STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM TENUN TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PENGRAJIN

(Studi Kasus di Nagari Halaban, Kecamatan Lareh Sago Halaban)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S1) Manajemen Bisnis Syariah

AMELIA AFRINA SAFITRI

3720001

Dosen Pembimbing

Cahya Agung Mulyana, ST.,MPPar

NIP : 198708012019031005

PRODI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN SJECH M DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

2023

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **Amelia Afrina Safitri, NIM 3720001**, Program Studi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Skripsi ini berjudul "**Strategi Pengembangan UMKM Tenun Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin (Studi Kasus di Nagari Halaban, Kecamatan Lareh Sago Halaban".**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh alat-alat tenun yang digunakan UMKM tenun belum maksimal dan masih tradisional. Walaupun teknologi pada masa sekarang sudah canggih, hendaknya pada masa sekarang sudah beralih ke teknologi mesin agar proses tenun lebih mudah. Dengan beralih ke teknologi mesin, UMKM Tenun bisa memasarkan produk dengan cepat, serta bisa meningkatkan kapasitas produk, meningkatkan penjualan, dan mecapai keunggulan bersaing yang bertujuan untuk kesuksesan suatu bisnis.

Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pengembangan umkm tenun tradisional dalam meningkatkan pendapatan pengrajin Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Infoman dalam penelitian ini adalah ownwe, pengrajin tenun, dan pembeli. Data yang diperoleh dari penelitian ini berasal dari hasil observasi dan wawancara yang kemudian dianalisis dengan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Strengths-Opportunities (SO) memiliki bobot tertinggi dibandingkan alternatif strategi lainnya yaitu sebesar 4,53. Strategi ini diterapkan berdasarkan hasil analisis matriks SWOT dengan dengan menggunakan strategi SO yang akan fokus pada memaksimalkan kekuatan internal pendapatan pengrajin sekaligus meminimalkan atau mengatasi ancaman yang mungkin timbul dari lingkungan eksternal umkm tenun tradisional . yaitu: (1) Mengikuti event-event pasar (2) Penggunaan teknologi digital dan inovasi alat tenun untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas produk (3) Meningkatkan akses permodalan (4) Meningkatkan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian pengembangan usaha tenun tradisional.

Kata Kunci : ***Strategi Pengembangan, UMKM Tenun Tradisional, Pendapatan Pengrajin***

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahi Rabbil „Alamin, puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **"STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM TENUN TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PENGRAJIN (Studi Kasus di Nagari Halaban, Kecamatan Lareh Sago Halaban)"**. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hari, penulis mengucapkan terimakasih pada:

1. **Prof. Dr. Ridha Ahida., M.Hum** selaku Rektor UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.
2. **Dr. Hesi Eka Puteri, SE., M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bsinis Islam UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.
3. **Andis Febrian., MM** selaku Ketua Progam Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.
4. **Cahya Agung Mulyana, ST., MPPar** selaku dosen Pembimbing dalam penyusunan skripsi ini, yang telah bersedia meluangkan tenaga dan waktu

ditengah-tengah kesibukannya untuk memberikan arahan dan masukan serta kesabaran dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi.

5. **Yenty Astarie Dewi . SE,Akt,.MM** selaku dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan dan nasehat kepada penulis tentang penulisan skripsi.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Staf UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi terkhusus yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang juga memberikan pengetahuan baik dalam kelas perkuliahan maupun diluar serta masukan dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Staf Perpustakaan UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi yang telah menyediakan fasilitas peminjaman buku yang penulis butuhkan dalam perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
8. **Maidarlis dan Warni** selaku Pengusaha dan Pengrajin Tenun beserta karyawannya yang telah memberikan izin penelitian dan meluangkan waktu serta membantu dalam proses penelitian yang penulis lakukan.
9. Kedua orang tua tercinta yakni **Ayahanda Aprizal** dan **Ibunda Ernawati** serta saudara penulis satu-satunya yakni **Alvi Aulia Saputra** yang selalu memberikan dukungan baik dukungan moril maupun material serta do‟a-do‟a untuk kesuksesan anaknya dan adiknya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Kakak senior, sahabat, dan teman-teman serta yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dengan tulus dan telah banyak membantu selama proses penyusunan skripsi ini.

11. Seluruh teman-teman jurusan Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2020 yang menjadi arti dan proses pendewasaan pada setiap kesempatan pertemuan yang telah Allah berikan.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menginspirasi pembaca untuk menemukan penelitian baru yang inovatif.

Bukittinggi, 25 Juli 2024

Penulis

Amelia Afrina Safitri

NIM. 3720001

DAFTAR ISI
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

ABSTRAK i
KATA PENGANTAR ii
DAFTAR ISI. vi
DAFTAR TABEL. vii

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang. 1
B. Identifikasi Masalah. 11
C. Batasan Masalah 11
D. Rumusan Masalah. 11
E. Tujuan Penelitian 12
F. Manfaat Penelitian. 12
G. Penjelasan Judul 12

BAB II LANDASAN TEORI
A. Kajian Teori. 14
1. Strategi Pengembangan. 14
2. Aspek Pemasaran 26
3. Aspek Teknologi dan Inovasi 27
4. Aspek Permodalan. 30
5. Aspek Manajemen 31
6. Pendapatan. 36
B. Kajian Terdahulu 38

BAB III METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian ..... .44
B. Waktu dan Tempat Penelitian ..... .44
C. Jenis dan Sumber Data ..... .45
D. Informan Peneltian ..... .45
E. Teknik Pengumpulan Data ..... .47
F. Teknik Analisis Data ..... .48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum. 58
1. UMKM Tenun Tradisional di Nagari Halaban. 58
2. Pendapatan Pengrajin 59
B. Kendala-kendala yang Dihadapi UMKM Tenun. 59
C. Strategi Pengembangan Usaha Tenun Halaban 66
D. Hasil dan Pembahasan Penelitian 70
1. Aspek Pengembangan UMKM 71
a. Aspek Pemasaran 71
b. Aspek Teknologi dan Inovasi. 74
c. Aspek Permodalan. 74

d. Aspek Manajemen. 75
E. Aspek Pengembangan UMKM inilai dengan Metode Analisis SWOT..... 76
1. Analisis Internal. 76
2. Analisis Eksternal..... 83
3. Analisis Matriks IFE dan EFE. 88
4. Matriks SWOT. 92
5. Analisis Tabel Bobot Skor 101

BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 105
B. Saran..... 110
DAFTAR PUSTAKA. 113
LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap manusia pasti memiliki kebutuhan, dalam memenuhi kebutuhan tersebut maka manusia harus memiliki materi yang cukup. Dalam mendapatkan materi yang cukup maka manusia harus bekerja, dengan bekerja manusia akan dapat meningkatkan taraf hidup yang lebih baik. Manusia harus bekerja baik secara formal maupun informal. Pekerjaan secara formal didapatkan dengan bekerja ditempat orang lain yang usahanya sudah berkembang dan memiliki aturan baik secara hukum maupun tidak. Untuk mendapatkan pekerjaan formal seseorang harus memiliki kemampuan dan syarat-syarat yang diajukan oleh pemberi kerja. Sedangkan bekerja secara informal adalah orang yang bekerja sendiri dengan mengatur jam kerja dan apa yang dia kerjakan sesuai dengan keinginan dan kemampuannya.

Bekerja secara informal dapat dilakukan dengan cara berbisnis. Karena kehidupan sehari-hari manusia sangat dekat dengan kata bisnis. Bisnis adalah suatu kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan hidup masyarakat.[1] Barang dan jasa tersebut akan didistribusikan pada masyarakat yang membutuhkan, dari kegiatan distribusi inilah pelaku bisnis akan mendapatkan keuntungan atau profit.

Dengan melakukan bisnis atau usaha para pelaku usaha bisa

[1] Asman, Nasir. 2020. *Studi Kelayakan Bisnis (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)*. Indramayu : CV Adanu Abimata

mendapatkan penghasilan yang cukup mesti hanya dengan sebuah usaha yang kecil, namun bisa mendapatkan penghasilan yang lumayan besar, itupun jika para wirausaha memiliki niat usaha yang bagus untuk memajukan sebuah usaha yang kecil menjadi besar, dengan bermodalkan kemampuan dalam mengolah sebuah usaha, maka mereka bisa mendapatkan profit atau keuntungan yang cukup menjanjikan dari usaha tersebut.

Suatu usaha harus mampu bertahan dalam dunia persaingan dengan terus menghasilkan produk-produk baru yang inovatif. Agar suatu usaha tersebut tetap mampu bersaing dengan usaha sejenis lainnya, maka dari itu manajemen perusahaan harus mampu menerapkan strategi yang tepat agar dapat mempertahankan usahanya tersebut. Usaha tidak akan bertahan lama apabila usaha tersebut tidak mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen serta mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya.

Pengembangan suatu usaha merupakan tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.[2]

Pendapatan merupakan sumber pembiayaan yang didapatkan oleh seseorang berupa deviden, upah, gaji, dan keuntungan adalah pendapatan yang merupakan suatu arus uang yang diukur dalam jangka waktu tertentu.

[2] Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran : Dasar dan Konsep*. Surabaya : Qiara Media

Segala bentuk uang yang didapatkan setiap orang, keluarga, atau organisasi masih termasuk dalam pendapatan, dan pendapatan yang tinggi berpengaruh terhadap pembangunan ekonomi di Negara tersebut.

Pembangunan ekonomi adalah suatu proses jangka panjang yang dapat meningkatkan pendapatan per kapita penduduk suatu Negara. Proses mekanisme yang melibatkan perubahan di dalam struktur social, politik, dan kelembagaan baik dari sektor swasta maupun sektor pemerintah yang membuat distribusi hasil-hasil pertumbuhan ekonomi secara lebih merata disebut pembangunan ekonomi. Terjadinya pembangunan ekonomi di suatu Negara dipengaruhi oleh sumber daya manusia di Negara tersebut, dimana di Indonesia untuk mengembangkan sumber daya manusia sendiri dapat dilakukan namun hal tersebut dihalangi dengan berbagi kendala dibidang ketenagakerjaan.

Tenun bukanlah kebudayaan asli Indonesia. Keterampilan ini berasal dari kebudayaan zaman prasejarah yang terus berkembang. Negara-negara yang termasuk penenun kuno, antara lain Asia timur, India, dan Asia barat yang kemudian berkembang ke seluruh dunia. Di Indonesia sendiri, kepandaian bertenun sudah dikenal sejak beberapa abad sebelum masehi.

Sebelum ada kebudayaan bertenun, masyarakat telah mengenal terlebih dahulu proses pembuatan anyaman dari daun atau serat kayu. Keterampilan ini menuntun mereka untuk mempelajari kerajinan tenun. Seiring berjalannya waktu, pengetahuan bertenun diterima dan berkembang

di Indonesia.

Perkembangan ini mengarah pada peningkatan mutu, keindahan tata warna, serta motif hiasan. Penyebaran keterampilan bertenun pun merata ke seluruh wilayah Indonesia. Motif yang terinspirasi berasal dari latar belakang budaya dan lingkungan daerah masing-masing. Ini memperlihatkan variasi yang sangat kaya dan indah.[3]

Dalam usahanya mencari nafkah, seorang muslim di hadapkan pada kondisi ketidakpastian terhadap apa yang terjadi. Kita boleh saja merencanakan suatu kegiatan usaha atau investasi, namun kita tidak bisa memastikan apa yang akan kita dapatkan dari hasil investasi tersebut, apakah untung atau rugi. Sesuai dengan Surah Al-Qur'an yaitu surah An-Nahl ayat 92 berikut :

وَلَا تَكُوْنُوْا كَالَّتِيْ نَقَضَتْ غَزْلَهَا مِنْۢ بَعْدِ قُوَّةٍ اَنْكَاثًاۗ تَتَّخِذُوْنَ اَيْمَانَكُمْ د
َخَلًا بَيْنَكُمْ اَنْ تَكُوْنَ اُمَّةٌ هِيَ اَرْبٰى مِنْ اُمَّةٍۗ اِنَّمَا يَبْلُوْكُمُ اللّٰهُ بِهٖۗ وَلَيُبَيِّنَنَّ
ۗ لَكُمْ يَوْمَ الْقِيٰمَةِ كُنْتُمْ فِيْهِ تَخْتَلِفُوْنَ ۝٩٢

Artinya: *Dan janganlah kamu seperti seorang perempuan yang menguraikan benangnya yang sudah dipintal dengan kuat, menjadi cerai berai kembali, kamu menjadikan sumpah (perjanjian)mu sebagai alat penipu di antaramu, disebabkan adanya satu golongan yang lebih banyak jumlahnya dari golongan yang lain. Sesungguhnya Allah hanya menguji kamu dengan*

[3] Sari, Santy Permata. 2020. *Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital*. Jurnal Economic, Accounting, Management and Business. ISSN 2621-3389, Vol 3, No. 3, Juli 2020.

hal itu. Dan sesungguhnya di hari kiamat akan dijelaskan- Nya kepadamu apa yang dahulu kamu perselisihkan itu.

Maksud surah An-Nahl Ayat 92 adalah memberi kepada keluarga yang terdekat, ini sebenarnya masih lanjutan dari sikap ihsan. Kadang-kadang orang yang berasal dari satu ayah atau satu ibu sendiri pun tidak sama nasibnya. Ada yang murah rezekinya,lalu menjadi kara raya, dan ada yang hidupnya susah. Maka orang yang mampu dianjurkan berbuat baik kepada keluarganya yang terdekat, sebelum ia mementingkan orang lain.

Propinsi Sumatera Barat telah memiliki beberapa dokumen dan profil industri menurut cabang industri yang ada. Menurut database pendataan industri kecil dan menengah tahun 2009 terdapat di dalamnya beberapa cabang industri yang merupakan subsektor dalam klasifikasi sektor industri kreatif. Industri tersebut telah digolongkan menurut KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Industri) oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Sumatera Barat: industri bordir/sulaman (kode KBLI: 17293) dan pertenunan (kode KBLI:17114). Kedua cabang industri tersebut termasuk dalam kelompok sektor industri kreatif yaitu ‘kerajinan’. Mengingat saat ini dunia in dustri telah berada pada era ekonomi gelombang keempat untuk itu sangat diperlukan perumusan strategi pengembangan yang tepat agar industri kreatif dapatberkembang dan Sumatera Barat dapatmenciptakan daerah sentra industri kreatif potensial yang dapat bergeliat dalam eraekonomi kreatif gelombang keempat pada masa sekarang ini.

Bordir/sulaman dan pertenunan merupakan bagian dari seni budaya yang dilahirkan secara turun-temurun dalam masyarakat daerah Sumatera Barat, khususnya daerah Kabupaten Agam, Kabupaten Lima Puluh Kota dan Kota Bukittinggi. Usaha kerajinan sulaman ini merupakan sumber mata pencaharian utama bagi masyarakat, di mana lebih kurang 42% dari jumlah penduduk. Pada beberapa daerah ini bergerak di bidang usaha industri sulaman. Hasil produk industri kerajinan bordir/sulaman dan pertenunan tidak hanya di pasarkan di daerah lokal semata, seperti kota Bukittinggi, Padang dan kota-kota lainnya di Sumatera Barat, tetapi juga sudah tersebar pada pasar nasional maupun pasar ASEAN (Malaysia, Singapura,Brunai).

Kondisi dan kenyataan yang demikian menunjukkan bahwa pengembangan industri kecil ini, terutama industri sulaman di daerah ini memiliki prospek yang baik pada masa mendatang, terutama untuk mendukung pengembangan ekonomi kerakyatan. Usaha ini tidak hanya mampu untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga pengrajin tetapi juga dapat menyerap tenaga kerja terutama untuk para wanita. Pengembangan industri bordir/sulaman dan pertenunan telah menjadi prioritas utama dalam melestarikan kerajinan rumah tangga, terutama bagi para wanita di Provinsi Sumatera Barat. Sasaran pembangunan industri sulaman adalah untuk mengembangkan industri kreatif, mengembangkan industri kreatif, mening katkan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja, sehingga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat Setiawati: "pengembangan pembangunan industri

kecil/rumah tangga di berbagai daerah, lebih diarahkan pada terciptanya peningkatan kualitas produk dan nilai tambah hasil produksi serta penyerapan tenaga kerja, sehingga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat".

Hasil penelitian Pusparini yang dilakukan di beberapa wilayah Sumatera Barat menjelaskan bahwa Di Sumatera Barat daya kreasi masyarakat dalam industri kerajinan yang tinggi sudah terbukti dari zaman nenek moyang dahulukala. Pembuatan songket Pandai Sikek dari 500 tahun yang dan hasil tenun dari Silungkang bahwa dari tahun 1930 masyarakat merupakan orang-orang yang memiliki jiwa seni yang tinggi, terutama kaum wanita yang memang memiliki keahlian menenun. Dengan semakin membaiknya pendidikan di Sumatera Barat tentunya pola pikir kreatif menjadi lebih tinggi. Pada pertenunan modern tingkat inovatifnya mencapai 100% dan pertenunan tradisional sebesar 68.75%, dimana Silungkang dan Pandai Sikek telah mampu membuat songket menjadi ringan dan nyaman dipakai. Pada bidang usaha sulaman benang emas, di daerah Pariaman tingkat kepercayaan diri para pelaku usaha sedikit rendah (49%). Sedangkan pada pertenunan tradisional dan modern para pelaku unit usaha memiliki kepercayaan diri yang tinggi (68.75% dan 100%). Daur hidup (lifecycle) indutri bordir/sulaman dan pertenunan pada umumnya memiliki daur hidup (*life cycle*) yang relatif singkat. Hal ini terlihat pada hampir seluruh Kabupaten/Kota yang ada di Sumatera Barat, kecuali Kabupaten Sawahlunto dan Tanah Datar (sebesar 25%) yang

melakukanusaha dalam bidang pertenunan. Contohnya tenun songket, songket digunakanoleh masyarakat pada acara adat dan untuk acara-acara resmi lainnya.

Salah satu wilayah di Sumatera Barat, tepatnya di Nagari Halaban Kecamatan Lareh Sago Halaban, Kabupaten Lima Puluh Kota dianggap sebagai nagari penghasil tenunan tradisional/songket. Nagari yang berada di kawasan perbatasan Kabupaten Lima Puluh Kota dengan Kabupaten Tanah Datar itu terletak pada ketinggian 400 hingga 1.000 meter dari permukaan laut, sekitar 28 km dari ibu kota kabupaten. Data terakhir menunjukkan, nagari ini dihuni oleh 4.956 jiwa yang terhimpun dalam 1.289 kepala keluarga. Umumnya, atau sekitar 25,7% penduduknya berprofesi sebagai petani atau peternak, sekitar 9,6% pengrajin, 2,3% di bidang pertukangan, 1% pedagang, masing-masingnya 0,5% PNS dan pensiunan serta sekitar 0,2% bidan (http://www.limapuluh kota kab.go.id/ berita-halaban-miliki-berbagai-potensi-.html). Khusus di bidang kerajinan, hampir setiap kaum wanitanya menggeluti tenun songket secara tradisional. Tak hanya ibu rumah tangga, umumnya remaja puteri di nagari ini juga mengisi waktu luangnya sepulang sekolah dengan bertenun songket.

Penggunaan alat-alat tradisional dalam industri UMKM tenun tradisional bisa disebabkan oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah untuk menjaga keaslian dan kualitas tradisional dari produk tenun tersebut. Penggunaan alat-alat tradisional juga dapat menjadi bagian dari warisan budaya yang dilestarikan dan diwariskan dari generasi ke generasi.

Meskipun demikian, penggunaan teknologi modern dalam beberapa aspek produksi juga dapat membantu meningkatkan efisiensi dan kapasitas produksi UMKM tenun tradisional untuk menghadapi tantangan pasar yang lebih luas.

Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu yaitu, Perbedaannya adalah pada objek penelitian dan data-data dari masing-masing objek penelitian tersebut.

Dari hasil wawancara dengan salah satu pengrajin tenun di nagari halaban yaitu Ibu Maidarlis menjelaskan bahwa dalam melakukan aktifitas tenun, ia menjelaskan masih menggunakan alat-alat yang masih tradisional, dan alat-alat yang di gunakan belum maksimal, walaupun zaman sudah modern. Tenunan yang di gunakan ibu Maidarlis turun temurun dari keluarganya, karena itulah ibu Maidarlis masih menggunakan alat tenun tradisional. Dalam kesehariannya sebagai pengrajin tenun ibu mairdarlis mampu menyelesaikan 1 helai kain tenun dalam waktu 1 minggu, ibu maidarlis mendapat penghasilan dari 1 helai kain tenun tersebut sebesar Rp. 500.000 , dalam 1 bulan ibu maidarlis mampu menyelesaikan 4 helai kain tenun dan mendapat penghasilan sebesar Rp. 2.000.000 dalam waktu 1 bulan.

Penulis juga mewawancarai ibu warni selaku pengusaha tenun, ibu warni menjelaskan dalam berusaha tenun ia membeli alat-alat dan bahan-bahan untuk karyawannya, ia juga menggaji karyawannya. Ibu warni mendapat penghasilan dari membeli kain tenun kepada pengrajin tenun,

pengasilan yang di dapat dari membeli kain tenun adalah Rp. 2.000.000 dalam waktu 1 bulan.

Jika di bandingkan dengan ibu maidarlis yang penghasilannya berlebih dari pada modal, di bandingkan dengan ibu warni yang penghasilannya kurang di bandingkan dengan modal yang di pakai.

Dalam penelitian ini, penulis memilih Kerajinan Tenun sebagai objek penelitian dimana Kerajinan Tenun merupakan sebuah bisnis atau usaha yang bergerak di bidang industry furnitur. Beberapa masalah yang sering dihadapi pada Kerajinan Tenun adalah alat-alat tenun yang di gunakan masih tradisional dan belum maksimal, serta kurangnya penghasilan yang di terima dibandingkan dengan modal keluar.

Tabel 1.1
Data Pengrajin Tenun

No	Nama	Umur
1	Maidarlis	52 tahun
2	Warni	38 tahun

Tabel 1.2
Data Pendapatan Pengrajin Tenun

No	Nama	Status	Pendapatan
1	Maidarlis	Pengrajin Tenun	Rp. 2.000.000,00 / bulan
2	Warni	Pengusaha Tenun	Rp. 2.000.000,00 / bulan

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian tentang **"STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM TENUN TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN**

PENDAPATAN PENGRAJIN (Studi Kasus di Nagari Halaban, Kecamatan Lareh Sago Halaban)"

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis paparkan sebelumnya, dapat penulis identifikasi masalahnya adalah:

1. Alat-alat tenun yang digunakan UMKM tenun belum maksimal dan masih tradisional.
2. Kurangnya pendapatan UMKM Tenun yang di terima dibandingkan dengan modal keluar

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka yang menjadi batasan masalah adalah Aspek Pasar dan Aspek Permodalan dalam Strategi Pengembangan UMKM Tenun Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka yang menjadi rumusan masalah adalah :

1. Apa saja kendala yang dihadapi UMKM tenun dalam mengembangkan kerajinan tenun yang di jalankan ?

2. Bagaimana Strategi Pengembangan UMKM Tenun Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin ?

E. Tujuan

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan yang akan di capai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kendala yang dihadapi UMKM tenun dalam mengembangkan kerajinan tenun yang di jalankan
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Strategi Pengembangan UMKM Tenun Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan mampu memberikan manfaat yang luas bagi penulis dan bagi pengguna umumnya, yaitu :

1. Bagi penulis untuk menambah pengetahuan dan memperoleh wawasan terkait dengan masalah yang penulis teliti. .
2. Untuk akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi serta dapat menambah pengetahuan, menjadi sumber informasi dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

G. Penjelasan Judul

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami judul ini, maka penulis perlu menjelaskan pengertian dari kata paling penting dari dalam judul tersebut

“STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM TENUN TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PENGRAJIN (Studi Kasus di Nagari Halaban, Kecamatan Lareh Sago Halaban)”

Strategi Pengembangan : Kata strategi berasal dari kata Yunani yaitu strategos yang artinya “a general set of maneuvers cried aut over come a enemyduring combat” yaitu semacam ilmunya para jenderal untuk memenangkan pertempuran.[4]

Pengrajin Tenun : Pengrajin tenun adalah tenaga perempuan berasal dari anggota rumah tangga sendiri dan sebagian lagi mengupah pekerja dari tetangga di dekat rumah.[5]

Pendapatan : Perhitungan banyaknya uang yang akan di terima[6]

[4] Kamus Besar Bahasa Indonesia
[5] Kamus Besar Bahasa Indonesia
[6] Kamus Besar Bahasa Indonesia

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Strategi Pengembangan UMKM

UMKM merupakan sumber mata pencaharian bagi orang banyak dan mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi mereka yang berpendidikan dan berketerampilan rendah serta mampu mengurangi kemiskinan. Sampai saat ini pun, UMKM di anggap sebagai cara yang efektif dalam menaikkan tingkat perekonomian Indonesia khususnya bagi masyarakat kecil menengah. Jumlah UMKM di Indonesia sampai dengan Desember 2020 berjumlah 64,19 Juta dan 64,13 Juta UMK di Indonesia, dengan rincian 5.550 (0,01%) usaha besar, 60.702 (0,09%) usaha menengah, 783.132 (1,22%) 63.350.222 (98,68%) usaha mikro. UMKM menyumbang sekitar 60% Gross Domestik Brutto dari total Produk Bruto Indonseia dan kontribusi elspor sebesar 14%. UMKM juga menyerap tenaga kerja yang tidak sedikit, usaha mikro menyerap tenaga kerja sekitar 97% tenaga kerja, usaha kecil tentu ini merupakan perkembangan yang baik karena dengan demikian, UMKM dapat mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia.

UMKM sesuai dengan peraturan Undang-Undang No 20 Tahun 2008, UMKM jenis mikro adalah usaha milik perseorangan

atau badan usaha perorangan atau badan usaha perorangan yang produktif dan memenuhi kriteria yang ditulis oleh Undang-Undang, UMKM jenis kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik lansung maupun tidak lansung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil yang diatur dalam undang-undang. UMKM jenis menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik lansung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana di atur dalam undang-undang.

Karakteristik UMKM secara umum adalah manajemen pengelolaannya masih sederhana, rendahnya akses terhadap lembaga kredit, beberapa unit usaha belum memiliki status badan hukum, serta terkonsentrrasi pada kelompok usaha tertentu. Rendahnya pelaku usaha mikro dan kecil terhadap akses perbankan terkait dengan kesulitan dalam menyediakan agunan seperti yang ditentukan oleh bank. Pelaku usaha mikro dan kecil juga masih kesulitan memenuhi persyaratan administrasi dan prosedur peminjaman kredit seperti yang ditetapkan oleh bank. Terkadang

pelaku usaha dan kecil juga merasa keberatan dengan beban suku bunga yang di rasakan terlalu tinggi. Kemapuan proses produksi UMKM pada umumnya juga memiliki keterbatasan, terutama dalam hal teknologi produksi. Kelemahan lain, adalah aspek akses ke pemasaran. Namun demikian, UMKM memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam menyesuaikan diriterhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat. Dibandingkan dengan perusahaan berskala besar yang pada umumnya bersifat birokratis, sektor UMKM memiliki fleksibilitas terhadap beberapa kebijakan yang terkadang tidak berpihak pada pengembangan UMKM.

Pengembangan suatu usaha (business development) merupakan tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang memerlukan pandangan kedepan, 909 motivasi dan kreativitas. Pengembangan usaha dilakukan guna untuk mengevaluasi dan melakukan pembaruan terkait permasalahan dan keterbatasan yang menghambat proses usaha. Menurut Meysiana dalam Vivin et al. dikatakan bahwa strategi adalah rencana berskala besar dengan orientasi kemasa depan untuk berinteraksi dengan kondisi persaingan demi mencapai tujuan perusahaan. Analisis strategi yang berorientasi ke masa depan terdapat berbagai mempertimbangkan 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.

Pengembangan merupakan bukanlah bahasa yang asing di telinga, karena bahasa pengembangan banyak di gunakan didalam masayarakat, akan tetapi arti sebenarnya dari pengembangan sendiri terdapat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yang menyebutkan : Dalam Kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) Pengembangkan merupakan proses, cara dan perbuatan dalam mengembangkan. [7] Sedangkan mengembangkan adalah perintah selalu berusaha pada pembangunan secara sedikit demi sedikit serta teratur yang menjurus pada target yang dikehendaki. Adapun pendapat dari amin widjaja tunggal yang dikutip dari Wijayanti tentang pengembangan. Pengembangan ialah suatu usaha organisasi buat memperbaiki aplikasi pekerjaan yang mengacu pada kemampuan menaikkan daya tanggap terhadap daya tahan lingkungan buat mencapai efisiensi serta efektifitas.[8]

Pengembangan UMKM pada hakikatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, diperlukan upaya hal-hal seperti: Penciptaan iklim usaha yang kondusif,

[7] Nunik Lestari Dewi dan Yunita Christy, *Manajemen Strategis Dan Proses Implementasinya Pada Pemerintah Daerah,* (Prosiding Seminar Nasional & Call Paper Forum Manajemen Indonesia, November 2012) Yogyakarta. Hal.5-7.

[8] Hafizh Mujahid Pattisahusiwa, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Dinas Koperasi Dan UKM Kota Makassar,* (Universitas Muhammadiyah Makassar , 2021) Hal 25-2

Bantuan Permodalan, Perlindungan Usaha, Pengembangan Kemitraan, Pelatihan, Mengembangkan Promosi, dan Mengembangkan Kerjasama yang setara.

Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan perekonomian sehingga perlu lebih diperhatikan karena mengemban misi untuk menciptakan pemerataan kesempatan kerja dan berusaha, melestarikan budaya, dan mendukung ekspor nasional. Dengan demikian UMKM merupakan salah satu indikator utama yang dianggap mampu berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi.[9]

Usaha mikro, kecil dan menengah atau biasa dikenal UMKM merupakan usaha yang banyak dilakoni oleh masyarakat, dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah menyebutkan bahwa :

1. Usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagai diatur dalam undang-undang nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, usaha mikro

[9] Riyanthi Idayu,dkk. *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten.* (Universitas Bina Bangsa, Juni 2021). Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo Vol 7 No 1. Hal.75.

memiliki kriteria sebagai berikut :[10]

a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.[11]
b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000 (tiga ratus juta rupiah).

Serta dalam undang-undang nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, juga mengatur tentang ciri-ciri usaha mikro yang adalah sebagai berikut:

1. Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti.
2. Tempat usahanya tidak selalu menetap,sewaktu-waktu dapat pindah tempat.
3. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun dan tidak.
4. Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai.
5. Umumnya belum akses kepada perbankan namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non Bank.
6. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan

[10] Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, Bab 1 Pasal 1
[11] Ibid, Bab 4 pasal 6

legalitas lainnya termasuk NPWP.[12]

2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang 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 yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.[13] Usaha Kecil memiliki Kriteria sebagai berikut :
   a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
   b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak .2.500.000.000 (sepuluh milyar lima ratus juta rupiah).[14]

   Serta dalam undang-undang nomor 20 Tahun 2008 Tentang

[12] Nur Wanita, *Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Pasar Palu, (Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Institut Agama Islam Negeri, Palu, 2 Desember 2015)* Jurnal Penelitian Ilmiah Istiqra, Vol 3 No 2, Hal 255.

[13] Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, Bab 1 ayat 1

[14] Ibid, Bab 4 Pasal 6

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, juga mengatur tentang ciri-ciri usaha kecil yang adalah sebagai berikut:

1. Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah.
2. Lokasi/tempat usahanya umumnya sudah menetap tidak berpindahpindah.
3. Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walaupun masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, sudah membuat neraca usaha.
4. Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.
5. Sumber daya manusia (Pelaku Usaha) memiliki pengalaman dalam berwirausaha
6. Sebagian sudah akses ke perbankan dalam hal keperluan modal. [15]

3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung

[15] Nur Wanita, *Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Pasar Palu, (Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Institut Agama Islam Negeri, Palu, 2 Desember 2015)* Jurnal Penelitian Ilmiah Istiqra, Vol 3 No 2, Hal 256.

maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. Usaha menengah memiliki Kriteria sebagai berikut :

a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

Serta dalam undang-undang nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, juga mengatur tentang ciri-ciri usaha menengah yang adalah sebagai berikut:

1. Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik. lebih teratur bahkan lebih modern dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran, dan bagian produksi.
2. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan

3. Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan telah ada jamsostek, pemeliharaan kesehatan dan lainlainya.
4. Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin usaha, izin tempat, NPWP, usaha pengelolaan lingkungan dan lain-lain.
5. Sudah memiliki akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan.

Dalam undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan Menengah selain membahas bagaimana klasifikasinya untuk memudahkan pemerintah baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah dalam menilai suatu usaha, undang-undang tersebut juga membenyebutkan bagaimana pemerintah pusat dan pemerintah daerah dalam memfasilitasi dalam mengembangkan usaha baik itu usaha mikro, kecil dan menengah, dalam undang undang tersebut menyebutkan bahwa pemerintah daerah memfasilitasi pengembangan usaha dalam empat bidang yaitu produksi dan pengolahan, Pemasaran, sumber daya manusia (SDM), desain dan teknologi. Adapun tata caranya sebagai berikut : Pertama, Pengembangan produksi dan pengolahan, terdiri dari :

1. Meningkatkan teknik produksi dan pengelolaan serta kemampuan manajemen bagi usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
2. Memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana, produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan bagi produk usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

3. Mendorong penerapan standarisasi dalam proses produksi dan pengolahan.
4. Meningkatkan kemampuan rencana perekrutan bagi usaha menengah

Kedua, Pengembangan dalam bidang pemasaran, terdiri dari :

1. Melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran.
2. Menyebarluaskan informasi pasar.
3. Meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran.
4. Menyediakan sarana pemasaran yang meliputi penyelenggaraan uji coba pasar, lembaga pemasaran penyediaan rumah dagang, dan promosi usaha Mikro dan Kecil.
5. Memberikan dukungan promosi produk, jaringan pemasaran dan distribusi.
6. Menyediakan tenaga konsultan profesional dalam bidang pemasaran.

Ketiga, Pengembangan dalam bidang sumber daya manusia, terdiri dari :

1. Memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan.
2. meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial
3. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan

pelatihan untuk melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreativitas bisnis dan penciptaan wirausaha baru.

Keempat, Pengembangan dalam bidang desain dan teknologi, terdiri dari :

1. Meningkatkan kemampuan di bidang desain dan teknologi serta pengendalian mutu
2. Meningkatkan kerjasama dan alih teknologi
3. Meningkatkan kemampuan usaha kecil dan menengah di bidang penelitian untuk mengembangkan desain dan teknologi baru.
4. Memberikan insentif kepada usaha mikro,kecil dan menengah yang mengembangkan teknologi dan melestarikan lingkungan hidup.
5. Mendorong usaha mikro, kecil dan menengah untuk memperoleh sertifikat hak atas kekayaan intelektual.

Aspek-Aspek Pengembangan

Dalam UMKM, terdapat 4 aspek pengembangan yaitu sebagai berikut:

1. Pasar
2. Teknologi dan Inovasi

3. Permodalan

4. Manajemen

1. Aspek Pasar

Dari pembahasan terdahulu mengenai beberapa kelemahan UMKM tampak bahwa aspek pasar masih perlu diperkuat. Pada umumnya kesuksesan dalam pemasaran suatu produk terkait dengan banyak hal, misalnya :

a. Price (harga)

Harga merupakan nilai atau uang yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan Keinginan mereka. Secara sederhana harga merupakan ukuran nilai yang ditukarkan pelanggan membeli suatu penawaran.

b. Product (produk)

Produk adalah barang yang dibuat atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu. Produk ini bisa berwujud dalam bentuk jasa atau barang.

c. Place (tempat)

Batan atau distribusi adalah bagian yang sangat penting karena perusahaan harus memposisikan dan mendistribusikan produk ditempat yang mudah diakses oleh

pembeli potensial maupun targetnya.

d. Promotion (promosi)

Promosi adalah elemen atau komponen pemasaran yang bisa meningkatkan brand recognition dan penjualan.

e. People (orang)

Orang yang dimaksud adalah sebagai bagian dari orang, yang berhubungan lansung dengan bisnis. Hal itu penting bagi perusahaan, untuk mempekerjakan dan melatih orang yang tepat untuk memberikan layanan terbaik kepada konsumen.

f. Process (proses)

Sistem ini akan mempengaruhi pelaksanaan layanan jadi perusahaan, harus memastikan bahwa mereka memiliki proses yang disesuaikan. Hal itu meminimalkan biaya pengeluaran.

g. Physical Evidence (bukti fisik)

Bukti fisik akan berkaitan dengan bagaimana bisnis dan produk itu dirasakan dalam pasar ini merupakan bentuk branding.

2. Aspek Teknologi dan Inovasi

Inovasi teknologi merupakan suatu upaya untuk menciptakan atau mengembangkan teknologi baru yang lebih baik

dan efektif dalam memecahkan masalah yang ada di masyarakat.

(a) Teknologi Tepat Guna untuk UMKM

Bagi suatu negara, teknologi mempunyai posisi sentral dalam usahanya meraih berbagai target bisnis dan pertumbuhan perdagangan. Keunggulan teknologi berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi, produktivitas, industry, serta dalam perdagangan dan daya saing internasional. Bagi pengembangan UMKM, teknologi memainkan peran sangat penting. UMKM tidak akan berkembang tanpa adopsi dan pengembangan teknologi, dalam konteks ini adalah teknologi tepat guna.

Meskipun demikian, tidak mudah melakukan pengembangan teknologi dan adosipnya bagi UMKM. Usaha peningkatan kapasitas UMKM dalam hal teknologi masih akan menemui hambatan sebagai berikut :

a. Keterbatasan modal untuk mendapatkan layanan teknologi yang lebih baik.
b. Keterbatasan kapasitas manajerial
c. Keterbatasan dukungan infrastruktur lain, seperti lahan dan lainnya.

Teknologi disini yang dimaksud adalah mengenai

alat-alat yang digunakan dalam mengembangkan produk baru. Apakah alat-alat itu sudah mengalami pembaruan atau belum melakukan inovasi teknologi.

(b) Inovasi untuk UMKM

Kemajuan teknologi yang dikombinasikan dengan inovasi menjadi salah satu kunci pencapaian keunggulan UMKM. Inovasi akan mendorong meningkatnya produktivitas dan daya kompetisi, tetapi sekaligus meningkatkan potensi terimplementasikannya prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan. Dalam hal inovasi ini, UMKM bisa mempunyai keunggulan.

Membuat produk baru merupakan salah satu bentuk inovasi yang paling umum. Pembuatan produk baru tersebut bias saja memanfaatkan teknologi yang sudah ada atau teknologi yang seluruhnya baru sama sekali. Produk baru tersebut juga bisa saja menyebabkan perubahan drastis dalam suatu perilaku atau cara untuk menyelesaikan sesuatu. Dalam inovasi ini perlu diingat bahwa suatu produk, selain fungsi fisiknya, dituntut juga untuk dapat memenuhi kebutuhan emosional, semisal kebutuhan menujukkan semangat muda, menunjukkan rasa cinta tanah air dan sebagainya.

Sementara itu, inovasi juga bisa dilakukan terhadap jasa yang menjadi bisnis suatu perusahaan, termasuk UMKM. Sama dengan produk, jasa juga terkait erat dengan kebutuhan fisik maupun nonfisik konsumen

3. Aspek Permodalan

Permodalan menunjukkan sumber modal yang merupakan atau menjadi kekayaan sendiri seseorang/koperasi. Modal berperan penting dalam operasional bisnis. Seperti uang yang sangat diperlukan untuk membeli bahan hingga mengahasilkan produk.

Bagi UMKM, kredit harus diartikan sebagai ransangan dan suntikan modal yang sifatnya sementara. Pemberian pinjaman harus mampu mendorong produksi yang akhirnya akan meningkatkan kapitalisasi usaha. Meningkatnya produksi dapat berarti meningkatkannya pendapatan masyarakat yang akhirnya berdampak pada meningkatnya kesejahteraan. Atas dasar peningkatan produktivitas tersebut, tabungan juga akan mengalami peningkatan.

Pada tataran ideal, modal usaha yang digunakan untuk meningkatkan produktivitas sebaiknya berasal dari milik sendiri. Namun dalam realitasnya, usaha mikro dan kecil tidak memiliki cukup modal yang diperlukan untuk menggulirkan usahanya. Pinjaman akhirnya menjadi jalan sementara mengatasi problem

permodalan tersebut. Dengan demikian, pinjaman yang diberikan kepada UMKM harus mampu menciptakan nilai tambah dan mampu meningkatkan surplus setelah dikurangi biaya jangka pendek.

Di sisi lain, penyedia layanan pembiayaan secara sadar diharapkan dapat membantu meningkatkan produktivitas usaha kecil. Meningkatnya plafon pinjaman, misalnya, harus dibarengi dengan peningkatan skala usaha.

Sistem kredit yang ideal akan mewujudkan terjadinya hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara debitor (penerima pinjaman) dan kreditor (pemberi pinjaman). Kreditor merasakan pentingnya menjalin hubungan baik dengan para nasabahnya, sedangkan pihak debitor merasakan kemanfaatan yang besar karena pelayanan dan pembinaan kreditor yang mampu menumbuhkan rasa tanggung jawabnya.

4. Aspek Manajemen

Manajemen transformatif merupakan pendekatan untuk mendobrak pola pikir tradisional yang memandang bahwa hubungan antara pemimpin dan karyawan hanya dilandaskan atas reward dan punishment yang diberikan.

UMKM yang mampu mengatasi persaingan dan muncul lebih unggul adalah UMKM yang mampu memenuhi keinginan

konsumen secara cepat dan tepat dengan harga yang terjangkau dan variasi produk dan layanan yang sangat beragam.

Aspek manajemen untuk membangun usaha didasarkan pada pendekatan fungsi manajemen, meliputi: perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian. Tujuan kajian kelayakaan usaha pada aspek manajemen adalah untuk mengetahui apakah pembentukan dan pelaksanaan usaha dapat direncanakan, dilaksanakan, dan dikendalikan.

1. Perencanaan

   Tujuan dari gagasan menjalankan usaha/proyek adalah untuk memperoleh keuntungan atau kemanfaatan. Untuk mencapai tujuan ini diperlukan suatu perencanaan secara menyeluruh beserta kebijakan yang diperlukan. Untuk itu perlu disusun suatu program kerja untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan serta menyusun kegiatan-kegiatan yang diperlukan.

   Perencanaan dalam pengadaan karyawan disesuaikan dengan rencana proses produksi, kegiatan yang akan dilakukan, persyaratan yang diperlukan dan jumlah karyawan yang dibutuhkan. Demikian pula perencanaan dalam bidang produksi, perlu direncanakan jenis produk, jumlah produk (untuk barang) dan standar kualitas produk yang akan dihasilkan, bahan baku yang diperlukan, peralatan yang akan digunakan, petugas yang menangani proses produksi, dan

sebagainya. Perencanaan dalam bidang penjualan juga perlu dibuat, antara lain: jumlah produk yang akan dijual, bentuk promosi yang diperlukan, daerah penjualan, cara mendistribusikan produk, biaya penjualan, penetapan harga, saluran pemasaran, sistem pembayaran, dan sebagainya.

2. Pengorganisasian

Hendaknya dalam menilai kelayakan usaha, mengkaji dari beberapa hal, seperti:

a. Langkah-langkah dalam pengorganisasian

Secara garis besar, langkah-langkah dalam melakukan proses pengorganisasian adalah sbb.:

1) Merinci seluruh pekerjaan yang harus dilaksanakan untuk mencapai tujuan dari unit usaha yang akan dijalankan.

2) Membagi beban kerja secara jelas dan proporsional sehingga dapat dilakukan oleh seseorang atau oleh sekelompok orang.

3) Menetapkan mekanisme untuk mengkoordinasikan pekerjaan anggota organisasi dalam satu kesatuan yang harmonis, memantau efektivitas organisasi dan mengambil langkah-langkah penyesuaian untuk mempertahankan atau meningkatkan efektivitas.

b. Asas organisasi yang hendaknya dipilih

Asas-asas organisasi merupakan pedoman yang perlu dilaksanakan agar diperoleh suatu struktur organisasi yang baik dan aktivitas organisasi dapat berjalan dengan lancar. Asas-asas organisasi terdiri dari: perumusan tujuan organisasi, penyusunan bagian-bagian organisasi yang diperlukan, pembagian kerja yang jelas, koordinasi, pelimpahan wewenang, rentang kendali, jenjang organisasi, kesatuan perintah, dan asas keluwesan dimana struktur organisasi hendaknya mudah diubah untuk disesuaikan dengan perubahan-perubahan yang terjadi tanpa mengurangi kelancaran aktivitas yang sedang berjalan.

c. Struktur organisasi yang dirancang

Struktur organisasi adalah susunan dan hubungan antara bagian dan posisi dalam perusahaan. Struktur organisasi menjelaskan pembagian aktivitas kerja, serta memperhatikan hubungan fungsi dari aktivitas tersebut, menjelaskan hierarki (jenjang atau tingkatan) dan susunan kewenangan, serta hubungan pertanggung-jawaban (siapa melapor pada siapa). Hal terpenting dalam penyusunan struktur organisasi ini adalah rancangan struktur organisasi yang disusun harus fungsional, efektif dan efisien. Artinya,

susunan organisasi unit usaha itu harus dapat menggambarkan tugas pokok dan fungsi setiap bagian organisasi, hubungan ketugasan antar bagian harus jelas, dan susunan organisasi disesuaikan dengan keperluan (tidak terlalu gemuk).

3. Pelaksanaan

Salah satu fungsi manajemen adalah pelaksanaan kegiatan. Apakah suatu kegiatan usaha dapat dilaksanakan, sangat dipengaruhi oleh kualitas perencanaan, pengorganisasian dan kualitas sumberdaya manusianya. Oleh karena itu seluruh kegiatan usaha harus direncanakan dengan matang dan rinci, serta sistem pengorganisasian harus baik. Selain itu, juga diperlukan sumberdaya manusia yang cukup jumlahnya, serta terampil dan menguasai bidang tugasnya. Ini semua agar aktivitas-aktivitas untuk menjalankan unit usaha dapat dilaksanakan dengan baik.

4. Pengendalian

Pengendalian atau pengawasan di dalam manajemen memiliki berbagai fungsi pokok. Fungsi pokok pengendalian tersebut adalah:

a. Mencegah terjadinya penyimpangan-

penyimpangan atau kesalahan. Ini dapat dilakukan dengan pengawasan secara rutin disertai adanya ketegasan-ketegasan dalam pemberian sanksi terhadap penyimpangan yang terjadi.

b. Memperbaiki berbagai penyimpangan yang terjadi. Jika penyimpangan telah terjadi, hendaknya pengawasan/pengendalian dapat menghasilkan perbaikan.

c. Mendinamisasikan organisasi. Dengan adanya pengawasan diharapkan sedini mungkin dapat dicegah terjadinya penyimpangan-penyimpangan, sehingga setiap unit organisasi selalu dalam keadaan bekerja secara efektif dan efisien.

d. Mempertebal rasa tanggung jawab. Dengan adanya pengendalian/ pengawasan yang rutin, setiap unit organisasi berikut karyawannya dapat selalu mengerjakan semua tugas yang diberikan dengan benar.

2. Pendapatan

Pendapatan adalah jumah pendapatan yang diterimah oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atas faktor-faktor produksi mereka sumbangkan dalam turut serta membentuk produksi nasional.

Dalam analisis mikroekonomi, istilah pendapatan khususnya dipakai berkenan dengan aliran penghasilan dalam suatu periode waktu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi (sumber daya alam, tenaga kerja dan modal) masing-masing dalam bentuk sewa, upah dan bunga maupun laba, secara berurutan. Dalam analisis ekonomi makro, istilah pendapatan nasional dipakai berkenaan dengan pendapatan agregat suatu negara dari sewa, upah, bunga dan pembayaran, tidak termasuk biaya transfer (tunjangan pengangguran, pensiun dan lain sebagainya). [16]

Pendapatan keluarga adalah segala bentuk balas-karya yang diperoleh sebagai imbalan atau balas jasa atas sumbangan seseorang terhadap proses produksi. Pendapatan rumah tangga diklarifikasikan meliputi upah atau gaji bagi anggota keluarga yang bekerja sebagai buruh ataupun karyawan, pendapatan dari usaha anggota keluarga, dan penghasilan lainnya yang diperoleh anggota rumah tangga sebagai pendapatan rumah tangga.

Tenun tradisional merupakan salah satu sumber pendapatan yang dapat diandalkan dalam peekonomian keluarga. Proses tenun ikat banyak melibatkan kaum perempuan karena menenun memerlukan ketelitian, keuletan dan ketekunan yang tinggi. Peran perempuan pengrajin tenun ikat yaitu sebagai ibu rumah tangga yang

[16] Nur Chotimah, Maria Ermelinda, Nurdin H. Abd Rahman (2022), *Peran Perempuan Pengrajin Tenun Ikat Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Desa Kajowair*. FIRM Journal of Management Studies, Vol. 7(1)

bekerja selain megurus rumah tangga juga bekerja. Keterlibatan ibu rumah tangga dalam pekerjaan di luar rumah selalu mempunyai arti tersendiri dalam kehidupannya. Pilihan ibu rumah tangga untuk bekerja di luar rumah membawa konsekuensi dimana ia harus pandai mengatur waktu agar perannya di sektor domestik dapat dijalankan dengan baik.

Kontribusi perempuan pengrajin tenun dalam menopang perekonomian rumah tangga sangat besar dalam menambah penghasilan rumah tangga, memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarga, dan menyelamatkan keluarga dari jeratan utang. Perempuan yang bekerja sebagai penenun mempunyai andil besar dalam menopang, mempertahankan, serta menjamin kelangsungan hidup dan kesejateraan keluarganya. Indikator kesejahteraan keluarga adalah memenuhi 5 hal pokok yaitu perumahan, pendidikan, sandang, kesehatan, dan pekerjaan. Salah satu alasan perempuan bekerja adalah alasan ekonomi dan masalah kemiskinan.[17]

B. Kajian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian maka penulis terlebih dahulu mengamati dan menganalisis penelitian terdahulu yang relevan dengan penelusuran yang dilakukan, penulis menememukan pembahasan yang

[17] Tuwu, D. 2018. *Peran Pekerja Perempuan dalam Memenuhi Ekonomi Keluarga: Dari Peran Domestik Menuju Sektor Publik*. Al Izzah: Jurnal Hasil-hasil Penelitian. Vol. 13, No. 1, 2018, P 64

berkaitan dengan judul yang akan diteliti diantaranya:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil	Perbedaan
1	Sri Ernawati (2021)	Strategi Pengembangan Umkm Tenun Untuk Meningkatkan Sosial Ekonomi Di Kota Bima	Hasil penelitian menunjukan bahwa Strategi pengembangan UMKM Tenun bisa dilakukan dengan terus melakukan ivonasi produk, kreativitas produk, memperluas jaringan pemasaran dan dukungan dari Pemerintah Kota Bima untuk terus mendukung dan mendampingin UMKM tenun agar terus berkembang.	Perbedaannya adalah dari segi analisa data, penelitian terdahulu memakai matriks sedangkan penulis tidak memakai.
2	Lisyawati Nurcayani (2018)	STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK KAIN TENUN IKAT SINTANG DEVELOPMENT STRATEGY OF TENUN IKAT SINTANG	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan berjalan dengan baik dan diperlukan keterlibatan pihak lain seperti yayasan dan Pemerintah Daerah. Walaupun pengembangan telah dilakukan, masih ada hambatan yang belum terselesaikan terutama dalam penyediaan bahan baku dari tumbuh- tumbuhan	Perbedaannya adalah pada objek penelitian dan data-data dari masing-masing objek penelitian tersebut

			alam yang ada di hutan dan dalam bidang pemasaran yang disebabkan tingginya biaya produksi sehingga membuat harga tenun ikat menjadi mahal.	
3	Joko Triyono (2020)	STRATEGI PENGEMBANGAN TENUN IKAT TROSO DI JEPARA, JAWA TENGAH	hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah pengunjung laki- laki adalah 64 orang atau 64%. Dari sekian banyak pengunjung, sebagian besar diperkirakan berusia antara 41- 50 tahun, yaitu adalah 66 orang atau 66%. Pengunjung tertarik dari latar belakang yang berbeda, namun berpartisipasi yang berprofesi sebagai wirausaha berjumlah 54 orang atau 54%. Dari penelitian ini juga diperoleh hasil berupa alternatif strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan Troso Desa Wisata Tenun Ikat yaitu dengan menciptakan produk yang beragam dan berkualitas, pembuatannya paket wisata, menggandeng berbagai pihak, melakukan strategi promosi dengan menggunakan media cetak dan digital	Perbedaannya adalah dari segi hasil penelitiannya berbeda

			seperti website dan media sosial.	
4	Sekar Aprilia Maharani, Gusti Zulkifli Mulki & Erni Yuniarti (2020)	STRATEGI PENGEMBANGANTENUN KHATULISTIWA KECAMATAN PONTIANAK UTARA	Berdasarkan hasil analisis deskriptif kualitatif diperoleh bahwa sentra industri kain tenun tradisional dikawasan ini merupakan warisan budaya yang mengandung nilai adat istiadat masyarakat setempat dan telah dikenal hingga Internasional. Namun, permodalan belum mandiri, minimnya kapasitas pengrajin tenun, pemasaran bergantung dengan daerah lain, belum optimalnya pengelolaan daya tarik wisata, dan tidak adanya keterkaitan dengan objek wisata lain. Berdasarkan hasil analisisSWOT diperoleh bahwa pengembangan Kampung Wisata Tenun Khatulistiwa berada pada kuadran atau strategi S-O artinya kawasan ini sangat memungkinkan untuk dapat meningkatkan kapasitas keahlian pengrajin tenun, memperluas	Perbedaannya yaitu pada Hasil penelitiannya.

			pemasaran skala Internasional, membentuk regulasi perlindungan budaya, optimalisasi daya tarik wisata minat khusus, membangun pengembangan kawasan yang sinergis dengan objek wisata lainnya, serta menciptakan pengembangan berbasis partisipasi	
5	Nenengsih & Ash Shadiq Egim (2019)	STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KERAJINAN SULAMAN/TENUN SUMATERA BARAT BERBASIS SINERGITAS MULTI-STAKEHOLDERS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelemahan UMKM sulaman/tenun Sumatera Barat mencakup tiga aspek, pemasaran, modal dan pendanaan usaha, dan manajemen usaha. Berdasarkan pendekatan kelemahan tersebut maka diperlukan sinergitas multi stakeholders untuk mengatasinya.	Perbedaannya yaitu pada Fokus penelitiannya
6	Simiati (2022)	Kerajinan Kain Tenun Pewarna Alam di Kabupaten Buton (Suatu Strategi Pengembangan)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan kain tenun ikat pewarna alam di Kabupaten Buton dapat dilihat pada strategi organisasi, yang telah dilakukan setiap tahun, visi, tujuan dan sasaran walaupun tetap mengacu pada visi	Perbedaannya yaitu pada Lokasi penelitian

			dan tujuan, Dewan Provinsi Sulawesi Nasional atau Satuan Kerja Pemerintah Daerah terkait, tujuan organisasi kelompok penenun pewarna alam adalah membantu para pengrajin mengembangkan produk tenun setiap tahunnya sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan permintaan pembeli baik dalam daerah maupun luar daerah. Strategi program tersebut sesuai dengan visi, tujuan dan sasaran Dewan Kerajinan Nasional Daerah Sulawesi Tenggara atau Satuan Kerja Pemerintah Daerah, dan berimplikasi pada pengembangan kerajinan tenun pewarna alam baik secara individu maupun kelompok.	

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian lapangan *(field research)* yaitu penulis mengumpulkan data langsung dari lapangan atau lokasi penelitian ini. Khususnya peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang mencoba menggambarkan kejadian-kejadian yang terjadi dilapangan atau penelitian yang mencoba menggambarkan, menunjukkan dan menafsirkan suatu fenomena yang berkembang pada masa sekarang.

Penelitian penulis bisa dikatakan kualitatif karena tidak menggunakan angka dan statistik dalam pengumpulan serta analisis data. Karena itu penulis melakukan Penelitian dengan melakukan wawancara langsung kepada Pengrajin Tenun, Pengusaha Tenun dan Customer terkait permasalahan yang ada tersebut sekaligus menganalisisnya sehingga dapat diambil suatu kesimpulan yang bersifat umum.[18]

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di tempat Pengrajin Tenun dan Pengusaha Tenun, yaitu Ibu Maidarlis dan Ibu Warni di Nagari

[18] Muhammad Rijal Fadli, *Memahami desain metode penelitian kualitatif, Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum,* Vol. 21. No. 1. (2021), hal 35-37

Halaban, Kecamatan Lareh Sago Halaban, Kabupaten Lima Puluh Kota.

Waktu penelitian dilakukan pada bulan Mei 2024 sampai dengan waktu yang diperlukan oleh peneliti.

C. Informan Penelitian

Informan merupakan penelitian yang biasa untuk memberikan informasi tentang situasi serta kondisi mengenai latar penelitian. Untuk memperlancar penelitian dan mendapatkan informasi yang jelas dan akurat, maka peneliti menetapkan informan UMKM yang peneliti gunakan yakni:

a) Owner

b) Pegawai/pengrajin

c) Pembeli

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data-data primer. Data primer yang di gunakan adalah hasil wawancara dengan beberapa wawancara dengan narasumber yaitu Pengrajin dan Pengusaha Tenun.

1. Data Primer yang digunakan adalah hasil wawancara dengan beberapa narasumber yaitu pengrajin tenun, pengusaha tenun, dan customer. Data yang dibutuhkan adalah data tentang :

a. Aspek Pemasaran

   1) Harga kain tenun
   2) Produk yang dihasilkan kain tenun
   3) Promosi yang digunakan
   4) Proses pembuatan kain tenun
   5) Target yang dituju

b. Aspek Teknologi dan Inovasi

   1) Alat – alat yang digunakan untuk menenun
   2) Jenis/motif kain tenun

c. Aspek Permodalan

   1) Modal masuk dan Modal Keluar
   2) Pendapatan yang dihasilkan

d. Aspek Manajemen

   1) Sumber daya manusia yang digunakan
   2) Struktur organisasi

2. Data sekunder

Dalam penelitian ini adalah data yang didapat atau dihimpun penulis dari beberapa sumber yang sudah tersedia. Data sekunder didapatkan dari beberapa sumber seperti: jurnal, buku- buku, laporan dan referensi yang berhubungan dengan masalah yang sedang penulis teliti.[19]

[19] Dr. Abdul Fattah Nasution, Metode Penelitian Kualitatif, 2023, Hal-6

Data sekunder dalam penelitian ini bersumber pada literature-literatur yang berkaitan dengan pengembangan usaha tenun.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data antara lain dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1. Wawancara

   Tekhnik pengumpulan data ini digunakan untuk mendapatkan informasi dengan menanyakan secara langsung beberapa pertanyaan kepada pengrajin dan pengusaha tenun yaitu untuk bertukar informasi atau ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat di kontribusikan dalam makna suatu topik. Dalam hal ini wawancara langsung di lakukan dengan pengrajin dan pengusaha tenun.

2. Observasi

   Observasi termasuk dalam Teknik pengumpulan data kualitatif. Pada penelitian ini yang akan dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara pengamatan langsung terhadap permasalahan yang terjadi pada Tenun Tradisional serta pesaing dengan Tenun Tradisional sejenis.

3. Dokumentasi

   Teknik dokumentasi dalam penelitian ini yaitu teknik yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data atau informasi penelitian dengan metode pengumpulan data yang sudah ada pada objek yang

diteliti.20 Penulis disini mengumpulkan dokumen-dokumen dan data-data lisan terkait dengan permasalahan yang terjadi pada Pengrajin Tenun Tradisional.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan sejak awal penelitian dan selama proses penelitian dilaksanakan. Data di peroleh kemudian di kumpulkan untuk di olah secara sistematis. Dimulai dari awal wawancara, observasi, mengedit, mengklarifikasi, mereduksi, selanjutnya aktivitas penyajian data serta menyimpulkan data.[21] Setelah data terkumpul penulis mengelola dengan menggunakan seleksi terhadap data, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Teknik analisis data yang digunakan sebagaimana yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data baik melalui observasi langsung dilapangan kemudian wawancara mendalam terhadap informan yang compatible terhadap penelitian ini untuk menujang penelitian yang dilakukan agar memperoleh data sesuai dengan yang diharapkan. Ataupun dengan menelaah literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian.
2. Reduksi Data

[20] Dr. Fenti Hikmawati, Metodologi penelitian. 2020, hal-84

[21] Dr. Abdul Fattah Nasution, Metode Penelitian Kualitatif, 2023, hal- 144

Dari lokasi penelitian, data lapangan dituangkan dalam uraian laporan yang lengkap dan terperinci. Data dan laporan lapangan setelah itu di reduksi, di rangkum dan di pilih pilih hal yang pokok, dan di fokuskan untuk di pilih yang terpenting setelah itu di cari topiknya (melalui proses penyuntingan, pemberian kode dan table). Reduksi data di lakukan terus menerus selama proses penelitian berlangsung. Pada tahap ini setelah data di pilih kemudian di sederhanakan, data yang tidak di perlukan di hapus agar lebih memudahkan dalam penyajian dan agar mudah untuk menarik kesimpulan sementara.

3. Data Display (Penyajian Data)

   Penyajian data dimaksudkan agar lebih mempermudah bagi peneliti untuk dapat melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian bagian tertentu, dari data penelitian. Hal ini ialah pengorganisasian data kedalam bentuk tertentu sehingga kelihatan jelas dan utuh. Dan setelah itu data-datanya di pilih dan di kelompokkan kepada jenis-jenisnya, agar terlihat selaras dengan permasalah yang di hadapi, termasuk kesimpulan-kesimpulan sementara di peroleh dalam waktu data direduksi.

4. Penarikan kesimpulan atau Verifikasi

   Pada penelitian kualitatif, verifikasi data di lakukan secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung. Mulai dari pertama kali memasuki lapangan sampai proses pengumpulan data, peneliti

berusaha menganalisis dan mencari makna dari data yang di kumpulkan. Tahap menarik kesimpulan dari kategori-kategori data yang telah di sajikan selama menuju kesimpulan akhir mampu menjawab segala masalah yang di hadapi.

5. Kesimpulan atau verifikasi data yaitu pembahasan dan perbandingan mengenai kenyataan di lapangan dengan teori berdasarkan data yang di dapat. Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif model interaktif adalah penarikan kesimpulan dari verifikasi. Berdasarkan hasil reduksi dan penyajian data, selanjutnya peneliti melakukan penarikan kesimpulan yang didukung dengan bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data. Kesimpulan adalah jawaban dari rumusan masalah dalam pertanyaan yang telah diungkapkan oleh peneliti sejak awal.
6. Triangulasi Sumber Data adalah menggali kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan wawancara lebih dari suatu objek yang dianggap memeiliki sudut pandang yang berbeda.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis swot. Dalam rangka menjawab rumusan masalah yang ditetapkan penulis maka analisis data yang menjadi acuan dalam penelitian ini mengacu pada beberapa tahapan dalam analisis data.

1. Analisis Swot

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis swot. Analisis swot adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematika untuk merumuskan strategi perusahaan. Swot merupakan singkatan dari lingkungan internal, Strenghts dan weaknees serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi di dunia bisnis. Analisis swot membandingkan anatara faktor internal dan eksternal.

Penjabaran tentang analisis SWOT :

S : Strenght merupakan kekuatan dalam kondisi internal yang menunjang suatu organisasi untuk mencapai objek yang diinginkan.

W : *Weakneses* merupakan kelemahan dalam kondisi internal yang menghambat suatu organisasi untuk mencapai

O : *Opportunities* merupakan peluang dalam kondisi eksternal yang menunjang organisai untuk mencapai objek yang di harapkan.

T : *Threath* merupakan ancaman dalam kondisi ekternal yang dapat menghambat organisasi untuk mencapai tujuanya.

Setelah di definisikan dengan menggunakan metode SWOT dalam bentuk *Internal factor evaluation* (IFE) dan

Exsternal Factor Evaluation (EFE) sebagai berikut:

a. IFE (Internal Factor Evaluation) Mengevaluasi faktor-faktor yang berada dilingkungan internal organisai yaitu berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.
b. EFE (Exsternal Factor Evaluation) Mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh pada objek penelitian yang berada di luar lingkungan organisasi.

2. Metode SWOT IFE Bobot, EFE Bobot, Matrix SWOT Bobot

a. *Internal faktor evalution* (IFE) dan *Eksternal Faktor Evalution* (EFE)

1) IFE (*Internal Faktor Evalution*) Mengevaluasi faktor-faktor yang berada dilingkungan internal organisasi yaitu berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.
2) EFE (*Eksternal Faktor Evalution*) Mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh pada objek penelitian yang berada di luar lingkungan organisasi.

Semua Faktor yang di identifikasi di tentukan bobotnya, dimana bobot diperhatikan tingkat kepentingan faktor tersebut.

a. 0,01 : Sangat Rendah
b. 0,05 : Rendah
c. 0,10 : Sedang

d. 0,15 : Tinggi

Setelah menentukan bobot dari masing-masing faktor, kemudian menentukan rating atau peringkat dari masing-masing faktor tersebut dengan pilihan rating sebagai berikut :

a) Rating 1 : tidak penting
b) Rating 2 : cukup penting
c) Rating 3 : penting
d) Rating 4 : sangat penting

Jika bobot dan rating telah ditentukan maka nilainya dikalikan sehingga diperoleh angka hasil perkalian yang kemudian dijumlahkan berdasarkan faktor tersebut.Setelah semua nilai di jumlahkan, maka dipilih strategi memiliki nilai terbesar.

3. Matriks SWOT

Setelah mengumpukan informasi yang berpengaruh terhadap keberlangsungan pemasaran, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut, dalam kuantitas perumusan strategi model yang digunakan matriks SWOT.Matriks dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternative strategi yaitu : S-O (*Strenghts-Opportunities*), S-T (*Strenghts-Threat*), W-O (*Weakneses-*

Opportunities), W-T (*Weakneses- Threat*).

Tabel 2.2

Matriks SWOT

Internal / **Eksternal**	**Strengths (S)** Tentukan FaktorFaktor Kekuatan Internal	**Weaknesses (W)** Menentukan Kelemahan Internal

Opportunies(O) Menentukan Peluang Eksternal	**S-O** Ciptakan Strategi Yang Menggunakan Kekuatan Untuk Memanfaatkan Peluang	**W-O** Ciptakan Strategi Yang Meminimalkan Kelemahan Untuk Memanfaatkan Peluang
Threat (T) Menentukan Ancaman Eksternal	**S-T** Ciptakan Strategi Yang Menggunakan Kekuatan Untuk Mengatasi Ancaman	**W-T** Meminimalkan Kelemahan Untuk Meghindari Ancaman

Sumber: *Freddy rangkuti, Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis, 2009, hlm, 18.*

Strategi SO dalam SWOT matiks adalah strategi yang digunakan perusahaan dengan memanfaatkan atau mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan berbagai peluang yang ada.Sedangkan strategi WO adalah strategi yang digunakan perusahaan dengan memanfaatkan atau mngoptimalkan kekuatan untuk mengurangi berbagai ancaman yang mungkin terjadi pada perusahaan.Strategi WT adalah strategi yang digunakan untuk mengurangi kelemahan dalam rangka meminimalisirkan atau menghindari ancaman.

Setelah melakukan beberapa tahap, yaitu identifikasi faktor internal dan eksternal, IFE dan EFE matiks SWOT akan membantu dalam menentukan strategi yang tepat untuk masa yang akan datang. Untuk memperkuat pilihan strategi dengan menggunakan bobot skor, setelah dilakukan penetapan nilai bobot dan peringkat untuk menentukan faktor internal dan eksternal maka dilakukan perhitungan jumlah total skor masing-masing strategi. Total skor tertinggi dari perkalian bobot dan peringkat dapat diambil menjadi strategi yang akan dimanfaatkan untuk masa yang akan datang. Dengan menggunakan tabel bobot skor akan bermanfaat untuk menetukan strategi utama. Ini dilakukan dengan cara menjumlahkan total skor dari masing-masing strategi yang mempunyai total skor tertinggi maka itulah strategi utama yang sebaiknya di gunakan yaitu:

Table 2.3

Total Bobot Skor

IFE / EFE	Strenghts (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)

Opportunies (Peluang)	Total Skor Strategi S-O	Total Skor Strategi W-O

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. UMKM Tenun Tradisional di Nagari Halaban

UMKM Tenun Tradisional merupakan salah satu jenis usaha kerajinan tradisional tenun halaban dalam usaha memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Bermula dari alat tenun warisan turun temurun.

Usaha kecil menengah tenun halaban yang beralamatkan di Nagari Halaban, Kecamatan Lareh Sago Halaban, Kabupaten Lima Puluh Kota. Hasil wawancara dengan Ibu Warni selaku Pengusaha Tenun, awal mulanya usaha kecil menengah ini berdiri sejak 11 tahun yang lalu. Pada awal berdirinya usaha tenun ini merupakan usaha yang turun temurun dari belajar sampai menjadi pengusaha.

Pada awalnya, Ibu Warni memulai usaha ini dengan jumlah kain tenun yang masih sedikit dan proses penjualan hanya dilakukan kepada kerabat terdekat ibu warni. Setelah usaha tenun tersebut berjalan beberapa tahun, ibu warni telah mampu memproses kain tenun dengan jumlah yang banyak, selain itu ibu warni sudah mampu menjual ke beberapa pengusaha tenun lain dan memasarkan produk ke beberapa daerah.

Pada UMKM tenun ini ibu warni sudah mempunyai beberapa karyawan, salah satunya ibu Maidarlis selaku pengrajin tenun. Pada UMKM Tenun Halaban ini proses pembuatan tenun ini menggunakan Alat-alat

Tradisional/Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) untuk menenun. Alat-alat yang digunakan seperti benang, jarum dan kain tenun, sehingga dihasilkanlah kain tenun. Kain tenun yang dihasilkan mempunyai beberapa motif, yaitu salah satunya motif belah ketupat. [22]

2. Pendapatan Pengrajin

Pendapatan Pengrajin terkait dengan lapangan pekerjaan, keadaan usaha dan faktor ekonomi lainnya. Hasil wawancara dengan Ibu Maidarlis selaku pengrajin tenun menjelaskan rata-rata pendapatan pengrajin perbulannya adalah Rp. 1.000.000 – 2.000.000, dengan jumlah kain yang dihasilkan minimal 1-4 lembar kain tergantung panjang kain yang di buat dengan harga Rp. 300.000-1.000.000/lembar kain.

Dan adapun dampak dari pendapatan pengrajin yang berkisar antara 1-2 juta tersebut berdampak pada sisi ekonomi pengrajin tenun, yaitu mampu menaikkan taraf hidup mereka menjamin pendidikan anak-anak mereka, dan meningkatkan taraf kesehatan mereka. [23]

B. Kendala-Kendala yang Di Hadapi UMKM Tenun

Kendala-kendala yang dihadapi UMKM Tenun halaban bisa dilihat

[22] Warni, Pengusaha Tenun pada UMKM Tenun Halaban, Wawancara lansung pada tanggal 29 Mei 2024

[23] Maidalis, Pengrajin Tenun pada UMKM Tenun Halaban, Wawancara lansung pada tanggal 29 Mei 2024

dari kelemahan dan ancaman tenun tradisional yaitu :

a. Kelemahan :

1. Aspek Pemasaran

(a) Harga yang relatif tinggi

Harga kain tenun relatif tinggi disebabkan oleh beberapa faktor yaitu proses pembuatan kain tenun, keterampilan pengrajin, kualitas kain tenun, bahan baku, dan kultur & tradisi.

(b) Lamanya proses produksi

Lamanya proses produksi pada kain tenun disebabkan oleh adanya tahapan dalam pembuatan kain tenun yaitu : menghani, memasang benang lungsi pada bum benang lungsi, pencucukan pada mata gun, pencucukan pada sisir, mengikat benang lungsi pada bum kain, penyetelan, menenun, dan melepas tenunan.

2. Aspek Teknologi dan Inovasi

a) Alat-alat yang digunakan untuk menenun masih tradisional

Alat-alat tenun tradisional ini sering digunakan di berbagai daerah di Indonesia dan memiliki sejarah yang panjang, dengan beberapa jenis alat yang sudah ada sejak zaman prasejarah. Mereka digunakan untuk membuat kain tenun yang indah dan berkualitas tinggi, meskipun proses pembuatannya membutuhkan waktu yang lama.

b) Jenis/motif kain tenun tradisional terbatas

Jenis dan motif kain tenun yang terbatas pada masa lampau dikarenakan oleh beberapa faktor, termasuk minimnya pengetahuan masyarakat dan teknologi yang tersedia.

Faktor-faktor seperti minimnya pengetahuan masyarakat, teknologi yang tersedia, dan aturan khusus dalam pewarisan keahlian menenun membuat perkembangan motif kain tenun menjadi terbatas pada masa lampau.

3. Aspek Permodalan

(a) Keterbatasan modal yang mengakibatkan sulitnya pengembangan usaha.

Keterbatasan modal usaha adalah salah satu hambatan utama dalam pengembangan usaha kerajinan tenun ikat tradisional. Para perajin sering kali tidak memiliki cukup modal untuk membeli bahan baku, peralatan, dan lokasi industri yang diperlukan

(b) Peminjaman modal kepada pihak eksternal sebagai penambahan modal.

Peminjaman modal kepada pihak eksternal pada tenun di sebabkan oleh beberapa faktor, antara lain: Keterbatasan Modal

Usaha, Kesulitan Akses Pemasaran, Kesulitan Dalam Mengembangkan Inovasi, Kesulitan Dalam Mendapatkan Bantuan Pemerintah.

4. Aspek Manajemen

(a) Belum adanya perencanaan untuk beralih ke teknologi menggunakan mesin

Penggunaan mesin tenun tradisional masih sangat terbatas dan belum ada perencanaan untuk beralih ke mesin. Hal ini disebabkan oleh beberapa alasan : Keterbatasan Teknologi dan Peralatan, Kesulitan Bersaing dengan Mesin Tenun, Warisan Budaya dan Keterbatasan Desain. [24]

(b) Kurangnya pengawasan karyawan pada usaha tenun tradisional

Kurangnya pengawasan karyawan pada usaha tenun tradisional dapat menyebabkan beberapa kendala dalam proses produksi, termasuk: Ketidakstabilan Kualitas, Penyimpangan Proses Produksi, Kesulitan dalam Pembuatan Warna, Kurangnya Efisiensi. Dengan pengawasan yang lebih baik, usaha tenun tradisional dapat meningkatkan kualitas produk, efisiensi

[24] Polikarpus Lalamafu dan Rendy Oratmangun (2021), *PENGARUH MESIN PRODUKSI TERHADAP KUALITAS PRODUK TENUN PADA KELOMPOK USAHA AWAYERAS DI KABUPATEN KEPULAUAN TANIMBAR*. Jurnal Ilmiah Indonesia, April, 1 (4), 438-447

produksi, dan reputasi perusahaan.[25]

b. Ancaman :

1) Aspek Pemasaran

(a) Kualitas yang berbeda

Kualitas kain tenun dapat berbeda-beda karena beberapa faktor, termasuk: Penggunaan Bahan Baku, Proses Produksi, Motif dan Desain, Persaingan dan Harga, Kurangnya Pengawasan.

(b) Kompetitor yang memiliki produk serupa dapat menjadi ancaman bagi tenun tradisional yang memiliki harga relatif tinggi

Kompetitor yang memiliki produk serupa dapat menjadi ancaman bagi tenun tradisional yang memiliki harga relatif tinggi karena beberapa alasan: Persaingan Harga, Kesulitan dalam Membedakan Kualitas, dan Perkembangan Teknologi.

2) Aspek Teknologi dan Inovasi

(a) Penggunaan teknologi modern, seperti penggunaan mesin

Penggunaan teknologi modern, seperti penggunaan mesin, dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan efektivitas dalam berbagai bidang. Namun, penggunaan teknologi ini juga dapat

[25] SYIHABUDIN, Nur Ahmad (2020*) Pengawasan Proses Produksi Kain Tenun Ikat Pada Usaha Dagang Medali Mas Kediri*

memiliki implikasi negatif, seperti kurangnya keterampilan, biaya awal yang tinggi, dan ketergantungan pada teknologi.

(b) Jenis/motif kain tenun yang sama dan tersebar dimana-mana

Kain tenun memiliki beragam jenis dan motif yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Beberapa motif kain tenun yang sama dapat ditemukan di berbagai daerah karena adanya pertukaran budaya dan perdagangan antar wilayah. Kesamaan motif tenun di berbagai daerah juga menunjukkan adanya pengaruh dan adaptasi budaya yang kuat antar wilayah. Pertukaran teknik dan desain antara penenun dari berbagai daerah memperkaya keragaman kain tenun Indonesia, menjadikannya warisan budaya yang sangat berharga dan unik.

3) Aspek Permodalan

(a) Keterbatasan anggaran

Pengrajin tenun tradisional sering kali memiliki modal yang terbatas, yang dapat menyebabkan kesulitan dalam membeli bahan baku, peralatan, dan mesin yang diperlukan untuk meningkatkan produktivitas. Hal ini dapat membatasi kemampuan mereka untuk memproduksi kain tenun dalam jumlah yang lebih besar dan memperluas pasar.

(b) Keterbatasan biaya transportasi dan energy

Pengrajin tenun tradisional sering kali harus membayar biaya transportasi yang tinggi untuk mendatangkan bahan baku dan mengirimkan produk mereka ke pasar. Biaya ini dapat

menyebabkan peningkatan harga produk, yang dapat menyulitkan mereka dalam menemukan pasar yang lebih besar dan mengurangi daya saing mereka.

Pengrajin tenun tradisional sering kali menggunakan bahan bakar tradisional seperti kayu atau batu bara untuk mengeringkan kain tenun. Biaya energi ini dapat menjadi beban yang berat bagi mereka, terutama jika bahan bakar tersebut sulit didapatkan atau mahal

4) Aspek Manajemen

(a) Keterbatasan struktur organisasi

Keterbatasan struktur organisasi pada UMKM tenun seringkali disebabkan oleh manajemen yang masih sangat sederhana dan informal, biasanya dikelola oleh keluarga. Keterbatasan ini diperparah oleh minimnya sumber daya manusia yang terampil, kurangnya pelatihan, serta keterbatasan finansial yang menghalangi investasi dalam manajemen dan teknologi. Akibatnya, UMKM tenun sering kesulitan mengadopsi praktik bisnis modern dan strategi pemasaran yang efektif, menghambat pertumbuhan dan daya saing mereka.

(b) Keterbatasan sistem monitoring

Keterbatasan sistem monitoring dapat menghambat

pengawasan kinerja dan pengendalian produksi. Monitoring pelaksanaan kegiatan pengembangan usaha kreatif sering kali tidak optimal karena keterbatasan tenaga fasilitator yang juga bertugas memonitor kegiatan. Koordinasi dengan aparatur desa juga belum optimal, yang dapat menyebabkan ketidakjelasan tentang siapa yang bertanggung jawab jika ada kesalahan atau penyimpangan.

C. Strategi Pengembangan Usaha Tenun Halaban

Strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan dan kebijakan serta rencana-rencana penting untuk mencapai tujuan yang dinyatakan dengan cara menetapkan bisnis yang dianut oleh perusahaan.[26] Sedangkan pengembangan ialah usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan karyawan, pengembangan lebih ditekanka pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.

Strategi pengembangan adalah cara perusahaan untuk menarik masyarakat menjadi pelanggan dan mengonsumsi produk yang ditawarkan perusahaan serta mempertahankan pelanggan agar terus-menerus mengonsumsi produk yang ditawarkan tersebut. Dimana masyarakat adalah suatu kelompok yang memiliki kepentingan dan berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan

[26] Pandji Anoraga, Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi, hlm. 358.

dalam mencapai tujuannya baik saat ini maupun masa mendatang. Masyarakat juga direncanakan untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atas masing-masing produknya.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa strategi pengembangan yang dilakukan usaha tenun Halaban di Jorong Aia Baba Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota berdasarkan 4 aspek yaitu :

1. Aspek Pemasaran

   Strategi pengembangan aspek pemasaran tenun tradisional melibatkan berbagai pendekatan untuk meningkatkan penjualan dan citra perusahaan. Berikut adalah beberapa strategi yang digunakan:

   a) Strategi Pemasaran

      (a) Pemasaran Digital: Usaha Tenun menggunakan digital marketing dengan toko online di aplikasi Shopee, Tokopedia, dan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Ini dilakukan untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.

      (b) Promosi Verbal dan Online: Pengrajin kain tenun juga melakukan promosi secara verbal dan kadang-kadang melalui online, meskipun promosi online masih tergolong lemah.

   b) Strategi Harga

      (a) Harga Terjangkau: Harga produk tenun ditetapkan berdasarkan kualitas produk, kualitas bahan baku, tingkat kesulitan proses

produksi, citra perusahaan, dan kepercayaan pelanggan. Harga ini dianggap terjangkau dan mempengaruhi penetapan harga pasar.

c) Strategi Produk

(a) Produk Beragam: Pengrajin kain tenun berusaha untuk mengembangkan produk mereka dengan membuat barang yang lebih beragam, seperti pakaian atau sejenisnya, untuk meningkatkan nilai budaya dan pendapatan masyarakat.

d) Strategi Promosi

(a) Penawaran Pesanan: Strategi pemasaran Usaha Tenun sebagian besar berfokus pada pesanan dari konsumen, dengan 80% produk diproses sesuai permintaan pembeli dan 20% adalah barang yang sudah jadi yang dipajang di toko.

e) Strategi Distribusi:

(a) Distribusi Lokal dan Online: Selain menjual secara offline, Usaha Tenun juga menyediakan penjualan secara online melalui aplikasi jual beli atau marketplace, memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.

2. Aspek Teknologi dan Inovasi

Strategi pengembangan aspek teknologi dan inovasi dalam umkm tenun yaitu :

a) Pengembangan inovasi produk

UMKM Tenun dapat meningkatkan produktivitas dengan terus melakukan inovasi produk dan kreativitas dalam desain dan pengolahan produk tenun.[27]

b) Penerapan Teknologi Digital

Pelaku UMKM tenun harus beradaptasi dengan teknologi digital, terutama dalam pemasaran online. Strategi transformasi digital dapat membantu masuk ke ekosistem digital dan meningkatkan kualitas produk serta kapasitas pemasaran.

3. Aspek Permodalan

Strategi pengembangan aspek permodalan UMKM tenun dapat dilakukan melalui beberapa strategi :

a) Pengumpulan Modal : melibatkan berbagai pihak seperti pemerintah, lembaga keuangan, dan investor untuk mendapatkan modal yang diperlukan untuk pengembangan usaha tenun.

b) Pengelolaan Modal : mengoptimalkan penggunaan modal yang ada melalui strategi manajemen yang baik, seperti pengembangan produk, penerapan harga yang tepat, dan pengembangan pasar.

c) Kooperasi dan kerjasama : membentuk kooperasi atau kerjasama dengan perajin lain untuk memperoleh modal bersama.

[27] Sri Ernawati (2021), *Strategi Pengembangan UMKM Tenun Untuk Meningkatkan Sosial Ekonomi Di Kota Bima*. Seminar Nasional Dan Call For Paper 2020 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

d) Investasi dari pemerintah atau Lembaga Swadaya Masyarakat

Menerima bantuan atau investasi dari pemerintah daerah atau lembaga swadaya masyarakat yang berfokus pada pengembangan usaha tradisional. [28]

4. Aspek Manajemen

Strategi pengembangan aspek manajemen pada UMKM tenun tradisional dapat dilakukan melalui beberapa strategi :

a) Pengembangan Produk

(a) Inovasi produk untuk meningkatkan daya saing dan menarik minat konsumen

(b) Kreativitas produk untuk memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan nilai budaya melalui kain tenun.

b) Kontrol

(a) Menggunakan analisis Fishbone untuk mengidentifikasi masalah dan menemukan solusi.

(b) Menerapkan koordinasi tim kerja yang efektif untuk mencapai tujuan pengembangan usaha. [29]

D. Hasil dan Pembahasan Penelitian

[28] Fani Fitriani, Chairul Handaya (2023) *Strategi Pengembangan Usaha Tenun Ikat Bima Melalui Penerapan Model Triple Helix(STUDI KASUS PADA KAMPUNG TENUN NTOBO KOTA BIMA).* Jurnal Akuntansi, Volume 7 Nomor 1

[29] Sri Ernawati (2021), *Strategi Pengembangan UMKM Tenun Untuk Meningkatkan Sosial Ekonomi Di Kota Bima*. Seminar Nasional Dan Call For Paper 2020 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

1. **Aspek Pengembangan UMKM**

a. **Aspek Pemasaran**

Aspek pemasaran digunakan untuk memutuskan sejauh mana produk yang dihasilkan, dibutuhkan atau diminta konsumen. Selain itu aspek pemasaran digunakan untuk merencanakan pemasangan iklan yang akan membantu produk dijangkau dan dikenali konsumen.

Aspek pemasaran pada UMKM Tenun ini yaitu :

a) Harga : Untuk UMKM Tenun Halaban mengikuti harga pasar, sehingga strategi harga mampu diterima oleh pelanggan. Pada UMKM Tenun Halaban kisaran harga kain tenun yang dijual yaitu dari Rp. 1.000.000,00 - Rp. 1.100.000,00/pasang (selendang dan songket). Harga kain tenun tersebut bisa dibilang tinggi karena harga yang ditawarkan kepada kalangan menengah keatas saja.

Berdasarkan hasil wawancara, UMKM Tenun Halaban menetapkan harga kain tenun mereka dalam kisaran Rp. 1.000.000,00 hingga Rp. 1.100.000,00 per pasang (selendang dan songket). Keputusan ini mengikuti harga pasar yang ada, sehingga strategi harga mereka diterima oleh pelanggan yang ditargetkan. Menurut wawancara, harga yang relatif tinggi ini ditujukan untuk kalangan menengah ke atas yang memiliki daya beli lebih besar dan mencari produk berkualitas tinggi serta bernilai budaya.

b) Produk : UMKM Tenun Halaban menghasilkan produk yang lebih dikenal secara luas, juga memiliki kualitas yang bagus dan produk tenun ini juga memiliki berbagai motif, warna yang beragam seperti Baju, Celana, Tas, Kain Sarung, dan Selendang.

Berdasarkan wawancara tersebut, jelas bahwa variasi produk ini menunjukkan diversifikasi dan potensi kualitas tinggi dari UMKM tersebut. Penekanan pada variasi produk dan kualitas menunjukkan bahwa UMKM Tenun Halaban mampu memenuhi berbagai kebutuhan dan selera konsumen, yang kemungkinan besar berkontribusi pada popularitas dan penerimaan luas dari produk-produk mereka.

c) Promosi : Promosi yang digunakan dalam UMKM Tenun Halaban adalah menggunakan jaringan internet/teknologi seperti Promosi menggunakan HP dan Laptop melalui sosial media.

Berdasarkan hasil wawancara, strategi promosi yang diterapkan oleh UMKM Tenun Halaban memanfaatkan jaringan internet dan teknologi, khususnya melalui penggunaan HP dan laptop untuk memasarkan produk mereka di media sosial. Pendekatan ini menunjukkan adaptasi yang baik terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen yang semakin terhubung secara digital.

d) Proses Pembuatan Kain Tenun : UMKM Tenun Halaban menggunakan cara tradisional dalam proses pembuatan kain tenun, yaitu dengan

menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) dan tangan-tangan terampil dari pengrajin.

Berdasarkan hasil wawancara, UMKM Tenun Halaban tetap mempertahankan cara tradisional dalam proses pembuatan kain tenun, yaitu dengan menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) dan keterampilan tangan pengrajin. Pendekatan ini mencerminkan komitmen UMKM terhadap kelestarian budaya dan keaslian produk tenun mereka, yang menjadi nilai jual utama dan daya tarik bagi pelanggan yang menghargai kerajinan tangan dan produk tradisional.

e) Target : UMKM Tenun Halaban menetapkan pasar sasaran yang luas, yaitu seluruh golongan masyarakat, di utamakan untuk golongan menengah keatas.[30]

Berdasarkan hasil wawancara, UMKM Tenun Halaban menetapkan pasar sasaran yang luas, dengan fokus utama pada golongan menengah ke atas. Pendekatan ini menunjukkan bahwa UMKM tersebut berusaha untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat, namun secara khusus menargetkan segmen pasar yang memiliki daya beli lebih tinggi.

[30] Hasil Wawancara Ibu Maidalis, Pengrajin Tenun pada UMKM Tenun Halaban, Wawancara lansung pada tanggal 29 Mei 2024

b. **Aspek Teknologi dan Inovasi**

Aspek Teknologi dan Inovasi dalam UMKM Tenun berkaitan dengan teknologi yang digunakan. Dalam proses menenun, UMKM Tenun menggunakan berbagai alat-alat tradisional. Alat - alat tradisional seperti benang, jarum, dan kain tenun masih digunakan. Dalam UMKM Tenun tentu ada jenis/ motif kain tenun yang diminati konsumen, seperti UMKM Tenun Halaban motif kain tenun yang diminati konsumen adalah motif belah ketupat. Dalam aspek teknologi dan inovasi, dibutuhkan inovasi untuk melakukan pembaruan agar menarik customer, seperti menambah jenis/motif kain tenun yang lebih menarik.

Berdasarkan hasil wawancara, UMKM Tenun Halaban mengandalkan alat-alat tradisional dalam proses pembuatan kain tenun, seperti benang, jarum, dan alat tenun manual. Pendekatan ini mencerminkan dedikasi terhadap teknik tradisional dan keterampilan pengrajin, yang mendukung pembuatan kain tenun dengan kualitas dan keaslian yang tinggi. Salah satu motif yang sangat diminati oleh konsumen adalah motif belah ketupat, yang menunjukkan bahwa ada preferensi kuat terhadap desain tradisional dan simbolik yang melekat pada produk mereka.

c. **Aspek Permodalan**

Aspek Permodalan digunakan untuk menilai modal perusaahaan secara

keseluruhan. Dalam aspek ini, membahas mengenai sumber dana atau sumber modal. Sumber modal yang digunakan untuk pendirian dan menjalankan kegiatan operasional usaha Tenun Halaban berasal dari dana pribadi dan pinjaman.

Setelah penulis mewawancarai pengrajin tenun yaitu ibu maidarlis, ibu maidarlis mengatakan dia pernah berhutang kepada pihak ekstenal yang dimana modal tersebut digunakan untuk menambah modal dari usaha tenun tersebut. Penulis juga mewawancarai ibu Warni selaku Pembeli sekaligus pengusaha tenun, dia juga mengatakan dia pernah berhutang kepada pihak ekstenal dan juga digunakan untuk menambah modal usaha tenun tersebut.

Dalam menjalankan usaha ini ibu maidarlis dan ibu warni membutuhkan modal untuk 1 kali proses adalah sebesar Rp. 300.000,00/ pasang. Sedangkan pendapatan yang dihasilkan ibu maidarlis selama 1 bulan sebesar Rp. 2.000.000,00/ pasang, dan ibu warni mendapatkan penghasilan selama 1 bulan adalah sebesar Rp. 10.000.00,00-15.000.000,00.

d. **Aspek Manajemen**

Aspek Manajemen berkaitan dengan sumber daya manusia, dan organisasi. Setelah peneliti melakukan wawancara dengan pengusaha tenun, terdapat sumber daya manusia yang kurang banyak dalam menjalankan usaha ini, kurangnya sumber daya manusia ini disebabkan

oleh masyarakat yang bekerja pada bidangnya, seperti petani, pedagang, peternak, dan remaja yang masih menempuh pendidikan.

Organisasi : dalam UMKM Tenun Halaban ini ada organisasi atau perkumpulan yang menaungi usaha tenun ini, seperti pelatihan.[31]

E. Aspek Pengembangan UMKM dinilai dengan metode Analisis SWOT

Selanjutnya, Aspek pengembangan UMKM dinilai dengan metode Analisis SWOT, Yaitu sebagai berikut :

1. Faktor Internal
   a. Kekuatan (Strenghts)

      Pengembangan Usaha Tenun Halaban memiliki kekuatan sebagai berikut :

      a) Aspek Pemasaran :
         (1) Produk kerajinan tenun yang memiliki kualitas yang bagus.

            Produk kerajinan memiliki kualitas yang baik karena beberapa faktor utama, yaitu: Kreativitas dan Imajinasi, Unik, Membutuhkan Lebih Banyak Waktu, proses pembuatan, bahan yang digunakan, dan estetika produk.

         (2) Promosi yang digunakan menggunakan jaringan internet/ teknologi

[31] Hasil Wawancara Ibu Maidalis, Pengrajin Tenun pada UMKM Tenun Halaban, Wawancara lansung pada tanggal 29 Mei 2024

Media promosi digital telah menjadi landasan strategi pemasaran modern. Pengusaha memanfaatkan media internet untuk melakukan advertising, sales promotion, direct marketing, dan personal selling terhadap produk-produk mereka. Manfaat yang dirasakan termasuk kemampuan untuk melakukan pemasaran secara cepat, mengurangi biaya dan waktu yang dikeluarkan dalam proses penjualan produk lokal. [32]

b) Aspek Teknologi dan inovasi :

(1) Inovasi dalam desain dan bahan baku dapat meningkatkan nilai jual dan daya saing tenun tradisional

Dengan mengintegrasikan inovasi dalam desain dan bahan baku, serta berfokus pada keberlanjutan dan branding yang kuat, produk tenun tradisional dapat meningkatkan nilai jual dan daya saingnya di pasar.

(2) Teknologi untuk melakukan promosi sudah menggunakan hanphone (HP) dan computer

Dengan menggabungkan teknologi handphone dan komputer, pelaku usaha dapat melakukan promosi yang lebih efektif dan interaktif, serta dapat menjangkau audiens

[32] Musyrifah, Adam Musa Tanniewa, Asmawati Saal (2023) *Pengembangan Etalase Digital sebagai Media Promosi Kain Tenun Sekomandi.* Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 14 (4), 796-802

yang lebih luas.

c) Aspek Permodalan

(1) Pendapatan/keuntungan yang diperoleh lebih menguntungkan.

Pendapatan atau keuntungan yang diperoleh oleh pengrajin tenun tradisional dapat diukur melalui beberapa indikator keuangan, termasuk profit margin. Profit margin adalah persentase laba bersih yang diperoleh perusahaan dari pendapatan atau penjualan. Ini menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama periode operasi.

Dengan demikian, profit margin adalah indikator penting dalam mengukur keuntungan yang diperoleh oleh suatu perusahaan, termasuk pengrajin tenun tradisional. Ini membantu dalam memonitor kesehatan bisnis, menilai pertumbuhan, dan mengoptimalkan pengelolaan sumber daya.

(2) Penambahan modal yang berasal dari pinjaman

Penambahan modal yang berasal dari pinjaman dalam tenun tradisional sangat penting untuk meningkatkan kelancaran usaha. Modal pinjaman dapat membantu pengrajin tenun tradisional dalam mengatasi masalah modal

usaha, yang sering kali menjadi kendala utama dalam pengembangan usaha ini.

Dengan demikian, penambahan modal yang berasal dari pinjaman sangat penting dalam meningkatkan kelancaran usaha pengrajin tenun tradisional. Ini membantu mereka dalam mengatasi masalah modal usaha, meningkatkan produksi, dan meningkatkan pendapatan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

d) Aspek Manajemen

(1) Sudah ada organisasi yang menaungi usaha tenun ini

Usaha tenun ini sudah berada di bawah naungan organisasi yang khusus menangani industri tenun. Organisasi ini memberikan dukungan dan bimbingan kepada para pelaku usaha, termasuk dalam hal standar kualitas, pemasaran, dan pelatihan keterampilan.

(2) Mendapat arahan tentang proses tenun tradisional

b. Kelemahan (Weaknesses)

Adapun kelemahan yang menjadi problematika dalam mengembangkan usaha produk kerajinan tenun di Jorong Aia Baba Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota ialah:

a) Aspek Pemasaran

(1) Harga yang relatif tinggi

Harga kain tenun relatif tinggi disebabkan oleh beberapa faktor yaitu proses pembuatan kain tenun, keterampilan pengrajin, kualitas kain tenun, bahan baku, dan kultur & tradisi.

(2) Lamanya proses produksi

Lamanya proses produksi pada kain tenun disebabkan oleh adanya tahapan dalam pembuatan kain tenun yaitu : menghani, memasang benang lungsi pada bum benang lungsi, pencucukan pada mata gun, pencucukan pada sisir, mengikat benang lungsi pada bum kain, penyetelan, menenun, dan melepas tenunan.

b) Aspek Teknologi dan Inovasi

(1) Alat-alat yang digunakan untuk menenun masih tradisional

Alat-alat tenun tradisional ini sering digunakan di berbagai daerah di Indonesia dan memiliki sejarah yang panjang, dengan beberapa jenis alat yang sudah ada sejak zaman prasejarah. Mereka digunakan untuk membuat kain tenun yang indah dan berkualitas tinggi, meskipun proses pembuatannya membutuhkan waktu yang lama.

(2) Jenis/motif kain tenun tradisional terbatas

Jenis dan motif kain tenun yang terbatas pada masa lampau dikarenakan oleh beberapa faktor, termasuk minimnya pengetahuan masyarakat dan teknologi yang tersedia.

Faktor-faktor seperti minimnya pengetahuan masyarakat, teknologi yang tersedia, dan aturan khusus dalam pewarisan keahlian menenun membuat perkembangan motif kain tenun menjadi terbatas pada masa lampau.

c) Aspek Permodalan

(1) Keterbatasan modal yang mengakibatkan sulitnya pengembangan usaha.

Keterbatasan modal usaha adalah salah satu hambatan utama dalam pengembangan usaha kerajinan tenun ikat tradisional. Para perajin sering kali tidak memiliki cukup modal untuk membeli bahan baku, peralatan, dan lokasi industri yang diperlukan

(2) Peminjaman modal kepada pihak eksternal sebagai penambahan modal.

Peminjaman modal kepada pihak eksternal pada tenun di sebabkan oleh beberapa faktor, antara lain: Keterbatasan Modal Usaha, Kesulitan Akses Pemasaran, Kesulitan Dalam Mengembangkan Inovasi, Kesulitan Dalam

Mendapatkan Bantuan Pemerintah.

d) Aspek Manajemen

(1) Belum adanya perencanaan untuk beralih ke teknologi menggunakan mesin

Penggunaan mesin tenun tradisional masih sangat terbatas dan belum ada perencanaan untuk beralih ke mesin. Hal ini disebabkan oleh beberapa alasan : Keterbatasan Teknologi dan Peralatan, Kesulitan Bersaing dengan Mesin Tenun, Warisan Budaya dan Keterbatasan Desain.[33]

(2) Kurangnya pengawasan karyawan pada usaha tenun tradisional

Kurangnya pengawasan karyawan pada usaha tenun tradisional dapat menyebabkan beberapa kendala dalam proses produksi, termasuk: Ketidakstabilan Kualitas, Penyimpangan Proses Produksi, Kesulitan dalam Pembuatan Warna, Kurangnya Efisiensi. Dengan pengawasan yang lebih baik, usaha tenun tradisional dapat meningkatkan kualitas produk, efisiensi produksi, dan reputasi

[33] Polikarpus Lalamafu dan Rendy Oratmangun (2021), *PENGARUH MESIN PRODUKSI TERHADAP KUALITAS PRODUK TENUN PADA KELOMPOK USAHA AWAYERAS DI KABUPATEN KEPULAUAN TANIMBAR*. Jurnal Ilmiah Indonesia, April, 1 (4), 438-447

perusahaan.[34]

2. Faktor Eksternal

a. Peluang (Opportunities)

Peluang yaitu berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu usaha, dan peluang bagi usaha produk kerajinan tenun di Jorong Aia Baba Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota ialah:

a) Aspek Pemasaran

1) Kemampuan beli masyarakat yang cenderung konsumptif

Kemampuan beli masyarakat yang cenderung konsumptif memengaruhi UMKM tenun tradisional dengan signifikan. Masyarakat yang memiliki kecenderungan konsumptif biasanya lebih sering membeli barang-barang yang dianggap mewah atau berkualitas tinggi, termasuk kain tenun tradisional. Mereka mencari produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan tetapi juga memberikan kepuasan emosional dan status sosial.

2) Permintaan produk yang tinggi

Permintaan yang tinggi terhadap produk UMKM tenun

[34] SYIHABUDIN, Nur Ahmad (2020*) Pengawasan Proses Produksi Kain Tenun Ikat Pada Usaha Dagang Medali Mas Kediri.*

tradisional menunjukkan adanya minat besar dari pasar terhadap kain tenun yang berkualitas dan bernilai budaya. Tingginya permintaan ini bisa disebabkan oleh meningkatnya apresiasi terhadap keunikan dan kerajinan tangan yang terampil, serta keinginan konsumen untuk memiliki barang yang memiliki makna dan warisan budaya.

b) Aspek Teknologi dan inovasi

1) Meningkatnya minat konsumen terhadap produk tradisional

2) Dengan daya inovatif dan kreatif usaha ini memiliki kesempatan besar untuk menguasai pasar yaitu kerajinan tenun memproduksi barang yang berbeda dari yang lain.

c) Aspek Permodalan

1) Dukungan modal usaha

2) Adanya pembiayaan dari pihak kreditur

d) Aspek Manajemen

1) Perencanaan yang efektif dalam mengembangkan produk tenun tradisional, seperti batik, songket, dan tenun, serta memastikan kualitas produk yang tinggi

2) Pengarahan yang efektif untuk memastikan karyawan bekerjasama dalam mencapai tujuan, seperti melalui motivasi dan komunikasi yang baik.

b. Ancaman (Threat)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam suatu bisnis atau usaha, dan yang menjadi ancaman bagi usaha produk kerajinan tenun di Jorong Aia Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota ialah:

a) Aspek Pemasaran

1) Kualitas yang berbeda

Kualitas kain tenun dapat berbeda-beda karena beberapa faktor, termasuk: Penggunaan Bahan Baku, Proses Produksi, Motif dan Desain, Persaingan dan Harga, Kurangnya Pengawasan.

2) Kompetitor yang memiliki produk serupa dapat menjadi ancaman bagi tenun tradisional yang memiliki harga relatif tinggi

Kompetitor yang memiliki produk serupa dapat menjadi ancaman bagi tenun tradisional yang memiliki harga relatif tinggi karena beberapa alasan: Persaingan Harga, Kesulitan dalam Membedakan Kualitas, dan Perkembangan Teknologi

b) Aspek Teknologi dan Inovasi

1) Penggunaan teknologi modern, seperti penggunaan mesin

Penggunaan teknologi modern, seperti penggunaan mesin, dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan

efektivitas dalam berbagai bidang. Namun, penggunaan teknologi ini juga dapat memiliki implikasi negatif, seperti kurangnya keterampilan, biaya awal yang tinggi, dan ketergantungan pada teknologi.

2) Jenis dan motif kain tenun yang sama dapat ditemukan di berbagai tempat, menunjukkan popularitas dan penyebaran yang luas dari produk tersebut. Hal ini menandakan bahwa motif-motif tersebut memiliki daya tarik yang universal dan diminati oleh banyak orang, memungkinkan produk ini untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam. Penyebaran yang luas ini juga mencerminkan keberhasilan promosi dan distribusi dari produsen kain tenun, yang berhasil menjadikan produk mereka sebagai pilihan favorit di berbagai wilayah.

c) Aspek Permodalan

1) Keterbatasan anggaran

Pengrajin tenun tradisional sering kali memiliki modal yang terbatas, yang dapat menyebabkan kesulitan dalam membeli bahan baku, peralatan, dan mesin yang diperlukan untuk meningkatkan produktivitas. Hal ini dapat membatasi kemampuan mereka untuk memproduksi kain tenun dalam jumlah yang lebih besar dan memperluas pasar.

2) Keterbatasan biaya transportasi dan energy

Pengrajin tenun tradisional sering kali harus membayar biaya transportasi yang tinggi untuk mendatangkan bahan baku dan mengirimkan produk mereka ke pasar. Biaya ini dapat menyebabkan peningkatan harga produk, yang dapat menyulitkan mereka dalam menemukan pasar yang lebih besar dan mengurangi daya saing mereka.

Pengrajin tenun tradisional sering kali menggunakan bahan bakar tradisional seperti kayu atau batu bara untuk mengeringkan kain tenun. Biaya energi ini dapat menjadi beban yang berat bagi mereka, terutama jika bahan bakar tersebut sulit didapatkan atau mahal

d) Aspek Manajemen

1) Keterbatasan struktur organisasi

2) Keterbatasan sistem monitoring

Keterbatasan sistem monitoring dapat menghambat pengawasan kinerja dan pengendalian produksi. Monitoring pelaksanaan kegiatan pengembangan usaha kreatif sering kali tidak optimal karena keterbatasan tenaga fasilitator yang juga bertugas memonitor kegiatan. Koordinasi dengan aparatur desa juga belum optimal, yang dapat menyebabkan ketidakjelasan tentang siapa

yang bertanggung jawab jika ada kesalahan atau penyimpangan

F. Analisis Penelitian

Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada sebuah perusahaan maka dilakukan 4 analisis melaluai *Matriks Internal Factor Evaluation (IFE), Matriks External Faktor Evaluation (EFE), Matriks Internal-Eksternal (IE) dan analisis SWOT* sebagai berikut:

1. **Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)**

Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) diperoleh berdasarkan hasil identifikasi faktor-faktor strategi internal perusahaan yang merupakan kekuatan dan kelemahan. Hasil identifikasi faktor-faktor strategi internal diperoleh 8 faktor kekuatan dan 8 faktor kelemahan. Faktor-faktor kekuatan dan kelemahan tersebut kemudian diberi bobot dan rating pada faktor-faktor strategi internal yang telah diperingkatkan menurut bobot dan pengaruhnya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Matriks *Internal Factor Evalution (IFE)*

Kekuatan Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan :			
1. Produk kerajinan tenun yang memiliki kualitas yang bagus.	0,10	4	0,40
2. Promosi yang digunakan menggunakan jaringan internet/ teknologi	0,10	4	0,40
3. Inovasi dalam desain dan bahan baku dapat meningkatkan nilai jual dan daya saing tenun	0,07	4	0,28

tradisional			
4. Teknologi untuk melakukan promosi sudah menggunakan hanphone (HP) dan komputer	0,08	3	0,24
5. Pendapatan/keuntungan yang diperoleh lebih menguntungkan	0,08	4	0,32
6. Penambahan modal yang berasal dari pinjaman	0,08	3	0,24
7. Sudah ada organisasi yang menaungi usaha tenun ini	0,05	3	0,15
8. Mendapat arahan tentang proses tenun tradisional	0,06	4	0,24
Jumlah	**0,62**		**2,27**
Kelemahan :			
1. Harga yang relatif tinggi	0,05	2	0,10
2. Lamanya proses produksi	0,05	2	0,10
3. Alat-alat yang digunakan untuk menenun masih tradisional	0,05	3	0,15
4. Jenis/motif kain tenun tradisional terbatas	0,05	3	0,15
5. Keterbatasan modal yang mengakibatkan sulitnya pengembangan usaha.	0,05	4	0,20
6. Peminjaman modal kepada pihak eksternal sebagai penambahan modal.	0,05	3	0,15
7. Belum adanya perencanaan untuk beralih ke teknologi menggunakan mesin	0,05	3	0,15
8. Kurangnya pengawasan karyawan pada usaha tenun tradisional	0,05	3	0,15
Jumlah	**0,40**		**1,15**
TOTAL	**1,00**		**3,42**

Sumber : Hasil dari Wawancara

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diatas melalui matriks Internal Factor Evaluation (IFE) maka didapatkan hasil bobot x rating sebesar 3,42. Hal ini menunjukkan bahwa usaha tenun Halaban tergolong

sedang atau cukup baik dalam memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman yang ada. Adapun faktor kekuatan yang dimiliki Usaha Tenun Halaban yaitu produk kerajinan tenun yang memiliki kualitas yang bagus yang berada pada total 0.40. dan Usaha Tenun Halaban promosi yang digunakan menggunakan jaringan internet/teknologi pada total 0.40. Selanjutnya pendapatan/keuntungan yang diperoleh lebih menguntungkan, yang berada pada total 0.32.

Sedangkan faktor kelemahan pada usaha tenun halaban berada pada total 0.10 dimana harga yang relatif tinggi, kemudian 0.10 yaitu lamanya proses produksi.

2. **Matriks External Factor Evaluation (EFE)**

Matriks External Factor Evaluation (EFE) diperoleh berdasarkan hasil identifikasi faktor-faktor strategi elsternal perusahaan yang merupakan peluang dan ancaman. Hasil identifikasi faktor-faktor strategi eksternal diperoleh 8 faktor peluang dan 8 faktor ancaman. Faktor-faktor peluang dan ancaman tersebut kemudian diberi bobot dan rating oleh para responden. Hasil pembobotan dan pemberian rating pada faktor-faktor strategi eksternal yang telah diperingatkatkan menurut bobot dan pengaruhnya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Matriks External Factor Evaluation (EFE)

Kekuatan Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating

Peluang :			
1. Kemampuan beli masyarakat yang cenderung konsumptif	0,07	4	0,28
2. Permintaan produk yang tinggi	0,10	3	0,30
3. Meningkatnya minat konsumen terhadap produk tradisional	0,11	4	0,44
4. Dengan daya inovatif dan kreatif usaha ini memiliki kesempatan besar untuk menguasai pasar yaitu kerajinan tenun memproduksi barang yang berbeda dari yang lain.	0,08	3	0,24
5. Dukungan modal usaha	0,07	4	0,28
6. Adanya pembiayaan dari pihak kreditur	0,09	3	0,27
7. Perencanaan yang efektif dalam mengembangkan produk tenun tradisional, seperti batik, songket, dan tenun, serta memastikan kualitas produk yang tinggi	0,08	4	0,32
8. Pengarahan yang efektif untuk memastikan karyawan bekerjasama dalam mencapai tujuan, seperti melalui motivasi dan komunikasi yang baik.	0,07	3	0,21
Jumlah	**0,67**		**2,26**
Ancaman :			
1. Kualitas yang berbeda	0,05	2	0,10
2. Kompetitor yang memiliki produk serupa dapat menjadi ancaman bagi tenun tradisional yang memiliki harga relatif tinggi	0,03	1	0,03
3. Penggunaan teknologi modern, seperti penggunaan mesin	0,04	2,5	0,10
4. Jenis/motif kain tenun yang sama dan tersebar dimana-mana	0,07	2	0,14
5. Keterbatasan anggaran	0,06	1,5	0,09
6. Keterbatasan biaya transportasi dan energi	0,05	2	0,10
7. Keterbatasan struktur organisasi	0,04	1	0,04
8. Keterbatasan sistem monitoring	0,03	1	0,03
Jumlah	**0,37**		**0,63**

TOTAL	**1,00**		**2,89**

Matrik External Factor Evaluation (EFE) didapatkan hasil bobot x rating sebesar 2,89. Adapun faktor peluang yang dimilki usaha tenun Halaban meningkatnya minat konsumen terhadap produk tradisional dengan nilai 0,44 selanjutnya perencanaan yang efektif dalam mengembangkan produk tenun tradisional, seperti batik, songket, dan tenun, serta memastikan kualitas produk yang tinggi berada pada nilai 0,32. Serta permintaan produk yang tinggi berada pada nilai 0.30.

Sedangkan faktor ancaman yang terdapat pada usaha tenun Halaban ini yaitu kompetitor yang memiliki produk serupa dapat menjadi ancaman bagi tenun tradisional yang memiliki harga relatif tinggi dengan nilai 0.03 dan keterbatasan sistem monitoring. Hal ini membuat keterbatasan struktur organisasi sebesar 0.04, yang mengakibatkan keterbatasan anggaran dengan nilai 0.09.

3. **Matriks Analisis Strategi SWOT**

Matriks SWOT merupakan matriks yang disusun menggunakan variabel-variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang diidentifikasi dalam faktor-faktor strategi internal dan faktor strategi eksternal. Berikut tabel yang menggambarkan bahwa bagaimana peluang dan ancaman

dari lingkungan eksternal terhadap produk kerajinan tenun dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki produk kerajinan tenun, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.3
Matriks SWOT Strategi Pengembangan UMKM Tenun

IFE / **EFE**	**Kekuatan** ***(Strenghts S)***	**Kelemahan** ***(Weaknesses W)***
	1. Produk kerajinan tenun yang memiliki kualitas yang bagus. 2. Promosi yang digunakan menggunakan jaringan internet/ teknologi 3. Inovasi dalam desain dan bahan baku dapat meningkatkan nilai jual dan daya saing tenun tradisional 4. Teknologi untuk melakukan promosi sudah menggunakan hanphone (HP) dan komputer 5. Pendapatan/keuntungan yang diperoleh lebih menguntungkan 6. Penambahan modal yang berasal dari pinjaman 7. Sudah ada	1. Harga yang relatif tinggi 2. Lamanya proses produksi 3. Alat-alat yang digunakan untuk menenun masih tradisional 4. Jenis/motif kain tenun tradisional terbatas 5. Keterbatasan modal yang mengakibatkan sulitnya pengembangan usaha. 6. Peminjaman modal kepada pihak eksternal sebagai penambahan modal. 7. Belum adanya perencanaan untuk beralih ke teknologi

	organisasi yang menaungi usaha tenun ini 8. Mendapat arahan tentang proses tenun tradisional	menggunakan mesin 8. Kurangnya pengawasan karyawan pada usaha tenun tradisional
Peluang ***(Opportunities O)*** 1. Kemampuan beli masyarakat yang cenderung konsumptif 2. Permintaan produk yang tinggi 3. Meningkatnya minat konsumen terhadap produk tradisional 4. Dengan daya inovatif dan kreatif usaha ini memiliki kesempatan besar untuk menguasai pasar yaitu kerajinan tenun memproduksi barang yang berbeda dari yang lain. 5. Dukungan modal usaha 6. Adanya pembiayaan	**Strategi** **S-O** 1. Mengikuti event-event pasar. 2. Penggunaan teknologi digital dan inovasi alat tenun untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas produk. 3. Meningkatkan akses permodalan 4. Meningkatkan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian pengembangan usaha tenun tradisional	**Strategi** **W-O** 1. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk kerajinan tenun agar masyarakat tertarik dengan produk kerajinan tenun. 2. Mengintegrasikan teknologi digital dengan keahlian tradisional. 3. Meningkatkan modal usaha, melalui dukungan modal usaha dari pemerintah setempat 4. Meningkatkan perencanaan, pengawasan dan pengarahan kepada karyawan agar tenun

dari pihak kreditur 7. Perencanaan yang efektif dalam mengembangkan produk tenun tradisional, seperti batik, songket, dan tenun, serta memastikan kualitas produk yang tinggi 8. Pengarahan yang efektif untuk memastikan karyawan bekerjasama dalam mencapai tujuan, seperti melalui motivasi dan komunikasi yang baik.		tradisional bisa lebih berkembang.
Ancaman ***(Threat T)*** 1. Kualitas yang berbeda 2. Kompetitor yang memiliki produk serupa dapat menjadi ancaman bagi tenun	**Strategi S-T** 1. Meningkatkan dan memperluas jaringan pemasaran agar dapat mempengaruhi pelanggan dalam pembelian produk kerajinan tenun.	**Strategi W-T** 1. Menambah jaringan pemasaran. 2. Meningkatkan inovasi dan kreatif pada produk kain tenun agar diminati pelanggan.

tradisional yang memiliki harga relatif tinggi 3. Penggunaan teknologi modern, seperti penggunaan mesin 4. Jenis/motif kain tenun yang sama dan tersebar dimana-mana 5. Keterbatasan anggaran 6. Keterbatasan biaya transportasi dan energi 7. Keterbatasan struktur organisasi 8. Keterbatasan sistem monitoring	2. Terus melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas produk guna mengungguli persaingan antara pengrajin kerajinan tenun. 3. Pengembangan modal internal perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk 4. Meningkatkan organisasi agar proses pengembangan tenun tradisional bisa berkembang ke seluruh daerah.	3. Mengurangi biaya. Mengurangi biaya produksi dan operasional untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi kelemahan internal perusahaan. 4. Mengembangkan kemitraan. Mengembangkan kemitraan dengan cara bekerja sama dengan pihak ketiga, seperti pemerintah, organisasi non pemerintah dan komunitas.

Berdasarkan tabel dapat ditarik rumusan empat strategi yang dihasilkan dari analisis matriks, adalah sebagai berikut:

1. Strategi S-O (Strengths-Opportunities)

   Strategi S-O adalah strategi yang dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan internal yang dimiliki oleh usaha produk kerajinan tenun untuk menggunakan peluang yang ada. Dari analisis matriks SWOT

menghasilkan beberapa alternatif strategi S-O sebagai berikut:

a. Aspek Pemasaran :

1) Mengikuti event-event pasar.

Dengan mengikuti event-event pasar perusahaan dapat mempromosikan/memperkenalkan tenun tradisional supaya tenun tradisional lebih berkembang, dan dapat meningkatkan volume penjualan, serta event-event pasar dapat digunakan untuk memperkenalkan kebudayaan dan produk unik, seperti kain tenun songket yang memiliki nilai budaya dan historis.

b. Aspek Teknologi dan Inovasi

1) Penggunaan teknologi digital dan inovasi alat tenun untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas produk.

Dengan menggunakan teknologi digital dapat memperluas jangkauan pasar, penggunaan teknologi digital, seperti menggunakan mesin untuk menenun Serta inovasi pada alat tenun tradisional dengan cara memodifikasi alat tenun.

c. Aspek Permodalan

1) Meningkatkan akses permodalan

Untuk meningkatkan akses permodalan strategi yang digunakan yaitu Pengembangan Kredit Usaha Rakyat (KUR), KUR dapat membantu UMKM Tenun dalam mendapatkan pinjaman modal. Selain itu ada juga strategi pemberdayaan

UMKM yaitu pemerintah dan lembaga keuangan harus memberikan dukungan dan pendampingan yang lebih baik kepada pelaku UMKM, termasuk dalam hal permodalan. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan dan pendidikan kewirausahaan yang efektif.

d. Aspek Manajemen

1) Meningkatkan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian pengembangan usaha tenun tradisional

Meningkatkan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian pengembangan usaha tenun tradisional dapat dilakukan melalui beberapa strategi : 1. Perencanaan : kualitas produk dan pemasaran, 2. Pengorganisasian : kelompok kerja dan sruktur organisasi, 3. Pelaksanaan : produksi berkualitas dan promosi dan 4. Pengendalian : monitoring kualitas dan pengelolaan anggaran.

2. Strategi W-O (Weakness-Opportunities)

Strategi W-O adalah strategi yang meminimalisir kelemahan usaha produk kerajinan tenun dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Strategi W-O pada usaha kerajinan tenun sebagai berikut:

a. Aspek Pemasaran :

1) Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk kerajinan

tenun agar masyarakat tertarik dengan produk kerajinan tenun.

b. Aspek Teknologi dan Inovasi

1) Mengintegrasikan teknologi digital dengan keahlian tradisional. Organisasi tenun tradisional dapat menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi produksi dan meningkatkan kualitas produksi.

c. Aspek Permodalan

1) Meningkatkan modal usaha, melalui dukungan modal usaha dari pemerintah setempat

d. Aspek Manajemen

1) Meningkatkan perencanaan, pengawasan dan pengarahan kepada karyawan agar tenun tradisional bisa lebih berkembang.

3. Strategi S-T (Strengths-Threats)

Strategi S-T adalah strategi yang memanfaatkan keunggulan yang dimiliki usaha produk kerajinan tenun untuk mempertahankan posisi dari ancaman-ancaman yang ada. Strategi S-T dalam usaha produk kerajinan tenun sebagai berikut:

a. Aspek Pemasaran

1) Meningkatkan dan memperluas jaringan pemasaran agar dapat mempengaruhi pelanggan dalam pembelian produk kerajinan tenun.

b. Aspek Teknologi dan Inovasi

1) Terus melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas produk guna mengungguli persaingan antara pengrajin kerajinan tenun.

c. Aspek Permodalan

1) Pengembangan modal internal perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk

d. Aspek Manajemen

1) Meningkatkan organisasi agar proses pengembangan tenun tradisional bisa berkembang ke seluruh daerah.

4. Strategi W-T (Weakness-Threat)

Strategi W-T adalah strategi untuk mempertahankan usaha produk kerajinan tenun dari ancaman yang berasal dari luar lingkungan dengan cara memanfaatkan keunggulan yang ada dan menghindari ancaman. Dari analisis matriks SWOT strategi W-T pada usaha produk kerajinan tenun sebagai berikut:

a. Aspek Pemasaran

1) Menambah jaringan pemasaran.

Maksudnya adalah pengrajin tidak hanya memasarkan produknya di daerah sekitar Kecamatan Lareh Sago Halaban akan tetapi harus memasarkan nya di media sosial agar lebih banyak pelanggan yang mengetahuinya.

b. Aspek Teknologi dan Inovasi

1) Meningkatkan inovasi dan kreatif pada produk kain tenun agar diminati pelanggan.

1) Aspek Permodalan

1) Mengurangi biaya.

Mengurangi biaya produksi dan operasional untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi kelemahan internal perusahaan.

2) Aspek Manajemen

1) Mengembangkan kemitraan.

Mengembangkan kemitraan dengan cara bekerja sama dengan pihak ketiga, seperti pemerintah, organisasi non pemerintah dan komunitas.

5. Analisis Tabel Bobot Skor

Setelah melakukan beberapa tahap yaitu faktor intenal dan eksternal, IFE dan EFE, Matriks SWOT maka akan membantu dalam menentukan strategi yang untuk masa yang akan datang, maka perlu dilakukan analisis strategi dengan metode bobot skor dilihat di tabel berikut ini :

Tabel 3.4
Tabel Bobot Skor

Internal / **Eksternal**	**Strength (Kekuatan)**	**Weakness (Kelemahan)**

Opportunities (Peluang) O	Strategi S+O Total Skor 2,27 + 2,26 = 4,53	Strategi W+O Total skor 1,15 + 2,26 = 3,41
Threath (Ancaman) T	Strategi S+T Total skor 2,27 + 0,63 = 2,90	Strategi W+T Total skor 1,15 + 0,63 = 1,78

Sumber : Data Olahan, 2024

Berdasarkan tabel 3.4 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa alternatif strategi yang dipilih merupakan SO yang memiliki total skor tertinggi yaitu 4,53 dibanding dengan yan lainnya, maka strategi pengembangan UMKM Tenun Halaban dapat menggunakan strategi SO dalam mengembangkan UMKM Tenun halaban. Dimana strategi SO (Strength and Opportunities) merupakan strategi yang menghubungkan antara kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh UMKM Tenun Halaban, beberapa strategi S-O yang diterapkan UMKM yaitu sebagai berikut :

a. Aspek Pemasaran :

1) Mengikuti event-event pasar.

Dengan mengikuti event-event pasar perusahaan dapat mempromosikan/memperkenalkan tenun tradisional supaya tenun tradisional lebih berkembang, dan dapat meningkatkan volume penjualan, serta event-event pasar dapat digunakan untuk memperkenalkan kebudayaan dan produk unik, seperti kain tenun songket yang memiliki nilai budaya dan historis.

b. Aspek Teknologi dan Inovasi

1) Penggunaan teknologi digital dan inovasi alat tenun untuk

meningkatkan kualitas dan kapasitas produk.

Dengan menggunakan teknologi digital dapat memperluas jangkauan pasar, penggunaan teknologi digital, seperti menggunakan mesin untuk menenun Serta inovasi pada alat tenun tradisional dengan cara memodifikasi alat tenun.

c. Aspek Permodalan

1) Meningkatkan akses permodalan

Untuk meningkatkan akses permodalan strategi yang digunakan yaitu Pengembangan Kredit Usaha Rakyat (KUR), KUR dapat membantu UMKM Tenun dalam mendapatkan pinjaman modal. Selain itu ada juga strategi pemberdayaan UMKM yaitu pemerintah dan lembaga keuangan harus memberikan dukungan dan pendampingan yang lebih baik kepada pelaku UMKM, termasuk dalam hal permodalan. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan dan pendidikan kewirausahaan yang efektif.

d. Aspek Manajemen

1) Meningkatkan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian pengembangan usaha tenun tradisional

Meningkatkan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian pengembangan usaha tenun tradisional dapat dilakukan melalui beberapa strategi : 1. Perencanaan : kualitas produk dan pemasaran, 2. Pengorganisasian : kelompok kerja dan sruktur organisasi, 3. Pelaksanaan : produksi berkualitas dan promosi dan 4. Pengendalian :

monitoring kualitas dan pengelolaan anggaran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang dikemukakan pada bab-bab sebelumnya maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan:

1. Kendala-kendala yang dihadapi UMKM Tenun halaban bisa dilihat dari kelemahan dan ancaman tenun tradisional yaitu :
   a. Kelemahan :
      1) Aspek Pemasaran
         (a) Harga kain tenun yang relatif tinggi disebabkan oleh proses pembuatan kain tenun, keterampilan pengrajin, kualitas kain tenun, bahan baku, dan kultur & tradisi.
         (b) Lamanya proses produksi disebabkan oleh adanya tahapan yaitu : menghani, memasang benang lungsi pada bum benang lungsi, pencucukan pada mata gun, pencucukan pada sisir, mengikat benang lungsi pada bum kain, penyetelan, menenun, dan melepas tenunan.
      2) Aspek Teknologi dan Inovasi
         (a) Alat-alat yang digunakan untuk menenun masih tradisional disebakan oleh nilai budaya, kualitas kain, dan kesetiaan pada tradisi.

b) Jenis/motif kain tenun tradisional terbatas pada masa sekarang dikarenakan oleh beberapa faktor, termasuk minimnya pengetahuan masyarakat dan teknologi yang tersedia.

3) Aspek Permodalan

(a) Keterbatasan modal yang mengakibatkan sulitnya pengembangan usaha disebabkan oleh kurangnya modal investasi, kesulitan dalam memperoleh bahan baku dan kesulitan pemasaran.

(b) Peminjaman modal kepada pihak eksternal sebagai penambahan modal di sebabkan oleh beberapa faktor, antara lain: Keterbatasan Modal Usaha, Kesulitan Akses Pemasaran, Kesulitan Dalam Mengembangkan Inovasi, Kesulitan Dalam Mendapatkan Bantuan Pemerintah.

4) Aspek Manajemen

a) Belum adanya perencanaan untuk beralih ke teknologi menggunakan mesin disebabkan oleh beberapa alasan yaitu Keterbatasan Teknologi dan Peralatan, Kesulitan Bersaing dengan Mesin Tenun, Warisan Budaya dan Keterbatasan Desain.

b) Kurangnya pengawasan karyawan pada usaha tenun tradisional dapat menyebabkan beberapa kendala dalam proses produksi, termasuk: Ketidakstabilan Kualitas,

Penyimpangan Proses Produksi, Kesulitan dalam Pembuatan Warna, Kurangnya Efisiensi. Dengan pengawasan yang lebih baik, usaha tenun tradisional dapat meningkatkan kualitas produk, efisiensi produksi, dan reputasi perusahaan.

b. Ancaman :

1) Aspek Pemasaran

(a) Kualitas kain tenun yang berbeda karena beberapa faktor, termasuk: Penggunaan Bahan Baku, Proses Produksi, Motif dan Desain, Persaingan dan Harga, Kurangnya Pengawasan.

(b) Kompetitor yang memiliki produk serupa dapat menjadi ancaman bagi tenun tradisional yang memiliki harga relatif tinggi karena beberapa alasan: Persaingan Harga, Kesulitan dalam Membedakan Kualitas, dan Perkembangan Teknologi.

2) Aspek Teknologi dan Inovasi

(a) Penggunaan teknologi modern, seperti penggunaan mesin dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan efektivitas dalam berbagai bidang.

(b) Jenis/motif kain tenun yang sama dan tersebar dimana-mana disebabkan oleh warisan budaya, pengaruh agama dan budaya, dan pengaruh kebudayaan.

3) Aspek Permodalan

(a) Keterbatasan anggaran dapat menyebabkan kesulitan dalam membeli bahan baku, peralatan, dan mesin yang diperlukan untuk meningkatkan produktivitas. Hal ini dapat membatasi kemampuan mereka untuk memproduksi kain tenun dalam jumlah yang lebih besar dan memperluas pasar.

(b) Keterbatasan biaya transportasi dan energy dapat menyebabkan peningkatan harga produk, yang dapat menyulitkan mereka dalam menemukan pasar yang lebih besar dan mengurangi daya saing mereka.

4) Aspek Manajemen

(a) Keterbatasan struktur organisasi disebakan oleh kurangnya modal, kurangnya sumber daya manusia, kurangnya teknologi dan inovasi, kuranngya pemahaman tentang manajemen, dan kurangnya bantuan dari pemerintah.

(b) Keterbatasan sistem monitoring dapat menghambat pengawasan kinerja dan pengendalian produksi disebabkan oleh keterbatasan tenaga pendamping, koordinasi yang belum optimal, monitoring yang tidak partisipatif dan keterbatasan informasi.

2. Strategi pengembangan yang dilakukan usaha produk kerajinan tenun halaban berdasarkan 4 aspek dilihat dari strategi SO, WO, ST, WT yaitu :

1) Aspek Pemasaran : Mengikuti event-event pasar untuk mempromosikan produk tenun tradisional dan meningkatkan volume jumlah penjualan, Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk untuk menarik minat pasar, Memperluas jaringan pemasaran melalui media sosial untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, Memperluas jaringan pemasaran melalui media sosial untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.

2) Aspek Teknologi dan Inovasi : Menggunakan teknologi digital dan inovasi alat tenun untuk meningkatkan kualitas produk dan efisiensi produksi, Integrasi teknologi digital dengan keahlian tradisional untuk meningkatkan efisiensi produksi, Terus melakukan inovasi untuk mempertahankan kompetitivitas produk, Meningkatkan inovasi produk untuk menarik minat pelanggan.

3) Aspek Permodalan : Meningkatkan akses permodalan melalui program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan pemberdayaan UMKM, Meningkatkan modal usaha melalui dukungan dari pemerintah setempat, Mengembangkan modal internal untuk meningkatkan kualitas produk, Mengurangi biaya produksi dan operasional untuk meningkatkan efisiensi.

4) Aspek Manajemen : Memperkuat perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian pengembangan usaha tenun tradisional, Memperbaiki perencanaan, pengawasan, dan pengarahan karyawan untuk mendukung perkembangan tenun tradisional, Meningkatkan organisasi untuk mendukung pengembangan tenun tradisional di seluruh daerah, Mengembangkan kemitraan dengan pihak ketiga untuk mengatasi ancaman dari luar lingkungan.

B. Saran

Saran yang dapat diajukan sebagai bahan pertimbangan oleh berbagai pihak yaitu sebagai berikut:

1. Pengrajin Tenun
   a) Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk kerajinan tenun serta terus melakukan inovasi dan kreatifitas guna mengungguli persaingan antara pengrajin tenun dan perkembangan produk produk kerajinan tenun di masa yang akan datang.
   b) Meningkatkan dan memperluas jaringan pemasaran agar usaha tenun Halaban ini lebih berkembang baik di daerah Lareh Sago Halaban maupun di luar daerah Lareh Sago Halaban dengan memanfaatkan internet/teknologi informasi dalam melakukan promosi.

c) Harus lebih waspada dan berpikir jauh ke depan serta cepat tanggap terhadap kelemahan dan ancaman yang ada disekitar.

2. Pemerintah Kabupaten Lima Puluh Kota

Pemerintah Kabupaten Lima Puluh Kota khususnya di bagian perindustrian dan perdagangan dapat memberikan bantuan yang efektif untuk membantu pengembangan dalam industri kerajinan yang merupakan salah satu produk unggulan dari Kecamatan Lareh Sago Halaban. Salah satu contohnya yaitu diberikannya kemudahan dan bantuan dalam melakukan pameran pameran dan dukungan yang diberikan disesuaikan dengan kebutuhan produk kerajinan tenun sehingga dapat menuju sasaran yang tepat. Selain itu, komunikasi serta hubungan yang baik perlu dibina oleh para pengrajin tenun dengan aparatur pemerintah.

3. Akademik

Saran bagi peneliti selanjutnya yaitu dapat mengembangkan penelitian mengenai strategi pengembangan yang lebih inovatif menggunakan metode-metode baru dan pendekatan-pendekatan yang lebih variatif untuk dapat merumuskan strategi khususnya bagi industri kerajinan. Penggunaan dalam teori agar lebih berkembang dan referensi yang lebih luas. Serta dari judul penelitian ini dapat dikembangkan lagi untuk mendapatkan ide baru dalam kaitannya dengan strategi

pengembangan.

DAFTAR PUSTAKA

Antarsasi Suci Nur. (2021). *Peran Kain Tenun Sade Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Dusun Sade Desa Rembitan Kecematan Pujut Kabupaten Lombok Tengah*.

Arsad, Burhanuddin (2023), *PERAN HOME INDUSTRY "TENUNAN WANITA KREATIF" DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN EKONOMI KELUARGA.* Jurnal PenKoMi : Kajian Pendidikan dan Ekonomi, Vol. 6, No. 1 Januari 2023.

Berlianti (2018), *PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN PERBAIKAN MANAJEMEN USAHA BAGI PENENUN SONGKET*. Jurnal Ekonomi ABDIMAS TALENTA 3 (2) 2018: 215-219

Dr. Abdul Fattah Nasution, Metode Penelitian Kualitatif, 2023, Hal-6

Dr. Abdul Fattah Nasution, Metode Penelitian Kualitatif, 2023, hal-144

Dr. Fenti Hikmawati, Metodologi penelitian. 2020, hal-84

Faiq Muhammad Norestia Putra (2023), *PERAN PENGRAJIN DALAM MENGEMBANGKAN KAIN TENUN DI KOTA SAMARINDA KELURAHAN TENUN SAMARINDA.* eJournal Pembangunan Sosial, 2023, 11 (2): 155-164

Lalu Didik Apriawan, Siti Nurjannah (2020), *PERAN MODAL SOSIAL SEBAGAI STRATEGI DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI KERAJINAN TENUN DI DESA SUKARARA KABUPATEN LOMBOK TENGAH*. Journal of Urban Sociology, Volume 3 / No. 1 / April 2020.

Liliana Rika (2023), *PERAN KOPERASI JASA MENENUN MANDIRI DALAM MENINGKATKAN STATUS SOSIAL EKONOMI PENGRAJIN TENUN IKAT*. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Volume 12 Nomor 6 Tahun 2023 Halaman 1550-1556

Maria L Bribin (2022), *PERAN PEREMPUAN PENGRAJIN TENUN IKAT DALAM MENYIAPKAN GENERASI PENERUS DI DESA LOBOHEDE KECAMATAN HAWU MEHARA KABUPATEN SABU RAIJUA*. Jurnal Politik, Hukum, Sosial Budaya dan Pendidikan. VOLUME 20NO. 1 EDISI APRIL 2022

Muhammad Rijal Fadli, *Memahami desain metode penelitian kualitatif, Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum,* Vol. 21. No. 1. (2021), hal 35-37

Nur Chotimah, Maria Ermelinda, Nurdin H. Abd Rahman (2022), *Peran Perempuan Pengrajin Tenun Ikat Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Desa Kajowair.* FIRM Journal of Management Studies, Vol. 7(1)

Sabariman, H. 2019. *Perempuan Pekerja (Status dan Peran Pekerja Perempuan Penjaga Warung Makan Kurnia).* Jurnal Analisa Sosiologi Oktober 2019, 8(2): 162-175.

Selfesina Samadara (2018), *PEMBERDAYAAN PEREMPUAN PENGRAJIN TENUN IKAT DI KAMPUNG PRAI IJING, DESA TEBAR, KECAMATAN KOTA, KABUPATEN SUMBA BARAT, NUSA TENGGARA TIMUR UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN KELUARGA DAN MENDUKUNG PENGEMBANGAN PARIWISATA DAERAH.* JURNAL AKUNTANSI, KEUANGAN DAN AUDIT Vol. 3 No. 1, Halaman: 44 - 53 Juni 2018

Sulaiman Hasti, Anita. (2020). *Peran Kaum Perempuan Dalam Meningkatkan Sosial Ekonomi Keluarga Melalui Kearifan Lokal Tenun Ikat di Desa Nggorea*. Ilmu- ilmu Sosial, 17 (1), 1-10.

Tuwu D., Hartia, Bahtiar. 2020. *Perempuan Penenun: Dari Budaya Kerja Hingga Peningkatan Kesejahteraan Keluarga. ETNOREFLIKA*: Jurnal Sosial dan Budaya Volume 9, Nomor 3, Oktober 2020: 283 – 298

Tuwu, D. 2018. *Peran Pekerja Perempuan dalam Memenuhi Ekonomi Keluarga: Dari Peran Domestik Menuju Sektor Publik.* Al Izzah: Jurnal Hasil-hasil Penelitian. Vol. 13, No. 1, 2018, P 64

Yanto Badje (2022), *PERAN PEREMPUAN MENINGKATKAN EKONOMI KELUARGA MELALUI USAHA TENUN DI KEL. POPALIA KEC. TOGO BINONGKO.* Jurnal Akademik Pendidikan Ekonomi Volume 9 Nomor 1 Mei 2022

Zainuddin Mukhsin (2022), *PERANAN USAHA TENUN PADA KELOMPOK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) "NARI-NARI" DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN KELUARGA.* Jurnal

Ziyadatur Rohmi, I Gst. Agung Oka Mahagangga (2020), *Peranan Perempuan Kelompok Sentosa Sasak Tenun di Desa Wisata Pringgasela Kabupaten Lombok Timur*. Jurnal Destinasi Pariwisata Vol. 8 No 1















