

PENDAMPINGAN DAN PELATIHAN PERAJIN TENUN CEPUK DI NUSA PENIDA KABUPATEN KLUNGKUNG

Ni Luh W.Sayang Telagawathi¹, Ni Made Suci², Ni Nyoman Yulianthini³

^{1,2,3}Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha

Email: gemilangsuryawan@gmail.com

Abstrak

Artikel ini mendeskripsikan program pendampingan dan pelatihan usaha kelompok pengerajin tenun cepuk di Nusa Penida dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas pengerajin dan memperluas jangkauan pemasaran. Selain itu, pemahaman tentang manajemen usaha dan peningkatkan pemahaman kelompok perajin tentang perencanaan bisnis dan manajemen usaha serta akses permodalan sangatlah penting. Tujuan tersebut dicapai melalui bantuan penyediaan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) serta pembuatan *website* pemasaran dan pelatihan dan pendampingan manajemen usaha, dan memfasilitasi pengerajin dengan lembaga permodalan seperti koperasi. Program pendampingan manajemen usaha ini dirancang dengan latar belakang untuk peningkatan kapasitas diri pengerajin yang berbasiskan peningkatan kesadaran, pengetahuan, dan ketrampilan dalam usaha strategi promosi dan pemasaran kain tenun cepuk. Metode pelaksanaan untuk mencapai tujuan ini adalah dengan memberikan bantuan pembuatan website dan Penyediaan Alat Tenun Bukan Mesin, memfasilitasi kelompok pengerajin dengan koperasi serta pendampingan dan pelatihan perencanaan dan pengelolaan manajemen usaha.

Kata kunci: *Website* pemasaran, Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM), Kain Tenun Cepuk, Manajemen usaha, strategi promosi

Abstract

This article describes a mentoring and business training program for cepuk weaving handicraft groups in Nusa Penida with the aim of increasing craftsman productivity and expanding marketing reach. In addition, an understanding of business management and enhancing the understanding of crafters groups about business planning and business management and access to capital is very important. This goal is achieved through the assistance of providing Non-Machine Weaving Tools (ATBM) as well as creating a marketing website and training and business management assistance, and facilitating craftsmen with capital institutions such as cooperatives. This business management assistance program is designed with a background to improve the capacity of the craftsmen themselves based on increasing awareness, knowledge, and skills in the promotion and marketing strategy of plait woven cloth. The implementation method to achieve this goal is to provide assistance with the creation of a website and the Provision of Non-Machine Weaving Tools, facilitating craftsmen groups with cooperatives as well as mentoring and training on business management and planning.

Keywords: Website marketing, Non-machine Weaving Tools (ATBM), Fabric Weaving, Business Management, promotion strategies

PENDAHULUAN

Kelompok Winangun Asri di Desa Karang berdiri pada tahun 2008 dan saat ini mempunyai anggota 32 orang yang semuanya adalah *krama* (warga) Desa

Karang. Desa Karang sendiri terdiri dari 5 dusun (*banjar*) yaitu: Banjar Karang Gede, Kelodan, Tugu, Pering, dan Baledan. Jumlah pengerajin kain tenun cepuk di Desa Karang sebenarnya sangatlah banyak

namun masih sebagai kerajinan rumah tangga. Sebagian besar diantara mereka masih tersebar dalam industri rumah tangga yang belum tergabung dalam sebuah kelompok. Kelompok Winangun Asri adalah inisiatif dari beberapa pengerajin untuk mengumpulkan dan mengembangkan diri dalam industri kerajinan kain cepuk ini. Sementara Kelompok Bukit Lestari di Desa Tanglad menurut ketuanya Ni Ketut Suartini sudah terbentuk dari 2006 dengan 20-an anggota namun sampai saat ini tidak begitu aktif secara kelembagaan karena masing-masing anggota berjalan sendiri-sendiri dalam proses produksi dan pemasarannya. "Jadi kelompok hanya sebatas nama saja, tidak berjalan sama sekali. Kelompok pengerajin di Desa Tanglad lebih memiliki modal dibandingkan di Desa Karang. Ini ditunjukkan dengan banyaknya pesanan-pesanan yang diterima di Desa Tanglad dikerjakan oleh para pengerajin di Desa Karang.

Kedua kelompok pengerajin yaitu Winangun Asri dan Bukit Lestari masih menggunakan alat produksi sederhana yang sering dinamakan *cagcag* dan sebagian kecil saja menggunakan ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin) sebagai sarana utama dalam produksi kain tenun cepuk sehingga produksinya masih terbatas. Namun beberapa pengerajin di kedua kelompok ini masih menggunakan alat tenun tradisional yang disebut dengan *cagcag* yang biasanya digunakan oleh para pengerajin yang sudah lanjut usia yang masih setia menjadi pengerajin kain tenun cepuk. Dengan masih menggunakan alat tenun tradisional maka produksi mereka sangatlah sedikit dibandingkan jika menggunakan alat ATBM. Saat menggunakan alat *cagcag* yang diwariskan oleh neneknya, ia hanya mampu menghasilkan kain tenun cepuk 1 buah selama 1 bulan. Itupun dengan proses yang sangat rumit dalam pewarnaan dan pencelupan. Kesulitan yang paling dirasakan adalah mencari benang, alat-alat celup, pewarnaan dan kemudian menenunnya dengan menggunakan alat *cagcag*, karena proses menenun sangat sederhana, berpengaruh pada omset penjualan kain tenun cepuk, yang hanya

mampu memperoleh kurang lebih Rp.400.000-800.000 perbulan setiap pengerajin. Jika dikembangkan ada pengelolaan manajemen bisnis dengan baik kemungkinan kain tenun cepuk ini akan menjadi industri kerajinan yang menjanjikan.

Kedua kelompok pengerajin ini (Winangun Asri dan Bukit Lestari) sebenarnya memiliki potensi yang sangat besar dalam memajukan usaha mereka. Hal ini didasarkan kepada konteks sosial dan budaya serta kepercayaan yang masih percaya bahwa kain tenun cepuk warisan para leluhur mereka harus dilestarikan oleh anak-anak cucu mereka. Meskipun mulai mengalami perubahan, namun untuk beberapa desa termasuk Desa Karang dan Desa Tanglad kepercayaan tersebut masih dipegang teguh oleh masyarakatnya. Potensi lainnya yang juga sangat penting dikembangkan adalah minat dan usaha para ibu-ibu rumah tangga untuk menekuni kerajinan kain tenun cepuk ini untuk membantu keuangan rumah tangga.

METODE

Keseluruhan permasalahan yang dihadapi oleh pengerajin maka metode pelaksanaan yang dilakukan dalam penerapan IPTEKS dalam pengabdian ini adalah (1) Metode observasi dan wawancara; (2) Metode pelatihan dan pendampingan. Penerapan metode ini dilakukan secara terpisah dan secara terkombinasi.

1. Metode Observasi dan Wawancara

Pembinaan terhadap kelompok pengerajin tenun cepuk Nusa Penida dilakukan secara bertahap. Sebelum pelaksanaan program dilakukan observasi dan wawancara dengan menerapkan model observasi partisipatoris. Model ini digunakan untuk mengidentifikasi masalah yang dialami oleh mitra, atau kelompok masyarakat. Dalam merumuskan masalah, mengatasi masalah, penentuan proses dan criteria masalah, mitra harus dilibatkan. Penggunaan pendekatan ini diharapkan dapat: (1) dikenalnya masalah secara tepat sesuai dengan persepsi, kemampuan dan kebutuhan mereka. (2) Tumbuhnya kekuatan masyarakat/ kelompok pengerajin dalam pengamalan merancang,

melaksanakan, mengelola dan mempertanggungjawabkan sebagai upaya peningkatan diri dan ekonominya. (3), Efektifitas dan efisiensi penggunaan sumberdaya mitra. Observasi dilakukan terus menerus sejalan dengan setiap langkah yang akan ditempuh.

2. Metode Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan dan pendampingan dilakukan dalam bidang manajemen dan pemasaran. Penumbuhan Kesadaran pengerajin tentang pentingnya pencatatan dan pendokumentasian produk kerajinan yang telah dibuat. Pendokumentasian produk adalah cara yang efektif dalam menyakinkan calon pembeli, yakni dengan memperlihatkan gambar produk yang telah dibuat dalam bentuk album atau barang aslinya. Dalam hal ini model information technology (IT), model ini digunakan untuk menyebarluaskan informasi dan sosialisasi dengan hasil penerapan model technology tepat guna yang cukup layak dikemas dalam bentuk kemasan informasi media cetak/elektronik. Dengan demikian, model IT dalam program IbM ini digunakan untuk menyebarluaskan hasil modifikasi teknologi tepat guna yang aplikasinya benar-benar teruji secara layak. Secara terperinci di bawah ini akan diuraikan solusi-solusi yang ditawarkan berdasarkan permasalahan yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perajin Kain tenun Cepuk dalam berproduksi menghadapi berbagai persoalan yang menyebabkan produksinya secara kuantitas maupun kualitas belum mampu bersaing di pasaran. Persoalan-persoalan yang dihadapi antara lain dalam bidang produksi, bidang manajemen dan pemasaran. Permasalahan produksi yang paling mendesak antara lain: alat produksi masih menggunakan alat tenun tradisional yang disebut dengan *cagcag* saat menggunakan alat *cagcag* yang diwariskan oleh neneknya, ia hanya mampu menghasilkan kain tenun cepuk 1 buah selama 1 bulan. Itupun dengan proses yang sangat rumit dalam pewarnaan dan pencelupan. Pengerajin tidak pernah melakukan promosi terhadap produk yang dihasilkan baik melalui media cetak maupun media elektronik. Perajin tidak juga

tidak pernah mengikuti atau diikutsertakan dalam pameran baik didalam maupun diluar negeri. Pemasaran produknya terbatas dan hanya menunggu para pengepul yang datang. Di samping itu perajin tidak memiliki dokumentasi produk yang telah dihasilkan, ini juga menjadi sebab rendahnya keyakinan pemesanan terhadap kemampuan pengerajin. Permasalahan lain yang sering muncul adalah yang berkaitan dengan aspek bisnis seperti manajemen bisnis yang masih tradisional dan lemahnya akses terhadap permodalan yang kurang serta aspek non bisnis, seperti masih belum kuatnya jiwa wirausaha dari pengerajin.

Berdasarkan diskusi mendalam dengan kedua ketua kelompok pengerajin, maka persoalan prioritas yang dihadapi oleh kedua mitra (Winangun Asri dan Bukit Lestari) adalah:

1. Manajemen produksi kain tenun cepuk yang masih menggunakan alat tenun tradisional *cagcag* sehingga hasil produksi sangat minim yaitu 1 kain tenun selama 1 bulan. Hal ini disebabkan karena pengerajin tidak mampu membeli ATBM (alat tenun bukan mesin)
2. Perluasan sistem pemasaran. Pengerajin tidak memiliki pengetahuan tentang cara-cara pemasaran dan promosi menuju pasar yang potensial baik di dalam maupun di luar negeri. Pemasaran kain tenun cepuk yang hingga kini sendiri-sendiri meskipun sudah terbentuk kelompok dan masih menunggu para pengepul datang ke desa mereka. Pengerajin tidak pernah melakukan promosi terhadap produk yang dihasilkan, baik di media cetak maupun media elektronik. Mereka juga tidak pernah mengikuti atau diikutsertakan dalam pameran baik di dalam maupun di luar negeri. Pemasaran produknya terbatas dan mampu menerima pesanan dalam jumlah kecil. Mitra juga belum memiliki website/ecommerce sebagai media promosi.
3. Kurangnya permodalan untuk ekspansi usaha. Hal ini disebabkan oleh lemahnya *networking* dengan instansi atau lembaga terkait baik lembaga pemerintah atau swasta.

4. Belum memiliki perencanaan dan pengelolaan bisnis yang jelas sehingga target dan sasaran usaha belum memiliki arah kepada pengembangan usaha bisnis yang lebih mapan.

Menganalisis situasi yang terjadi, maka dilakukan berbagai langkah-langkah strategis untuk melakukan pendampingan dan pengembangan usaha kain tenun cepuk tersebut diantaranya adalah:

- Pengadaan ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin)

Pengadaan ATBM ini sangat diperlukan sebagai modal awal dalam bentuk peralatan yang diberikan kepada pengerajin di Desa Karang dan Desa Tanglad. Di kedua desa ini masih banyak sekali para pengerajin yang didominasi ibu rumah tangga tidak memiliki mesin ATBM sendiri. Kebanyakan diantara mereka ada yang menyicil mesin kepada para pembuat ATBM atau kepunyaan dari kelompok. Beberapa diantara pengerajin cepuk di Desa Tanglad dan Desa Karang mengungkapkan keinginan mereka untuk memiliki mesin sendiri. Disamping adanya semangat untuk bekerja, mesin ini akan menjadi investasi untuk memotivasi diri agar lebih giat untuk menenun. Pengadaan mesin ATBM dalam lbM ini sudah dilakukan di dua desa yaitu Desa Tanglad dan Desa Karang dengan masing-masing 1 buah mesin. Hasil yang dicapai sejauh ini terkait dengan pengadaan mesin ATBM adalah telah dilakukan serah terima 2 mesin ATBM kepada kedua kelompok pengerajin di Nusa Penida



Gambar 1. Salah satu pengerajin di Desa Tanglad yang mempunyai mesin ATBM (foto: Luh W.Sayang Telagawathi)

- Website Pemasaran

Program ini telah melakukan kerjasama awal dengan Kelompok Pengerajin Winangun Asri terkait dengan pembuatan website untuk memasarkan produk-produk kain tenun cepuk yang diproduksinya. Perlengkapan yang telah disiapkan dalam pelaksanaan program ini adalah laptop, modem untuk mendapatkan koneksi internet. Koneksi internet sangat diperlukan untuk mendesain website pemasaran kelompok tersebut. Perangkat komputer diberikan kepada pengerajin, memang dalam jangka pendek pengerajin belum bisa menggunakan secara maksimal, tetapi dalam jangka panjang, perangkat komputer dapat digunakan oleh pengerajin bersama anaknya membuat dan mengupload manajemen barang produksinya melalui website dan digunakan belajar dalam membuat desain. Jadwal pelatihan desain akan ditentukan bersama dengan pelatihan manajemen. Program website ini akan lebih meluaskan pasar dan produk kain tenun cepuk bisa dikenal juga melalui media elektronik. Dengan website pemasaran jangkauan pemasaran menjadi lebih luas sehingga mampu menjadi solusi mitra dalam memasarkan produknya. Dengan merancang pemasaran kain tenun cepuk lewat website dengan pembuatan website masing-masing kelompok perajin lengkap dengan profil kelompok pengerajin serta produksi model-model kain tenun cepuk yang siap untuk dijual. Selain itu, juga didesain masing-masing brosur profil kelompok dan contoh-contoh hasil produksi para anggota kelompok. meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam membuat media promosi dan strategi pemasaran. Dihasilkan model media promosi baik cetak maupun media di internet. Untuk program ini akan dilakukan pelatihan dalam membuat media promosi cetak seperti brosur, *leaflet*, dan mengunggah hasil-hasil karya tenun cepuk yang telah dihasilkan ke website yang telah dirancang sebelumnya. Di Kelompok Winangun Asri telah ditetapkan seorang teknisi bidang IT (Informasi dan Teknologi) yaitu seorang guru SD yang telah mengenal penggunaan komputer dan internet. Program ini telah selesai (website

ini bisa dikunjungi di (www.cepukwinangunasri.com) dan sudah membuat brosur/pamflet cetak 300 sebagai bahan promosi.

Selama ini para pengerajin kain tenun cepuk belum memiliki orientasi pengembangan usaha yang tersusun rapi. Program yang telah dilakukan adalah pengenalan awal tentang manajemen perencanaan dan pengelolalan usaha yang dilaksanakan di Desa Tanglad pada 20 Mei 2014 dan di Desa Karang pada 21 Mei 2014. Dalam dua kegiatan ini telah dilakukan pendampingan dan pembinaan motivasi kewirausahaan serta pelatihan dan pendampingan kepemimpinan Perencanaan dan pengelolaan bisnis yang jelas sehingga target dan sasaran memiliki arah kepada pengembangan usaha bisnis yang lebih mapan sehingga mampu menjadi solusi dalam meningkatkan motivasi berwirausaha mitra baik secara individu maupun secara kelompok dan meningkatkan pemahaman mitra tentang manajemen usaha terutama yang berkaitan dengan optimalisasi manajemen sumber daya manusia. Mitra nantinya akan memiliki pengetahuan tentang model pembagian tugas dan kewenangan dalam menjalankan usaha bisnis.

Kelompok Winangun Asri yang menjadi mitra di Desa Karang dan Desa Tanglad merespon positif pelatihan ini dengan mendiskusikan manajemen kelompok pengerajin dalam usaha mengerjakan pesanan kain tenun cepuk yang ada selama ini. Juga didiskusikan manajemen pemasaran dan keuangan dari kelompok pengerajin. Manajemen usaha secara umum dilakukan dalam rangka menumbuhkan *Enterpreneurship Motivation* (motivasi berwirausaha), dalam artian mengembangkan semangat untuk memajukan usaha dengan memaksimalkan potensi yang ada dan menciptakan potensi dan peluang tersebut. Fokus dari materi ini adalah menambahnya wawasan tentang strategi merintis dan mengembangkan usaha bagi para para pengeajin baik secara umum maupun secara khusus yang berkaitan dengan kerajinan kain tenun cepuk yang digelutinya.

Pendampingan manajemen usaha lain yang dilakukan adalah pendampingan manajemen usaha bisnis. Rencana bisnis merupakan bagian penting dari upaya pengembangan bisnis. Sebagian wirausaha menganggap rencana bisnis tidaklah terlalu penting sepanjang kita tidak memerlukan sumber pendanaan dari pihak lain. Pelatihan dan pendampingan pembuatan rencana bisnis difokuskan untuk memberikan wawasan pengembangan bisnis serta dapat menghasilkan rencana bisnis bagi bisnis yang sedang dikembangkan.

Pendampingan lain dalam konteks manajemen usaha adalah pelatihan laporan keuangan bagi kelompok pengerajin maupun para pengerajin secara personal. Kemampuan kelompok pengerajin kain tenun cepuk Winangun Asri dalam merancang laporan keuangan sangat diperlukan agar proses pelaksanaan bisnis bisa berjalan dengan efektif. Laporan keuangan dengan standar akuntansi mungkin tidak terlalu mendesak diperlukan bagi kelompok pengerajin pemula. Tetapi kemampuan pengelolaan keuangan sangat diperlukan dalam kegiatan bisnis paling tidak dapat mencatat arus kas dari proses usaha. Kegiatan ini dilaksanakan secara khusus untuk membina dan membekali kelompok usaha agar mampu mengelola keuangan. Dalam pelaksanaannya hanya seorang anggota kelompok usaha yang dilatih untuk dapat mengembangkan laporan keuangan.



Gambar 2. Suasana lokasi pengerajin kain tenun cepuk dan endek di Desa Karang Kecamatan Nusa Penida, Kabupaten Klungkung. (foto: Luh W.Sayang Telagawathi)

Pemasaran/marketing merupakan aspek bisnis yang sangat penting. Aspek ini meliputi *branding*, *differentiation*, *promotion* dan *positioning*. Namun, marketing yang biasa dilakukan dalam usaha kerajinan kain tenun cepuk ini masih sangat *defensive* artinya hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Kegiatan yang dilakukan dalam bingkai pelatihan manajemen usaha ini adalah pendampingan terhadap proses marketing serta konsultasi terhadap setiap masalah yang dihadapi selama proses marketing. Pengembangan media promosi dilakukan untuk kepentingan promosi usaha secara lebih luas. Oleh sebab itulah dilakukan pelatihan yang berhubungan dengan pemasaran atau marketing adalah mendesain website dan brosur/*leaflet* kelompok pengerajin sebagai media promosi yang disebarakan kepada berbagai konsumen diantaranya adalah pelaku pariwisata di Nusa Penida, Nusa Lembongan, dan Nusa Ceningan. Pemasaran produk melalui website juga menjadi langkah awal untuk meluaskan jangkauan pasar bagi para pengerajin.



Gambar 3. Suasana menjelang pelatihan manajemen usaha di Desa Karang Kecamatan Nusa Penida, Kabupaten Klungkung (foto: Luh W.Sayang Telagawathi)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa langkah-langkah strategis yang dilakukan dalam pendampingan dan pengembangan usaha kain tenun cepuk diantaranya adalah pengadaan Alat Tenun Bukan Mesin, dan membuat website pemasaran. Selain itu juga telah dilakukan pengenalan awal

tentang manajemen perencanaan dan pengelolaan usaha, pendampingan manajemen usaha bisnis., pelatihan laporan keuangan, dan pelatihan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Setiawan, Achmad Hendra. 2004. "Fleksibilitas Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Mengengah", *Jurnal Dinamika Pembangunan* Vol. 1 No. 2/ Desember 2004: 118-124
- Kuncoro, Mudrajad. 1997. *Ekonomi Pembangunan (Teori, Masalah, Kebijakan)*, Yogyakarta: Akademi Manajemen YKPN Yogyakarta.
- Marijan, Kacung, 2005. Mengembangkan Industri Kecil Menengah Melalui Pendekatan Kluster, *Jurnal INSAN* Volume 7 No. 3 Desember 2005.
- Munizu, Musran, 2010. Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan dalam *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vol. 12 No. 1, Maret 2010 hlm. 33-41.
- Ningsih, Tri Wahyu Rejeki, 2004. Mengukur Besarnya Peranan Industri Kecil dalam Perekonomian di Provinsi Jawa Tengah, *Jurnal Dinamika Pembangunan* Vol. 1 No. 2 Desember 2004, hlm. 125-136
- Pahlezi SE.M.Si, Dr. Reza. 2006. "Strategi Penumbuhan Wirausaha Baru" dalam *Jurnal Infokop* Pahlezi SE.M.Si, Dr. Reza. 2006. "Strategi Penumbuhan Wirausaha Baru" dalam *Jurnal Infokop* No. 29 Tahun XXII.
- Setiawan, Achmad Hendra. 2004. "Fleksibilitas Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Mengengah", *Jurnal Dinamika Pembangunan* Vol. 1 No. 2/ Desember 2004: 118-124.