

STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KERAJINAN SULAMAN/TENUN SUMATERA BARAT BERBASIS SINERGITAS MULTI-STAKEHOLDERS

Nenengsih, Ash Shadiq Egim

nenengsih18@gmail.com, ashadiqegym@stiepi.ac.id
STIE Perbankan Indonesia

Abstract: *The purpose of this study was to design a model for developing a craft / embroidery industry based on multi-stakeholder synergy. The weakness of UMKM is used as an approach to find out the role of multi stakeholders. The research method used in this research is qualitative with descriptive research type. The location of the study was determined by purposive means of areas that were included in the potential category of embroidery/weaving crafts, namely Tanah Datar District, Lima Puluh Kota District and Sawahlunto City. The informants in this study consisted of key informants namely the owners of embroidery/weaving UMKM plus additional informants namely employees and related OPD. The results showed that the weaknesses of West Sumatera embroidery/weaving UMKM included three aspects, marketing, capital and business funding, and business management. Based on the weakness approach, multi-stakeholder synergy is needed to overcome them.*

Keywords: *Embroidery / weaving, UMKM, Stakeholders.*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang model pengembangan industri kerajinan sulaman/tenun berbasis sinergitas multi *stakeholders*. Faktor kelemahan UMKM digunakan sebagai pendekatan untuk mengetahui peran multi *stakeholders*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Lokasi penelitian ditentukan dengan cara *purposive* yaitu daerah yang masuk kategori potensial kerajinan sulaman/tenun, yaitu Kabupaten Tanah Datar, Kabupaten Lima Puluh Kota dan Kota Sawahlunto. Informan dalam penelitian ini terdiri dari informan kunci yakni pemilik UMKM sulaman/tenun ditambah dengan informan tambahan yakni karyawan dan OPD terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelemahan UMKM sulaman/tenun Sumatera Barat mencakup tiga aspek, pemasaran, modal dan pendanaan usaha, dan manajemen usaha. Berdasarkan pendekatan kelemahan tersebut maka diperlukan sinergitas multi *stakeholders* untuk mengatasinya.

Kata kunci: Sulaman/tenun, UMKM, Stakeholders.

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi. Sektor ini terbukti dapat menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran (Sudaryanto, 2011). UMKM bahkan memiliki ketahanan yang kuat sebagai penyangga perekonomian. Saat krisis ekonomi melanda Asia tahun 1997, sektor Industri Kecil Menengah (IKM) di Indonesia lebih mampu bertahan dibandingkan industri skala besar (Tambunan, 2005). Meski mampu memperkokoh ekonomi bangsa, berbagai persoalan menjadi hambatan bagi perkembangan UMKM. Hambatan tersebut yakni pemasaran, regulasi pemerintah, kualitas dan daya saing, informasi pasar dan kualitas SDM (Tambunan, 2005).

Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, usaha mikro kecil dan menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang 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. Di Sumatera Barat, salah satu UMKM yang memiliki produk dengan ciri khas Minang adalah kerajinan sulaman/tenun.

Masyarakat Minangkabau telah mengenal sulaman/tenun sejak puluhan tahun lalu. Potensi tersebut menyebar di sejumlah kawasan dengan ciri khas dan corak yang bervariasi. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat menetapkan tujuh daerah penghasil produk

unggulan sulaman dan tenun yaitu, Kabupaten Lima Puluh Kota, Kota Sawahlunto, Kabupaten Tanah Datar, Kota Pariaman, Kabupaten Pesisir Selatan, Kabupaten Dharmasraya, dan Kota Padang. Daerah tersebut dibagi dalam dua kategori, yakni daerah potensial dan daerah penyangga. Keberadaannya memiliki peran penting dalam menunjang perekonomian, terutama dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Permasalahan UMKM di Sumbar masih seputar rendahnya kualitas pengemasan, permodalan dan terbatasnya akses pasar (Kadin, 2017).

Kemampuan wirausaha para pelaku UMKM sulaman di Sumatera Barat juga sangat terbatas (Hendri, dkk 2014). Sinergi dari sejumlah pihak mutlak diperlukan dalam rangka mengembangkan dan meningkatkan pertumbuhan UMKM sulaman/tenun Sumatera Barat. Selain pemilik usaha ataupun pengrajin, pemerintah dan lembaga lainnya juga diharapkan dapat berperan. Emrizal dan Primadona (2013), menemukan bahwa kerajinan sulaman dan bordir di Sumatera Barat memiliki potensi besar untuk berkembang. Tetapi, tidak dibarengi dengan semangat dan jiwa wirausaha yang dimiliki oleh pemilik usaha. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya dukungan dari pemerintah daerah dalam membina jiwa wirausaha pelaku UKM.

Percepatan perkembangan usaha sulaman/tenun perlu dilakukan agar UMKM bidang tersebut semakin berkembang dan memiliki daya saing. Melalui sinergitas banyak pihak (multi-stakeholders) diharapkan dapat meningkatkan perkembangan usaha dan daya saing UMKM sulaman/tenun. Peran *stakeholders* yaitu sebagai inovator, regulator, koordinator, fasilitator, stabilisator, motivator dan evaluator. Melalui keterlibatan banyak pihak selanjutnya dapat ditentukan strategi yang akan dilakukan untuk meningkatkan pertumbuhan.

Tujuan penelitian adalah untuk merancang model pengembangan industri kerajinan sulaman/tenun Sumatera Barat berbasis sinergitas multi *stakeholders*. Hasil pengamatan dan survey awal terdapat beberapa hal yang peneliti temukan, pengelolaan UMKM sulaman/tenun dengan melibatkan semua pihak (*stakeholders*) belum optimal sehingga perkembangan dan pertumbuhannya masih rendah, model pengembangan yang melibatkan multi *stakeholders* belum ada baik untuk UMKM sulaman maupun UMKM tenun.

B. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif sedangkan tipe penelitiannya adalah deskriptif. Lokasi penelitian ditentukan dengan teknik *purposive*, artinya lokasi penelitian ditentukan dengan kriteria tertentu. Kriteria yang dimaksud adalah lokasi penelitian merupakan daerah yang masuk dalam kategori daerah potensial sulaman/tenun di Provinsi Sumatera Barat. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari Dinas UMKM dan Koperasi Sumatera Barat, daerah potensial sulaman/tenun yaitu Kabupaten Lima Puluh Kota, Kabupaten Tanah Datar dan Kota Sawahlunto.

Subyek penelitian dalam penelitian ini adalah informan. Informan berasal dari daerah yang ditentukan sebagai lokasi penelitian. Selanjutnya ditentukan informan kunci dan informan tambahan. Informan kunci yang dimaksud adalah pelaku UMKM sulaman/tenun yang terdiri dari pemilik sebanyak 13 orang dan karyawan berjumlah 4 orang. Selanjutnya sebagai informan tambahan, untuk masing-masing daerah yang telah diwawancarai adalah Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait, sebanyak 3 orang. Berikut daftar informan yang berhasil diwawancarai dalam penelitian.

Tabel 1

Daftar Informan yang Berhasil diwawancarai dalam Penelitian

No	Nama Informan	Umur	Pekerjaan	Alamat
1.	Yusniar	58 tahun	Pelaku UMKM Sulaman	Tanah Datar
2.	Dewi Oktaviani	42 tahun	Pelaku UMKM Tenun	Tanah Datar
3.	Ade	55 tahun	Karyawan Sulaman	Tanah Datar
4.	Rafni K	57 tahun	Pelaku UMKM Sulaman	Tanah Datar

5.	Marwan, SE	56 tahun	Kadis Koperindag	Tanah Datar
6.	Melvi	46 tahun	Pelaku UMKM Tenun	Tanah Datar
7.	Dewi Oktavianti	38 tahun	Pelaku UMKM Tenun	Tanah Datar
8.	Era Wati	27 tahun	Karyawan Tenun	Tanah Datar
9.	Hesti Basri	23 tahun	Karyawan Tenun	Tanah Datar
10.	Riza	25 tahun	Karyawan Tenun	Lima Puluh Kota
11.	Fatimurni	62 tahun	Pelaku UMKM Tenun	Lima Puluh Kota
12.	Sudarti	42 tahun	Pelaku UMKM Sulaman	Lima Puluh Kota
13.	Delvina Arianti	34 tahun	Pelaku UMKM Sulaman	Lima Puluh Kota
14.	Oktariza	41 tahun	Pelaku UMKM Sulaman	Lima Puluh Kota
15.	Een	53 tahun	Kabid Industri	Lima Puluh Kota
16.	Resneta	54 tahun	Pelaku UMKM Tenun	Sawahlunto
17.	Nurlena	40 tahun	Pelaku UMKM Tenun	Sawahlunto
18.	Krismayanti	28 tahun	Pelaku UMKM Sulaman	Sawahlunto
19.	Novembra Elva	32 tahun	Pelaku UMKM Sulaman	Sawahlunto
20.	Erlinatis, SH	43 tahun	Kasi Pemb. UMKM	Sawahlunto

Sumber: Data Penelitian, 2019

Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan penyebaran kuisioner. Data yang telah terkumpul, selanjutnya diolah agar menjadi sebuah penelitian yang sempurna dengan tahapan mulai dari *editing, coding, interpretasi dan evaluating*.

Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis faktor *weakness* (kelemahan). Analisis deskriptif digunakan untuk mengolah data-data yang dikumpulkan baik sekunder maupun primer. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi persoalan yang dihadapi UMKM. Analisis dilakukan dengan menggunakan bantuan tabulasi frekuensi dan grafik. Selanjutnya analisis faktor *weakness* (kelemahan) merupakan analisis faktor-faktor keterbatasan yang menempatkan bisnis/proyek di posisi yang kurang menguntungkan dibandingkan dengan orang lain.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Faktor-Faktor Kelemahan UMKM Sulaman/Tenun di Sumatera Barat

Informan kunci dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menjadi pelaku UMKM Sulaman/Tenun yang terdiri dari pemilik UMKM dan karyawan. Lokasi yang dipilih yaitu tiga daerah potensial Sulaman Tenun, yakni Kabupaten Tanah Datar, Kabupaten Lima Puluh Kota dan Kota Sawahlunto. Sebagai informan tambahan peneliti juga melibatkan unsur pemerintah atau OPD terkait. Secara umum, kegiatan UMKM Sulaman/Tenun di Sumatera Barat dilakukan oleh perempuan. Para perempuan Minangkabau yang menekuni usaha Sulaman/Tenun biasa disebut pengrajin. Pada tiga daerah yang diteliti, diperoleh informasi bahwa terdapat banyak kelemahan yang akhirnya menghambat perkembangan UMKM Sulaman/Tenun. Berikut kelemahan setiap aspek yang ditanyakan peneliti kepada informan kunci.

a. Aspek organisasi dan manajemen usaha

Fokus penelitian terkait aspek organisasi dan manajemen usaha adalah untuk mengetahui bagaimana perencanaan pengembangan usaha, akuntansi dan antisipasi risiko pencurian dan kecurangan yang dilakukan karyawan. Berdasarkan jawaban dari responden, kelemahannya terletak pada rencana pengembangan usaha. Pelaku UMKM sulaman maupun tenun sebagian besar tidak memiliki rencana pengembangan usaha yang jelas seperti dokumen tertulis tentang rencana ke depan. Berikut gambaran jawaban responden pada aspek organisasi dan manajemen usaha.

Tabel 2
Aspek Organisasi dan Manajemen Usaha

Aspek Organisasi dan Manajemen Usaha	Frekuensi		
	Ya	Tidak	Persentase
Memiliki rencana pengembangan usaha	0	13	0
Keuangan usaha dan pribadi terpisah	7	6	53
Antisipasi risiko usaha	3	10	2

Sumber: Data primer, diolah peneliti 2019

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh informasi bahwa seluruh pelaku UMKM Sulaman/Tenun yang menjadi responden, tidak memiliki dokumen perencanaan pengembangan usaha. Rencana pengembangan usaha hanya berupa pemikiran yang tidak dituangkan secara tertulis. Misalnya, pelaku usaha berencana tahun depan, penjualan hasil sulaman/tenun akan ditingkatkan. Kondisi seperti ini tidak dapat disimpulkan sebagai rencana pengembangan usaha. Sebab, perencanaan merupakan proses memutuskan program-program yang akan dilaksanakan oleh organisasi yang dialokasikan ke setiap program selama beberapa tahun ke depan, dan selanjutnya rencana strategis diimplementasikan melalui dokumen yang menjelaskan bagaimana keputusan strategis (Anthony dan Vijay, 2009).

Pelaku UMKM Sulaman maupun Tenun juga masih banyak yang tidak memisahkan antara keuangan usaha dan keuangan pribadi dengan kata lain, prinsip akuntansi yang menghendaki adanya pemisahan keuangan belum sepenuhnya diterapkan. Begitupula antisipasi risiko terjadinya kondisi yang merugikan usaha, seperti *froud* yang dilakukan oleh karyawan juga belum banyak UMKM yang mengantisipasinya.

b. Aspek Pemasaran

Pada aspek pemasaran, hal yang perlu menjadi pertimbangan untuk pemasaran produk Sulaman/Tenun adalah kemasan, izin, kualitas, merek, lokasi usaha dan promosi. Jawaban responden terlihat di tabel 3.

Tabel 3
Aspek Pemasaran

Aspek Pemasaran	Frekuensi		
	Ya	Tidak	Persentase
Produk memiliki kemasan	10	3	77
Terdapat ijin/legalisasi produk	11	2	85
Lokasi usaha strategis	9	4	69
Melakukan pemeriksaan kualitas produk	13	0	100
Melakukan promosi melalui media	10	3	77
Wilayah promosi mencakup internasional	3	10	23

Sumber: Data primer, diolah peneliti 2019

Aspek pemasaran yang paling mempengaruhi perkembangan UMKM Sulaman/Tenun adalah cakupan promosi. Sebanyak 77 persen responden melakukan promosi lewat media. Tetapi, media yang mereka gunakan pada umumnya adalah media sosial (Medsos). Meski sudah menggunakan media berbasis internet, namun tidak serta merta menyebabkan peningkatan penjualan. Terlebih bagi mereka yang memiliki usaha skala mikro. Produk Sulaman/Tenun yang telah siap untuk dijual sering banjir stok, sebab tidak ada orderan. Mereka kesulitan untuk mencari pembeli. Diperparah lagi, toko tempat mereka menitipkan produk juga masih memiliki persediaan yang sudah menumpuk. Akhirnya, para pengrajin atau karyawan Sulaman/Tenun yang *notabene*-nya adalah masyarakat, terpaksa libur menerima upah.

Penjelasan yang disampaikan oleh perempuan pengrajin sulaman/tenun (masyarakat), sulaman atau tenun yang mereka kerjakan seringkali tidak diambil oleh pemilik UMKM dalam waktu yang terbilang lama, 2-5 bulan. Alasannya adalah belum ada orderan baru. Sehingga kain yang sedang dikerjakan oleh pengrajin, belum dijemput oleh pemilik UMKM Sulaman/tenun. Di sisi lain, pemilik UMKM Sulaman/Tenun mengaku kesulitan memasarkan produk sejak empat tahun terakhir, penyebabnya adalah tidak ada event-event besar yang dilaksanakan di Sumatera Barat. Padahal dulunya hampir setiap pekan, UMKM sulaman/tenun mendapatkan omzet yang lumayan besar untuk setiap penjualan pada momentum acara yang berskala propinsi maupun nasional yang diadakan di Sumatera Barat. Selain itu, harga tiket pesawat relatif mahal juga menjadi pemicu rendahnya tingkat penjualan sulaman/tenun. Karena, pangsa pasar selain dari dalam Sumbar juga berasal dari luar provinsi.

c. Aspek Modal dan Pendanaan Usaha

Aspek modal dan pendanaan usaha mencerminkan kebutuhan tambahan modal, akses pelaku UMKM terhadap lembaga keuangan bank atau non bank, jaminan utang yang layak, dan pengetahuan tentang prosedur pengajuan kredit.

Tabel 4
Aspek Modal dan Pendanaan Usaha

Aspek Modal dan Pendanaan Usaha	Frekuensi		
	Ya	Tidak	Persentase
UMKM membutuhkan tambahan modal	12	1	92
Memiliki akses pada lembaga keuangan	5	8	38
Memiliki agunan	4	9	31
Mengetahui prosedur pengajuan kredit	12	1	92

Sumber: Data primer, diolah peneliti 2019

Sebesar 92 persen responden kekurangan modal untuk mengembangkan usaha. Sebanyak 62 persen di antaranya tidak memiliki akses pada lembaga keuangan bank maupun non bank dan tidak memiliki agunan untuk mengajukan kredit, meskipun hampir semua responden mengetahui prosedur pengajuan kredit. Tambahan modal yang dibutuhkan, akan dipergunakan untuk membeli peralatan sulaman/tenun serta sebagai modal dasar membeli bahan baku dan membayar upah pengrajin, jika pesanan datang dalam partai besar. Manakah persoalan UMKM sulaman/tenun yang paling krusial Jawaban responden ternyata seragam. Hal paling prioritas adalah pemasaran, selanjutnya masalah modal atau pendanaan usaha.

d. Aspek Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Inovasi

Pada aspek ini ada empat item yang dipertanyakan, antara lain penggunaan komputer dalam usaha, desain produk baru, mencari pasar baru atau peluang baru melalui teknologi informasi, dan inovasi layanan terhadap konsumen.

Tabel 5
Aspek Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Inovasi

Aspek Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Inovasi	Frekuensi		
	Ya	Tidak	Persentase
Aktivitas usaha menggunakan komputer	1	12	08
Ada upaya mendesain produk baru	4	9	31
Mencari pasar/peluang baru	12	1	92
Inovasi layanan terhadap konsumen	8	5	62

Sumber: Data primer, diolah peneliti 2019

Aktivitas usaha sulaman/tenun pada umumnya tidak menggunakan komputer. Meskipun ada beberapa UMKM yang telah memanfaatkan teknologi komputer, misalnya untuk pencatatan

laporan keuangan dan promosi termasuk inovasi layanan terhadap konsumen. Jika dulunya hanya promosi saat pameran, namun saat ini sudah ditambahkan dengan promosi via internet. Begitupula layanan kepada konsumen juga sudah banyak yang berbasis *online*.

e. Aspek Pemakaian Bahan Baku

Aspek yang terkait dengan bahan baku untuk membuat sulaman/tenun, relatif stabil atau tidak mengalami kesulitan. Begitu pula dari segi harga bahan baku yang digunakan juga tidak mempengaruhi perkembangan UMKM Sulaman/Tenun. Pada umumnya pelaku UMKM membeli bahan baku sulaman/tenun di Kota Bukittinggi. Bahan baku yang dibutuhkan biasanya adalah benang dan kain. Berikut gambaran aspek pemakaian bahan baku sulaman/tenun.

Tabel 6

Aspek Pemakaian Bahan Baku

Aspek Pemakaian Bahan Baku	Frekuensi		
	Ya	Tidak	Persentase
Bahan baku mudah diperoleh	13	0	100
Harga bahan baku stabil	13	0	100
Kualitas bahan baku konsisten	13	0	100

Sumber: Data primer, diolah peneliti 2019

f. Aspek peralatan produksi

Terdapat tiga hal yang ditanyakan dalam aspek peralatan produksi, yaitu penggunaan peralatan produksi, perubahan peralatan yang lebih canggih dan efisien dan kepemilikan peralatan produksi pelengkap lainnya, sebagaimana tergambar pada tabel berikut:

Tabel 7

Aspek Peralatan Produksi

Aspek Peralatan Produksi	Frekuensi		
	Ya	Tidak	Persentase
Peralatan produksi masih tradisional	12	1	92
Melakukan perubahan peralatan	1	12	08
Memiliki peralatan pelengkap lainnya	7	6	53

Sumber: Data primer, diolah peneliti 2019

Pelaku UMKM masih banyak yang tidak menggunakan teknologi dalam aktivitas produksi sulaman/tenun, karena menurut mereka, hasil dan kualitas produk akan lebih baik jika dilakukan dengan manual atau ATBM (alat tenun bukan mesin). Pengerjaan dengan cara tradisional justru memiliki ciri khas dan daya saing bagi produk sulaman maupun tenun. Beberapa pengrajin (karyawan) ada yang menganggap bahwa untuk membuat motif tenun jika dengan menggunakan mesin akan lebih cepat dibandingkan manual. Namun bila dilakukan secara manual tetap punya nilai jual tersendiri.

g. Aspek Penyerapan dan Pemberdayaan Tenaga Kerja

Pada aspek tenaga kerja, ada tiga hal yang diamati yakni terkait dengan sumber daya tenaga kerja, sebagaimana terlihat pada tabel 8.

Tabel 8.

Aspek Penyerapan dan Pemberdayaan Tenaga Kerja

Aspek PP Tenaga Kerja	Frekuensi		
	Ya	Tidak	Persentase
TK memiliki pengalaman	13	0	100
TK memiliki keahlian khusus	13	0	100
Terdapat upaya peningkatan keahlian TK	13	0	100

Sumber: Data primer, diolah peneliti 2019

Aspek penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja, secara umum bukan menjadi hambatan perkembangan UMKM sulaman/tenun. Dilihat dari segi penyerapan tenaga kerja, pada umumnya keterampilan menyulam dan tenun diwariskan secara turun temurun. Masyarakat di daerah potensial sulaman/tenun, para perempuan umumnya sudah terampil. Selanjutnya keterampilan itu juga terus dipertahankan melalui pro aktif pemerintah setempat. Berdasarkan hasil wawancara dengan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang terkait terungkap bahwa upaya peningkatan keahlian sulaman/tenun terus dilakukan secara berkala.

Analisis Strategi Pengembangan UMKM Sulaman/Tenun

Upaya merumuskan strategi pengembangan UMKM Sulaman/Tenun perlu analisis yang tepat. Berdasarkan hasil penjelasan dari responden yang telah diuraikan di atas, maka perumusan strategi pengembangan UMKM sulaman/tenun dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kelemahan atau keterbatasan UMKM sulaman/tenun yang menjadi penyebab usaha tersebut tidak berkembang secara maksimal.

Faktor-faktor kelemahan UMKM sulaman/tenun

1) Keterbatasan akses pemasaran produk sulaman/tenun

Aspek pemasaran menjadi persoalan utama berkembangnya usaha sulaman/tenun di Sumatera Barat. Sulitnya akses mendapatkan pasar yang potensial membutuhkan sinergitas dari multi *stakeholders*. Sebagaimana yang terjadi di Kota Sawahlunto, para pelaku UMKM sulaman/tenun diberikan solusi agar produk yang mereka hasilkan dapat diserap oleh pasar. Salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah setempat adalah dengan adanya kebijakan seragam wajib sekolah dan seragam dinas bagi pegawai pemerintah yang bekerja di Pemerintah Kota Sawahlunto. Sejak empat tahun terakhir, siswa sekolah dan pegawai diwajibkan menggunakan seragam sekolah dan seragam kantor hasil tenun dan sulaman dari pengrajin di Sawahlunto. Motifnya pun ditetapkan oleh pemerintah setempat. Alhasil, produk sulaman/tenun karya pengrajin, banyak terserap untuk pasar lokal.

2) Minimnya modal dan pendanaan usaha

Modal dan pendanaan usaha merupakan persoalan turunan dari pemasaran. Menurut sebagian besar pelaku usaha sulaman/tenun skala kecil dan mikro, ketika pemasaran telah jalan barulah mereka membutuhkan tambahan modal. Misalnya bila ada order dalam partai besar, maka pendanaan usaha mutlak diperlukan. Hal ini berbeda dengan usaha sulaman/tenun yang telah berskala menengah. Kebutuhan modal pada skala ini tidak terlalu menjadi persoalan. Sebab mereka telah memiliki akses ke lembaga keuangan baik bank maupun non bank.

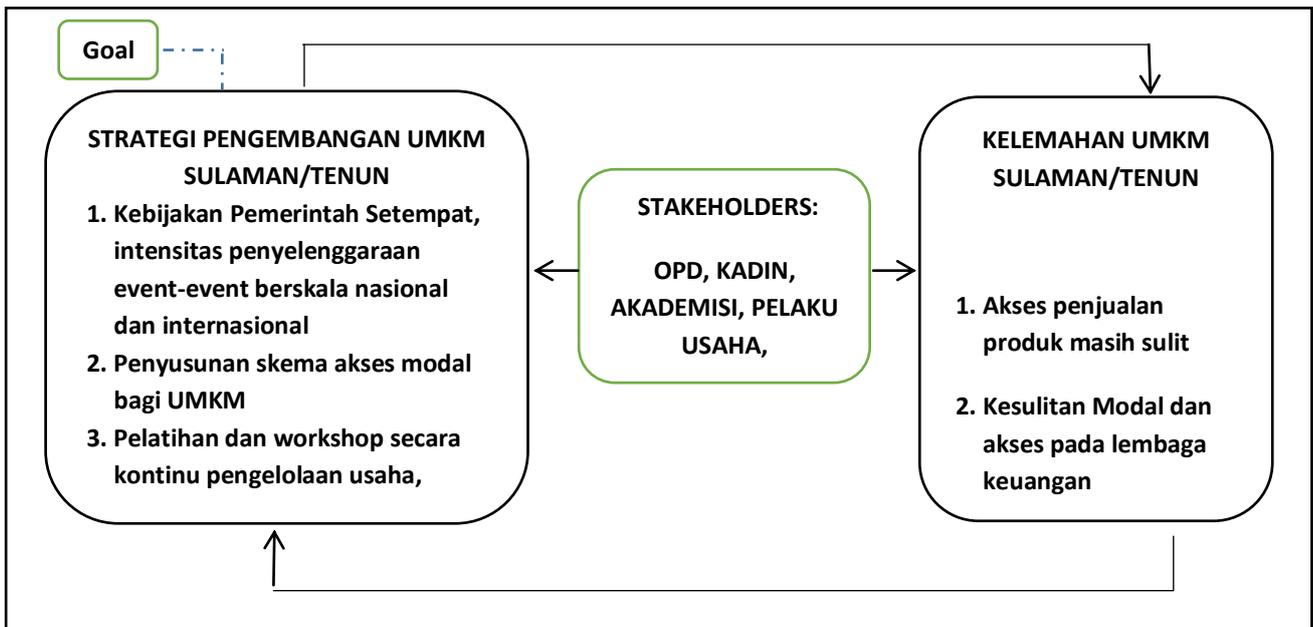
3) Minimnya pengetahuan tentang aspek organisasi dan manajemen usaha

Aspek organisasi dan manajemen usaha menjadi faktor penghambat perkembangan UMKM sulaman/tenun. Pengetahuan tentang tata kelola usaha dan manajemen usaha merupakan kekuatan internal UMKM. Namun, kondisi di lapangan menunjukkan sebagian besar pelaku UMKM belum memahami pentingnya aspek organisasi dan manajemen usaha dalam menjalankan operasional usaha. Sehingga diperlukan upaya komprehensif baik dari pemangku kepentingan.

Perumusan model pengembangan UMKM Sulaman/Tenun berbasis stakeholder

Berdasarkan kelemahan UMKM sulaman/tenun yang telah dianalisis, maka diperlukan sinergitas multistakeholders untuk mengatasi persoalan yang dihadapi UMKM sulaman/tenun Sumatera Barat. Berikut model pengembangan UMKM sulaman/tenun yang disusun berdasarkan pendekatan kelemahan UMKM sulaman/tenun.

Gambar 1
Model Pengembangan Industri Kerajinan Sulaman/Tenun Berbasis Sinergitas Multi-Stakeholders



D. PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelemahan UMKM sulaman/tenun Sumatera Barat mencakup tiga aspek, pemasaran, modal dan pendanaan usaha, dan manajemen usaha. Akses penjualan produk masih sulit, sulitnya modal dan akses pada lembaga keuangan, serta tidak memiliki rencana pengembangan usaha. Berdasarkan pendekatan kelemahan tersebut maka diperlukan sinergitas multi stakeholders untuk mengatasinya. Multi-stakeholders adalah Organisasi Perangkat Daerah (OPD), Kadin, Akademisi, pelaku usaha dan masyarakat. Strategi yang perlu diupayakan dalam hal pemasaran adalah kebijakan pemerintah setempat misalnya penggunaan produk sulaman/tenun sebagai seragam wajib di pemerintahan atau pun di sekolah-sekolah dan intensitas penyelenggaraan event-event berskala nasional dan internasional. Selanjutnya untuk pengembangan usaha perlu penyusunan skema akses modal bagi UMKM, dan dari segi organisasi dan manajemen usaha, perlu dilakukan pelatihan dan workshop secara kontinu.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Mohamad N, Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan, Jurnal Organisasi dan Manajemen. September 2017. Volumen 13, Nomor 2, 99-118
- BPS, Produk Domestik Bruto, (online) 2011. (diakses 20 Desember 2018), <http://www.bps.go.id/index.php?news=730>.
- Boesra A.J. 2005. Teknik Dasar Menyulam Untuk Pemula. Jakarta: Kawan Pustaka
- Chrisnardani Y, Komunikasi Pemasaran Terpadu: Implementasi Untuk UMKM, Jurnal NeO-Bis. Desember 2014. Volume 8, No.2.

- Emrizal dan Primadona, Wirausaha dan Pengembangan UKM di Sumatera Barat Suatu Kajian Pada UKM Kerajinan Sulaman dan Bordiran, *Jurnal POLIBISNIS*. 2013. Volume 5. Nomor.1 .
- Hendri Y, Elvhira L, Lasti Y, Anggita P, Pemberdayaan Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Sumatera Barat Melalui *Enterpreneurial Marketing*; Studi Pada UMKM Bordir dan Sulaman. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*. 2014. Vol.12 No.23 (478-491)
- Hamid E dan Susilo Y, Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal ekonomi Pembangunan*. Juni 2011, volume 12, nomor 1, 45-55
- Indra A, Marimin, Gendut S, Model Konseptual Strategi Pengembangan Industri Kecil Menengah Berbasis Sumber Daya (Studi Kasus Pengembangan IKM di Pangalengan). *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*. 2015. 25 (1):14-20.
- Indira, Ira Dhyani, 2011, 38 Kreasi Sulam Apik : Melukis dengan Jarum dan Benang: Kriya Pustaka.
- Rahmana A. Usaha Kecil dan Menengah (UKM), *Informasi Terdepan tentang Usaha Kecil Menengah*, (online) 2008. (diakses 20 Desember 2018), <http://infoukm.wordpress.com>,
- Sudaryanto, The need for ICT-Education for manager or Agribusinessman to Increasing Farm Income: Study of Factor Influences on Computer Adoption in East Java Farm Agribusiness. *International Journal of Education and Depeloment JEDICT*. 2011, Vol. 7 No.1: 56-67.
- Sunaryanto LT, *Dinamika Industri Skala Menengah, gejala missing of the middle dan sumber-sumber pertumbuhan industri (desertasi)*. 2006. Institut Pertanian Bogor.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. 2011, Alfabeta Bandung.
- Tambunan T, Promoting Small and Medium Enterprises with a Clustering Approach a Policy from Indonesia. *Jsmall Busines Mgmt*, 2015, 43(2):138-154
- Wacik, Triesno Jero. 2012. *Adikriya Sulam Indonesia*. Indonesia: Yayasan sulam Indonesia
- Widati, Riris W, 2002, Perempuan dalam Usaha Pertenunan Sulawesi Selatan, *Jurnal Perempuan* edisi 22