

PENGEMBANGAN KOMPETENSI PENGRAJIN KAIN TENUN (JEGEG ENDEK)

I Nyoman Ade Mawan Setiawan^{1*}, Ni Luh Putu Eka Yudi Prastiwi²
^{1,2} Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma
Jalan Yudistira No. 11 Singaraja - Bali
Email Korespondensi: ademawan045@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan mitra terkait dengan manajemen sumber daya manusia dan pemasaran produk secara online. Metode yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah memberikan pemahaman kepada generasi muda untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan (entrepreneurship), memberikan materi tentang *Internet Marketing*, membantu membuat akun *Instagram* dan *Facebook*, membantu melakukan promosi di media sosial, seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *WhatsApp*. Kegiatan ini bermanfaat untuk mitra karena sebagian besar mitra sudah berumur yang masih awam dengan sosial media sebagai media pemasaran. Kegiatan ini dapat membantu mitra untuk meningkatkan pendapatannya.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Social Media

ABSTRACT

The purpose of this activity is to increase partner knowledge related to human resource management and online product marketing. The method used in this activity is to provide understanding to the younger generation to cultivate an entrepreneurial spirit (entrepreneurship), provide material on Internet Marketing, help create Instagram accounts and Facebook, helping to promote on social media, such as Facebook, Instagram, and WhatsApp. This activity is beneficial for partners because most of the partners are old who are still unfamiliar with social media as a marketing medium. This activity can help partners to increase their income.

Keywords: Entrepreneurship, Social Media

PENDAHULUAN

Salah satu pulau yang ada di Indonesia dengan keberagaman budayanya adalah Bali. Dengan perbedaan adat istiadat menyebabkan pertumbuhan kesenian di Bali sangat beragam. Kesenian yang dikembangkan di Bali salah satunya adalah kerajinan. Kerajinan adalah hobi atau pekerjaan yang membutuhkan kemampuan dan pengetahuan tertentu untuk menciptakan karya secara terampil. Orang yang menggeliputi bidang ini disebut perajin atau pengrajin. Berbagai jenis kerajinan yang ada di Bali, salah satu kerajinan yang cukup unik dan menarik perhatian konsumen dalam maupun luar negeri adalah kain tenun. Usaha kain tenun memiliki daya tarik karena adanya berbagai jenis warna, corak dan ragam hiasan. Bagaimana wujud endek dari suatu sistem pengetahuan, budaya dan kepercayaan, lingkungan, alam dan adat istiadat masyarakat setempat. Dari

sistem tersebut, memunculkan berbagai motif - motif tersebut gambaran dari apa yang ada di alam sekitar seperti, binatang dan tumbuhan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya (Rudjito, 2003). Kamen tenun merupakan produk yang dibuat secara turun temurun yang sudah membudaya dan banyak dikenal oleh masyarakat hingga saat ini, penenun khususnya di daerah Buleleng masih menggunakan ATBM (alat tenun bukan mesin) atau disebut juga dengan *cacag*. Ciri khas utama pada teknik tenun ini yaitu menggunakan motif pragma hias bunga yang diminati bukan hanya bagi masyarakat lokal, namun juga membangkitkan selera masyarakat asing. Bahan dan prosesnya pun beraneka ragam, dibuat dari kapas dipintal dengan tangan, diberi warna dengan pewarna sintetis, dan dikerjakan dalam waktu lama. Tenunnya sangat rapat, halus dan dibuat dengan kesabaran, ketekunan serta ketelitian yang baik.

Salah satu *home industry* dan masih bertahan hingga saat ini yaitu UMKM yang dimiliki Ibu Made Mayoni yang berlokasi di Banjar Dinas Dawan, Desa Kalianget, Seririt, Buleleng. Pengrajin Ibu Mayoni sudah berdiri sejak Agustus 2002 hingga sekarang. Desa Kalianget merupakan desa yang terletak di Kecamatan Seririt, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali. Di desa ini, selain dilihat dari masyarakatnya yang menekuni kerajinan, sebagian dari mereka ada juga yang bermata pencaharian di bidang pertanian ataupun perkebunan. Namun dari beberapa potensi yang dimiliki oleh desa Kalianget, kerajinan kain endek mastuli merupakan kerajinan yang menarik untuk diteliti.



Gambar 1. Profil Pengrajin Tenun

Kain tenun endek ini memiliki motif yang khas, namun tidak semua orang dapat membedakan asal daerah dari suatu motif kain tenun tertentu dikarenakan sulitnya mendefinisikan karaktersistik motif kain tenun dari suatu daerah dan begitu beragamnya motif kain tenun yang ada dan dengan komposisi warna yang beragam pula. (Setiohardjo dan Harjoko, 2014). Kain tenun tidak hanya digunakan untuk kepentingan upacara agama saja, kini fungsinya sudah banyak beralih. Seperti kain batik, kain tenun bali juga pantas dijadikan pakaian diberbagai acara sebagai seragam, termasuk diaplikasikan kedalam desain interior. Inovasi-inovasi baru memunculkan ide-ide kreatif yang sangat berpengaruh bagi industri kerajinan. Hal tersebut juga yang melatar belakangi perajin endek mastuli didesa kalianget ini menambahkan beberapa kreasi baru terhadap kain endeknya. Mulai dari motif yang di variasikan dengan motif lainnya serta pemilihan pewarna tekstil yang beralih ke zat warna kimia. Perubahan dan perkembangannya merupakan hal yang cukup penting untuk diketahui, sebagai salah satu cara mengembangkan suatu usaha.

1. Aspek Sumber Daya Manusia

Dilihat dari aspek ini, sebagian besar para pengerajin kain tenun ini adalah para orang tua dan jarang sekali para generasi muda menekuni usaha ini. Apalagi ditambah dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin canggih, para generasi muda enggan untuk ikut serta melanjutkan usaha ini dan mempertahankan budaya tradisional dari turun temurun ini. Sebagian besar para anak muda di desa ini memilih untuk 5 bekerja di bawah suatu perusahaan dan banyak juga para anak muda pergi merantau ke Denpasar untuk bekerja. Agar usaha kain tenun ini berkelanjutan, dibutuhkan para generasi muda untuk ikut andil di dalamnya.

2. Aspek Pemasaran

Selama memasarkan hasil kamen tenun ini, pengrajin belum memasarkannya secara maksimal. Pengrajin hanya mengandalkan orang-orang yang kerumahnya saja untuk mengambil hasil tenunan tersebut. Pengrajin tidak memiliki papan nama untuk mempermudah mencari tempat produksi kamen tenun ini. Selain itu pengrajin kamen tenun ini tidak memasarkan produknya melalui media sosial agar pemasaran yang dilakukan lebih maksimal.

METODE PELAKSANAAN

1. Tahap persiapan

1) Memberikan surat permohonan

Pada tahap ini, saya memberikan surat permohonan izin kepada pemilik UMKM bahwa saya akan melakukan kegiatan pembinaan selama sebulan.

2) Melakukan wawancara dan observasi

Pada tahap ini, saya melakukan wawancara kepada pemilik UMKM, dimana bertujuan untuk mengetahui kendala-kendala yang dialami oleh UMKM tersebut. Setelah itu, saya melakukan observasi untuk mengetahui bagaimana proses usaha ini berlangsung. Dari hal tersebut saya menemukan permasalahan-permasalahan dan terdiri dari beberapa aspek yaitu sebagai berikut :

a) Aspek pemasaran

Dilihat dari aspek ini, dimana saat melakukan wawancara dengan pemilik UMKM ini bahwa dalam pemasaran produk yang sudah

dihasilkan itu hanya menunggu pembeli yang datang kerumah saja. Di era sekarang yang semakin canggih dan berkembang media sosial tidak asing lagi di kalangan masyarakat. Maka dari itu di perlukan promosi terutama pada media sosial agar dalam melakukan pemasaran maksimal dan jangkauan kepada masyarakat lebih luas

- b) Dilihat dari aspek ini, sebagian besar para pengerajin kain tenun ini adalah para orang tua dan jarang sekali para generasi muda menekuni usaha ini. Apalagi ditambah dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin canggih, para generasi muda enggan untuk ikut serta melanjutkan usaha ini dan mempertahankan budaya tradisional dari turun temurun ini. Sebagian besar para anak muda di desa ini memilih untuk 5bekerja di bawah suatu perusahaan dan banyak juga para anak muda pergi merantau ke Denpasar untuk bekerja. Agar usaha kain tenun ini berkelanjutan, dibutuhkan para generasi muda untuk ikut andil di dalamnya.

2. Tahap pelaksanaan

Tahap pelaksanaan Pembina UMKM yang dilaksanakan yaitu :

- a) Memberikan pemahaman kepada generasi muda untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan (*entrepreneurship*)
- b) Memberi semangat dan motivasi kepada orang tua agar tetap menekuni usaha ini, selain untuk perekonomian juga untuk melestarikan budaya yang diwariskan turun-temurun.
- c) Memberikan materi tentang *Internet Marketing*
- d) Membantu membuat akun *Instagram* dan *Facebook* agar dalam melakukan promosi, konsumen dapat secara jelas untuk lebih tau detail tentang produk yang ditawarkan.
- e) Membantu melakukan promosi di semua media sosial, seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *WhatsApp*

3. Tahap penutup

Pada tahap ini, saya mengucapkan terimakasih kepada pemilik UMKM atas kesempatan yang diberikan selama kegiatan pembinaan. Kemudian, membawa form nilai dan meminta tanda tangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pembinaan UMKM dilaksanakan di Banjar Dinas Dawan, Desa Kalianget, Kecamatan Seririt, Buleleng. Tahapan kegiatan yang dilaksanakan dalam pembinaan UMKM ini dari tahap persiapan hingga tahap pelaksanaan. Berikut penjelasan tahapan yang dilaksanakan :

1) Tahap persiapan

Pada tahap ini penulis sudah melakukan koordinasi dengan pemilik UMKM sekaligus membawa surat permohonan izin bahwa akan dilaksanakannya pembinaan selama sebulan dengan beberapa kali kunjungan saja dan beberapa kali menjelaskan tujuan diadakannya kegiatan pembinaan tersebut. Setelah semua dijelaskan, penulis melakukan wawancara dengan

pemilik UMKM tentang usaha yang dijalankan selama ini. Selain wawancara, obeservasi penulis juga lakukan untuk mengetahui bagaimana proses dalam produksi pada UMKM ini.

Terdapat beberapa kali kendala saat penulis melakukan wawancara kepada pemilik UMKM ini, dimana dari segi aspek sumber daya manusia dan aspek pemasaran. Pada aspek sumber daya manusia, dimana kebanyakan para pengrajin sudah berumur dan jarang sekali ada anak usia yang masih muda menggeluti usaha ini. Kemudian dari aspek pemasaran, pemilik dalam memasarkan produknya kurang memanfaatkan media sosial yang ada, padahal media sosial adalah pemasaran yang paling penting dilakukan.

2) Tahap pelaksana

Pada tahap ini, pembinaan yang pertama dilakukan pada hari Kamis, 12 Agustus 2021 yaitu dengan pembinaan tentang sumber daya manusia. Pada pembinaan sumber daya manusia ini, penulis memberikan materi tentang *entrepreneurship* kepada generasi muda. Selain pada generasi muda, juga memberikan pemaparan tentang motivasi dan semangat kepada kaum lansia.

Selasa, 24 Agustus 2021 penulis melakukan pembinaan aspek pemasaran dengan memberikan materi tentang *Internet Marketing* dan membuat akun *Facebook* dan *Instagram* sekaligus memposting produk-produk yang dijual. Selain itu, penulis juga membantu melakukan promosi di akun media sosial penulis pribadi yaitu *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Facebook* dimana hal ini dilakukan bertujuan agar UMKM ini bisa dikenal lebih luas lagi.

3) Tahap penutup

Selasa, 31 Agustus 2021 merupakan tahap terakhir dalam kegiatan pembinaan UMKM ini. Pada tahap ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada pemilik UMKM atas kesempatan yang diberikan selama kurang lebih satu bulan melaksanakan kegiatan pembinaan.

Selama melakukan kegiatan pembinaan ini penulis dan pengrajin sangat antusias dalam melakukan kegiatan ini, dikarenakan selama penulis mengikuti kegiatan ini banyak tambahan ilmu yang didapatkan mulai dari cara mewarnai benang sampai menjadi kamen tenun yang biasa kita gunakan. Berikut luaran yang dicapai dari kegiatan pembinaan UMKM ini, seperti yang disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Hasil Kegiatan

No	Aspek Kegiatan	Kondisi Awal	Capaian
1	Memberikan materi tentang <i>entrepreneurship</i> kepada generasi muda.	Banyak anak muda yang tidak berminat menjadi pengerajin kain tenun	Anak mudan paham bahwa menjadi entrepreneur adalah peluang yang besar
2	Pemberian materi tentang motivasi dan semangat kerja	Pengerajin terkadang susah untuk mencari tenaga untuk membantu	Peningkatan dalam semangat dan motivasi dalam bekerja

		menjalankan usahanya	
3	Pemberian materi tentang <i>Internet Marketing</i>	Belum paham mengenai internet marketing	Sudah mampu dalam melakukan pemasaran produk
4	Pembuatan akun Facebook dan Instagram	Tidak mempunyai akun media sosial khusus untuk usahanya	Sudah ada respon dari konsumen, hingga sudah ada pemesanan dari konsumen
5	Promosi	Jarang melakukan promosi	Jangkauan terhadap UMKM lebih luas

KESIMPULAN DAN SARAN

Dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini merupakan suatu wadah yang tepat untuk berbagi pengalaman, mengasah mental individu dalam bersosialisasi dengan masyarakat yang berada di dalam UMKM tersebut dan juga mampu mengerjakan pekerjaan dengan penuh tanggung jawab. Dari adanya pembinaan ini melalui aspek sumber daya manusia, aspek keuangan dan aspek pemasaran diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi UMKM tersebut, menjadi UMKM yang semakin berkembang, dan maupun bersaing dengan UMKM sejenis di Desa Kalianget.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Made. 2019. "Pengembangan Kain Endek Sebagai Produk Penunjang Pariwisata Budaya Di Bali". Jurnal Ilmiah Hospitality Management. Volume 9(2). Hal 147-149.
- Rudjito.2003.Stratrgi Pengembangan Umkm Berbasis Strategi Bisnis, Makalah Yang Di Sampaikan Pada Seminar Peran Perbankan Dalam Memperkokoh Ketahanan Nasional Kerjasama Lemhanas RI Dengan BRI.
- Setiohardjo, Nicodemus Mardanus. Harjoko,Agus. 2014. Analisis Tekstur untuk Klasifikasi Motif Kain (Studi Kasus Kain Tenun Nusa Tenggara Timur).IJCCS, Vol.8, No.2, July 2014, pp. 177~188 ISSN: 1978-1520. Received Nov 27th ,2013; Revised April 17th, 2014; Accepted July 10th, 2014. <https://doi.org/10.22146/ijccs.6545>
- Wijana, Gede, Dkk. 2017. "Tenun Endek Mastuli Di Desa Kalianget, Kecamatan Seririt, Kabupaten Buleleng". Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha. Volume 7(2). Hal 78-79.