

Analisis Strategi Pengembangan Kain Tenun Ikat Sumba oleh Pelaku Kriya dan Komunitas

Rifqi Kurnia Nugraha¹, Tri Novandi², Wisnu Ary Wardhana³, Ghalih Bagus Sembodho⁴, Sugeng Santoso⁵

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Mercu Buana Jakarta

No. Tlp.: 43118010404, *E-mail*: @student.mercubuana.ac.id¹,

No. Tlp.: 43118010389, *E-mail*: @student.mercubuana.ac.id²,

No. Tlp.: 43118010372, *E-mail*: @student.mercubuana.ac.id³,

No. Tlp.: 43118010405, *E-mail*: @student.mercubuana.ac.id⁴,

E-mail: sugeng.santoso@mercubuana.ac.id⁵

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi para perajin dan peran komunitas kain tenun daerah dalam upaya mengembangkan tenun ikat Sumba, Nusa Tenggara Timur. Perajin adalah sama dengan kriya, kriya sama dengan salah satu subsektor dari 17 ekonomi kreatif. Metode penelitian yang digunakan adalah melalui kuesioner terhadap perajin kain tenun serta pengamatan dari studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan para perajin untuk mengembangkan tenun ikat Sumba dimulai dengan pembekalan keterampilan menjahit menjadi pakaian, peningkatan organisasi pengelolaan, sampai dengan upaya pemasarannya, yang dinilai dapat meningkatkan hasil yang lebih baik serta penggunaan SWOT pada kain tenun Sumba. Untuk menjalankan strateginya dengan baik, para perajin juga harus mendapatkan dukungan dan pembinaan. Melalui komunitas kain tenun, dukungan dan pembinaan dilakukan dalam bentuk pendidikan dan pelatihan; pemberian bantuan alat produksi; pemberian pinjaman modal; keikutsertaan dalam pameran; perlindungan hak paten; dan peningkatan kecintaan masyarakat terhadap hasil kerajinan dari daerahnya. Hambatan dan tantangan dalam pengembangan tenun ikat yang dihadapi para perajin adalah keterbatasan modal, kesulitan memperoleh bahan baku, dan kesulitan dalam pemasaran.

Kata kunci: strategi pengembangan, tenun ikat Sumba, perajin

Strategy Analysis of Sumba Ikat Woven Fabric Development by Craftsmen and Community

Abstract

This research examines the artisans' strategy and the regional woven fabric community's role in developing ikat weaving in Sumba, East Nusa Tenggara. Artisans are the same as crafts, and they are one of the 17 sub-sectors of the creative economy. The research method used is questionnaires on woven fabrics and observations from library studies. The results showed that the strategy of the artisans to develop Sumba ikat weaving started from the supply of sewing skills into clothing, improvement of management organization, to marketing efforts, which is considered to improve better results, as well as the use of SWOT on Sumba woven fabrics. In carrying out its strategy well, the artisans must also

get support and coaching. Through the Woven Fabric Community, support and coaching are carried out through education and training, provision of production equipment assistance, capital loans; inclusion in the exhibition; patent protection; and increased public love for handicrafts from the region. The artisans faced obstacles and challenges in developing ikat weaving, namely the limitations of capital, difficulty obtaining raw materials, and challenges in marketing.

Keywords: development strategy, Sumba ikat woven, craftsmen

1. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif menurut UU No. 24 Tahun 2019 adalah: (a) Bahwa Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah bertanggung jawab dalam menciptakan dan mengembangkan ekosistem ekraf sehingga mampu memberikan kontribusi bagi perekonomian nasional dan meningkatkan daya saing global guna tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan; (b) Ekraf adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi; (c) Pelaku ekraf adalah orang perseorangan atau kelompok orang warga negara Indonesia atau badan usaha berbadan hukum atau bukan berbadan hukum yang didirikan berdasarkan hukum Indonesia yang melakukan kegiatan ekraf; (d) Setiap pelaku ekraf berhak memperoleh dukungan dari Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah melalui pengembangan ekosistem ekraf; (e) Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah melakukan pengembangan kapasitas pelaku ekraf melalui: (1) pelatihan, pembimbingan teknis, dan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan teknis dan manajerial pelaku ekraf; (2) dukungan fasilitasi untuk menghadapi perkembangan teknologi di dunia usaha; (3) standarisasi usaha dan sertifikasi profesi bidang ekraf.

Ekonomi Kreatif (Ekraf) saat ini juga merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu menjadi kekuatan baru ekonomi nasional yang berkelanjutan dan dapat menekankan pada penambahan nilai barang lewat daya pikir serta kreativitas manusia (Munaf 2019 dalam Dumilah et al, 2021). PDB ekonomi kreatif mengalami penurunan, saat awal pandemi Covid-19 berlangsung dari awal tahun 2020. Penurunan tersebut diakibatkan oleh adanya seruan *social distancing* yang mempengaruhi beberapa sektor usaha ekonomi kreatif, seperti industri film, periklanan, hingga seni pertunjukkan. (Santoso et al. 2021).

Nusa Tenggara Timur (NTT) merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang kaya akan warisan budaya dan keindahan alam. Provinsi yang terletak di bagian tenggara Indonesia itu memiliki beberapa pulau, yaitu Flores, Sumba, Komodo, dan pulau lainnya. Meski memiliki adat istiadat yang berbeda, terdapat kesamaan di antara semua suku yang tersebar di kepulauan NTT, yakni kain tradisional. Kain khas itu dikenal dengan nama tenun. Kegiatan menenun dikembangkan oleh setiap suku di Nusa Tenggara Timur secara turun-temurun, demi pelestarian seni tenun itu. Tenun bagi masyarakat Nusa Tenggara Timur dipandang sebagai harta berharga milik keluarga yang bernilai tinggi (indonesia.go.id, 2019).

Kain tenun Sumba bukan sekadar kain tenun biasa. Setiap kain tenun

Sumba memiliki nilai spritual yang sakral. Setiap motif memiliki makna sendiri-sendiri. Jadi, bukan sekadar gambar yang ditenun pada selembar kain. Pada dasarnya setiap manusia Sumba diikat tenun dari masa kelahiran hingga kematian. Tenun tidak bisa dilepas dari semua segi hidup manusia Sumba (Rahmadira, 2020).

Tenun ikat memiliki ciri yang khas, bahkan setiap pulau menghasilkan corak dan ragam hias dengan keunikan masing-masing. Pulau Sumba memiliki tenun khas dengan motif hewan, Pulau Rote dengan motif khas daunnya dan Pulau Timor khas dengan tenun sutera dan bordir. Ciri khas tenun dari Alor adalah tenun ikat lusi dan pewarnaannya masih menggunakan pewarnaan alam baik dari tumbuh-tumbuhan dan biota laut seperti cumi, teripang, dan rumput laut (Farida, Salma, Satria, Syabana, Christianto, Lestari, Sudiarti, & Hardjanto, 2017).

Meskipun kain tenun Sumba sudah sangat terkenal sampai ke mancanegara, tidak semua perajin tenun merasakan manfaatnya. Semestinya kain tenun Sumba bernilai mahal karena proses pembuatan yang sulit dan memakan waktu lama serta menggunakan warna alam. Namun, seringkali kain tenun tersebut terpaksa dijual dengan harga yang murah karena faktor kebutuhan hidup, acara-acara adat, adanya tengkulak, dan terdapat pesaing kain tenun dengan warna tekstil di pasar. Tenun yang tidak menggunakan warna alam akan mengganggu kepercayaan pembeli terutama untuk pembeli yang kurang berpengalaman. Keberadaan tengkulak sebetulnya membantu perajin dalam memasarkan hasil produksinya ke pasar. Namun, karena keterbatasan dana tengkulak, seringkali kain tenun hanya dibeli dengan harga murah atau sekadar dititipkan untuk dijual di pasar. Saat kebutuhan hidup sedang meningkat atau

adanya acara adat yang membutuhkan dana, kain tenun tersebut seringkali dijual di bawah harga yang wajar.

Berdasarkan informasi tersebut, sebetulnya perajin tenun membutuhkan jalur pemasaran yang lebih langsung kepada konsumen yang lebih luas, bahkan sampai ke luar Sumba. Hal ini agar mereka dapat menjual tenun dengan harga tinggi dan dalam waktu singkat. Berkaitan dengan penjelasan tersebut, dalam penelitian ini dirumuskan permasalahan, yaitu (1) bagaimana strategi perajin tenun ikat Sumba untuk dapat mengembangkan dan menyesuaikan pasar; (2) bagaimana strategi SWOT tenun ikat Sumba untuk pengembangan pasar. Konsisten dengan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengkaji tentang: (1) bagaimana strategi perajin tenun ikat Sumba untuk dapat mengembangkan dan menyesuaikan pasar; dan (2) strategi SWOT tenun ikan Sumba untuk pengembangan pasar.

Kajian Pustaka Tenun Ikat Sumba

Tenun ikat Sumba adalah jenis kain tradisional dari Nusa Tenggara Barat yang digunakan dalam upacara sakral dan acara budaya masyarakat Sumba. Tenun ikat adalah kerajinan masyarakat Sumba yang khusus dibuat untuk wanita Sumba, dan proses menenunnya secara tradisional diwariskan di kalangan wanita Sumba dari generasi ke generasi. Tenun ikat Sumba merupakan komoditas lokal yang menjadi sumber pendapatan masyarakat Sumba dalam bidang usaha perdagangan kerajinan. Menurut Ayu (2009) yang dikutip dari (Mughtar & Trisnamasyah, 2019), tenun ikat Sumba sangat erat kaitannya dengan kondisi alam dan geografis wilayah Sumba, yaitu perempuan Sumba menenun saat tidak turun ke sawah karena curah hujan yang sedikit. Apalagi

tenun ikat asli Sumba dengan kualitas premium ditenun oleh perempuan menggunakan pewarna alami yang diambil dari kayu, daun, buah, dan lumpur di hutan Sumba.

Kain tenun Sumba memiliki warna dan motif yang berbeda-beda antara kabupaten yang satu dan lainnya. Di Kabupaten Sumba Barat Daya terdapat corak warna dan motif kain tenun yang berbeda di setiap suku. Ada tiga suku besar di Sumba Barat Daya, yakni Kodi, Wewewa, dan Laura. Ketiga suku ini memiliki corak warna dan motif kain yang berbeda. Corak warna suku Kodi dominan hitam, Wewewa dan Laura berwarna-warni. Motif kain tenun Sumba Barat Daya biasanya bergambar bintang, ayam, mamoli, kuda, belah ketupat, mata kerbau, kupu-kupu, buaya, kura-kura, cecak, dan lain-lain. Setiap motif mempunyai makna dan filosofinya. Motif mamoli misalnya mencerminkan kesuburan perempuan, buaya mencerminkan keperkasaan pria, kura-kura mencerminkan kesetiaan, ayam binatang yang mengingatkan waktu dan membangunkan manusia untuk bekerja, dan lain-lain (Bili, *et al.*, 2019).

Strategi Pengembangan

Stephanie (2018) dalam Dewi (2020) menyatakan strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Adapun Mifthofani (2019) mengemukakan strategi pengembangan dalam pada konteks industri adalah upaya untuk menganalisis kondisi pasar di kawasan internal meliputi kelemahan dan kekuatan pasar dan kondisi pasar eksternal pada peluang serta ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang dilakukan. Sementara Hamali

(2016) yang dikutip dari Azrani (2021) strategi pengembangan menjelaskan makna penting dari pemahaman strategi usaha untuk mengambil tindakan berbeda dari perusahaan atau kompetitor dalam satu industri yang sama guna mencapai posisi yang lebih baik.

Berdasarkan uraian tersebut, dalam kajian ini permasalahan yang dapat dibahas adalah bagaimana strategi yang dikembangkan agar kerajinan kain tenun Sumba dapat memberikan *demand* pembelian yang tinggi sekaligus menjadi sumber pendapatan bagi perajin. Pembentukan organisasi masyarakat seperti apa yang selama ini dapat membantu meningkatkan kain tenun sumba. Masalah lain adalah kendala dan tantangan yang dialami dalam mengembangkan strategi kain tenun Sumba tersebut serta perajin harus bisa menyesuaikan kondisi pasar saat ini.

2. METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan menggunakan data tepercaya. Maka pengumpulan data terbagi menjadi dua data, yakni yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan data yang diperoleh berdasarkan pengamatan melalui sumber tepercaya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
Mengetahui Kain Tenun (X1)	23	1	5	1,61	1,158
Proses Pembuatan Kain Tenun (X2)	23	1	3	1,83	,834
Waktu Pembuatan Kain Tenun (X3)	23	1	3	1,83	,491
Mengetahui Harga Kain Tenun (X4)	23	1	3	2,43	,896

Tertarik dengan Kain Tenun (X5)	23	1	2	1,39	,499
Motif Kain Tenun (X6)	23	1	4	2,43	1,037
Valid N (listwise)	23				

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2021

Berdasarkan tabel 1 disajikan hasil *ouput* SPSS mengenai deskripsi atau gambaran mengenai data tentang indikator pertanyaan penilaian hasil kuesioner, yaitu Mengetahui Kain Tenun (X1) mempunyai nilai mean 1,61 dan standar deviasi 1,158. Proses Pembuatan Kain Tenun (X2) mempunyai nilai mean 1,83 dan standar deviasi 0,834. Waktu Pembuatan Kain Tenun (X3) mempunyai nilai mean 1,83 dan standar deviasi 0,491. Mengetahui Harga Kain Tenun (X4) mempunyai nilai mean 2,43 dan standar deviasi 0,896. Tertarik dengan Kain Tenun (X5) mempunyai nilai mean 1,39 dan standar deviasi 0,499. Motif Kain Tenun (X6) mempunyai nilai mean 2,43 dan standar deviasi 1,037.

Analisis Data Deskriptif

Indikator	Kategori Jawaban Responden					Rata – Rata	Kriteria Penilaian Responden 5
	1	2	3	4	5		
X1	15	7	0	0	2	1,61	Sangat Rendah
X2	10	7	6	0	0	1,83	Rendah
X3	5	17	1	0	0	1,83	Rendah
X4	6	1	16	0	0	2,43	Rendah
X5	14	9	0	0	0	1,39	Sangat Rendah
X6	6	4	10	3	0	2,43	Rendah

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2021

Berdasarkan tabel 2 dapat dideskripsikan tanggapan responden terhadap indikator terhadap kain tenun Sumba sebagai berikut:

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran minat responden terhadap kain tenun Sumba, berdasarkan distribusi frekuensi jawaban responden dan tanggapan atas pernyataan-pernyataan dalam kuesioner. Item-item pertanyaan dalam indikator tersebut secara keseluruhan digambarkan dalam bentuk tabel deskripsi frekuensi. Dalam hal ini penulis melakukan dengan analisis deskriptif frekuensi, sehingga diketahui rata-rata (mean), dan kriteria penilaian responden 5. Untuk memberikan hasil penelitian, ditentukan kategori penilaian berdasarkan rata-rata skor yang diperoleh dari hasil kuesioner.

Pengelompokan Penilaian Responden

Pengelompokan penilaian responden ini dimaksudkan untuk masing-masing kuesioner tersebut, dengan melihat rata-ratanya, dinilai oleh responden dengan kriterianya tersendiri.

Rata-Rata Skor	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat Rendah/Sangat Buruk
1,81 – 2,60	Rendah/Buruk
2,61 – 3,40	Cukup/Sedang
3,41 – 4,20	Tinggi/Baik
4,21 – 5,00	Sangat Tinggi/Sangat Baik

1. Tanggapan responden terhadap pertanyaan (X1) “Mengetahui Kain Tenun” sebagian besar responden menyatakan rata-rata sebesar 1,61. Kondisi ini termasuk kategori Sangat

- Rendah. Artinya responden sangat sedikit yang mengetahui kain tenun.
2. Tanggapan responden terhadap pertanyaan (X2) “Proses Pembuatan Kain Tenun” sebagian besar responden menyatakan rata-rata sebesar 1,83. Kondisi ini termasuk kategori Rendah. Artinya responden masih sedikit yang mengetahui proses pembuatan kain tenun.
 3. Tanggapan responden terhadap pertanyaan (X3) “Waktu Pembuatan Kain Tenun” sebagian besar responden menyatakan rata-rata sebesar 1,83. Kondisi ini termasuk kategori Rendah. Artinya responden masih sedikit yang mengetahui waktu pembuatan kain tenun.
 4. Tanggapan responden terhadap pertanyaan (X4) “Mengetahui Harga Kain Tenun” sebagian besar responden menyatakan rata-rata sebesar 2,43. Kondisi ini termasuk kategori Rendah. Artinya responden masih sedikit yang mengetahui harga kain tenun sumba.
 5. Tanggapan responden terhadap pertanyaan (X5) “Tertarik dengan Kain Tenun” sebagian besar responden menyatakan rata-rata sebesar 1,39. Kondisi ini termasuk kategori Sangat Rendah. Artinya responden masih sangat sedikit yang tertarik terhadap kain tenun.
 6. Tanggapan responden terhadap pertanyaan (X6) “Motif Kain Tenun” sebagian besar responden menyatakan rata-rata sebesar 2,43. Kondisi ini termasuk kategori Rendah. Artinya responden masih sangat awam terhadap motif kain tenun Sumba yang diketahuinya.

Gambaran Umum Kain Tenun Sumba

Motif Kawuru adalah sebutan untuk tenun Sumba berwarna biru. Tenun ikat ini dibuat oleh kelompok tenun Paluanda

Lama Hamu dari masyarakat adat Kampera, Sumba Timur, Nusa Tenggara Timur. Motif habak (motif di bagian tengah dari kain) adalah simbol perempuan pekerja keras. Motif mahang katiku tau (singa berkepala manusia) adalah simbol kekuasaan. Motif adalah uda simbol persatuan dan kesatuan. Tenunan Sumba terdiri atas hinggi dan lau. Hinggi sebutan untuk kain lebar dan panjang dan biasanya dikenakan oleh laki-laki. Lau sebutan kain dalam bentuk sarung yang dikenakan oleh perempuan. Hinggi terdiri dari hinggi kaliuda, hinggi kombu, hinggi kawuru. Hinggi kombu bahan pewarnaannya berasal dari akar mengkudu yang menghasilkan warna merah sedangkan hinggi kawuru bahan pewarnaannya berasal dari daun tarum/nila (wora) menghasilkan warna biru.



Gambar 1 Kain Sumba Kawuru Mahang
(Sumber: <http://www.gerainusantara.com/>)

Pembuatan kain tenun Sumba ini menggunakan teknik ikat lungsi. Selembur kain tenun dikerjakan oleh 5-7 orang, dengan masing-masing orang memiliki peran yang berbeda. Terdapat 42 langkah dalam pembuatan selembur kain tenun Sumba ini. Mulai mewarnai benang hingga merapikan ujung kain tenun. Mereka masih menggunakan pewarna dari tanaman dalam proses pewarnaan benang. Warna merah dari fermentasi akar mengkudu (*Morinda citrifolia*), warna biru dari fermentasi daun tarum (www.gerainusantara.com).

Tenun ikat dalam proses pembuatannya memiliki beberapa tahap, yaitu menentukan motif, mengikat, mewarnai ikat, dan menenun. Selanjutnya, diuraikan tahapan-tahapan proses pembuatan tenun sebagai berikut.

Menentukan Motif

Sebelum menenun, penenun biasanya akan memilih motif. Banyak sekali motif yang diambil dari kehidupan sehari-hari. Motif yang umum dipakai oleh orang Sumba termasuk upacara pemakaman Raja Sumba Timur, melambangkan kehidupan setelah kematian. Kuda biasa digunakan dalam upacara pernikahan. Binatang mahang melambangkan kekuatan, keberanian, dan kepemimpinan. Ayam, kuda, dan kakatua digabungkan untuk mewakili persatuan dan mencapai tujuan bersama.

Mengikat

Untuk membuat kain tenun ini menjadi lebih padat, gelendong kapas dipelintir ganda dalam teknik pamening. Benang ganda kemudian digulung menjadi bola dikabukul dan dipindahkan ke pelangkan atau bingkai ikat. Untuk proses mengikat, dua penenun bekerja sama untuk mengatur dan meneliti benang sekitar bingkai. Benang ganjil dan genap diikat dengan tali melintang sesuai pola yang akan ditenun. Setelah dibentangkan dan diatur, benang diambil dari bingkai ikat dan siap diwarnai.



Gambar 2 Teknik menghani
(Sumber: <http://indonesiakaya.com/>)

Mewarnai Ikat

Dalam proses ikat, benang dililitkan dengan kuat dengan daun pohon gewang untuk motif yang tidak diwarnai. Bagian yang tidak terikat akan menyerap warna. Warna menggunakan fermentasi dari daun tarum, sebagai warna pembiru (kawaru). Sementara fermentasi akar

mangkudu sebagai pewarna merah (kombu). Setiap langkah penambahan warna berarti pengulangan dari mengikat, melepas dan mengikat kembali sampai motif dan warna yang diinginkan tercapai. Motif tenun paling rumit dapat mencapai 20 kali pencelupan atau lebih.

Menenun

Proses menenun diawali dengan membuka ikatan kemudian dilakukan perendaman dengan kemiri selama dua malam kemudian diembunkan selama 40 hari. Setelah itu, dilanjutkan proses karandi, yaitu membentangkan benang supaya tegang untuk diberi pati (kawu) dari ubi kayu supaya tidak lengket antarbenangnya. Kemudian dilanjutkan dengan proses pawunang, yaitu memasukkan benang pakan atau dimulainya proses menenun.

Strategi Pengembangan Tenun Sumba

Kerajinan kain tenun Sumba merupakan usaha strategis untuk meningkatkan ekonomi di daerah tersebut. Di samping itu, usaha kerajinan ini kemungkinan akan mampu menjadi salah satu usaha pendukung pariwisata Indonesia yang berkelanjutan serta mendatangkan turis mancanegara. Banyak sekali wisatawan baik asing maupun lokal yang datang dan tertarik untuk membeli kain tenun Sumba atau souvenir. Oleh karena itu, pengembangan produk kerajinan kain tenun Sumba ini sebagai kerajinan nenek moyang pariwisata sangat diperlukan agar menambah wisatawan yang datang dan memilih produk yang diinginkan (Oentoro & Wiyatiningsih, 2019). Adapun strategi pengembangan kain tenun Sumba agar tetap hidup adalah melakukan pembekalan sejak dini kepada masyarakat Sumba dengan terampil dalam menganyam serta membentuk suatu koperasi dan gerai

penjualan kain tenun Sumba di dekat perajin kain tersebut.



Gambar 3 Kain Tenun Ikat Sumba
(Sumber: <https://belajarbahasa.github.io/>)

Pulau Sumba juga telah menerapkan strategi untuk menjual kain tenun ini sebagai pewaris dan harus dilestarikan serta mempunyai artinya tersendiri. Pada Gambar 3 kerajinan kain tenun Sumba menjadi produk cenderamata yang paling mendominasi dan menarik minat bagi para wisatawan.

Pembekalan Keterampilan Menjahit Menjadi Pakaian

Kain tenun Sumba merupakan kain yang sudah dikenal oleh wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri, terutama selempang kain tenunnya. Bukan hanya wisatawan asing yang membutuhkan kain ini, masyarakat lokal pun membutuhkan kain tenun asal Sumba ini untuk kebutuhan pribadi. Untuk sekarang kain tenun sudah banyak inovasi. Selain biasanya digunakan untuk acara adat, kain tenun Sumba biasanya digunakan untuk baju atau pakaian. Keterampilan menjahit secara umum perlu dikembangkan di tengah usaha kerajinan tenun agar perajin mampu menjual produk siap pakai. Dilansir dari (Popbela.com, 2017), Biyan mengatakan desainer kain tenun Sumba ini membuat bahan dasar dari berbagai gaun hingga kemeja pun ia jadikan koleksi untuk pria. Inovasi baru bagi kain tenun tradisional Sumba ini mampu meningkatkan rasa kecintaan

dan kebanggaan masyarakat lokal terhadap kain tenun Sumba.



Gambar 4 Pakaian Kain Tenun Sumba
(Sumber: <https://www.popbela.com/>)

Dengan adanya keterampilan dalam menjahit dan menjadikan baju atau kemeja, produk yang berbahan dasar kain tenun Sumba biasanya akan lebih mahal jika dijual di pasaran. Oleh karena itu, pembekalan ini sangat penting bagi masyarakat sekitar untuk bisa memberikan dampak kepada perekonomian. Diperlukan pendampingan yang dilakukan komunitas bisnis/usaha kepada para pelaku ekonomi kreatif di antaranya pengenalan jaminan mutu dengan menghadirkan narasumber ahli ataupun praktisi (Redata et al, 2021).

Membentuk Organisasi Pengelolaan

Pada era serba digital seperti untuk dapat bersaing pada peluang pasar yang ada, sesama perajin kain tenun juga saling membantu dan bekerja sama untuk meningkatkan penjualan dan menghasilkan *demand* yang tinggi terhadap kain tenun Sumba. Organisasi atau komunitas yang dibentuk adalah untuk membantu permodalan dan strategi pemasaran produknya. Namun sayangnya, tidak semua daerah membentuk organisasi sebagai wadah dalam meningkatkan nilai kain tenun Sumba ini.

Beberapa penjaga tradisi sekaligus perajin kain tenun Sumba bergabung dengan komunitas Komunitas Adat

Kambera. Kelompok tenun ini dibentuk untuk menghasilkan kain tenun berkualitas tinggi yang nantinya akan dicari oleh para kolektor dan juga akan ditampilkan di beberapa museum besar di seluruh dunia (www.gerainusantara.com).

Matriks Strategi Kain Tenun Ikat Sumba

Strategi S-O:

- a) Mempertahankan teknik pembuatan kain tenun Sumba sebagai warisan leluhur.
- b) Memanfaatkan potensi komunitas untuk meningkatkan *demand* wisatawan.
- c) Komunitas atau organisasi harus aktif dalam kegiatan pameran kain tenun Sumba agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Strategi W-O:

- a) Bekerja sama dengan pihak ketiga untuk bisa mengembangkan kain tenun Sumba.
- b) *Sharing* informasi terkait kain tenun Sumba kepada masyarakat luas.
- c) Berinovasi pada pembuatan, motif, dan warna agar selalu menjadi daya tarik wisatawan.

Strategi S-T:

- a) Minat *fashion* masyarakat Indonesia cenderung tinggi dibandingkan usaha lainnya.
- b) Mempertahankan *branding* kain tenun Sumba sebagai cenderamata Indonesia.
- c) Melakukan promosi dari mulut ke mulut dan media sosial agar kain tenun Sumba menjadi potensi pasar perekonomian.

Strategi W-T:

- a) Menjalinkan kemitraan dengan daerah yang memiliki daya tarik wisata yang berbeda
- b) Membuat *event* atau pameran secara tahunan terkait kain tenun Sumba sebagai warisan Indonesia.

4. SIMPULAN

Berdasarkan uraian tersebut di atas, dapat diketahui strategi pengembangan kain tenun Sumba. Kerajinan kain tenun Sumba ini sedang berkembang, bahkan bisa menjadi barang ekspor ke negara lain dan membantu perekonomian negara. Kerajinan tenun ikat Sumba tersebut berkembang karena dikelola dan dikembangkan dengan kondisi masa kini. Salah satu berkembangnya jenis dan motivasi kain tenun adalah perajin yang terus ada dan dikembangkan oleh leluhurnya. Di samping mempunyai perajin yang banyak, para perajin juga memiliki komunitas untuk meningkatkan daya minat beli kepada wisatawan dengan berbagai macam hal seperti pameran, memberikan informasi kepada masyarakat berdasarkan mulut ke mulut dan melalui media sosial dengan potensi *demand* yang tinggi.

Simpulan yang dapat diambil dari artikel ini adalah bahwa minat masyarakat Indonesia terhadap kain tradisional Indonesia masih cukup tinggi, khususnya minat terhadap kain tenun Sumba.

5. SARAN

Dengan adanya nilai positif tersebut, perlu dilakukan cara atau strategi untuk dapat mempertahankan minat tersebut. Selain itu, juga perlu mempertahankan dan melakukan pengembangan pembuatan kain tenun Sumba.

DAFTAR PUSTAKA

- Dumilah, Dewi Retno; Moh. Komarudin; Rian Ubaidillah; Sulastris Siagian; Sugeng Santoso (2021). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Industri Pariwisata Di Seaworld Ancol, Jurnal Master Pariwisata (JUMPA) Volume 7, Nomor 2, Januari 2021.
- Setiawan, B. & Suwarnigdyah, R.R.Nur., (2014). STRATEGI PENGEMBANGAN TENUN

- IKAT KUPANG PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*. 20(3). 353-367.
- Santoso, Sugeng, et al (2021). Telaah Kebijakan Dan Strategi Pengembangan Ekosistem Pembiayaan Ekonomi Kreatif. Kementrian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, ISBN No 978-623-92020-8-8
- Ningsih, Y. S., & Widjaja, J. (2021). Perancangan Ilustrasi Koleksi Busana dengan Karakter Visual Tenun Tradisional Indonesia. *Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain*, 17(2), 117-136.
- Redata, Lira; Kezia, Rachella; Solaiman, Kenneth Hagai; Santoso, Sugeng (2021). Analisis Korelasi Pendampingan Komunitas Terhadap Inovasi Pelaku Ekonomi Kreatif Dan Pemenuhan Kebutuhan Konsumen: Studi Kasus Pada Komunitas Tangerang Berdaya Dan Pelaku Ekonomi Kreatif Kuliner Tangerang, *Business Management Journal*, Vol 16 (1): 1 – 19. Th 2021, DOI : <http://dx.doi.org/10.30813/bmj>
- Syabana, D. K., Satria, Y., & Christianto, R. (2018). Diversifikasi Desain Produk Tenun Ikat Nusa Tenggara Timur dengan Paduan Teknik Tenun Dan Teknik Batik. *Dinamika Kerajinan dan Batik*, 35(2), 85-94.
- Oentoro, K. (2021, March). Strategi Pengembangan Usha Kerajinan Tenun Sumba di Desa Anajiaka, Kabupaten Sumba Tengah. In *Prosiding Seminar Nasional Desain Sosial (SNDS)* (Vol. 2, No. 1, pp. 455-461).
- Triyono, J. (2020). Strategi Pengembangan Desa Wisata Tenun Ikat Troso Di Jepara, Jawa Tengah. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 14(02), 84-92. <https://www.indonesia.go.id/ragam/budaya/kebudayaan/tenun-ntt-harta-keluarga-yang-bernilai-tinggi>(Diakses Pada 8 April 2021)
- <https://tripsumba.com/budaya/tenun-sumba-berapa-sih-harga-aslinya/>(Diakses Pada 8 April 2021)
- <https://indonesiakaya.com/pustaka-indonesia/menyaksikan-perajin-tenun-sambas-di-dusun-sulur-medan-sambas/> (Diakses Pada 8 April 2021)
- <https://www.popbela.com/fashion/style-trends/michaelrichards/review-humba-hammu-biyang/full> (Diakses Pada 8 April 2021)
- <http://www.gerainusantara.com/products/detail/kain-sumba-kawuru-ayam/456/> (Diakses Pada 8 April 2021)
- Muchtar, H. N., & Trisnamasyah, P. (2019). Indication of Source - The Protection of Tenun Ikat Sumba to Encourage The Economy of The Local Community. *Jurnal Dinamika Hukum*, 19(2), 333–349. <https://doi.org/10.20884/1.jdh.2019.19.2.2280>
- Bili, F. M., Sujadi, A. A., & Arigiyati, T. A. (2019). Identifikasi Etnomatematika pada Motif Kain Tenun Sumba Barat. *UNION: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika*, 7(1), 87. <https://doi.org/10.30738/union.v8i1.5338>
- Dewi, N. P. N. W., & Ni Putu Nina Eka Lestari. (2020). Strategi Pengembangan Industri Kain Tenun Endek di Kota Denpasar Era Revolusi 4.0. *Jurnal Ilmiah STIE Multi Data Palembang*, 10(1), 53–63. <http://forbiswira.stie-mdp.ac.id/>
- Mifthofani, W. A., & Arianti, F. (2018). *Strategi Pengembangan Ikm Tenun Troso di Jepara Kabupaten Jepara* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Azrani, A., & Maulana, H. A. (2021). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kain Tenun Lejo Sebauk Pada Masa Pandemi Covid-19. (JMK) *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(1), 11-2