

Strategi Pengembangan Umkm Tenun Untuk Meningkatkan Sosial Ekonomi Di Kota Bima

Sri Ernawati¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima¹

Email Korespondensi : sriernawati.stiebima@gmail.com

Abstrak : Dalam perekonomian Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar, sebagai garda terdepan UMKM memiliki peranan di Indonesia bahkan ASEAN. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa perkembangan UMKM tenun untuk meningkatkan sosial ekonomi di Kota Bima. Jenis penelitian Deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi adalah menggunakan. Analisa data dengan Matriks Internal Faktor Evaluation (IFE), Eksternal Faktor Evaluation (EFE), Analisis Matrik Internal Eksternal (IE) serta analisis Strength, Weaknesses, Opportunities and Treaths (SWOT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM Tenun bisa dilakukan dengan terus melakukan inovasi produk, kreativitas produk, memperluas jaringan pemasaran dan dukungan dari Pemerintah Kota Bima untuk terus mendukung dan mendampingi UMKM tenun agar terus berkembang.

Kata Kunci : Pengembangan UMKM, Tenun, sosial ekonomi

Paranan UMKM bagi sebuah negara diantaranya, pendistribusian pendapatan masyarakat, mampu mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat karena terciptanya kreatifitas, serta membantu dalam penyerapan tenaga kerja sehingga mampu mengurangi masalah pengangguran. Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja, (4)

Sektor UMKM di Indonesia diatur dalam Undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (5). Undang-undang ini menjadi acuan untuk pemberdayaan dan pengembangan UMKM di Tanah Air. Aturan lainnya adalah Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Peraturan Pemerintah tersebut mengatur lebih lanjut perihal pengembangan usaha, kemitraan, perizinan, serta koordinasi dan pengendalian UMKM

Dalam aturan tersebut dijelaskan kriteria UMKM di Indonesia. Usaha mikro didefinisikan sebagai usaha produktif milik perseorangan atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Sedangkan, usaha kecil didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri. Usaha ini dilakukan 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 serta memenuhi kriteria lain. (2)

Secara umum, UMKM menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan usahanya. Beberapa kendala yang dihadapi UMKM di antaranya adalah: permodalan, pemasaran, bahan baku, teknologi, manajemen, birokrasi, infrastruktur, dan kemitraan. Kendala-kendala ini merupakan faktor menurunnyakerja. Penurunan kinerja dapat membuat organisasi memproduksi secara tidak efektif dan efisien serta tidak dapat mencapai tujuannya secara maksimal, sehingga perlu dilakukan perbaikan kinerja untuk meningkatkan kualitas dari UMKM (6)

Seperti hasil penelitian (7) yang menyatakan bahwa UMKM memiliki titik kelemahan yang harus segera diselesaikan meliputi kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan minimnya keterampilan pengoperasi dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran merupakan hal yang mendasar selalu dihadapi oleh semua UMKM dalam merintis sebuah usaha bisnis untuk dapat berkembang. Persaingan bisnis yang kurang sehat dan desakan ekonomi sehingga mengakibatkan ruang lingkup usaha menjadi sempit dan terbatas merupakan faktor tambahan yang merupakan pekerjaan rumah yang harus diselesaikan oleh semua pihak khususnya Pemerintah sebagai pemangku kepentingan secara lokal dan nasional.

Pada masyarakat dimana budaya juga dapat dijadikan sebagai symbol baik untuk stutus sosial maupun motivasi dari diri masyarakat itu sendiri. Memanfaatkan budaya untuk mengembangkna peningkatan omzet pempapatan UMKM sekarang bukan hal yang tabu. Banyak kegiatan-kegiatan kebudayaan yang berpotensi meningkatkan penghasilan UKMK seperti budaya membatik, dimana kain batik bisa di jual trus kain batik dijadikan berbagai macam produk seperti baju, tas dan sepatu, Budaya tarian di bali yang bisa dijadikan sebagai factor pendukung pariwisata sehinggna UMKM kuliner, kerajinan tangan bisa berkembang dengan pesat, begitu juga terjadi di Kota Bima, dengan perkembangan UMKM tenun mengakibatkan kehidupan social penenun bisa meningkat.

Dalam pengembangan UMKM Tenun di Kota Bima yang berjumlah 1.534 pada tahun 2019, langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil oleh Pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab Pemerintah. Pihak UMKM sendiri sebagai pihak internal yang dikembangkan, dapat mengayunkan langkah bersama-sama dengan Pemerintah. Karena potensi yang mereka miliki mampu menciptakan

kreatifitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah sehingga diharapkan agar pemerintah daerah Kota Bima selalu rutin melaksanakan event-event kebudayaan, pameran agar dapat meningkatkan pendapatan UMKM yang ada di Kota Bima., karena setiap kegiatan yang dilakukan pasti akan mendatangkan multiplier efek untuk kehidupan masyarakat. Dari uraian yang dijelaskan penelitian ini bertujuan untuk menganalisa upaya perkembangan UMKM tenun untuk meningkatkan kondisi sosial ekonomi penenun di Kota Bima. sehingga judul penelitian yang peneliti angkat yaitu Pengembangan UMKM Tenun Untuk Meningkatkan Sosial Ekonomi di Kota Bima

METODE

Metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti. Maksud dari penelitian ini agar peneliti dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya sesuai dengan kenyataan, menggali dan menganalisis lebih mendalam terkait strategi pengembangan UMKM Tenun untuk meningkatkan social ekonomi penenun. Wawancara, observasi dan dokumentasi adalah pendekatan kualitatif yang dilakukan oleh peneliti. Analisis data menggunakan analisis Matriks Internal Faktor Evaluation (IFE), Eksternal Faktor Evaluation (EFE), Analisis Matrik Internal Eksternal (IE) serta analisis Strength, Weaknesses, Opportunities and Treaths (SWOT). Menurut (8), analisis SWOT mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi yang didasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki dan secara bersamaan mampu meminimalkan kelemahan dan ancaman yang berasal dari internal dan eksternal

HASIL

Analisis Matrik IFE

Untuk melihat bagaimana analisis perkembangan UMKM Tenun dilihat dari faktor Internal. Bisa dilihat ada matrik IFE dibawah ini

Tabel 1. Analisis Matrik IFE

No	Faktor Internal	Rating (a)	Bobot (b)	Skor (axb)
Strenght (S)				
1	UMKM Tenun merupakan wadah paling menjanjikan bagi ibu-ibu yang mempunyai keahlian menenun	3,50	0,11	0, 385
2	UMKM usaha yang mandiri, kokoh dan fleksibel	3,10	0,10	0, 310
3	Promosi produk UMKM Tenun sudah memanfaatkan media social	3,65	0,12	0, 438
4	Produk yang dihasilkan hand Made (Buatan Tangan)	4,00	0,11	0,440
5	Motif yang dihasilkan sudah cukup banyak	3,50	0,12	0, 420
Weakness (W)				
1	Harga lumayan Mahal	2,00	0,11	0,220
2	Proses produksi relatif lama	1,75	0,11	0,192
3	Menenun merupakan pekerjaan sampingan	1,50	0,10	0,165

PROSIDING SEMINAR NASIONAL EKONOMI DAN BISNIS 2021
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

4	Pendidikan pekerja UMKM Tenun masih relatif rendah	2,80	0,12	0,308
	Total		1,00	2,878

Sumber : Olahan Data Primer (2020)

Total Skor yang diperoleh dari matrik IFE berada pada skor 2,0-2,99 yaitu sebesar 2,878 yang berarti bahwa kondisi Internal UMKM Tenun di Kota Bima cukup kuat mampu untuk berkembang dan mengatasi kelemahan yang dimiliki.

Analisis Matrik EFE

Untuk melihat bagaimana analisis perkembangan UMKM Tenun dilihat dari faktor Eksternal. Bisa dilihat ada matrik EFE dibawah ini:

Tabel 2. Analisis Matrik EFE

N	Faktor Eksternal	Rating (a)	Bobot (b)	Skor (axb)
o				
Opportunities (O)				
1	Potensi Pasar Besar	3,10	0,12	0,372
2	Akses ke lokasi UMKM lancar	3,50	0,17	0,595
3	Meningkatnya kesadaran masyarakat untuk mengkolleksi Kain tenun	3,00	0,16	0,480
4	Kain tenun sudah banyak di inovasi menjadi berbagai produk seperti tas, sepatu, jilbab, baju dll	3,70	0,17	0,629
Threats (T)				
1	Pesaing dengan UMKM sejenis dari daerah lain	2,10	0,14	0,294
2	UMKM Tenun yang masih bergantung pada bantuan bahan baku dari pemerintah	2,75	0,11	0,302
3	Festival/Event dilaksanakan pada saat tertentu saja	1,50	0,13	0,195
	Total		1,00	2,867

Sumber : Olahan Data Primer (2020)

Skor yang didapatkan pada matrik EFE berada pada skor 2,0-2,99 sebesar 2,867. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya event-event budaya rimpu di Kota Bima mampu mengatasi ancaman-ancaman yang timbul dengan memanfaatkan peluang yang ada.

Analisis Matrik IE

Untuk melihat bagaimana analisis perkembangan UMKM Tenun dilihat analisis factor internal dan eksternal. Bisa dilihat ada matrik IE dibawah ini

Tabel 3. Analisis Matrik IE

Total Skor IFE	Kuat (3,0-4,0)	Rataan (2,0-2,99)	Lemah (1,0-1,99)
Total Skor EFE			
Kuat (3,0-4,0)	I Tumbuh dan Kembangkan	II Tumbuh dan Kembangkan	III Jaga dan Pertahankan
Rataan (2,0-2,99)	IV Tumbuh dan Kembangkan	V Jaga dan Pertahankan	VI Tuai atau Divestasi

PROSIDING SEMINAR NASIONAL EKONOMI DAN BISNIS 2021
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

Lemah
(1,0-1,99)

VII
Jaga dan
Pertahankan

VIII
Tuai atau
Divestasi

XI
Tuai atau
Divestasi

Sumber : Olahan Data Primer (2020)

Matrik internal dan eksternal disusun dari total skor matrik IFE dan EFE (2,878 dan 2,867). Hal ini dapat menunjukkan bahwa posisi UMKM Tenun berada pada kuadran V posisi ini menunjukkan bahwa UMKM tenun bisa terus berkembang dengan menjaga dan mempertahankan keberadaan festival budaya rimpu.

Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT menghasilkan empat tipe strategi, yaitu strategi SO (Strengths-Opportunities), strategi WO (Weaknesses-Opportunities), strategi ST (Strengths-Threats) dan strategi WT (Weaknesses-Threats), seperti dimuat pada Tabel 4.

Tabel 4. Matrik SWOT

		Strenght (S)	Weakness (W)
Internal		<ol style="list-style-type: none"> 1. UMKM Tenun merupakan wadah paling menjanjikan bagi ibu-ibu yang mempunyai keahlian menenun 2. UMKM usaha yang mandiri, kokoh dan fleksibek 3. Promosi produk UMKM Tenun sudah memanfaatkan media social 4. Produk yang dihasilkan hand Made (Buatan Tangan) 5. Motif yang dihasilkan sudah cukup banyak 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga lumayan Mahal 2. Proses produksi relatif lama 3. Menenun merupakan pekerjaan sampingan 4. Pendidikan pekerja UMKM Tenun masih relatif rendah
	Eksternal		
	Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi Pasar Besar 2. Akses ke lokasi UMKM lancer 3. Meningkatnya kesadaran masyarakat untuk mengkoleksi Kain tenun 4. Kain tenun sudah banyak di inovasi menjadi berbagai produk seperti tas, sepatu, jilbab, baju dll 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produksi harus terus dilakukan untuk memenuhi permintaan pasar (S1, S5, O1,O3, O4) 2. Meningkatkan Diversifikasi produk tenun (S2, S4,S5, O4) 3. Mempercepat distribusi ke konsumen dengan menambah jaringan penjualan (S3, O2, O3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin kerjasama dengan UMKM lain yang memerlukan kain tenus sebagai bahan produksinya (W1, W4, O3) 2. Diberikan pelatihan sehingga termotivasi untuk meningkatkan UMKM nya agar lebih produktif lagi (W2, W3, O3, O4) 3. Membantu pemasaran produk melalui

partisipasi saat event,
 pameran di luar daerah
 (W1, O1,O2)

Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Pesaing dengan UMKK sejenis dari daerah lain	1. Mengikuti pameran produk lokal UMKM di Luar Daerah (S3, S4, S5, T1)	1. Terus Berinovasi melahirkan motif baru yang bernuansa kearifan lokal (W1, T1)
2. UMKM Tenun yang masih bergantung pada bantuan bahan baku dari pemerintah	2. Selalu Up Date event yang diadain Pemerintah Daerah agar bisa berperan serta (S5, T3)	2. Menjalain kerja sama dengan jejaring online shop (W4, T3)
3. Festival/Event dilaksanakan pada saat tertentu saja	3. Mendaftarkan UMKM yang dibentuk ke Dinas terkait agar diakui keberadaannya (S1, S2, T2)	3. Sering memngikuti pelatihan yang diadakan pemerintah daerah, lembaga pemberdayaan (W2, W3, T2)

Sumber : Olahan Data Primer (2020)

Dari analisis SWOT pemerintah Kota Bima harus melakukan berbagai terobosan strategis untuk meningkatkan perkembangan UMKM. Langkah strategi untuk strategi SO memaparkan bahwa UMKM Tenun harus terus memproduksi, meningkatkan diversifikasi produk dan mempercepat distribusi produk ke tangan konsumen. Strategi WO memaparkan bahwa UMKM harus mampu berkerja sama dengan UMKM yang memproduksi produk yang menggunakan kain tenus sebagai bahan baku produksinya, Pemerintah Daerah Kota Bima harus berperan aktif memberikan pelatihan untuk memotivasi , membantu pemasaran dengan mengikut sertakan UMKM saat event atau pameran di luar daerah. Strategi ST menjelaskan bahwa UMKM harus mengikuti berbagai kegiatan seperti event-event dan pameran agar produk UMKM tenun bisa dikenal dan mendaftarkan usaha nya ke Dinas terkait agar di data sehingga dianggap legal dan diakui keberadaannya. Strategi WT menjelaskan bahwa produk yang dihasilkan UMKM Tenun harus terus berinovasi dari segi corak maupun warna, membangun jaringan dengan agen online shop dan mengikuti berbagai maca pelatihan untuk meningkatkan kemitraan dan keilmuan

PEMBAHASAN

Dari Hasil penelitian dapat dinyatakan bahwa Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga Mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang

bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja.

Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah. Begitu juga dengan pengembangan UMKMK Tenun di Kota Bima dengan memanfaatkan festival-festival budaya seperti budayayang mampu memberikan kontribusi untuk meningkatkan permintaan kain tenun sehingga pendapatan UMKM Tenun bisa meningkat.

Hasil analisis IFE menyatakan bahwa kondisi Internal UMKM Tenun di Kota Bima cukup kuat mampu untuk berkembang dan mengatasi kelemahan yang dimiliki dan analisis EFE menunjukkan bahwa dengan adanya event-event budaya rimpu di Kota Bima mampu mengatasi acaman-acaman yang timbul dengan memanfaatkan peluang yang ada. Analisis IE menunjukkan bahwa posisi UMKM Tenun pada kuadran V dimana posisi ini menunjukkan bahwa UMKM tenun bisa terus berkembang dengan menjaga dan mempertahankan keberadaan festival budaya rimpu dan dari hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa perkembangan UMKM tenun dilihat dapat berkembang dengan campur tangan Pemerintah Daerah Kota Bima sehingga UMKM tenun dapat menghadapi tantangan dan acaman serta menjadikan kelebihan serta peluang untuk meningkatkan pendapatnya. Pemerintah daerah dapat memberikan berbagai pelatihan untuk meningkatkan skill, memotivasi agar kesadaran pelaku UMKM meningkat dimana UMKM bisa dijadikan sebagai peluang usaha prioritas bukan hanya sekedar usaha sampingan dan sering mengikuti event-event seperti pameran untuk memperkenalkan produk UMKM dan memperluas wilayah pemasaran baik secara offline maupun online.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Upaya pengembangan UMKM Tenun untuk meningkatkan social ekonomi penenun di Kota Bima bisa terjadi, Hal ini bisa dibuktikan dengan analisis Internal Eksternal (IE) yang menyatakan bahwa perkembangan UMKM tentu bisa terus berkembang, dipertahannya dan dijaga keberadaannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM Tenun bisa dilakukan dengan terus melakukan inovasi produk, kreativitas produk, memperluas jaringan pemasaran dan dukungan dari Pemerintah Kota Bima untuk terus mendukung dan mendampingi UMKM tenun agar terus berkembang.

REFERENSI

Agusetyaningrum, V., Mawardi, M. K., & Pangestuti, E. (2016). Strategi Pengembangan USAha Kecil Dan Menengah (UKM) Untuk

- Meningkatkan Citra Kota Malang Sebagai Destinasi Wisata Kuliner (Studi Pada UKM Berbasis Ku-liner Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 38 No. 2: 105-111.
- Purwanto Antonius, (16 september 2020). Potret dan Tantangan UMKM di Indonesia. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/potret-dan-tantangan-umkm-di-indonesia>.
- Padyanawati Diah Ayu dan Hardjomidjojo Hartrisari, (2019). Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Desa Tegalwaru, Kabupaten Bogor. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri* Vol. 7, No.1, 153-168, ISSN : 2503-488X
- Anggraeni Dwi Feni, Hardjanto lama dan Hayat Ainul, (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" Di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang. *Jurnal Administrasi public* Vol. 1 N0.6 1286-1295
- Undang-Undang No.20 Pasal 1 dan Pasal 6 Tahun 2008 <http://www.hukumonline.com/pusatdata/download/fl56041/node/28029> . Diakses 12 Desember 2020
- Damayanti Annisa. (2017). Analisis Indeks Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Agroindustri di Kota Bogor. [SKRIPSI]. Bogor:Institut Pertanian Bogor.
- Suci Rahmini Yuli, 2017. Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* Vol. 6 No. 1 . Hal 51-58
- Rangkuti Freddy. 2015. Analisis SWOT. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.