

KOMPETENSI

Vol. 12, No. 2, Juli - Desember 2014

Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi

**Kinerja dan Transfer Informasi Intra-Industri atas Pengumuman
Stock Split pada Perusahaan Bertumbuh dan Tidak Bertumbuh**

*Supriyanta
Retno Ika Sundari*

Zakat Lembaga dalam Perspektif Ekonomi Islam

Hermansyah

**Reaksi Pasar Modal terhadap International
TMT Turnover**

Salamah Wahyuni

**Upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif melalui
Usaha Kecil Tenun Lurik ATBM**

*Kristiana Sri Utami
Dian Ratnaningdiah*

**Persepsi User Muslim terhadap Tujuan Pelaporan Keuangan
Lembaga Keuangan Syariah**

Ibrahim Fatwa Wijaya

**Determinan Audit Delay Laporan Keuangan
Pemerintah Daerah di Indonesia**

*Dewi Adhayanti
Sutaryo*

Politik Hukum Pidana Islam

Heri Prasetyo



UPAYA PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF MELALUI USAHA KECIL TENUN LURIK ATBM

Kristiana Sri Utami
Dian Retnaningdiah

Abstract

Small industry as part of the creative industry has great opportunity to be developed. This nation has natural resources and cultural richness which are great assets to be a developed country. Creative industries are most associated with small businesses that are located in many rural areas. This is a strategic opportunity to create a welfare society as well as to enhance the quality of living. One of the creative industries sub-sector which is handicraft industry that grow in remote areas is a potential asset for national development. Handicraft subsector in the form of small and medium enterprises has an important role in increasing the income of small community with lower education and limited capital. The other benefits to grow small enterprises are the ability to absorb labor, provide goods and services at lower prices, and as one of the main components of local economic development. As today's industry has entered the era of globalization, it is a demand to develop creative industry sectors to gain the creative economic vision 2025. Lurik handloom weaving is one of the small businesses to be developed which requires the support of all parties in an effort to promote the creative economy.

Keywords

Creative Industry, Small
Business Crafts, Lurik
handloom Weaving

Penulis

Kristiana Sri Utami
Fakultas Ekonomi,
Universitas Widya
Mataram Yogyakarta

Dian Retnaningdiah
Fakultas Ekonomi,
Universitas Widya
Mataram Yogyakarta

A. PENDAHULUAN

Industri kreatif saat ini menjadi salah satu fokus perhatian karena diyakini dapat menjawab tantangan permasalahan yaitu banyaknya pengangguran, tingginya tingkat kemiskinan, dan rendahnya daya saing industri dari produk-produk yang dihasilkan oleh sektor industri di Indonesia.. Selain permasalahan tersebut, ekonomi kreatif ini juga diharapkan dapat menjawab tantangan seperti isu *global warming*, pemanfaatan energi yang terbarukan dan pengurangan emisi karbon, karena arah pengembangan industri kreatif ini akan menuju pola industri ramah lingkungan. (Departemen Perdagangan RI,2008).

Pentingnya peranan UKM dalam mengembangkan perekonomian nasional ditunjukkan dengan ditetapkannya Undang-Undang RI nomor 20 tahun 2008 tentang usaha kecil dan selanjutnya diikuti dengan peraturan pemerintah RI nomor 32 tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil. Inti dari peraturan ini adalah adanya pengakuan dan upaya untuk memperdayakan UKM. Dalam PP tersebut disebutkan bahwa usaha kecil merupakan bagian integral dari perekonomian nasional yang mempunyai kedudukan, potensi, dan peranan yang penting dan strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi nasional yang kokoh sehingga usaha kecil perlu diberdayakan agar dapat menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang dan menjadi usaha menengah. Dengan strategi pengembangan yang tepat diharapkan industri kreatif ini berkembang dengan baik guna mendukung tercapainya visi ekonomi kreatif 2025 sangat penting dilakukan.

INDUSTRI KREATIF

Arah perkembangan ekonomi nasional memasuki era ekonomi kreatif menuntut setiap departemen membuat program untuk mengembangkan industry kreatif. Hal ini membu-

KOMPETENSI

Jurnal Ekonomi,
Manajemen & Akuntansi
Vol 12 No.2 Juli - Desember 2014

Fak. Ekonomi - Universitas
Cokroaminoto Yogyakarta

ISSN: 1412-9450

tuhkan dukungan pemerintah daerah dengan mengembangkan produk atau komoditas unggulan daerah. Kriteria produk unggulan adalah (Tambunan dan Nasution, 2006): (1) menggunakan bahan baku lokal, (2) sesuai dengan potensi dan kondisi daerah, (3) memiliki pasar yang luas, (4) mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak, (5) merupakan sumber pendapatan masyarakat, (6) volume produksi yang cukup besar dan kontinyu, (7) merupakan ciri khas daerah, (8) memiliki daya saing relatif tinggi, dan (9) dapat memacu perkembangan komoditas yang lain. Jika upaya mengembangkan komoditas unggulan tersebut dikerjakan dengan sungguh-sungguh oleh sumber daya manusia yang kreatif maka tidak mustahil nantinya akan muncul komoditas daerah yang mempunyai daya saing di pasar internasional.

Di Indonesia, Industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri kreatif ini di Indonesia dikembangkan dengan menggunakan: a). Pondasi yaitu *people* (sumber daya insani); b). Pilar utama yaitu: *Industry, Technology, Resources, Institution, Financial dan Intermediary*; c). Dipayungi oleh interaksi dari *Intellectuals (Intelektual), Business (Bisnis), dan Government (Pemerintah)* sebagai para aktor utama penggerak industri kreatif. Klasifikasi industri kreatif di Indonesia dapat dikategorikan menjadi 14 subsektor yaitu periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, design, fesyen, film video fotografi, permainan interaktif, music, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan computer dan piranti lunak, televise dan radio, serta riset dan pengembangan.

Definisi industri kerajinan, berdasarkan Simposium Internasional UNESCO/ITC *,'Craft and the International Market Trade and Custom Codification'* di Manila tahun 1997 yaitu, kerajinan adalah industri yang menghasilkan produk-produk, baik secara keseluruhan dengan tangan atau menggunakan peralatan biasa, juga peralatan mekanis sepanjang kontribusi para perajin tetap lebih substansial pada komponen produk akhir. Produk kerajinan

tersebut dibuat dari *raw material* dalam jumlah yang tidak terbatas. Produk ini dapat berupa produk untuk kegunaan, estetik, artistik, kreatif, pelestarian budaya, dekoratif, fungsional, tradisional, religius dan simbol-simbol social. (Departemen Perdagangan RI, 2008).

B. TUJUAN PENELITIAN

1. Menganalisis variable-variabel internal (*Strength, Weaknesses*) dan eksternal (*Opportunities, Threats*) UKM kreatif kerajinan tenun lurik ATBM di Kabupaten Sleman.
2. Menemukan strategi yang tepat untuk mengembangkan UKM kreatif tenun lurik ATBM di Kabupaten Sleman.

C. METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Obyek penelitian ini adalah industri kerajinan tenun lurik ATBM yang berada di dusun Kembangan, desa Sumberrahayu, kecamatan Moyudan, kabupaten Sleman. Pemilihan obyek ini didasari oleh karena kerajinan tenun lurik saat ini jarang/langka serta memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan. Adanya kekhawatiran akan punahnya warisan budaya ini maka membutuhkan campur tangan berbagai pihak agar kerajinan ini dapat berkembang dan mampu bersaing dalam industry tekstil baik nasional maupun internasional.

2. Metode Pengumpulan Data

- a) Wawancara terstruktur.
- b) Observasi
- c) Dokumentasi, diperlukan untuk melengkapi data wawancara dan observasi
- d) Kuisisioner

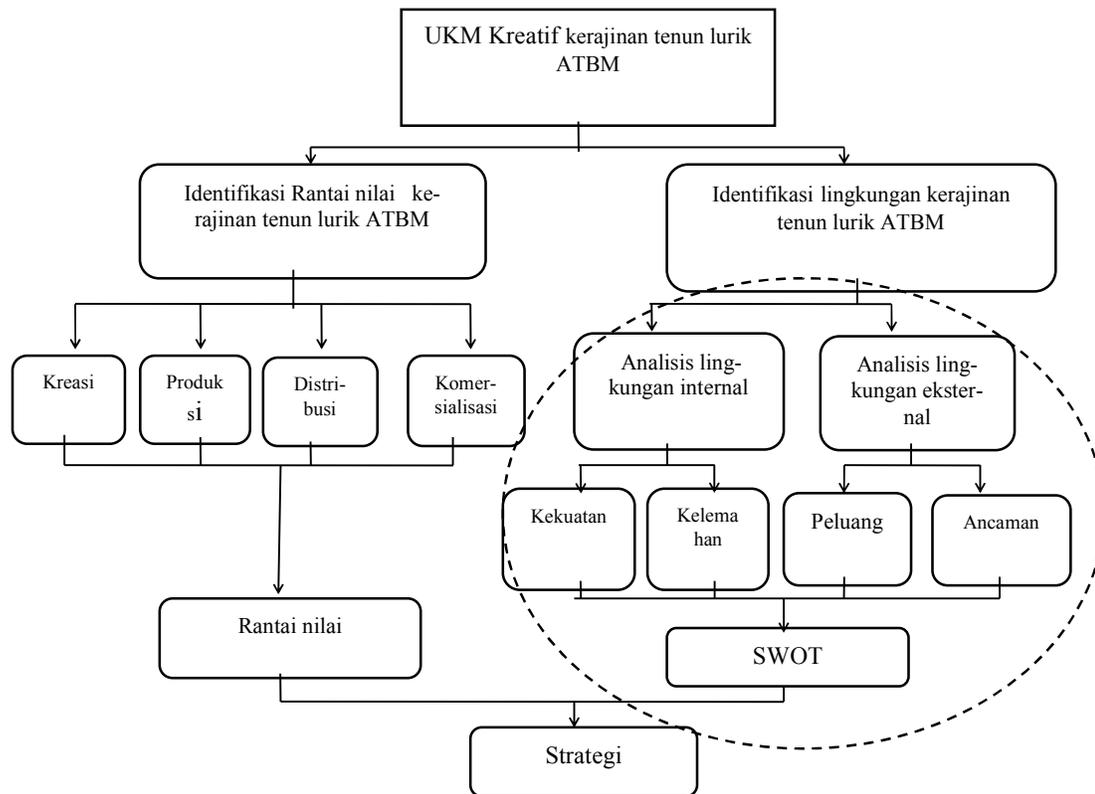
3. Kerangka Analisis

Kerangka analisis yang digunakan dalam penulisan jurnal ini dapat digambarkan dalam lingkaran putus-putus dari kerangka penelitian dan pemecahan masalah pada gambar 1.

4. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan mengintegrasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Dalam hal ini, Nasution (1988) menyatakan bahwa analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan

Gambar 1. Kerangka Pemikiran dan Pemecahan Masalah



kan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian.”(Sugiyono,2008: 89).

Data yang telah terkumpul selanjutnya akan dianalisis dengan analisis SWOT (Strength Weakness Opportunity Threats). Dengan analisis ini akan dilakukan pemetaan kekuatan,kelemahan, peluang serta ancaman subsektor industri kerajinan kreatif anyaman mendong sehingga ditemukan strategi pengembangan yang tepat. Hasil analisis akan digambarkan dalam diagram analisis SWOT.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tenun Lurik sebagai Asset Budaya

Kerajinan tenun lurik merupakan salah satu kerajinan tradisional yang merupakan asset budaya sebagai peninggalan nenek moyang bangsa Indonesia. Pada zaman dahulu kerajinan tenun lurik ini dikenal dalam masyarakat jawa sebagai bahan untuk membuat baju surjan yang dipakai sebagai baju adat terutama oleh kerabat maupun para prajurit Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat.

Lurik berasal dari kata korek yang

dalam bahasa kuno lorek berarti lajur atau garis dan dapat pula berarti corak. (Zoetmulder, 1982: 575). Pada jaman dahulu, kain lurik ditunen dengan alat yang disebut gedog atau genhong. Dalam perkembangannya untuk mencapai hasil produksi yang lebih cepat para perajin tenun lurik beralih menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) yang hingga saat ini masih dipertahankan sebagai alat pembuatan tenun lurik diberbagai daerah di Pulau Jawa (Isyanti,2003,18)

2. Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Identifikasi factor internal (kekuatan dan kelemahan), dan factor eksternal (peluang dan ancaman) dilakukan berdasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan terhadap ketua maupun anggota kelompok pengrajin tenun lurik. Hasil dari perumusan faktor internal dan eksternal tersebut adalah sebagai berikut.

Identifikasi Faktor Internal

a. Kekuatan Industri

1) Produk yang dihasilkan berkualitas

Dalam pembuatan kerajinan ini pengrajin memperhatikan unsur kualitas hasil tenun

yaitu dengan pemilihan bahan baku yang berkualitas. Hal ini sangat didukung oleh tersedianya bahan baku yang mudah didapat berupa benang katun. Dengan benang katun maka kain yang dihasilkan adalah kain tenun lurik yang halus, tidak kaku dan jika digunakan sebagai bahan pakaian akan enak dipakai serta tidak panas.

2) Harga yang ditawarkan bersaing

Harga merupakan hal yang sangat sensitif bagi konsumen. Pengrajin menyadari bahwa harga merupakan strategi untuk bersaing, jika harga yang ditawarkan tinggi maka produk ini tidak akan dapat bersaing di pasar. Tetapi bagi pengrajin tenun lurik tidak merasakan harga sebagai suatu masalah, hal ini dikarenakan produk tenun lurik yang dihasilkan berbeda dengan produk yang dihasilkan daerah lain yaitu dalam hal kehalusan kain tenun maupun motif yang dihasilkan.

3). Kerjasama yang baik antar pengrajin

Lokasi pengrajin yang berada dalam satu area kelurahan sangat memudahkan untuk saling berbagi informasi antar pengrajin. Pertemuan rutin antar pengrajin tenun lurik dilakukan setiap bulan dalam bentuk arisan serta pembagian upah menenun. Pertemuan tersebut juga merupakan sarana bagi pengrajin untuk mencari solusi jika kelompok menghadapi suatu masalah.

4). Pimpinan yang kreatif dan tegas

Ide-ide baru berupa pembuatan kain tenun dengan berbagai variasi warna kebanyakan diusulkan oleh ketua kelompok. Memunculkan ide baru juga sangat terbuka bagi anggota kelompok.

5) Bahan baku mudah didapat

Tersedianya bahan baku yang mudah didapatkan menjadi kekuatan bagi industry kecil ini. Dari awal berdirinya sampai sekarang, pengrajin relative tidak pernah mengalami masalah dalam hal bahan baku

6) Sikap dan mental pengrajin

Pengrajin tenun lurik ATBM seluruhnya berasal dari warga sekitar. Mental pengrajin tenun lurik dapat digambarkan dalam bentuk keuletan dalam menekuni usaha dengan tidak menyerah pada saat menemui suatu masalah.

7) Kemampuan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan

Pengrajin tenun lurik ATBM memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan meskipun masih dalam jumlah pelanggan yang terbatas. Hal ini ditunjukkan dengan beberapa pembeli yang beberapa kali memesan kain tenun. Hubungan yang baik ini merupakan kekuatan bagi pengrajin tenun lurik ATBM .

Kelemahan Industri

1) Design produk bervariasi

Design produk dalam kelompok ini masih terbatas dalam variasi warna tenun lurik. Kombinasi warna ini dibuat berdasarkan ide kelompok maupun pada pesanan pembeli. Sedangkan corak lurik lebih berdasarkan pada corak pakem yang sudah ada, contohnya corak udan riris.

2) Kuantitas pengrajin kurang

Jumlah penduduk di wilayah kelurahan Sumberrahayu cukup banyak tetapi yang memiliki loyalitas untuk menjadi pengrajin tenun lurik sangat kecil. Jumlah pengrajin juga mengalami penurunan dibanding pada saat awal berdirinya kelompok. Sedikitnya jumlah pengrajin menunjukkan kecilnya keinginan masyarakat sekitar untuk menekuni kerajinan tenun lurik ini.

3) Keinginan sumber daya manusia baru untuk menekuni kerajinan masih rendah

Untuk menjadi pengrajin tidak membutuhkan pendidikan yang tinggi, tetapi yang terpenting adalah kemauan yang keras, kesabaran dan ketelatenan. Masyarakat sekitar lebih tertarik untuk menekuni tenun stagen serta pertanian karena memiliki pola pikir bahwa pendapatan dari tenun lurik tidak menjanjikan.

4) Kemampuan pengelolaan pembukuan masih minim

Sistem pencatatan keuangan pada kelompok pengrajin masih sangat terbatas. Data-data yang dimiliki kelompok pengrajin hanya terbatas pada data pembelian dan penjualan, sedangkan pencatatan dalam bentuk jurnal maupun laporan keuangan selama ini belum pernah disusun.

5) Etos Kerja dan disiplin kurang

Disiplin pengrajin masih kurang, hal ini ditunjukkan dengan adanya pengrajin yang

Tabel 1. Faktor Internal Industri Kerajinan Tenun Lurik ATBM

Strength:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang dihasilkan berkualitas 2. Harga yang ditawarkan bersaing 3. Kerjasama yang baik antar pengrajin 4. Pimpinan kreatif dan tegas 5. Bahan baku mudah diperoleh 6. Mental pengrajin 7. Kemampuan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan
Weakness	<ol style="list-style-type: none"> 1. Design produk bervariasi 2. Terbatasnya jumlah pengrajin 3. Terbatasnya kemampuan pengelolaan pembukuan 4. Etos kerja dan disiplin masih rendah 5. Kurangnya inovasi produk 6. Penggunaan Teknologi Informasi masih terbatas 7. Promosi produk masih rendah 8. Pengetahuan tentang e-commerce masih minim 9. Keinginan sumber daya manusia baru untuk menekuni usaha 10. Kemauan untuk mengajarkan kepada generasi muda

menenun hanya pada saat ada waktu luang saja ketika tidak ada kegiatan lain yang dapat dilakukan sehingga berakibat pada kuantitas produk yang dihasilkan masih terbatas.

6). Kemauan untuk mengajarkan kepada generasi muda.

Keinginan untuk regenerasi keahlian membuat tenun lurik belum ada. Para pengrajin tenun ini tidak mengetahui kapan dan dimana ada kesempatan yang tepat untuk bisa mengajarkan proses produksi tenun lurik ke generasi muda.

7) Teknologi informasi masih minim

Teknologi informasi saat ini menjadi suatu hal yang pokok dengan adanya ekonomi global, setiap orang dituntut untuk tidak ketinggalan teknologi. Masih minimnya kemampuan penggunaan media elektronik oleh para pengrajin tenun lurik ATBM ini menjadi kelemahan tersendiri.

8) Inovasi produk

Pengrajin tenun lurik ATBM selama ini memproduksi dan menjual produk kain lurik saja dan belum mencoba memproses kain lurik menjadi produk yang memiliki nilai ekonomis lebih tinggi. Keterbatasan kemampuan, modal berupa alat-alat serta keterbatasan sumberdaya memberi dampak yaitu kurangnya ide – ide dari pengrajin untuk melakukan inovasi produk.

9) Pengetahuan tentang e-commerce masih sangat rendah

Pemasaran di internet (e-commerce) akan sangat membantu pengrajin untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Perkembangan teknologi ini sangat memudahkan produk-produk kerajinan dikenal oleh konsumen dari seluruh dunia.

10). Promosi produk masih minim

Upaya promosi yang dilakukan oleh pengrajin tenun lurik baru terbatas pada keikutsertaan dalam pameran hasil kerajinan yang difasilitasi oleh pemerintah daerah.

2.2. Identifikasi Faktor Eksternal

a. Peluang industri

1) Memiliki pelanggan

Kegiatan usaha yang sudah berjalan selama 4 tahun bagi kelompok pengrajin tenun lurik merupakan waktu yang cukup muda untuk dapat memiliki banyak pelanggan. Seiring pertambahan usia kelompok pengrajin, jumlah pelanggan yang dimiliki semakin meningkat.

2) Ketersediaan Sumber Daya Manusia di daerah sekitar

Lokasi industry kecil tenun lurik ATBM ini berada di sebuah Kecamatan yang memiliki cukup Sumber Daya Manusia yang perlu diserap sebagai tenaga kerja. Sehingga tenaga kerja yang ada tidak lagi terserap keluar wilayah melainkan dapat berperan serta membangun dan memajukan daerah

Tabel 2. Faktor Eksternal Industri Kerajinan Tenun Lurik ATBM

Opportunity	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki banyak pelanggan dan relasi 2. Ketersediaan SDM banyak di daerah sekitar 3. Peningkatan jumlah wisatawan 4. Kondisi ekonomi stabil 5. Jalur distribusi fisik seperti pasar modern dan tradisional, galeri, toko, dan lain-lain semakin banyak 6. Apresiasi pasar luar negeri lebih baik dalam hal originalitas seni, budaya, dan desain 7. Semakin terbukanya akses terhadap teknologi 8. Dukungan pemerintah dalam bentuk kebijakan dan aturan untuk pengembangan ekonomi kreatif sudah mulai bermunculan
Threats	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemungkinan penipuan pemesanan 2. Ancaman produk pesaing 3. Kekuatan tawar-menawar pembeli 4. Inflasi 5. Cuaca yang kurang mendukung

setempat melalui industry tenun lurik.

3) Peningkatan jumlah wisatawan

Yogyakarta merupakan kota pariwisata. Salah satu obyek yang cukup menarik bagi wisatawan adalah wisata kerajinan disamping obyek wisata lainnya. Peningkatan jumlah wisatawan ini merupakan peluang pasar yang sangat baik untuk produk-produk UKM termasuk tenun lurik ATBM ini. Jumlah wisatawan yang semakin banyak semakin memperbesar peluang untuk meningkatkan volume penjualan.

4) Kondisi Ekonomi Stabil

Adanya kondisi ekonomi yang stabil memperbesar peluang UKM untuk dapat bertahan dan semakin berkembang dan di masa depan dapat menjadi industry kecil yang mandiri.

5) Jalur distribusi fisik semakin banyak

Semakin banyaknya didirikan jalur distribusi fisik seperti pasar modern dan pasar tradisional, galeri, toko kerajinan, dan lainnya memberikan peluang yang besar bagi industry tenun lurik untuk dapat mengenalkan serta mendekatkan produknya pada konsumen.

6). Apresiasi pasar luar negeri lebih baik dalam hal originalitas seni, budaya, dan design.

Konsumen mancanegara sangat menyukai produk-produk yang memiliki originalitas seni, budaya dan design. Tenun lurik merupakan produk yang sangat kental dengan unsur budaya, hal ini merupakan peluang

besar bagi produk kerajinan tenun lurik ATBM untuk memasuki pasar global.

7). Semakin terbukanya akses terhadap teknologi

Adanya globalisasi menuntut semua orang untuk tanggap terhadap kemajuan teknologi. Tersedianya media online/internet banyak digunakan oleh pelaku usaha untuk mempromosikan produknya.

8). Dukungan pemerintah dalam industry kreatif

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.28 Tahun 2008 tentang kebijakan industry nasional dan termasuk didalamnya adalah industry kreatif yang kemudian dijabarkan dalam rencana pengembangan 14 subsektor industry kreatif oleh Departemen Perdagangan adalah merupakan bentuk kebijakan-kebijakan pemerintah dan aturan untuk pengembangan ekonomi kreatif.

b. Ancaman Industri

1). Penipuan pemesanan

Adanya kemungkinan penipuan pemesanan menjadikan keawatiran tersendiri sehingga pengrajin perlu hati-hati dalam menerima tawaran pemesanan. Kekawatiran ini akan menjadi ancaman bagi pengrajin.

2) Inflasi

Adanya inflasi menyebabkan harga-harga barang maupun jasa meningkat. Kenaikan harga bahan baku, maupun bahan penolong tenun lurik akan berdampak pada biaya produksi yang semakin meningkat.

Tabel 3. Skor Faktor Internal

Faktor	Rating	Bobot	skore	
Strength	1	2.5	0.061224	0.153061
	2	2.5	0.063492	0.15873
	3	2.625	0.058957	0.154762
	4	2.875	0.061224	0.17602
	5	2.625	0.061224	0.160714
	6	4	0.061224	0.244898
	7	2.75	0.061224	0.168367
Total			1.216553	
Weakness	1	1.75	0.061224	0.107143
	2	2.5	0.052154	0.130385
	3	1.875	0.047619	0.089286
	4	2	0.058957	0.117914
	5	2.75	0.054422	0.14966
	6	1.75	0.06576	0.115079
	7	2.5	0.056689	0.141723
	8	1.125	0.054422	0.061224
	9	1.75	0.056689	0.099206
	10	2	0.063492	0.126984
Total			1.138605	

Hal ini akan menjadi ancaman keberlangsungan hidupnya tenun lurik.

3) Kekuatan tawar menawar pembeli

Pembeli yang memesan dalam jumlah besar memiliki kekuatan dalam tawar menawar. Oleh karena itu, dalam menghadapi pembeli ini pengrajin harus mampu berkomunikasi dan bernegosiasi dengan baik sehingga pengrajin tidak dirugikan.

4) Ancaman pesaing dari dalam negeri

Pesaing produk kerajinan tenun lurik ini adalah kerajinan tenun lurik dari daerah lain meskipun terdapat perbedaan dalam bahan baku maupun produknya. Sebagai contoh pengrajin tenun lurik di Sumberagung menggunakan bahan baku benang polyester. Meskipun terdapat perbedaan dalam bahan baku, hal ini dapat menjadi ancaman bagi tenun lurik ATBM di Sumberrahayu.

5) Cuaca

Faktor cuaca merupakan factor yang tidak dapat diprediksikan oleh manusia. Cuaca mempengaruhi proses produksi kerajinan tenun lurik yaitu pada tahap pengeringan benang. Pengeringan yang kurang sempurna akan mempengaruhi kualitas produk tenun lurik.

Tabel 4. Skor Faktor Eksternal

Faktor	Rating	Bobot	Skore	
Opportunity	1	2.625	0.087097	0.228629
	2	2.875	0.087097	0.250403
	3	3.375	0.083871	0.283065
	4	2.75	0.080645	0.221774
	5	3.625	0.087097	0.315726
	6	3	0.067742	0.203226
	7	3.375	0.087097	0.293952
	8	3	0.083871	0.251613
Total			2.048387	
Threats	1	1.875	0.064516	0.120968
	2	2.75	0.077419	0.212903
	3	2.625	0.064516	0.169355
	4	2.5	0.064516	0.16129
	5	2.5	0.064516	0.16129
	Total			0.825806

Dari hasil analisis data terhadap variabel internal (Strength Weaknees) seperti terlihat dalam tabel 3, dapat diketahui bahwa factor kekuatan utama yang dimiliki oleh pengrajin tenun adalah pimpinan yang kreatif dan tegas serta mental pengrajin yang cukup kuat.

Kelemahan utama (Threats) yang dimiliki oleh pengrajin tenun lurik ATBM adalah kurangnya inovasi produk, promosi produk masih rendah, serta terbatasnya jumlah pengrajin

Dari hasil analisis data terhadap Variabel Eksternal (Opportunity Threats) seperti terlihat dalam tabel 4, dapat diketahui bahwa factor peluang utama yang dimiliki oleh pengrajin tenun lurik ATBM adalah tersedianya jalur distribusi fisik seperti pasar modern dan tradisional, galeri, toko, dan lain-lain semakin banyak, semakin terbukanya akses terhadap teknologi serta adanya peningkatan jumlah wisatawan. Factor ancaman utama yang dihadapi oleh pengrajin tenun lurik ATBM adalah ancaman produk pesaing.

Strategi SWOT dari usaha kecil tenun lurik ATBM dengan mendasarkan pada faktor-faktor eksternal dan internal dapat disusun dalam strategi SWOT seperti tabel 5.

Strategi SO

Adalah strategi memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi ini

Tabel 5. Strategi SWOT

Internal		Strengths		Weaknesses
	Eksternal	1 2 3 4 5 6 7	Kualitas produk Harga yang ditawarkan bersaing Kerjasama baik antar pengrajin Pimpinan kreatif dan tegas Bahan baku mudah diperoleh Mental pengrajin Hubungan baik dengan pelanggan	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Opportunities 1. Pelanggan dan relasi 2. Ketersediaan SDM 3. Peningkatan jumlah wisatawan 4. Kondisi ekonomi 5. Jalur distribusi fisik 6. Apresiasi pasar luar negeri 7. Akses teknologi 8. Dukungan pemerintah		S-O-Strategies: Competitive strategi: Market penetration		W-O-Strategies: Divestmen/investmen : Product development, Perbaikan Manajemen
Threats 1. Penipuan pemesanan 2. Ancaman produk pesaing 3. Inflasi 4. Kekuatan menawar pembeli 5. Cuaca		S-T-Strategies Mobilization Mempertahankan pasar, kualitas produk dan harga agar tetap bersaing dalam industri		W-T-Strategies Damage control Meningkatkan penggunaan teknologi

dapat dilakukan dengan membangun metodologi yang baru yang sesuai dengan kekuatan industry. Kekuatan dan peluang yang dimiliki pengrajin tenun lurik ATBM harus dipertimbangkan dalam melakukan strategi *market penetration*, *Market strategi merupakan strategi* untuk meningkatkan *market share* suatu produk dengan didukung kekuatan yaitu pimpinan kreatif dan tegas serta mental pengrajin yang cukup baik untuk mencapai usaha pemasaran yang lebih besar. Pengrajin tenun lurik ATBM dapat melakukan strategi ini melalui pemanfaatan media teknologi informasi ataupun e-commerce untuk memaksimalkan pemasaran sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Strategi ST

Strategi ini disusun menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Pengrajin dapat melakukan strategi mempertahankan pasar

Tabel 6. Indeks Posisi Kerajinan Tenun Lurik ATMB

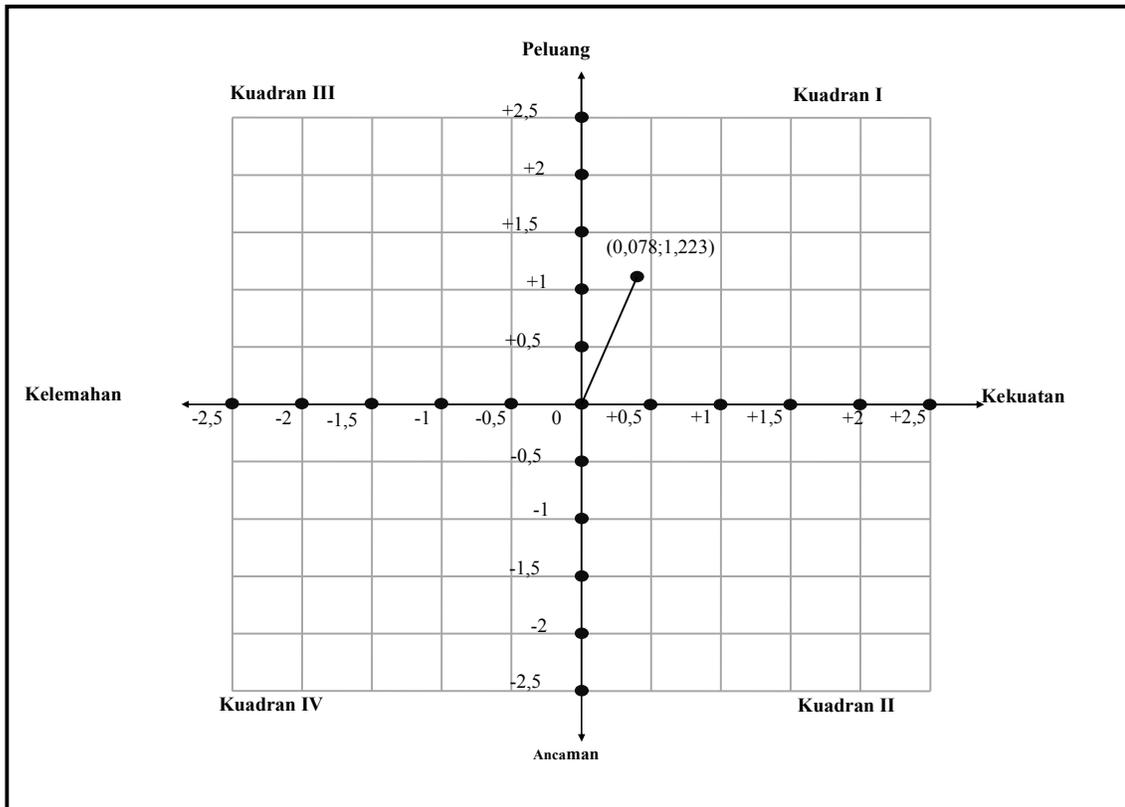
No.	Uraian	Nilai
A. Analisis Faktor Internal		
1	Strength	1.216553
2	Weakness	1.138605
	Indeks posisi A	0.077948
B. Analisis Faktor Eksternal		
1	Opportunity	2.048387
2	Strength	0.825806
	Indeks posisi B	1.222581

yang sudah dimiliki dengan menjaga kualitas produk dan harga agar dapat bersaing.

Strategi WO

Strategi ini disusun berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Dalam strategi ini pengrajin tenun lurik ATBM dapat melakukan perbaikan dengan

Gambar 2. Diagram Matriks SWOT Usaha Kecil Tenun Lurik



melakukan inovasi produk (product development) serta perbaikan manajemen internal.

Strategi WT

Strategi ini disusun dengan meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Dalam strategi ini pengrajin tenun lurik ATBM dapat melakukan strategi melalui peningkatan penggunaan teknologi untuk mengatasi adanya ancaman produk pesaing.

Hasil penghitungan pada tabel indeks (table 5) digunakan untuk menggambarkan posisi usaha kecil tenun lurik ATBM di dalam diagram matriks SWOT.

Didasarkan pada hasil penghitungan indeks posisi dapat digambarkan dalam diagram matriks SWOT seperti pada gambar di atas. Dalam diagram matriks SWOT posisi usaha kecil tenun lurik ATBM berada di kuadran I dengan nilai factor internal +0.077948 dan factor eksternal +1.222581. Hal ini menunjukkan bahwa industri ini memiliki peluang yang baik untuk berkembang tetapi kekuatan yang dimiliki masih rendah. Dengan mempertimbangkan

kekuatan dan peluang yang industry ini dapat melakukan strategi *market penetration* melalui pemanfaatan media teknologi informasi ataupun e-commerce untuk memaksimalkan pemasaran sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan *development product* melalui inovasi produk untuk meningkatkan penjualan.

KESIMPULAN

Faktor kekuatan (*Strength*) yang utama yang dimiliki kelompok pengrajin tenun lurik ATBM adalah pimpinan kelompok yang kreatif dan tegas serta mental pengrajin yang cukup bagus. Faktor kelemahan (*Weaknesses*) utama yang dimiliki kelompok pengrajin tenun lurik ATBM ini adalah masih rendahnya inovasi produk, promosi produk masih minim, terbatasnya jumlah pengrajin, kemauan mengajarkan ke generasi muda rendah, etos kerja dan disiplin pengrajin masih kurang, serta kemampuan penggunaan teknologi informasi masih sangat terbatas.

Factor peluang (*Opportunities*) utama yang dimiliki oleh pengrajin tenun lurik ATBM adalah tersedianya jalur distribusi

fisik seperti pasar modern dan tradisional, galeri, toko, dan lain-lain, semakin terbukanya akses terhadap teknologi serta adanya peningkatan jumlah wisatawan Factor ancaman (Threats) utama yang dihadapi oleh pengrajin tenun lurik ATBM adalah faktor ancaman produk pesaing dalam negeri maupun luar negeri.

Dari hasil analisis pada diagram matrik SWOT posisi usaha kecil tenun lurik ATBM berada pada kuadran I, maka dengan mempertimbangkan kekuatan dan peluang yang dimiliki strategi pengembangan yang tepat adalah *market penetration* melalui pemanfaatan media teknologi informasi ataupun e-commerce untuk memaksimalkan pemasaran sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan *development product* melalui inovasi produk untuk meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2009. *Studi Industri Kreatif Indonesia 2009*. Jakarta: Departemen Perdagangan RI.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. *Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Departemen Perdagangan RI.
- Isbandono Hariyanto, Tenun Lurik Dalam Kehidupan Masyarakat Jawa, Jurnal Ornamen, Vol.9, No.2, Januari 2012
- Isyanti, Sadilah, Herawati, Sumardi, Sunjata. *Sistem Pengetahuan Kerajinan Tradisional, Tenun Gedhog di Tuban, Propinsi Jawa Timur*. Yogyakarta: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, Deputi Bidang Pelestarian dan Pengembangan Kebudayaan, Balai Kajian Sejarah dan Nilai Tradisional Yogyakarta, Proyek Pemanfaatan Kebudayaan Daerah, Daerah Istimewa Yogyakarta, 2003
- Marah, Risman. *Berbagai Pola Kain Tenun dan Kehidupan Para Perajinnya*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1990
- Utami, K.S. dan Kurniyati, N.N., *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Kreatif Pedesaan di Kabupaten Sleman studi kasus Subsektor Industri Kerajinan Anyaman Mendong*, Artikel prosiding dan Seminar Nasional UII, Desember 2013
- Pusparini H, 2011. *Strategi Pengembangan Industri kreatif di Sumatera Barat, Studi Kasus Industry Kreatif Subsektor Kerajinan: Industri Bordir/ Sulaman dan Pertenunan*. Artikel Penelitian Pasca Sarjana. Universitas Andalas
- Moleong, L.J., 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi ke-30, Remaja Rosdakarya Bandung.
- Rangkuti, Freddy. 2000. *Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta, PT. SUN
- Rini, P., & Czafrani S., 2010, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis kearifan Lokal Oleh Pemuda Dalam Rangka Menjawab tantangan Ekonomi Global*, Jurnal UI, Vol.1, Desember 2010, hal 13-24.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995 tentang *Usaha Kecil*.
- Zoetmulder, P.J. *Kamus Jawa Kuno-Indonesia*, Bagian I. Jakarta: Perwakilan Koninklijk Instituut voor Taal-, land-, en volkenkunde dan PT. Gramedia Pustaka Utama, 1982.