor

STRENGTH	WEAKNESS
- Pengrajin yang kompeten	- Pengrajin masih terbatas
- Alat tenun yang memadai	- Alat tenun tradisional
- Dapat menenun semua motif daerah	
OPPORTUNITY	THREAT
- Merupakan salah satu rumah tenun terbaik di kota Kupang	- Banyak pesaing baru
	- Belum ada <i>digital marketing</i>

Dari hasil analisa SWOT diatas, maka strategi potensial yang diambil untuk mengembangkan usaha tenun di Rumah Tenun Kampung Alor antara lain :

- Mengatur jam kerja pengrajin sehingga dapat memenuhi permintaan pelanggan tepat waktu
- Memodifikasi alat tenun sehingga dapat mempersingkat waktu kerja dan meminimalisasi sakit punggung
- Membuat terobosan atau inovasi tenunan yang belum dibuat oleh pesaing. Hal ini sudah dilakukan yaitu dengan membuat pashima dari motif tenun tertentu dan hasil penjualannya sangat baik.
- Mulai mengembangkan strategi pemasaran lewat digital marketing, strategi ini sangat potensial dilakukan pada masa pandemi seperti sekarang.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Rumah Tenun Kampung Alor menunjukkan hasil yang sangat positif karena para pengrajin dapat dengan cepat memahami dan bahkan membuat analisa SWOT, sehingga dapat membuat strategi penyelesaian dari permasalahan yang dihadapi. Strategi yang sudah dibuat yaitu membuat inovasi baru dari produk tenunan sehingga dapat bertahan dalam persaingan. Hal yang masih menjadi kendala karena pengrajin sebagian besar adalah ibu rumah tangga sehingga masih belum fasih untuk melakukan pemasaran secara online.

Untuk pengabdian selanjutnya diharapkan lebih fokus pada segi ergonomi dan pembagian waktu kerja/ shift dari para pengrajin tenun di Rumah tenun Kampung Alor.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Rektor Universitas Nusa Cendana dan Dekan Fakultas Sains dan Teknik UNDANA untuk pembiayaan pengabdian ini, melalui DIPA Universitas nusa Cendana TA 2021.

DAFTAR RUJUKAN

Di galeri kampung tenun alor selendang sotis paling digandrungi konsumen. (n.d.). <https://kupang.tribunnews.com/2019/08/24/di-galeri-kampung-tenun-alor-selendang-sotis-paling-digandrungi-konsumen>

Galeri Kampung Tenun Alor Terus Berkreasi. (n.d.). <https://kupang.tribunnews.com/2019/12/26/galeri-kampung-tenun-alor-terus-berkreasi>

- Indah Sari, R., & Budiani, S. R. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Industri Tenun di Desa Wisata Gamplong Kabupaten Sleman. *Majalah Geografi Indonesia* Vol. 32, No.1.
- Setiawan, B. (2014). Strategi Pengembangan Tenun Ikat Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur. Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebudayaan. Pusat Penelitian Dan Pengembangan Kebudayaan, Balitbang, Kemdikbud.
- Utami, A. N. (2018). Tenun Ikat Amarasi Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur. *E-Journal. Volume 07 Nomor 02 Tahun 2018, Edisi Yudisium.*