

Jurnal Prosiding

By Yuni Ratnasari

WORD COUNT

2481

TIME SUBMITTED

02-AUG-2019 12:38PM

PAPER ID

49235147

ABSTRAK

STRATEGI PEMBERDAYAAN PENGRAJIN TENUN TAPIS BANDAR LAMPUNG DI ERA KONVERGENSI

Oleh:

Dewi Ayu Hidayati, S.Sos., M.Si, Dra Yuni Ratnasari, M.Si, I Gde Sidemen, M.Si, Dr. Benjamin, M.Si, dan Asnani, S.Sos., M.A
Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lampung
(Email: Dewiyuhidayati@gmail.com)

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam tentang strategi pemberdayaan pengrajin tenun tapis di era konvergensi. Strategi Pengrajin Tapis dalam Meningkatkan Produksi, dan cara memasarkan produksi di era konvergensi. Pengembangan ekonomi kreatif saat ini menjadi peluang untuk daerah meningkatkan perekonomian skala kecil dan menengah. Salah satu jenis ekonomi kreatif yang sedang berkembang pesat adalah tenun kain tapis. Kain tapis yang merupakan kain adat Lampung, dahulu hanya merupakan kain yang digunakan pada hari perayaan tradisional saja. Namun sekarang dengan pesatnya kemajuan fashion, maka kain tapis menjadi salah satu kain adat maupun aplikasi pada fashion. Bahkan kain Tapis tidak hanya digunakan pada pakaian namun juga pelengkap aksesoris seperti tas dan sepatu yang bernilai tinggi. Kemajuan ini tentunya memberikan keberuntungan bagi para pengrajin tapis ketika permintaan banyak maka otomatis pendapatan meningkat dan usaha berkembang.

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan snowball sampling. Analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif dengan model deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa strategi pemberdayaan pengrajin tapis di era konvergensi yaitu pihak Dekranasda sebagai wadah bagi para pengrajin memberikan pelatihan keterampilan, pelatihan manajemen bisnis dan pelatihan pemasaran online kepada para pengrajin tapis. Selain itu strategi yang dilakukan pengrajin tapis dalam meningkatkan produksi yaitu membuat tapis terapan, pemberian motif baru pada tapis dan menggunakan benang yang mengikuti perkembangan zaman. Dari produksi yang dihasilkan, para pengrajin melakukan upaya pemasaran dengan menggunakan digital yaitu dengan menggunakan fitur-fitur bisnis online atau jualan online

Kata kunci: *Strategi Pemberdayaan Masyarakat, Pengrajin kain Tapis, Konvergensi*

I. PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi diperkotaan yang melibatkan pemberdayaan masyarakat akan memperbaiki persoalan ekonomi yang kompleks. Sebagaimana

1
kita ketahui bahwa pemberdayaan masyarakat berarti adanya modal dan kekuatan untuk memberdayakan. Pemberdayaan: memberi kemampuan kepada orang yang lemah (Sobahi dan Suhana, 2011). Berdasarkan pendapat tersebut, pengembangan ekonomi keluarga perlu ditingkat agar lebih mandiri dan sejahtera. Pengembangan ekonomi kreatif baik skala kecil maupun skala menengah. Raharjo Adisasmita (2006) mengatakan bahwa dalam mewujudkan tujuan pembangunan masyarakat terdapat paling sedikit empat jenis strategi : (1) strategi pembangunan (*growth strategy*), (2) strategi kesejahteraan (*welfare strategy*), (3) strategi yang tanggap terhadap kebutuhan masyarakat (*responsive strategy*), dan (4) strategi terpadu atau strategi yang menyeluruh (*integrated or holistic strategy*).

Pembangunan ekonomi kerakyatan diarahkan untuk memberikan prioritas kepada pemberdayaan ekonomi rakyat. Langkah-langkah strategis yang secara langsung ditujukan pada perluasan akses masyarakat dan sumber daya pembangunan disertai penciptaan peluang lapangan kerja bagi masyarakat lapisan bawah. Hal ini diharapkan agar masyarakat bawah dapat berpartisipasi dalam proses pembangunan dalam mengatasi kondisi kesenjangan dan keterbelakangan yang menjadi potret perkotaan. Upaya yang dapat meningkatkan pembangunan ekonomi masyarakat adalah dengan membangun usaha kecil menengah agar dapat lebih produktif dan memiliki daya saing dan peluang seluas-luasnya. Hal ini harus di dukung oleh pemerintah agar tercapai pembangunan wilayah atau perkotaan yang sesuai yang sudah direncanakan dan diatur.

Pengembangan ekonomi kreatif saat ini menjadi peluang untuk daerah meningkatkan perekonomian skala kecil dan menengah. Salah satu jenis ekonomi kreatif yang sedang berkembang pesat adalah tenun kain tapis. Kain tapis yang merupakan kain adat Lampung, dahulu hanya merupakan kain yang digunakan pada hari perayaan tradisional saja. Namun sekarang dengan pesatnya kemajuan fashion, maka kain tapis menjadi salah satu kain adat maupun aplikasi pada fashion. Bahkan kain Tapis tidak hanya digunakan pada pakaian namun juga pelengkap aksesoris seperti tas dan sepatu yang bernilai tinggi. Kemajuan ini tentunya memberikan keberuntungan bagi para pengrajin tapis ketika permintaan banyak maka otomatis pendapatan meningkat dan usaha berkembang. Perkembangan jaman juga menyebabkan kemajuan teknologi semakin pesat berkembang, mau tidak mau masyarakat khususnya pelaku usaha kecil menengah tidak boleh gagap teknologi. Di era konvergensi ini, dimana bersatunya layanan telekomunikasi, teknologi informasi, dan penyiaran, menyebabkan model 6 masaran bahkan promosi kain Tapis dapat menjangkau akses yang lebih luas. Penyelenggaraan jasa telekomunikasi merupakan kegiatan penyediaan atau pelayanan jasa telekomunikasi yang memungkinkan terselenggaranya telekomunikasi melalui media apa saja, termasuk TV, siaran, radio dan multimedia.

Persoalannya adalah jika para pengrajin tenun tapis dan pelaku ekonomi kreatif tidak beradaptasi terhadap pengembangan modernisasi yang serba digitalisasi ini, maka geliat pengembangan kekhasan motif tapis yang sudah berkembang akan sedikit demi sedikit mengalami kemunduran. Perkembangan atau inovasi dari motif, bahan dan model dari kain Tapis juga semakin cepat berubah karena permintaan konsumen di era konvergensi ini lebih mudah

mengakses informasi perkembangan fashion. Oleh karena itu inovasi adalah keharusan bagi pengrajin kain Tapis.

II. METODE 15

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini termasuk dalam rasionalistik, hal ini disebabkan karena data yang akan dikumpulkan berdasarkan pengetahuan dari pada informan yang kemudian dilakukan analisis secara mendalam. Informan dalam penelitian ini dipilih dengan sengaja melalui tehnik snowball, berdasarkan pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap proses pemberdayaan terhadap pengrajin Tapis selama ini.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Sumber data sekunder berasal dari beberapa instansi yang berwenang dan berkaitan dengan program pemberdayaan kepada pengrajin Tapis seperti Dekranasda Provinsi Lampung, Badan Pusat Statistik dan sumber-sumber data sekunder lainnya yang berkaitan. Sedangkan data primer diperoleh langsung melalui wawancara secara mendalam (*depth interview*) dengan beberapa informan seperti dari pengrajin tapis yang memiliki usaha pembuatan tapis dan pihak Dekranasda

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemberdayaan sangat diperlukan oleh para pelaku usaha kreatif agar dapat terus eksis mengembangkan nilai-nilai lokal dalam dunia yang serba mudah akses informasi namun terbukanya kompetisi bagi semua pihak. Sehingga melalui strategi pemberdayaan dapat terus berinovasi dan eksis mengembangkan usaha tenun Tapis dari semua aspek.

Sesuai dengan konsep pemberdayaan yang dikemukakan Chambers (1995) bahwa pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang nilai-nilai sosial. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan, yakni yang bersifat "*people-centered, participatory, empowering, and sustainable*". Konsep ini lebih luas dari hanya semata-mata memenuhi kebutuhan dasar (basic needs) atau menyediakan mekanisme untuk mencegah proses pemiskinan lebih lanjut (*safety net*). Artinya, dalam dunia pengrajin tentu dibutuhkan sebuah institusi yang bersedia memayungi kegiatan mereka dan memberikan motivasi hingga pemberdayaan sehingga terjadilah produksi Kain Tenun Tapis yang berkelanjutan di Era Konvergensi ini, dan Kain Tenun Tapis akan terus lestari karena dijamin keberadaannya oleh institusi terkait. Strategi pemberdayaan itu antara lain:

3.1. Upaya Pemberdayaan Pengrajin Tapis di Era Konvergensi

Banyak upaya yang dilakukan pihak tertentu dalam upaya mempertahankan eksistensi pengrajin tapis di kota Bandar Lampung, salah satunya adalah dengan cara menggelar pelatihan untuk pengrajin yang tergabung dengan Dekranasda, walaupun tidak selamanya pelatihan tersebut dilakukan oleh Dekranasda, namun penggagasnya adalah Dekranasda, bisa dari dinas perdagangan, dinas industri, dan dinas koperasi. selaku wadah bagi para pengrajin, diantaranya Pelatihan Untuk Pengrajin dari DEKRANASDA. Pelatihan ini dilakukan dengan jangka waktu tertentu yang dilakukan oleh DEKRANASDA Provinsi kepada Pengrajin DEKRANASDA Kota dan Kabupaten. Pelatihan ini

adalah pelatihan yang diperuntukkan bagi pengrajin Tapis binaan DEKRANASDA Kota dan Kabupaten terkait yang ingin meningkatkan kompetensinya maupun yang ingin mengembangkan produknya, dijelaskan pula pelatihan ini dilakukan sekurang-kurangnya sekali dalam setahun, akan tetapi tergantung dengan anggaran. Setelah menggali informasi dari beberapa informan di Dekranasda, bentuk-bentuk pelatihan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan Keterampilan

Pelatihan ini adalah pelatihan yang bertujuan untuk membina pengrajin untuk bisa memiliki keterampilan yang lebih dari sebelumnya, biasanya pelatihan ini bersifat kolektif menghimpun seluruh pengrajin dari tiap-tiap kabupaten dan kota di Provinsi Lampung dan dilakukan di Dekranasda Provinsi Lampung.

2. Pelatihan Manajemen Bisnis

Pelatihan ini adalah pelatihan yang bertujuan untuk membentuk karakter bisnis di kalangan pengrajin yang ingin memulai usaha di bidang kerajinan tangan khas Lampung, bagi pengrajin yang sudah membuka usaha juga dipersilahkan mengikuti pelatihan ini, dengan harapan bisnis yang mereka lakukan tidak mengalami kemunduran, kemudian menjalankan bisnis tidak terasa membosankan walaupun sudah bertahun-tahun dan tentu saja memunculkan inovasi baru dalam dunia kain tenun tapis.

3. Pelatihan Pemasaran Online

Pelatihan ini adalah pelatihan yang diperuntukkan juga bagi semua pengrajin, terutama untuk pengrajin yang ingin menambah pasar ke arah yang lebih luas. Pelatihan tersebut dilakukan dalam rangka menyambut pasar global. Biasanya pelatihan pemasaran online ini menggunakan media sosial sebagai pasarnya.

3.2 Strategi Pengrajin Tapis dalam Meningkatkan Produksi

Pada kemajuan zaman yang semakin pesat dan masuknya pasar bebas asia yang menghadirkan berbagai produk dari luar negeri baik baju kain dan aksesoris yang fashionable, seta glombang wirausaha yang semakin banyak pelaku-pelaku usaha membuat berbagai inovasi guna memajukan produk mereka, tidak terkecuali pengrajin kain tapis, para pengrajin tersebut juga harus berinovasi dan bersaing dengan produk produk lain nya, termasuk produk yang berasal dari luar negeri.

Kain tapis tak kalah mendapatkan ujian dan pengrajin kain tapis juga mendapatkan tantangan guna memasarkan produknya di pasar bebas asean dan etap melestarikan kain tradisional masyarakat lampung di era modernisasi. Dengan tidak melupakan fungsi asli dari kain tapis itu sendiri yaitu pakaian perempuan adat lampung. Walaupun fungsi aslinya sebagai pakaian adat wanita lampung, pengrajin kain tapis juga harus melakukan inovasi dalam mempertahankan eksistensi kain tapis di era konvergensi ini.

Dengan semakin pesatnya ilmu pengetahuan dan semakin canggihnya teknologi dengan adanya pasar bebas asean, pengrajin harus dapat berinovasi dan beradaptasi dalam memajukan produk kain tapis di era digital ini. Berdasarkan fakta yang di peroleh dilapangan ada beberapa cara pengrajin dalam beradaptasi dan berinovasi sesuai dengan keajuan zaman diantaranya:

a. Tapis Terapan

Di Era konvergensi dan di era moderinisasi kali ini produk kain tapis banyak diminati di berbagai daerah bahkan di berbagai lapisan masyarakat, serta tidak melihat jenis kelamin, tapis yang mula nya hanya pergunakan sebagai pakaian adat perempuan lampung, dan hanya dijahit atau dibuat oleh perempuan guna dipamerkan dan dipakai saat acara sakral seperti pernikahan, acara adat istiadat dll, kini sudah mulai di aplikasikan di berbagai media seni, seperti kain batik, tempat tissue, sandal, dompet dll.

b. Pemberian Motif Baru

Kain tapis yang merupakan kain tradisional masyarakat Lampung juga terus berinovasi dan terus memunculkan motif barunya dalam bentuk apapun sesuai dengan pasar dan zaman yang ada, Dalam kemajua zaman kali ini, peminat terhadap kain tapis tidak hanya ibu-ibu atau kaum dari golongan tua, melainkan sekarang ini menyasar ke golongan milenial. Kaum muda yang kini menjadi sasaran para pengrajin kain tapis guna meningkatkan penjualan dan tetap menjaga eksistensi tapis di era pasar modern dengan banyaknya baju dari luar negeri dengan design terbaru yang di keluarkan oleh desainer.

Tidak hanya pakaian dari desainer yang berusaha mengembangkan motifnya, kain tradisional tapis juga mulai mengembangkan dan melebarka motif-motif baru sesuai dengan keadaan zaman dan selera anak muda di era milenial ini, selain itu tapis juga mulai mengembangkan motifnya sesuai dengan permintaan pasar di era globalisasi

c. Pemakaian benang yang mengikuti zaman

Dalam pembuatan kain tenun tapis pemakaian benang menjadi kunci berkualitas atau tidaknya sebuah karya seni tapis, dalam perkembangannya di era konvegensi dan di era pasar modern seperti sekarang ini. penggunaan benang kain tapis diklasifikasikan menjadi 2 yaitu benang impor atau benang india yang di impor lngsung dari daratan india, dan benang lokal yang di produksi dari dalam negri atau dalam pasar nya disebut benang benang bandung

3.3 Pemasaran di Era Konvergensi

Di era pasar sekarang ini ukm atau umkm mulai mengembagkan sayap pemasarannya didunia digital, dengan menggunakan fitur-fitur bisnis online atau jualan online yang sudah ada para ukm atau umkm ini mulai masuk untuk membuat bisnis mereka menjadi lebih baik laik dalam pemaaran, inovasi dalam pemasaran tak hanya dilakukan oleh pembisnis produk yang baru ada tetapi para pengrajin kain tenun tapis juga tak mau ketinggalan dalam memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini.

Para pengrajin tenun tapis mulai mengembangkan bisnisnya di dunia digital, mereka beranggapan bahwa dunia jual beli online merupakan pasar yang sangat cocok karna kepraktisan dan evisiensi biaya dan waktu membuat bisnis jual beli online menjadi salah satu pilihan pengrajin kain tenun tapis di era konvergensi ini.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 SIMPULAN

Pemberdayaan seharusnya bisa menjadi langkah awal bagi pengrajin untuk memulai usahanya. Karena pemberdayaan bisa menjadi hal yang berguna bagi pengrajin. Dalam hal pemberdayaan, sudah seharusnya dimulai dari instansi tempat pengrajin ini berkumpul. Antara lain dari Dekranasda, dinas koperasi, dinas perindustrian, dan dinas perdagangan karena mereka yang dianggap ²⁰at dan berwenang untuk mengangkat pengrajin yang lemah. Namun, kenyataan yang terjadi di lapangan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di kalangan pengrajin, memang ada yang mengikuti pelatihan dari instansi terkait, namun hal tersebut tidak berkelanjutan, terlebih pelatihan yang diadakan oleh Dekranasda. Artinya, pemberdayaan menurut pengrajin tertentu, idealnya pemberdayaan itu adalah bagaimana Dekranasda dan berbagai instansi terkait dengan kerajinan ini memenuhi tugasnya untuk memberdayakan pengrajin yang masih minim pengalaman agar usahanya bisa berkembang.

Beberapa pemberdayaan yang dilakukan oleh pihak Dekranasda kepada pengrajin tapis di Bandar Lampung yaitu: Melakukan pelatihan keterampilan, pelatihan manajemen bisnis dan pelatihan pemasaran online. Selain itu upaya peningkatan produksi pengrajin tapis di era konvergensi yaitu dengan membuat tapis terapan, pemberian motif baru yang sifatnya kekinian, dan penggunaan benang yang mengikuti perkembangan zaman. Untuk memasarkan produksi yang dihasilkan dilakukan dengan cara menggunakan teknologi digital yaitu pemasaran secara online

4.2 SARAN

1. Sebaiknya para pengrajin melakukan upaya yang kreatif dan inovatif dalam melakukan produksi dan pemasaran produk tapis tersebut sehingga bisa dijual tidak hanya di Bandar Lampung tapi di luar daerah maupun mancanegara
2. Sebaiknya pihak Dekranasda yang mewadahi para pengrajin secara kontinu dan berkelanjutan seperti melakukan pelatihan-pelatihan untuk mengasah keterampilan para pengrajin khususnya sehingga memiliki *skill* yang lebih dan kekinian
3. Sebaiknya pihak dekranasda tidak hanya melibatkan usaha kerajinan tapis yang yang bermodal besar saja tetapi yang bermodal kecil dan minim pengalaman juga dilibatkan serta memberikan gambaran tentang bagaimana mengembangkan dan memperluas usaha dengan modal yang kecil tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adsasmita, Raharjo. 2006. Membangun Desa Partisipatif. Yogyakarta: Ghara Ilmu.
- Budiharjo, Eko dan Djoko Sujarto. (2005) Kota Berkelanjutan. Bandung: Alumni

- 11 Chambers, R. 1995, Lembaga Penelitian, Pendidikan, Penerangan Ekonomi dan Sosial, Pembangunan Desa Mulai dari Beladinda, Jakarta.
- Fitriana ED, Supriono B, Nurani F. 2017. Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol.2, No. 2, Hal. 217-223.
- Jenkins, Henry. 2004. The cultural logic of media convergence. International Journal Of Cultural Studies. SAGE Publications London, Thousand Oaks, CA and New Delhi. DOI: 10.1177/1367877904040603.
- 10 Kuncoro, Mudrajad. (2008). Tujuh Tantangan UKM di Tengah Krisis Global. Harian Bisnis Indonesia, 21 Oktober 2008.
- Witjaksono, M. 2009. Pembangunan Ekonomi dan Ekonomi Pembangunan: Telaah Istilah dan Orientasi dalam Konteks Studi Pembangunan. JESP Vol. 1, No. 1.
- Budiharjo, Eko & Sudanti Hardjohubojo. 1993. Kota Berwawasan Lingkungan. Alumni : Bandung.
- 5 Miles, M.B dan A.M Huberman. 1992. Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods. Diterjemahkan oleh Rohidi, Tjetjep Rohendi. Jakarta: Universitas Indonesia Press
- 13 Moeljarto. Politik Pembangunan: Sebuah Analisis Konsep, Arah dan Strategi. Yogyakarta: Tiara Wacana, 1995, P. 32
- 12 Jeong, L.J. 1996. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Prihantoro, Satya. 2013. Strategi Pemberdayaan Masyarakat Miskin Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Di Kelurahan Bandung Kecamatan Kutoarjo Kabupaten Purworejo). Journal of Non Formal Education and Community Empowerment (NFECE) 2:2. ISSN 2252-6331
- Relawan, IN. 2014. Model Pemberdayaan Kelembagaan Usaha Mikro & Kecil (Umik) Pada Unit Telkom Cdc Pt. Telekomunikasi Indonesia. Tbk. Sosiohumaniora, Volume 16 No. 2 Juli 2014: 156 - 164.
- 14 Rustiadi E, Saefulhakim S, Panuju DR. 2009. Perencanaan dan Pembangunan Wilayah. Yayasan Pustaka Obor Indonesia: Jakarta
- 8 Sobahi, K dan Suhana, C. 2011. Pemberdayaan masyarakat dalam pendidikan di era otonomi daerah. Bandung: Cakra.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kombinasi (mixed methods) Bandung: Alfabeta.

Jurnal Prosiding

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	www.scribd.com Internet	91 words — 4%
2	media.neliti.com Internet	40 words — 2%
3	ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id Internet	40 words — 2%
4	text-id.123dok.com Internet	34 words — 1%
5	anzdoc.com Internet	33 words — 1%
6	wahyudiwidisantosa.blogspot.com Internet	24 words — 1%
7	bba.telkomuniversity.ac.id Internet	22 words — 1%
8	repository.upi.edu Internet	19 words — 1%
9	repository.lppm.unila.ac.id Internet	18 words — 1%
10	edoc.pub Internet	16 words — 1%
11	sir.stikom.edu Internet	16 words — 1%

12	jurnal.unpad.ac.id Internet	15 words — 1%
13	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet	15 words — 1%
14	id.123dok.com Internet	13 words — 1%
15	Johan Arifin, Lili Agustina. "Bentuk Tindak Tutur Persuasi Perawat dan Pasien di Puskesmas Banua Lawas Kabupaten Tabalong", <i>STILISTIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya</i> , 2017 Crossref	11 words — < 1%
16	ejournal.unib.ac.id Internet	11 words — < 1%
17	jos.unsoed.ac.id Internet	10 words — < 1%
18	mafiadoc.com Internet	10 words — < 1%
19	journals.sagepub.com Internet	9 words — < 1%
20	etheses.uin-malang.ac.id Internet	9 words — < 1%
21	repository.usu.ac.id Internet	8 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES ON

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE MATCHES OFF