

# Pelatihan Manajemen Usaha Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Khas NTT

Rima Selan<sup>#1</sup>, Ariency K. Ada Kale<sup>#2</sup>, Jefri S. Bale<sup>#3</sup>, Ben. V. Tarigan<sup>#4</sup>

*#Fakultas Sains dan Teknik, Universitas Nusa Cendana  
Jalan Adisucipto Penfui, Provinsi Nusa Tenggara Timur*

[1rima\\_selan@staf.undana.ac.id](mailto:rima_selan@staf.undana.ac.id)

[2arimanu@staf.undana.ac.id](mailto:arimanu@staf.undana.ac.id)

[3jefri\\_bale@staf.undana.ac.id](mailto:jefri_bale@staf.undana.ac.id)

[4ben\\_tarigan@staf.undana.ac.id](mailto:ben_tarigan@staf.undana.ac.id)

**Abstract** - This community partnership program aims to empower groups of weaving craftsmen in Sabu Tenun Village so that they can develop their business. The development carried out is from the aspects of business management and marketing. Partners in this Community Partnership program are the Kampung Sabu Weaving Group.

The implementation team provides training to partners on business management and online product marketing. It is hoped that through this activity partners can have an entrepreneurial spirit and can carry out the marketing process online. This is so that the woven products produced can have a wider market, not only on display in galleries.

The targeted output is that partners know better-organized marketing and management processes so that productivity increases.

*Keywords* – weavers, business management, online marketing

**Abstrak** – Program kemitraan masyarakat ini bertujuan melakukan pemberdayaan kepada kelompok pengrajin tenun di Kampung Tenun Sabu agar dapat mengembangkan usahanya. Pengembangan yang dilakukan adalah dari aspek manajemen usaha dan pemasaran. Mitra dalam program Kemitraan Masyarakat ini adalah Kelompok Tenun Kampung Sabu.

Tim Pelaksana memberikan pelatihan kepada mitra tentang manajemen usaha dan pemasaran produk secara online. Diharapkan lewat kegiatan ini mitradapat memiliki jiwa kewirausahaan dan dapat melakukan proses pemasaran secara online. Hal ini bertujuan agar produk tenunan yang dihasilkan dapat memiliki pasar yang lebih luas, tidak hanya dipajang di galeri.

Luaran yang ditargetkan adalah mitra memiliki pengetahuan tentang proses manajemen serta pemasaran yang lebih terorganisir sehingga terjadi peningkatan produktivitas.

**Kata kunci** – pengrajin tenun, manajemen usaha, pemasaran online

## I. PENDAHULUAN

### I.1. Analisis Situasi

Kain tenun merupakan salah satu bagian dari warisan budaya dan pakaian bangsa Indonesia yang sudah dikenal dari jaman prasejarah yang diperoleh dari perkembangan pakaian penutup badan setelah rumput-rumputan dan kulit kayu. Tenun merupakan identitas budaya yang sudah populer di Nusantara hingga manca negara, bahkan Indonesia adalah salah satu negara penghasil tenun terbesar terutama dalam hal keragaman corak hiasannya yang dapat dilihat dari segi warna, ragam hias, dan kualitas bahan serta benang yang digunakan [1].

Tenunan sebagai harta milik keluarga yang bernilai tinggi karena kerajinan tangan ini sulit dibuat oleh karena dalam proses pembuatannya/penuangan motif tenunan hanya berdasarkan imajinasi penenun sehingga dari segi ekonomi memiliki harga yang cukup mahal. Tenunan sangat bernilai dipandang dari nilai simbolis yang terkandung di dalamnya, termasuk arti dari ragam hias yang ada karena ragam hias tertentu yang terdapat pada tenunan memiliki nilai spiritual dan mistik menurut adat.

Di masyarakat NTT, motif tenun dapat mencirikan dari mana si pemakai berasal sebab dalam motif kain tenun tergambar ciri khas suatu suku atau pulau. Setiap daerah memiliki motif dan warna dasar yang berbeda – beda, begitu juga halnya dengan tenunan dari Kelompok Tenun Kampung Sabu.

Semenjak kepemimpinan Bapak Gubernur Viktor Laiskodat, kain tenun NTT diangkat menjadi busana wajib bagi pegawai negeri setiap hari Rabu dan Jumat. Hal ini untuk mendorong para pengrajin tenun agar terus mengembangkan usahanya serta mempertahankan dan memajukan kearifan lokal.

Selain digunakan di lingkungan lokal, tenunan NTT juga sudah terkenal di kancah internasional. Pada September 2017 untuk pertama kalinya tenunan asal NTT yakni dalam pergelaran tunggal Couture New York Fashion Week. Pada 27 Februari sampai dengan 6 Maret 2018, Ibu Gubernur NTT membawa kain tenun NTT ke ajang pergelaran mode bergengsi di dunia, yakni Paris Fashion Week 2018[2]. Hal inilah yang mendasari pentingnya pemberdayaan kelompok pengrajin tenun lewat Kelompok Tenun Kampung Sabu (Gambar 1).



Gambar 1. Pengrajin Tenun di Kelompok Tenun Kampung Sabu

Menurut Ibu Henderina Mengi Uly, Ketua Kelompok Tenun Kampung Sabu, beberapa kendala yang dihadapi para pengrajin antara lain peralatan tenun yang kurang memadai sehingga para pengrajin tenun sering mengalami kesulitan untuk menyelesaikan tenunan tepat waktu (Gambar 2). Kendala lainnya berkaitan dengan pembukuan, para pengrajin memiliki pengetahuan yang minim tentang bagaimana harus mengatur aliran kas mulai dari awal proses yaitu pengadaan bahan baku tenun sampai akhir proses dan penjualan hasil tenunan. Kendala lainnya berkaitan dengan pembukuan, para pengrajin memiliki pengetahuan yang minim tentang bagaimana harus mengatur aliran kas mulai dari awal proses yaitu pengadaan bahan baku tenun sampai akhir proses dan penjualan hasil tenunan.



Gambar 2. Alat Pemintal Benang

Oleh karena itu, diperlukan pemberian tambahan informasi dan pelatihan tentang manajemen usaha. Di sisi lain pemasaran produk masih bersifat lokal, sehingga produk banyak yang tersimpan di galeri.

Untuk menghasilkan 1 sarung (2 lembar tenunan), pengrajin tenun Kampung Sabu membutuhkan waktu 1 bulan. Harga 1 buah sarung tenun di pasar lokal berkisar antara Rp. 2.000.000,- sampai Rp. 2.500.000,-. Belum ada perhitungan yang pasti biaya bahan baku yang digunakan untuk menghasilkan 1 buah sarung, sehingga besarnya keuntungan yang didapat tidak bisa dipastikan. Untuk sarung yang terjual dalam jangka waktu 1 bulan juga tidak tentu, Biasanya tergantung pesanan dari pelanggan.

Sebagai bentuk jawaban dari permasalahan tersebut, tim pengabdian melaksanakan beberapa kegiatan yaitu memberi pelatihan manajemen usaha dan membantu proses pemasaran produk. Kegiatan ini akan melibatkan semua pengrajin tenun yang ada di Kelompok Tenun Kampung Sabu.

## I.2 Permasalahan Mitra

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

1. Produk tenun ikat NTT menjadi produk yang sangat diminati oleh pasar lokal, nasional bahkan di pasaran internasional;
2. Peralatan tenun yang dimiliki oleh pengrajin tenun di Kelompok Tenun Kampung Sabu masih bersifat tradisional

3. Belum adanya manajemen usaha yang baik, pengrajin belum pernah mendapat pelatihan tentang manajemen usaha;
4. Proses pemasaran bersifat lokal, hasil tenunan dijual di pasar lokal karena pengrajin belum mempunyai jaringan pasar yang dapat membantu memasarkan produk;

## II. LANDASAN TEORI DAN METODE

Menurut proses produksi, kain tenun yang ada di NTT terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu tenun ikat, tenun buna, dan tenun lotis atau sotis atau songket. Seperti namanya, tenun ikat memiliki proses pembentukan motif dengan cara pengikatan benang. Di NTT, benang lungsilah yang akan diikat dan akan menghasilkan motif tertentu. Teknik dalam pembuatan kain tenun dengan cara menggabungkan benang secara memanjang dan melintang. Sedangkan, proses tenun buna atau tenunan buna adalah menenun untuk membuat corak atau motif pada kain dengan menggunakan benang yang terlebih dahulu telah diwarnai, sehingga menghasilkan motif dengan berbagai warna yang begitu memikat mata.

Tenun lotis atau sering disebut dengan kain songket memiliki proses pembuatan yang mirip dengan tenun buna, identik dengan warna dasar gelap seperti hitam, coklat, biru tua, dan merah hati[3]. Motif kerajinan tenun ikat di Nusa Tenggara Timur yang dihasilkan dari berbagai etnis yang ada di Kota Kupang mengambil bentuk-bentuk alam, seperti geometris, sulur-suluran, bunga, daun lontar, burung, ayam, dan kuda.

Teknologi yang digunakan untuk membuat kain tradisional terdiri dari dua jenis, yaitu teknologi manual (gedogan) dan teknologi alat tenun bukan mesin (ATBM)[4]. Proses Pembuatan tenun ikat dalam proses pembuatannya memiliki beberapa tahap, yaitu: penataan benang pada alat, pengikatan motif dan ragam hias, pewarnaan, dan penenunan.

### II.1 Solusi yang Ditawarkan

Berkaitan dengan permasalahan yang dialami oleh mitra, tim pelaksana PKM memberikan beberapa solusi, antara lain :

- Dari aspek manajemen, menekankan ke bagian manajemen usaha dan pembukuan sehingga para pengrajin dapat mencatat aliran kas selama melakukan proses pembuatan tenunan.
- Dari aspek pemasaran, yang dilakukan adalah pembuatan katalog produk dan jejaring sosial.

Hal ini diharapkan dapat lebih memperkenalkan tenunan di pasar nasional bahkan internasional.

Solusi di atas diharapkan memberikan hasil yang nyata bagi mitra, antara lain :

- Mitra memiliki pengetahuan mengenai manajemen usaha dan proses pembukuan yang tepat dalam menjalankan usaha. Proses manajemen usaha dimulai dari proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan sampai pada proses pengendalian sumber daya.
- Mitra dibantu dalam proses pemasaran lewat pembuatan katalog dan jejaring sosial berbasis internet yang mempromosikan hasil tenunan yang dapat dilihat oleh pasar lokal maupun luar negeri.

## III. PEKERJAAN DAN DISKUSI HASIL

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan PKM adalah strategi secara bertahap, yaitu dimulai dari tahap yang ringan sampai tahap yang lebih berat. Adapun langkah – langkah pelaksanaan kegiatan antara lain sebagai berikut :

1. Tahap pertama yaitu melakukan sosialisasi dan diskusi dengan mitra, dengan tujuan mengetahui kondisi dan permasalahan yang menjadi kendala mitra.
2. Tahap kedua, yaitu memberikan pelatihan manajemen usaha dan pemasaran, hal ini dimaksudkan agar para pengrajin memiliki jiwa wirausaha sehingga tidak hanya melakukan pekerjaan menenun untuk mempertahankan budaya tetapi juga dapat menambah kesejahteraan pengrajin.
3. Tahap ketiga yaitu melakukan monitoring dan evaluasi terhadap proses manajemen dan pemasaran yang sudah dilaksanakan.

### A. Proses Pekerjaan

Jenis kegiatan yang dilakukan antara lain sosialisasi, pelatihan manajemen usaha dan pemasaran, serta monitoring dan evaluasi. Detail tahapan kegiatan dapat dilihat pada tabel 1.

### B. Hasil Pekerjaan

Hasil dari kegiatan PKM Kelompok Tenun Kampung Sabu, yaitu :

- Penyuluhan tentang manajemen usaha dan proses pemasaran produk tenun melalui toko online (Gambar 3). Kegiatan dilakukan pada

Tabel 1. Tabel Tahapan Kegiatan

No	Jenis Kegiatan	Partisipasi Masyarakat	Luaran Kegiatan	Solusi Masalah
1	Sosialisasi PKM	Sebagai peserta aktif dan menyiapkan tempat selama kegiatan berlangsung	10 orang ibu – ibu dari kelompok mitra memahami tujuan kegiatan dan ikut serta dalam tahapan selanjutnya	Menggunakan metode motivasi dan melibatkan anggota kelompok tenun
2	Pelatihan manajemen usaha dan pemasaran	Sebagai peserta pelatihan	10 orang ibu – ibu dari kelompok pengrajin memahami dan dapat membuat pembukuan sederhana serta penggunaan media sosial untuk promosi produk	Pelatihan dan pendampingan
3	Monitoring dan Evaluasi	Monitoring dan evaluasi bersama tim PKM	Melakukan monev usaha	Dilakukan pendampingan terhadap tim monev dari kelompok binaan



Gambar 3. Narasumber memberikan Penyuluhan Manajemen Usaha

bulan Agustus bertempat di Kelompok Tenun Kampung Sabu (Gambar 4). Penyuluhan diikuti oleh 15 orang pengrajin anggota Kelompok Tenun Kampung Sabu. Peserta sangat antusias dan banyak memberikan pertanyaan pada sesi tanya jawab. Melalui penyuluhan ini, peningkatan pemahaman

peserta yang signifikan mengenai manajemen usaha dan proses pemasaran produk.



Gambar 4. Peserta Mengikuti Kegiatan dengan Antusias

- Pada saat penyuluhan juga diajarkan membuat toko online untuk menjual produk tenun hasil usaha pengrajin. Selama ini peserta tidak mengetahui proses penjualan secara *online*, melalui kegiatan ini peserta langsung dapat mengaplikasikannya [5]. Kegiatan pelatihan ini juga telah diliput oleh media setempat (Gambar 5).



Gambar 5. Publikasi di Media Massa[6]

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan PKM menyatakan bahwa pengrajin di Kelompok Tenun Kampung Sabu sudah menenun dari tahun 2014 tetapi belum mempunyai pengetahuan tentang manajemen usaha dan proses pemasaran. Bila ada pesanan maka pengrajin yang menerima pesanan yang akan mengerjakan pesannya, keuntungan juga bersifat individu tidak melibatkan kelompok yang sudah dibentuk.

Kegiatan PKM membawa dampak positif bagi pengrajin karena mereka dapat memahami tentang manajemen usaha dan proses pemasaran produk tenun secara online. Kegiatan ini juga membantu Kelompok Tenun membuat toko *online* dan melakukan penjualan secara *online*.

Produk yang dihasilkan Kelompok Tenun Kampung Sabu tidak hanya kain tenunan tetapi juga asesoris dari bahan tenunan. Asesoris tenunan ini memanfaatkan kain – kain sisa menenun. Peralatan tenun yang digunakan di Kelompok Tenun Kampung Sabu merupakan hasil rakitan dari pengrajin kelompok tenun tersebut, mereka membuat peralatan tenun dan pemintal benang yang dapat membantu meringankan pekerjaan menenun. Pengrajin tenun di Kelompok Tenun Kampung Sabu tidak hanya ibu – ibu tetapi ada juga remaja putri dan kaum bapak yang sudah berpengalaman dalam hal menenun.

#### REFERENSI

- [1] Edie, Tri M. 2011. Tenun Ikat dan Songket. Jakarta: Pelita Hati
- [2] <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/03/06/tampil-di-paris-fashion-week-2018-tenun-ntt-mendunia>
- [3] <https://www.indonesia.go.id/ragam/budaya/kebudayaan/tenun-ntt-harta-keluarga-yang-bernilai-tinggi>
- [4] [http://www.researchgate.net/publication/323635721\\_Strategi\\_Pengembangan\\_Tenun\\_Ikat\\_Kupang\\_Provinsi\\_Nusa\\_Tenggara\\_Timur](http://www.researchgate.net/publication/323635721_Strategi_Pengembangan_Tenun_Ikat_Kupang_Provinsi_Nusa_Tenggara_Timur)
- [5] <https://bisnisukm.com/belajar-pemasaran-produk-secara-online-bagi-pemula.html>
- [6] <https://www.zonalinenews.com/2020/08/fst-undangan-kupang-gela-kegiatan-pkm-bersama-kelompok-pengrajin-tenun-ikat-khas-ntt/>