

INOVASI GALERI DAN PEMASARAN BERBASIS DIGITAL UNTUK PRODUK KAIN TENUN KHAS SUKU BADUY

Suhartono¹, Mulyono², Eli Yuliansari³, Hudri⁴

hart@ecampus.ut.ac.id¹

Abstrak

Kata Kunci:

Tenun Baduy,
Galeri, Pemasaran
Digital

Tenun Baduy adalah warisan nenek moyang suku Baduy. Awalnya bahan tenun terbuat dari kulit kayu, konon waktu itu kapas sangat sulit di dapat. Kain yang terbuat dari kulit kayu disebut *Samping Popok*. Seiring berjalannya waktu tenun mulai diproduksi dengan bahan yang terbuat dari benang berwarna putih. Pada tahun 1990 Tenun Baduy mulai di kenal masyarakat luas sehingga banyak wisatawan yang berdatangan untuk mengenal lebih dekat. Terdapat 20 nama motif kain tenun Baduy, salah satunya adalah *suat songket*, *adumancung*, dan *susuatan*. Tenun baduy identik dengan kaum perempuan, bagi perempuan suku Baduy luar, menenun menjadi tolak ukur kesabaran kepribadian. Menenun membutuhkan kesabaran yang luar biasa. Satu helai kain tenun Baduy ukuran 100x200cm, membutuhkan waktu pembuatan hingga tiga minggu. Dengan harga jual Rp. 300.000-350.000 perhelai kain tenun, tentu ini bukan pendapatan yang seimbang, jika dibandingkan dengan lama pembuatannya, tetapi bagi mereka keahlian lebih mahal dari nilai rupiah. Melalui program pemberdayaan penenun di lingkungan suku Baduy luar, pada tahun 2022 dilaksanakan program pendampingan dan bantuan modal usaha melalui program wirausaha muda mandiri LPPM-UT. Kegiatan ini bertujuan menghasilkan kain tenun yang memiliki nilai ekonomi lebih baik tanpa mengurangi kualitasnya. Dengan melibatkan para mahasiswa Universitas Terbuka yang berdomisili sekitar Baduy berupaya mengembangkan inovasi galeri dan mengemas pemasaran berbasis digital pada produk tenun. Kegiatan ini berlangsung selama delapan bulan dengan menghasilkan kain tenun berbagai macam ukuran dan motif serta memadukan bahan tenun menjadi bentuk *fashion* kekinian.

A. Pendahuluan

Desa Kanekes merupakan salah satu desa di Kabupaten Lebak - Banten yang ada mendapat julukan “Desa Wisata ” dan merupakan satu-satunya penghasil Kain Tenun dalam skala besar di provinsi Banten. Data statistik menunjukkan bahwa pada tahun 2020 terdapat sebanyak 200 kain tenun yang dikelola oleh 10 penenun di Desa Kanekes (Dinas Parawisata Kabupaten Lebak). Sementara jika dilihat dari hasil produksi Tenun dari tahun ke tahun juga menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Dari tiga tahun

belakang yakni tahun 2018 sebanyak 20 tenun/bulan, naik menjadi 25 tenun/bulan di tahun 2019, hingga puncaknya sebanyak 35 tenun/bulan di tahun 2020.

Dari data produksi Kain Tenun di desa Kanekes terlihat aktivitas ekonomi dan perdagangan di desa ini sebenarnya memiliki prospek yang cerah. Hal ini karena didukung oleh Rencana program dan kegiatan prioritas daerah Rencana Kerja Pemerintah Daerah Kabupaten Lebak (RPKAD, 2018) yang diarahkan untuk meningkatkan investasi daerah dan penggunaan belanja daerah untuk mendorong peningkatan sektor pertanian, industri pengolahan, perdagangan, serta penguatan usaha kecil dan menengah.

Pengolahan yang dimaksud adalah mengubah satu jenis komoditi tenun menjadi berbagai macam bentuk produk dengan motif yang berbeda salah satunya yakni motif aros dengan pewarna alam. Berbagai bentuk hasil kain tenun dalam bentuk ukuran ataupun motif dalam bentuk kerajinan tangan yang unik dan nyaman dipakai diharapkan bisa hadir sebagai sebuah ide kreatif dalam terobosan produksi dan pemasaran pengembangan teknologi kerajinan dalam bisnis baru.

Terobosan baru untuk mengembangkan komoditi kain tenun mulai dilakukan oleh kelompok mahasiswa Universitas Terbuka Lebak yang berkumpul dengan melakukan inovasi Kain tenun Baduy dan sistem pemasarannya di masa pandemi Covid 19. Hal ini dilakukan mengingat dari data yang dikumpulkan di lapangan belum pernah dikembangkan sebelumnya inovasi-inovasi pemasaran kain tenun yang terancang dengan baik sehingga adanya program ini akan menjadi ide baru yang inovatif dan kreatif.

Sistem pemasaran dengan berbasis internet (*e-marketing*) juga menjadi program lain yang dirancang sebagai solusi untuk mempersiapkan Pengrajin menghadapi masa pandemi. Pembuatan website termasuk jejaring media sosial (WA, Intagram, Facebook) dalam hal pemasaran. Dengan memanfaatkan budaya konsumsi internet selama *social distancing* yang hampir digemari oleh setiap orang, baik itu dari kalangan anak kecil sampai orang dewasa juga menjadi faktor penting pemilihan program kreativitas mahasiswa. Melihat kenyataan ini, Inovasi Pemasaran Komoditi Kain Tenun Baduy Desa Kanekes tentu menjadi program yang tepat dalam Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi baru yang dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi.

B. Kondisi Umum Lingkungan

Kain tenun Baduy adalah souvenir yang diproduksi secara tradisional oleh masyarakat Baduy, dengan memakai bahan benang tekstil, pewarna tekstil dan pewarna alami yang di ambil dari hutan Baduy. Kualitas kain tenun Baduy dapat bertahan hingga 2 tahun.

Peluang dalam bisnis kerajinan dapat dikatakan sangat cemerlang dan menguntungkan mengingat dengan skala produksi tenun yang mencapai puluhan per bulan dapat menopang bahan baku produk souvenir ini. Keberadaan lokasi di berdampingan dengan kota juga tidak dapat dipungkiri menjadi nilai plus bagi wisatawan, konsumen produk ini kedepannya. Sehingga pengrajin tidak perlu merasa kuatir karena pengrajin bisa menjual kain tenun ke industri Parawisata. Pengolahan produk - produk tersebut banyak dilakukan dalam skala rumah tangga yang seluruhnya berada di desa Kanekes Kecamatan Leuwidamar Kabupaten Lebak.

C. Potensi Peluang Usaha dan Peluang Pasar

Produk yang dihasilkan dari pengrajin adalah souvenir yang cocok untuk dijadikan oleh-oleh yakni Kain Tenun. Sumberdaya yang akan digunakan dan dibutuhkan dalam program kreativitas mahasiswa ini mudah didapatkan. Bahan utama yaitu benang dan pewarna, kemasan yang banyak dijual di toko. Bahan ini sangat melimpah di berbagai daerah selain di Banten. Sumber daya seperti tenaga kerja dilakukan oleh Tim PKM-Wirausaha Mahasiswa dengan cara inovasi kemasan dan pemasaran ini sangat menjanjikan.

Dengan penerapan desain teknologi desain seperti logo kemasan dan pendirian website serta jejaring pemasaran bagi home industri yang dibuat pada program kreativitas ini termasuk alat baru yang dapat membantu Perindakop UMKM dan juga masyarakat umum dalam upaya menyikapi tantangan produksi dan distribusi pemasaran selama masa pandemi.

Oleh karena itu, dalam memasarkan produk menurut Philip Kotler (2010) sebaiknya menggunakan beberapa strategi penerapan teknologi yang tepat agar membuat produk ini mampu bersaing di pasar. Sehingga langkah *pertama* yang dilakukan adalah mendesain kemasan produk termasuk logo unik kedaerahan dan menarik sehingga konsumen mudah mengenali produk Kain Tenun Baduy dipasaran. *Kedua*, pemasaran dan promosi juga dilakukan melalui *broadcast* produk di internet dan media sosial (Facebook, WhatsApp, Instagram).

D. Analisis Peluang Usaha

1. *Strengths* (Kekuatan)

- Lokasi penjualan strategis dikarenakan di dekat wilayah kota Rangkasbitung, belum terdapat produk kemasan oleh-oleh iconik Lebak sehingga tergolong komoditi yang masih baru dan unik.
- Bahan baku seperti Benang dan Pewarna untuk Kian Tenun juga mudah diperoleh.
- Kualitas motif produk sulit ditiru, ditambah lagi harga jual produk kain tenun relatif terjangkau oleh semua kalangan.
- Dengan adanya *e-promotion* seperti website, media sosial dan aplikasi-aplikasi lain di *smartphone* juga menjadi sasaran utama promosi produk.

2. *Weaknesses* (Kelemahan)

- Modal untuk penyewaan website terlalu mahal.
- Pelatihan seperti desain motif dan digital market masih lemah

3. *Opportunities* (Peluang)

- Pelaksanaan PKM-Wirausaha Mahasiswa diperkirakan meningkat drastis seiring dengan posisi strategis Kabupaten Lebak yang dilalui transportasi darat beberapa provinsi.
- Sebagai kota yang punya destinasi wisata, belum ditemui produk-produk sejenis PKM-Wirausaha Mahasiswa di pasaran sehingga memungkinkan komoditi ini laku keras di pasaran.

4. *Threats* (Ancaman)

- Munculnya kemasan produk oleh-oleh daerah baru, menyikapi hal ini tim akan selalu melakukan inovasi termasuk melakukan variasi-variasi motif dan bentuk kemasan produk, bahkan tidak menutup kemungkinan menambah komoditi-komoditi lain.
- Selera konsumen ditakutkan bergeser mengikuti perkembangan zaman seperti hadirnya produk-produk modern dikhawatirkan membuat konsumen meninggalkan produk daerah.

E. Analisis Ekonomi Usaha

Dalam 1 periode produksi Kain Tenun akan digunakan peralatan dan bahan 20 Kg Benang. Dengan menggunakan 20 kg Benang maka akan menghasilkan 35 Pcs untuk ukuran panjang 2m lebar 1m Kain Tenun Baduy . Harga untuk satu produk Kain Tenun Baduy adalah Rp. 250.000,- sehingga akan diperoleh pendapatan kotor di setiap periode adalah sebesar 35 Pcs x Rp. 250.000,- = Rp. 8.750.000,-

Pendapatan per produksi = Rp 8.750.000,-

Pengeluaran per produksi = Rp 6.750.000,-

Keuntungan per produksi = Rp 2.000.000,

1. BEP harga produksi

BEP volume produksi = $\text{Rp } 6.750.000,- / 250.000 = 35 \text{ Pcs}$. Jadi apabila dalam 1 kali produksi dihasilkan 35 Pcs, akan diperoleh keuntungan sebanyak 35 buah – 30 buah = 5 buah. BEP harga produksi = $8.750.000,- / 35 \text{ buah} = \text{Rp } 57.100,-$ Jadi harga untuk 1 buah kain tenun adalah sebesar Rp 192.900,- merupakan harga dimana biaya/modal produksi kembali sehingga mendapatkan keuntungan harga per unit harus diatas Rp 57.100,-. Jadi dengan harga per kemasan Rp. 250.000,- maka akan diperoleh keuntungan per pacs sebesar $\text{Rp } 250.000 - \text{Rp } 192.900,- = \text{Rp } 57.100,-$

Jika 1 kali periode produksi dilakukan setiap bulan, maka dalam setahun proses produksi akan terjadi sebanyak 12 kali.

Pendapatan	Bulan	Jumlah
8.750.000	12	105.000.000
6.750.000	12	81.000.000
		24.000.000

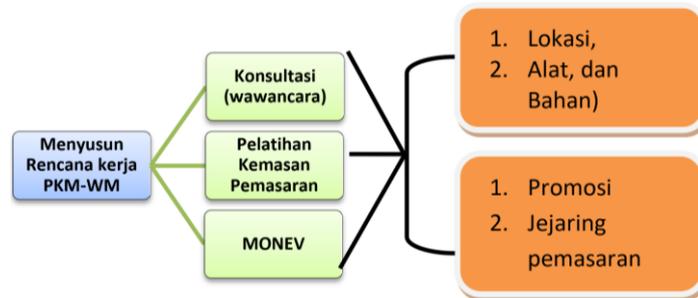
Maka keuntungan yang diperoleh pertahun ialah $\text{Rp } 105.000.000 - \text{Rp } 81.000.000 = \text{Rp } 24.000.000,-$

Keuntungan yang diperoleh mungkin terlihat kecil. Namun jikalau usaha ini dapat berkembang dengan baik, maka kemungkinan besar dalam sebulan tidak hanya 1 kali produksi saja tapi mungkin lebih dari itu dan keuntungannya pun akan berkali lipat dari sebelumnya.

Dari hasil proyeksi *cash flow* di atas dapat dilihat untuk 1 tahun kedepan rencana kegiatan PKM-Wirausaha Mahasiswa ini cukup layak untuk dilaksanakan.

Dalam implementasi PKM-Wirausaha Mahasiswa dilakukan menggunakan beberapa tahapan sesuai dengan permasalahan yang dihadapi dan metode pelaksanaan secara ringkas disajikan pada bagan berikut:

Gambar 1.
Bagan Metode Pelaksanaan PKM-Wirausaha Mahasiswa



Berdasarkan bagan di atas metode pelaksanaan terlihat metode dalam pelaksanaan PKM-Wirausaha Mahasiswa ini terdiri dari beberapa tahapan dimulai dari konsultasi dengan wawancara, pelatihan pengemasan dan pemasaran, dan monitoring evaluasi. Secara rinci metode pelaksanaan dijelaskan sebagai berikut:

Pertama, persiapan dilakukan oleh tim PKM-Wirausaha Mahasiswa dengan membuat rencana pelaksanaan pengajuan proposal. Tim pengusul berkoordinasi dengan dosen fasilitator/pembimbing, LPPM Universitas Terbuka, dan Kepala Kantor Perindustrian dan Perdagangan dan UMKM Kabupaten Lebak terkait tentang rencana pelaksanaan program PKM-Wirausaha Mahasiswa. Pada tahap ini akan dilakukan persiapan-persiapan yang berhubungan dengan penentuan mitra sebagai lokasi, konsultasi perizinan, dan rancangan program seperti peralatan dan bahan untuk pelatihan inovasi kemasan dan pemasaran Kain Tenun Baduy.

Kedua, terdapat dua kegiatan yang akan dilakukan dalam PKM-Wirausaha Mahasiswa yakni:

- Pelatihan Produksi dan Pengemasan

Gambar 2.
Proses Pembuatan Kain Tenun Baduy



Setelah proses penjemuran benang, didiamkan sejenak, sebelum proses penenunan. Untuk penenunan dilakukan dengan anyaman

yang nantinya akan di desain dengan motif adat sesuai dengan target pemasaran.

Gambar 3.

Produk dan kemasan Kain Tenun Baduy



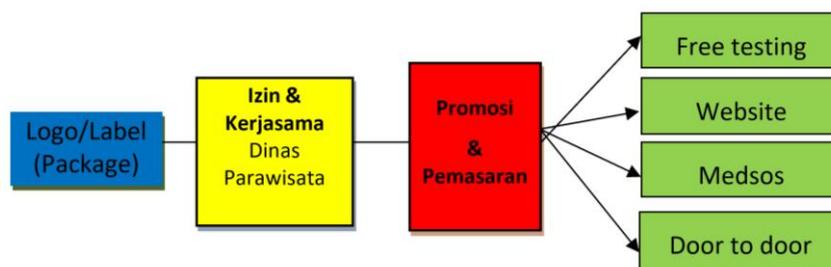
- **Pemasaran**

Dalam hal pembuatan produk Kain Tenun tidak jauh berbeda dengan pembuatan tenun pada umumnya. Namun demikian, kualitas tenun dan motif adat yang membuat produk ini menjadi pembeda. Warna dan corak yang terpancar dari desain motif ini yang nantinya membuat unik dan menarik dengan mencerminkan *icon* daerah (lokal wisdom).

Ketiga, pelatihan pemasaran produk kain tenun secara umum dapat dilihat dari skema pemasaran dibawah ini:

Gambar 4.

Skema Pemasaran (e-marketing)



Tahapan pelatihan pemasaran produk diawali dengan pelatihan mendesain label atau logo produk yang menarik ciri khas kedaerahan seperti gambar jembatan, rumah adat, diteruskan dengan sosialisasi pengurusan izin usaha dan parawisata produk sehingga hal ini akan membantu menyakinkan konsumen dalam membangun jejaring bisnis. PKM-Wirausaha Mahasiswa ini seiring dengan perkembangannya juga akan dapat berkonsultasi dengan narasumber di bidang pembuatan kerajinan khususnya UMKM agar menjadi

produk yang menarik. Kerjasama dengan dinas pariwisata agar dalam produksi tersebut tetap memperhatikan kualitas kain tenun.

Promosi dan pengenalan produk dilakukan melalui beberapa cara seperti menyiapkan *tester*, penyiapan *hostile* rancangan *website*, pemanfaatan *media social* seperti facebook, WhatApps, Instagram, dan termasuk juga promosi melalui mulut ke mulut atau *door to door* juga dilakukan. Informasi-informasi berupa jenis-jenis produk, harga, cara pemesanan, diskon yang diberikan kepada pelanggan serta mengenai lokasi penjualan produk. Sasaran pelatihan promosi dan pemasaran ini adalah tempat-tempat umum yang potensial untuk dikunjungi banyak orang, seperti galeri, pasar kerajinan, kampus, sekolah-sekolah, lembaga pendidikan, dan pada tempat-tempat strategis seperti bandara, minimarket/mall dan terminal.

Sebagai langkah *keempat*, monitoring dan evaluasi program juga akan dilakukan. Monev dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan PKM-Wirausaha Mahasiswa berlangsung, ketercapaian program, dan mengetahui kekurangan dalam pelaksanaannya. Melalui monev ini juga kendala-kendala yang terjadi dalam pelaksanaan program dapat ditekan menjadi lebih sedikit. Setelah pendampingan dan pelatihan, tim pengusul membuat laporan yang akan dimonitoring dan dievaluasi apakah semua kegiatan sudah berjalan sesuai dengan program yang telah disepakati oleh semua pihak sehingga program PKM-Wirausaha Mahasiswa yang dilaksanakan benar-benar efektif dan maksimal serta berkelanjutan.

Gambar 5.

Dena Lokasi Kegiatan Wirausaha Mahasiswa



F. Proses Pendampingan dan Bantuan Modal Usaha

Gambar 6.

Ketersediaan Alat Tenun dan Bahan Benang



Gambar 7.

Pengerjaan alat tenun secara tradisional (Kiri), Perangkat alat tenun (Kanan)



Gambar 8.

Bahan benang untuk tenun



Gambar 9.

Proses menenun dilakukan perempuan suku Baduy Luar (Kiri), Proses Penjemuran (Kanan)



Gambar 10.

Proses sirkulasi benang tenun



Gambar 11.

Mendesain motif tenun



Gambar 12.

Pendampingan oleh Mahasiswa UT (Kiri),
Pendampingan oleh Dosen pembimbing (Kanan)



G. Produk Fashion Kekinian

Gambar x.

Produk Fashion Kekinian



H. Kesimpulan

Suku Baduy merupakan kelompok adat etnis Sunda yang berlokasi di Desa Kanekes, Kabupaten Lebak, Banten. Sebagaimana kelompok masyarakatnya, Suku Baduy memiliki dua jenis tenun, yakni tenun Baduy Luar dan tenun Baduy Dalam. Tenun Baduy baik dari segi visual maupun makna pada

dasarnya dipengaruhi oleh budaya, pikukuh, kepercayaan, filosofi, dan amanat dari para leluhur. Mencerminkan kesederhanaan masyarakatnya. Makna yang terkandung dari tenun ini sendiri sesuai dengan prinsip dan aspek kehidupan mereka. Kemudian untuk warna tenun mencerminkan kebudayaan mereka sebagaimana diatur dalam pakem Benang Saba Warna, yakni aturan yang mengikat warna tenun Baduy yang telah ditetapkan dan harus diikuti. Semua warna memiliki makna masing-masing dan terikat dengan kebudayaan yang meliputi berbagai macam aspek kehidupan di suku Baduy.

Melalui program pemberdayaan penenun di lingkungan suku Baduy luar, pada tahun 2022 dilaksanakan program pendampingan dan bantuan modal usaha melalui program wirausaha muda mandiri LPPM-UT. Kegiatan ini bertujuan menghasilkan kain tenun yang memiliki nilai ekonomi lebih baik tanpa mengurangi kualitasnya. Dengan melibatkan para mahasiswa Universitas Terbuka yang berdomisili sekitar Baduy diupayakan pengembangan inovasi galeri dan pemasaran berbasis digital. Kegiatan ini berlangsung selama delapan bulan dengan menghasilkan produk kain tenun berbagai macam ukuran dan motif serta memadukan bahan tenun menjadi bentuk *fashion* kekinian.

I. Daftar Pustaka

- Astuti, Anita Dwi. (2012). "Tenun Baduy Di Leuwidamar Lebak Banten" dalam Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Hasman, Don dan Filomena Reiss. (2012). *Urang Kanekes: Baduy People*. Jakarta: Indonesian Heritage Society
- Maftukha, Nina, Yustiono dan Ira Adriati. (2017). "Visualisasi Tenun Baduy". Dalam *J. Vis. Art & Des.* Vol. 9, No.2 (hal, 51-56). Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Maftukha, N. (2017). Benda dan tumbuhan sekitar sebagai ide seni motif cap pada kain (Untuk PAUD dan Siswa Sekolah Dasar). *Jurnal Pengabdian pada masyarakat*:
- Rusmawari, Pitria Dara. (2010). "Persepsi Masyarakat Bahasa Sunda Terhadap Penamaan Warna". Dalam Skripsi. Depok: Universitas Indonesia.

Suhartono, (2020). Peningkatan Kecerdasan Ekologis Siswa SD melalui Komik Edukasi Berbasis Kearifan Lokal sebagai Sumber Belajar (Studi Etnosains Masyarakat Banjar dan Baduy). Laporan Penelitian (Tidak dipublikasikan).

Suhartono, (2020). Klinik Edukasi Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Sumber Belajar Bagi Guru SD di Kawasan Cagar Budaya Baduy-Banten. Artikel (tidak dipublikasikan)

Suhartono, (2021). Sosialisasi Praktek Kerja Klinik Edukasi Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Sumber Belajar Bagi Guru SD dan Masyarakat Baduy Luar. Artikel (tidak dipublikasikan)

<https://www.merdeka.com/jabar/tenun-baduy-kain-khas-masyarakat-kanekes-yang-kukuhkan-identitas-leluhur.html>