

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang terkenal akan kekayaan budaya serta kerajinan tangan hasil masyarakatnya. Aneka kerajinan tangan masyarakat Indonesia sudah banyak diterima oleh masyarakat dalam maupun luar negeri. Berbagai kerajinan tangan yang khas daerah yang sudah terkenal di mata dunia sebagai ciri khas dari negara Indonesia, diantaranya Kerajinan Batik, Kerajinan Ukir, Kerajinan Anyaman, Kerajinan Topeng, Kerajinan Tenun, Kerajinan Wayang, dan Kerajinan Keramik (Oncom, 2016).

Kerajinan atau Kriya merupakan salah satu subsektor yang berpengaruh pada Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif. Ekonomi kreatif (Ekraf) sebagai konsep ekonomi yang mengandalkan ide kreatifitas, budaya, dan teknologi diyakini mampu menjadi sumber pertumbuhan baru bagi perekonomian nasional ke depan. Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 72 tahun 2015, kegiatan ekonomi kreatif mencakup 16 subsektor. Namun, tidak semua subsektor ekonomi kreatif ada dalam seri data ekspor Indonesia.

Tabel 1.1 Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor tahun 2010-2016 (US\$)

Subsektor	Tahun						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Film, Animasi, Video	0	2,0	0	0	0	0,1	1,2
Kriya	4.294.196,8	4.390.189,6	4.358.484,7	4.282.512,5	6.363.369,8	7.264.504,8	7.797.661,1
Kuliner	594.239,5	863.166,3	960.895,4	956.934,0	1.081.180,1	1.178.955,6	1.260.503,6
Musik	14,6	2,5	20,4	56,9	10,6	29,0	14,5
Fashion	8.584.325,1	10.356.882,4	10.084.407,5	10.593.408,8	10.698.835,3	10.895.217,7	10.901.481,5
Penerbitan	28.602,7	22.210,7	21.200,0	27.159,6	15.983,6	22.334,5	26.166,8
Seni Rupa	5.631,9	8.943,7	14.573,6	10.556,6	5.550,6	3.035,7	3.039,9

Selama periode 2010-2016 hanya ada 7 subsektor ekonomi kreatif yang diekspor ke luar negeri seperti yang dilihat pada Tabel 1.1. Dari ketujuh subsektor tersebut, terdapat 3 subsektor yang memiliki nilai ekspor tinggi yaitu subsektor *fashion*, Kriya, dan Kuliner.

Batik merupakan salah satu kerajinan (kriya) yang mendominasi pasar di Indonesia maupun dunia dalam kurun waktu beberapa tahun ini. Namun, pada tahun 2015 kerajinan tenun atau kain tenun mulai memasuki pasar dunia yang ada di Eropa maupun Jepang. Pasar tenun Indonesia yang ada di luar negeri saat ini masih minim pesaing. Tidak seperti batik yang sudah banyak ditiru Tiongkok dan Jepang, keaslian kain tenun dari Indonesia banyak dicari konsumen karena kualitasnya (Basita, 2016).

Kain tenun merupakan sektor yang tidak dapat dipisahkan dari sejarah dan kekayaan budaya bangsa Indonesia. Kain tenun diperkirakan telah ada sejak masa Neolitikum. Hal tersebut telah dibuktikan dengan ditemukannya benda-benda pra sejarah seperti cap tenunan, alat untuk memintal, dan bahan yang terlihat jelas adanya tenunan pada kain yang terbuat dari kapas, yang ditemukan lebih dari 3000 tahun yang lalu pada situs Sumba Timur, Gunung Wingko, Yogyakarta, Gilimanuk, Melolo (Sanabila, 2016). Teknik dalam pembuatan kain tenun adalah menggabungkan benang secara memanjang dan melintang. Tenun yang bagian benang vertikalnya disebut benang lungsi, sementara tenun yang bagian benang horizontalnya disebut benang pakan.

Hampir semua daerah di Indonesia terdapat kain tenun, tapi masing-masingnya memiliki ciri khas yang unik dan beragam. 15 daerah di Indonesia yang merupakan penghasil kain tenun terbaik yaitu Palembang, Sumatera Barat, Sumatera Utara, Jambi, Riau, Lampung, Jepara, Yogyakarta, Bali, Kalimantan Timur, Kalimantan Selatan, Kalimantan Barat, Sulawesi Tengah, Nusa Tenggara Timur, dan Nusa Tenggara Barat.

Sumatera Barat merupakan salah satu daerah penghasil kain tenun di Indonesia. Tenun yang terkenal dari Sumatera Barat antara lain Pandai Sikek, Silungkang, Halaban, dan Kubang. Tenun Pandai Sikek dan Silungkang sendiri sudah tersebar di Indonesia maupun luar negeri. Sedangkan tenun Halaban dan Kubang sedang tumbuh dan terus diperbaiki kualitasnya agar bisa berkembang.

Tenun Kubang yang sedang berkembang saat ini adalah Tenun Kubang H. Ridwan BY yang berlokasi di kenagarian Kubang, Kec. Guguk Kab. Lima Puluh Kota, Sumatera Barat. Usaha ini dimulai pada tahun 1970 dengan visi menjadikan tenun Kubang dikenal pada tingkat nasional. Pada saat ini, usaha kerajinan Tenun Kubang H. Ridwan BY dilanjutkan oleh generasi ketiga yaitu Yulia Rahmi. Kondisi usaha saat ini dijabarkan dalam bentuk *Business Model Canvas* seperti terlihat pada **Gambar 1.1**.

Key Partner 1. Pemasok bahan baku 2. <i>Reseller</i>	Key Activities 1. Produksi 2. Pemasaran 3. Penjualan	Value Proposition 1. Motif yang unik 2. Warna yang beragam 3. Kualitas produk yang sesuai dengan harga	Customer Relationship 1. Pelayanan yang baik 2. Menerima kritik dan saran 3. Potongan harga	Customer Segment 1. Masyarakat menengah ke bawah 2. Instansi atau lembaga
	Key Resource 1. Pengrajin tenun 2. Gedung produksi 3. ATBM dan Hani 4. Galeri Tenun		Channel 1. <i>Website</i> 2. <i>Facebook</i> dan WA 3. <i>Reseller</i> 4. Pameran kerajinan	
Cost Structure 1. Biaya bahan baku 2. Biaya tenaga kerja 3. Biaya promosi			Revenue Stream Sumber pendapatan dari penjualan produk	

Gambar 1.1 *Business Model Canvas* Kerajinan Tenun Kubang H. Ridwan BY

Produk-produk yang dihasilkan oleh usaha kerajinan Tenun Kubang H. Ridwan BY terdiri dari bahan kain maupun produk yang sudah jadi seperti atasan perempuan berupa baju kurung, atasan laki-laki berupa baju kemeja dan baju koko, rok, kain sarung, songket, dan selendang. Kapasitas produksi usaha saat ini yaitu 100 produk/bulan. Waktu yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 produk

yaitu antara 3-5 hari tergantung pada keberagaman warna dan motif produk yang diinginkan konsumen. Umumnya 90% dari produk yang dihasilkan dibuat berdasarkan permintaan konsumen. Usaha kerajinan Tenun Kubang H. Ridwan BY mempunyai gedung produksi sendiri dengan luas yaitu $\pm 200\text{m}^2$. Tenun Kubang H. Ridwan BY memiliki 30 unit mesin ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin), 5 diantaranya berumur 5 tahun dan selebihnya berumur lebih dari 10 tahun. Disamping mesin ATBM, terdapat juga 1 mesin Hani yang masih baru yaitu berumur 1 tahun. Jumlah pengrajin yang ada saat ini yaitu berjumlah 15 orang, dengan usia 20-60 tahun dan pengalaman kerja lebih dari 10 tahun. Melihat jumlah mesin ATBM yang ada lebih banyak dari pada jumlah pengrajin, kedepannya usaha ini perlu menambah jumlah pengrajin sesuai dengan kebutuhan agar produksi meningkat.

Calon konsumen yang ingin membeli produk dapat langsung ke tempat produksi Tenun Kubang H. Ridwan BY. Di tempat produksi ini juga terdapat toko untuk menjual langsung produk untuk konsumen. Selain datang langsung ke toko, calon konsumen dapat juga membeli produk melalui *website*, *reseller*, dan pameran kerajinan yang diadakan oleh pemerintah maupun lembaga terkait. Persentase penjualan produk Tenun Kubang H. Ridwan BY yang terjual pada tahun 2017 dapat dilihat pada **Gambar 1.2**.



Gambar 1.2 Penjualan Produk Kerajinan Tenun Kubang H. Ridwan BY

Dari **Gambar 1.2** dapat dilihat bahwa konsumen dari usaha Kerajinan Tenun Kubang H. Ridwan BY didominasi untuk produk bahan baju. Kedepannya usaha ini perlu menambah inovasi dan variasi produk agar konsumen tidak terlalu fokus pada produk baju laki-laki, baju perempuan, dan rok. Produk-produk yang dapat diciptakan kedepannya seperti hiasan dinding (*wallpaper*) serta pemanfaatan limbah tenun untuk menghasilkan produk lain seperti kalung, tas, dan sepatu. Penjualan produk merupakan sumber pendapatan dari usaha Kerajinan Tenun Kubang H. Ridwan BY. Produk ditawarkan dengan harga bervariasi antara Rp 200.000,- – Rp 700.000,-. Melihat harga yang ditawarkan, dapat dikatakan bahwa konsumen dari Tenun Kubang H. Ridwan BY dapat menjangkau masyarakat dengan ekonomi menengah ke bawah. Konsumen dari Tenun Kubang H. Ridwan BY dapat dibagi dengan tipe konsumen pribadi, instansi atau lembaga, dan *reseller*. Penjualan produk Tenun Kubang H. Ridwan BY dari konsumen pribadi mencapai 51%, instansi atau lembaga 46%, dan *reseller* 3%.

Tenun Kubang H. Ridwan BY berusaha membangun *value proposition* dari usaha yang dijalankan diantaranya yaitu motif yang unik, warna yang beragam, dan kualitas produk yang baik. Motif tenun Kubang diinspirasi dari alam, tumbuhan dan benda-benda yang merupakan ciri khas daerah Kubang dan Minangkabau. Terkait warna, produk tenun Kubang H. Ridwan BY memiliki warna yang beragam mulai dari warna *soft* sampai dengan warna kontras yang tinggi. Sementara itu, usaha ini menjaga kualitas produk dengan harga jual yang sesuai kualitas bahan baku yang dipakai. Kedepannya usaha ini perlu meningkatkan kualitas produk dengan kualitas bahan baku yang sesuai dengan harga jual namun produk yang dihasilkan memiliki tingkat kenyamanan yang maksimal digunakan oleh konsumen, selain itu dalam kualitas produk dapat juga ditingkatkan dari segi motif yang diciptakan lebih kreatif dan inovatif lagi. Bahan baku utama dari produk tenun Kubang ini yaitu benang katun dengan jenis benang lungsi yang dibeli dari daerah Silungkang, sedangkan jenis benang pakan dibeli dari daerah Bukittinggi. Masing-masing jenis bahan baku bergantung pada 1 pemasok yang biasanya dibeli dalam jumlah 5-10 pak untuk pemakaian selama ± 2 bulan.

Untuk aktivitas promosi dan pemasaran, usaha Kerajinan Tenun Kubang H. Ridwan BY dilakukan melalui *website*, *reseller*, *facebook*, *WhatsApp* (WA), dan pameran kerajinan yang diadakan pemerintah atau lembaga terkait. Diantara *channel* pemasaran tersebut yang paling optimal adalah komunikasi melalui WA. Pemanfaatan *channel* pemasaran melalui *website* masih belum optimal. *Website* yang ada saat ini kurang *update*, biasanya *website* di *update* dalam waktu 1-3 bulan. Target usaha ini kedepannya perlu meningkatkan aktivitas promosi dengan menambah *channel* pemasaran lebih luas lagi seperti melalui jual *online* (Tokopedia, Lazada, Shopee) dan Instagram. *Reseller* yang bekerja sama dengan Tenun Kubang H. Ridwan BY baru 1 *reseller* yaitu Toko Bordir Mande yang berlokasi di Kota Padang. Pameran kerajinan yang diadakan pemerintah atau lembaga terkait biasanya diikuti 4-5 kali dalam setahun, baik itu skala atau level lokal maupun nasional. Biaya-biaya yang dikeluarkan Tenun Kubang H. Ridwan BY dalam menjalankan proses bisnisnya dapat diklasifikasikan atas biaya bahan baku sebesar 27%, biaya tenaga kerja sebesar 64%, biaya *overhead* sebesar 9% (biaya telepon dan listrik sebesar 4%, biaya bensin sebesar 3%, dan biaya promosi dan pemasaran sebesar 2%). Dari biaya-biaya tersebut dapat dilihat bahwa biaya tenaga kerja merupakan biaya yang sangat berpengaruh dalam usaha ini.

Dalam upaya menjalin hubungan baik dengan konsumen guna menjangkau maupun mempertahankan konsumen, usaha Kerajinan Tenun Kubang H. Ridwan BY banyak melakukan komunikasi melalui via WA. Tenun Kubang H. Ridwan BY sangat terbuka terhadap masukan atau kritikan dari konsumennya guna memperbaiki kualitas produk yang sudah ada saat ini dan memfasilitasi pelayanan kepada konsumen yang akan melakukan pembelian produk dalam bentuk lunas (*cash*) maupun secara cicilan. Untuk pembelian produk dengan pembayaran secara cicilan, Tenun Kubang H. Ridwan BY tidak menetapkan aturan-aturan atau dapat dikatakan konsumen diberi kebebasan dalam melakukan pembayaran secara cicilan. Bahkan ada konsumen yang melakukan pembayaran hingga rentang waktu 5 bulan. Sumber pendapatan dari usaha ini hanya dari penjualan produk yang dimodalkan dengan menggunakan uang sendiri. Pendapatan dari

pembayaran secara cicilan lebih besar (55%) dari pada pembayaran secara lunas (45%).

Melihat kondisi usaha saat ini, dapat dikatakan bahwa Tenun Kubang H. Ridwan BY memiliki beberapa permasalahan diantaranya yaitu kapasitas produksi yang masih rendah, pemanfaatan *channel* pemasaran yang belum optimal, dan biaya tenaga kerja yang dibutuhkan cukup tinggi. Dalam upaya menjaga kesinambungan dan kompetitif maka usaha Tenun Kubang H. Ridwan BY perlu melakukan analisis rantai nilai dan merumuskan strategi untuk pengembangan usaha kedepannya.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana rantai nilai usaha kerajinan tenun Kubang H. Ridwan BY?
2. Bagaimana strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha kerajinan tenun Kubang H. Ridwan BY?

1.3 Tujuan

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi rantai nilai usaha kerajinan tenun Kubang H. Ridwan BY.
2. Menentukan strategi dalam pengembangan usaha kerajinan tenun Kubang H. Ridwan BY.



1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang perlu diperhatikan dalam penelitian ini adalah produk yang dikaji pada penelitian ini untuk produk bahan baju perempuan dan baju laki-laki karena persentase penjualan produk tersebut tinggi.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dan mendukung dalam pemecahan masalah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai langkah-langkah atau tahapan dalam melakukan penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai analisis nilai tambah setiap pelaku rantai nilai dan analisis lingkungan internal dan eksternal pada usaha kerajinan Tenun Kubang H.Ridwan BY

BAB V PERUMUSAN STRATEGI

Bab ini berisi mengenai tahapan-tahapan dalam perumusan strategi yang terdiri dari tahap *input*, tahap pencocokan, dan tahap keputusan. Setelah didapatkan strategi alternatif dari perumusan strategi kemudian digambarkan kembali model bisnis usulan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC).

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari penelitian dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.