

EMBROIDERY CRAFT BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY THROUGH PRODUCT DESIGN IN KOTA PARIAMAN

Irja¹⁾, Desra Imelda²⁾

¹⁾²⁾ Fashion Design Study Program , Padang Panjang Indonesian Art Institute
<Jl. Bahder Johan Padangpanjang Sumatera Barat>
Email : irjasemsi2@gmail.com¹⁾, kakmel88@gmail.com²⁾

ABSTRACT

The traditional embroidery business in Kota Pariaman is a skill that has been passed down from generation to generation, so that embroidery entrepreneurs in developing their business are still traditional and use old product motif designs. The research method used is descriptive, qualitative research using SWOT analysis to identify various factors of strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by the embroidery craft business in Kota Pariaman and formulate alternative strategies used. The results of the study describe the SWOT analysis in the IFAS table with a strength score of 2.2 and a weakness of 0.65, so that it has a competitive strength of 1.55. While the EFAS Table describes an opportunity score of 2.9 and a threat score of 0.32, so that the competitiveness of opportunities is 2.58. In the SWOT diagram, the position of Pariaman's embroidery business is in the growth quadrant, then the alternative strategies used are SO strategy, WO strategy, ST strategy and WT strategy. The WO strategy is to innovate and improve the design of product motifs with new motifs such as: the siriah gadang motif, the pucuk rabuang motif, the itiak return patang motif, the saluak laka motif, the aka cino motif and the combination motif of kaluak nails and balimbiang peanuts.

Keywords: Analysis, Embroidery, Design, Product

Usaha Kerajinan Sulaman tradisional di Kota Pariaman merupakan keterampilan yang didapatkan secara turun temurun, sehingga pengusaha sulaman dalam mengembangkan usaha masih tradisional dan menggunakan desain motif produk yang lama. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi berbagai faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi usaha kerajinan sulaman Kota Pariaman serta merumuskan alternatif strategi yang digunakan. Hasil Penelitian mendiskripsikan Analisis SWOT pada Tabel IFAS skor kekuatan 2,2 dan kelemahan 0,65, sehingga memiliki daya saing kekuatan sebesar 1,55. Sedangkan Tabel EFAS menggambarkan skor peluang 2,9 dan skor ancaman sebesar 0,32, sehingga daya saing peluang sebesar 2,58. Pada diagram SWOT posisi usaha sulaman kota Pariaman berada pada kuadran growth (pertumbuhan), maka alternatif strategi yang digunakan adalah strategi SO, Strategi WO, Strategi ST dan Strategi WT. Strategi WO adalah melakukan inovasi dan perbaikan desain motif produk dengan motif baru seperti : motif siriah gadang, motif pucuk rabuang, motif itiak pulang patang, motif saluak laka, motif aka cino dan motif kombinasi kaluak paku dan kacang balimbiang.

Kata Kunci: Analisis, Sulaman, Desain, Produk

1. Pendahuluan

Sumatera Barat adalah sebuah provinsi di Indonesia yang memiliki keberagaman budaya dan industri kerajinan. Industri kerajinan sulaman adalah salah satu sub sektor industri yang menjadi salah satu keterampilan masyarakat yang turun temurun dilaksanakan setiap kabupaten/kota yang ada di Sumatera Barat. Produk kerajinan yang dihasilkan, seperti pakaian sulaman, pelaminan sulaman, selendang sulaman serta produk sulaman lainnya. Hiasan pakaian orang Minangkabau banyak dipengaruhi oleh ragam hias alam, seperti daun, akar kayu, bunga kayu, tanaman paku, hewan, dan sebagainya. Pakaian tradisional Minang Kabau sering dipakai ketika acara pernikahan, kenduri, batagak penghulu, atau pesta rakyat lainnya, maka akan terlihat motif-motif ragam hias yang khas dengan makna yang berbeda. Salah satu tempat khusus pembuatan sulaman

dengan berbagai motif dan ragam hias tersebut terdapat di Kota Pariaman.

Kota Pariaman adalah salah satu dari 19 kabupaten / kota yang berada di Provinsi Sumatera Barat. Kota ini resmi terbentuk menjadi Kota Otonom dengan berlakunya Undang-Undang No. 12 Tahun 2002 setelah memisahkan diri dari Kabupaten Padang Pariaman.

Berdasarkan data BPS Tahun 2020 jumlah industri kerajinan tangan di Kota Pariaman sebanyak 1.117 unit yang tersebar di 4 kecamatan yaitu Kecamatan Pariaman Utara, Kecamatan Pariaman Tengah, Kecamatan Pariaman Selatan, dan Kecamatan Timur. Kecamatan yang paling banyak industri kerajinan tangan berada di Pariaman Utara tercatat memiliki sebanyak 527 unit.

Kerajinan Sulaman atau dikenal dengan Sulaman Benang Emas adalah salah satu produk budaya masyarakat di Pariaman Utara. Sulaman benang

emas sangat terkenal dengan motif-motifnya yang memiliki falsafah dan budaya yang tinggi. Motif-motif ini pada umumnya berasal dari alam atau natural dan geometris. Misalnya seperti : motif kaluak paku, kembang saloyang, garis-garis dan lingkaran. Semua motif yang ada memiliki makna tersendiri dalam masyarakat Minang Kabau. Namun produk sulaman Naras dalam beberapa tahun terakhir ini, apalagi dimasa pandemi Covid-19 belum begitu berkembang sesuai dengan trend kebutuhan pasar. Desain produk sulaman ini masih banyak menggunakan motif-motif lama, sehingga telah membosankan bagi konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan peneliti dengan beberapa pelaku usaha sulaman, seperti : Usaha Sulaman Indah Mayang yang dipimpin oleh ibu Fitrinawati (2021), menyatakan “ Pembeli yang datang kesini, selalu bertanya mencari produk dan motif-motif terbaru masa sekarang, sehingga motif dan desain yang sudah ada ini kurang diminati lagi oleh pembeli, akibatnya penjualan kami menurun drastis dan diperparah lagi oleh masa pandemi covid- 19 ini “ jelasnya.

Berdasarkan beberapa pernyataan pelaku usaha sulaman di Kota Pariaman ini, maka peneliti dapat menyimpulkan dan menemukan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Desain dan motif produk sulaman yang digunakan masih tradisional dan sudah lama
2. Belum adanya alternatif strategi yang digunakan pelaku usaha untuk mengembangkan usaha kerajinan sulaman dengan desain dan motif terbaru.

Berangkat dari masalah di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apasaja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang dihadapi oleh usahasulaman dalam mengembangkan produknya melalui desain produk di Kota Pariaman
2. Bagaimana alternatif strategi yang digunakan untuk mengembangkan produk sulaman melalui desain produk di Kota Pariaman

Subjek dalam penelitian ini adalah Pelaku usaha Kerajinan Sulaman di Naras Kecamatan Pariaman Utara Kota Pariaman. Usaha kerajinan sulaman memiliki peranan penting dalam meningkat perekonomian Kota Pariaman

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dalam mernentukan sampel penelitian.

Teknik pengumpulan data pada penelitian menggunakan data primer dan data sekunder

Data primer diperoleh melalui: wawancara terstruktur, Observasi, Penyebaran kuesioner ke responden dan pemotretan data visual. .

Sedangkan data Sekunder, yakni data yang diperoleh dari publikasi instansi terkait seperti BPS, Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Kota Pariaman

Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT. Penelitian deskriptif kualitatif

adalah penelitian dengan mendeskripsikan apa yang dilihat, didengar, dirasakan dan dinyatakan, untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan menafsirkan fenomena yang terjadi melihat metode yang ada.

Sedangkan Analisis SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah dengan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi usaha kerajinan sulaman. Permasalahan dikelompokkan atas permasalahan internal dan eksternal. Dari analisis SWOT ini akan diketahui alternatif strategi yang akan dilakukan oleh usahasulaman `berdasarkan hasil analisis factor strategi dari tabel EFAS dan IFAS.

1. Analisis Lingkungan Internal (Analisis Kekuatan dan Kelemahan)

Dalam analisis lingkungan internal ditentukan kekuatan dan kelemahan. Setelah analisis SWOT diidentifikasi, maka disusun tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analisis Summary*) untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut. Menurut rangkuti (2006) tahap-tahap yang dilakukan adalah :

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan UsahaSulaman dalam kolom 1
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala untuk kekuatan jumlahnya 0,5 dan untuk kelemahan adalah 0,5, berdasarkan pengaruh faktorfaktor tersebut terhadap posisi strategis UsahaSulaman. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi total skor 1,00)
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 sampai dengan 1, berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi Usaha Sulaman yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat penting) dengan membandingkan dengan rata-rata industri yang dihasilkan atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya.
- d. Kalikan bobot dalam kolom 2 dengan rating dalam kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi. mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor)
- e. Jumlah skor pembobotan (pada kolom 4), Untuk memperoleh total skor pembobotan bagi usaha kerajinan Sulaman yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana usaha kerajinan Sulaman bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internal (IFAS). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Uraian Faktor-Faktor Strategis Internal

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT x RATING
	T		

Kekuatan :	0,5	4 - 1	
Kelemahan:	0,5	1 - 4	
TOTAL	1,00		

Sumber : Rangkuti (2006)

2. Analisis Lingkungan Eksternal (Analisis Peluang dan Ancaman)

Tabel 2. : Tabel EFAS

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT x RATING
Peluang :	0,5	4 - 1	
Ancaman :	0,5	1 - 4	
TOTAL	1,00		

Sumber : Rangkuti (2006)

Untuk menyusun dan menghitung nilai bobot, rating, dan skor untuk tabel EFAS (eksternal) dan IFAS (internal) dibuat dengan teknik skala likert, dimana skor bobot diberi nilai a) 1,00 = sangat penting, b) 0,75 = penting, c) 0,50 = netral (standar), d) 0,25 = tidak penting, e) 0,10 = sangat tidak penting.

Sedangkan skor rating diberi nilai a) 5 = sangat baik, b) 4 = baik, c) 3 = netral (standar), d) 2 = tidak baik, e) 1 = sangat tidak baik

Skor nilai dihitung dengan mempergunakan formula sebagai berikut :

$$SN = BN \times RN$$

Keterangan:

SN = Skor nilai
BN = Bobot nilai
RN = Rating nilai

2. Pembahasan

A. Desain Motif Sulaman Indah Naras

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat di lapangan ditemukan motif-motif yang digunakan pada berbagai produk sulaman baju pengantin Bentuk motif yang terdapat pada baju pengantin di Kota Pariaman banyak diambil dari bentuk alam, baik itu bentuk flora maupun bentuk fauna, sehingga motif ini diberi nama seperti : bungo dado baserak (bunga dada bertebaran), bungo batangkai (bunga setangkai), bungo batabur (bunga bertabur), bungo gadang satangkai (bungo besar setangkai) yang disulam dengan sulaman kapalo panitik (kepala penitik), suji caiah (suji cair), dan banang ameh batangkai (benang emas bertangkai) “. Motif tumbuhan terutama bunga ini banyak dipakai karena keindahan yang menawan pada baju yang mencerminkan kebahagiaan pada pasangan pengantin.

Motif-motif flora yang terdapat pada baju dan selendang kerajinan sulaman di Kota Pariaman antara lain sebagai berikut:

- Motif Bungo Batabua (bungo bertabur)
- Motif Kaluak Paku (lengkung daun paku)
- Motif Bungo Satangkai (bunga setangkai)
- Motif Bungo Dado Baserak (dada menyebar)
- Motif Bungo Batingkek (bungo bertingkat)
- Motif Bungo Karang (bunga kerang)
- Motif Bungo Rose Batabua (bunga rose bertabur)

B. Analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunity, Treath)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada usaha kerajinan sentra sulaman di Naras Kecamatan Pariaman Utara, permasalahan yang dialami oleh para usahasulaman Kota Pariaman meliputi masalah internal dan eksternal. Untuk itu dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Permasalahan Internal

- Terbatasnya Kemampuan SDM
- Keterbatasan Teknologi
- Rendahnya Inovasi Desain Motif Produk
- Kemasan produk belum bermerek dan belum terdaftar
- Belum menggunakan Aplikasi Toko Online.
- Rendahnya Pemasaran Ekspor

2. Analisis Permasalahan Eksternal

- Kebijakan Pemerintah
- Munculnya teknologi baru
- Persaingan Produk Sejenis
- Daya Beli Masyarakat Menurun

Berdasarkan hasil data analisis permasalahan internal dan eksternal yang dihadapi oleh usaha Sulaman Naras Kota Pariaman, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunity*) dan ancaman (*treaths*) terhadap usaha Sulaman adalah sebagai berikut :

1. Kekuatan (Strength)

- Memiliki motivasi Kewirausahaan yang tinggi
- Penyediaan Lapangan kerja
- Memiliki sifat kemandirian
- Memanfaatkan bahan baku lokal
- Lokasi yang sangat strategis

2. Kelemahan (weakness)

- Masih rendahnya kemampuan SDM
- Kurangnya inovasi desain produk
- Peralatan yang digunakan semi tradisional
- Pemasaran belum menggunakan Toko online
- Kemasan produk belum bermerk

3. Kekuatan (Strength)

- Tingginya dukungan pemerintah
- Etos kerja yang membudaya
- Tersedianya aplikasi penjualan melalui toko online
- Semakin terbukanya peluang pasar ekspor
- Ketersediaan teknologi baru

4. Ancaman (Treaths)

- a. Kebijakan pemerintah sangat berpengaruh
- b. Kompetitor terus berkembang dengan produk inovasi.
- c. Banyak produk sejenis menjual harga murah
- d. Daya saing produk lokal rendah
- e. Munculnya teknologi baru

Untuk melihat faktor strategi internal usaha kerajinan sulaman di Kota Pariaman, yaitu dengan memasukan variabel ke dalam matriks *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS) serta memberikan bobot dan rating. Hasil penjumlahan bobot x rating akan menggambarkan berapa besarnya kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha kerajinan sulaman di Kota Pariaman yang mempengaruhi perkembangan selanjutnya, untuk itu dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3 : Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor – Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan :			
➤ Memiliki motivasi kewirausahaan yang tinggi	0,15	4	0,60
➤ Penyediaan lapangan kerja	0,05	3	0,15
➤ Memiliki sifat kemandirian	0,15	4	0,60
➤ Memanfaatkan bahan baku lokal	0,10	4	0,40
➤ Memiliki potensi untuk berkembang	0,15	3	0,45
			2,2
Kelemahan			
▪ Terbatasnya kemampuan SDM yang profesional	0,05	2	0,10
▪ Kurangnya inovasi desain produk	0,05	1	0,05
▪ Peralatan yang digunakan semi tradisonal	0,5	2	0,10
• Pemasaran blm online	0,10	1	0,10
• Kemasan produk belum bermerk	0,15	2	0,30
			0,65
Total			1,55

Sumber : Data Primer, diolah peneliti (2021)

Keterangan : Nilai Faktor Internal (IFAS) = (2,2) - (0,65) = 1,55

Berdasarkan tabel 3 IFAS diatas, dapat diketahui bahwa kekuatan usaha Sulaman Kota Pariaman sangat dominan sekali yaitu sebesar (2,2) dengan kelemahan

yang sangat kecil yaitu sebesar (0,65). Ini berarti kekuatan Usaha Sulaman Kota Pariaman untuk berkembang cukup besar sekali yaitu sebesar (1,55) untuk mengembangkan produk baru untuk dapat diterima segmen pasar nasional dan internasional.

Sedangkan untuk analisis faktor eksternal dilakukan dengan cara memasukan variabel ke dalam matriks *External Factors Analysis Summary* (EFAS) serta memberikan bobot dan rating pada setiap peluang dan ancaman yang ada, kemudian menggalikan bobot dan rating tersebut. Hasil penjumlahannya akan menggambarkan berapa besarnya peluang dan ancaman yang dihadapi oleh usahasulaman di Kota Pariaman Faktor-faktor strategis eksternal dan internal kerajinan sulaman dapat diidentifikasi dalam suatu tabel *Exsternal Strategic Factor Analysis Summary* (EFAS) pada tabel berikut ini :

Tabel 4 : Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

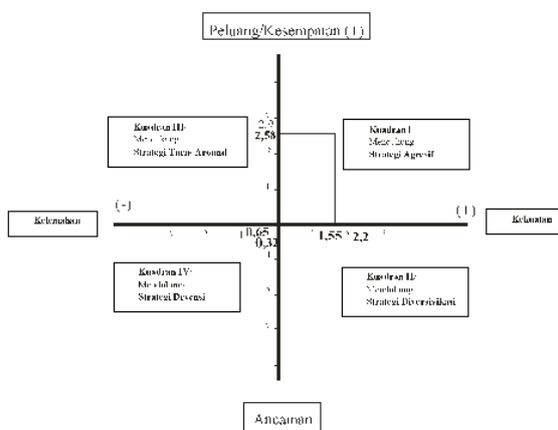
Faktor – Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang :			
➤ Tingginya dukungan pemerintah	0,20	4	0,80
➤ Etos kerja yang membudaya	0,15	4	0,60
➤ Tersedianya aplikasi penjualan melalui toko online	0,20	3	0,60
➤ Semakin terbukanya peluang pasar ekspor	0,20	3	0,60
➤ Ketersediaan teknologi baru	0,10	3	0,30
			2,9
Ancaman :			
➤ Kebijakan Pemerintah berpengaruh besar terhadap kelangsungan industri	0,02	2	0,04
➤ Kompetitor terus berkembang dengan produk inovasinya	0,05	2	0,10
➤ Banyaknya produk sejenis menjual harga rendah	0,05	2	0,10
➤ Daya saing produk local rendah	0,03	1	0,03
➤ Munculnya teknologi baru	0,05	1	0,05
			0,32
Total	1,00		2,58

Sumber : Data Primer, diolah peneliti (2021)

Nilai Faktor Eksternal = (2,9) - (0,32) = 2,58

Berdasarkan tabel 4 EFAS diatas, dapat diketahui bahwa peluang usaha kerajinan sulaman Kota Pariaman sangat dominan sekali yaitu sebesar (2,9) dengan ancaman yang sangat kecil yaitu sebesar (0,32). Ini berarti peluang usahasulaman Kota Pariaman yang ada cukup dominan atau besar yaitu sebesar (2,58) yang harus di kejar oleh usahasulaman Kota Pariaman untuk mencapai peluang segmen pasar lokal dan global

Selanjutnya berdasarkan nilai skor pada Tabel IFAS kekuatan (2,2) dan kelemahan (0,65) dan selisih daya saing sebesar (1,55). Sedangkan Tabel EFAS skor peluang sebesar (2,9) dan ancaman (0,32) dan selisih daya saing sebesar (2,58), maka nilai skor selisih daya saing ini dimasukkan kedalam Diagram Cartesius Analisis SWOT sebagaimana gambar berikut ini



Gambar 1. Diagram Cartesius Analisis SWOT Usaha Kerajinan Sulaman Kota Pariaman.

Keterangan :

Pada Kuadran I dan II

Terlihat bahwa kekuatan yang diperoleh usaha Kerajinan Sulaman Kota Pariaman dengan skor sebesar 2,2 dan nilai kelemahannya skor sebesar 0,65 pada Kuadran IV, sehingga masih mempunyai daya saing skor sebesar 1,55. Hal ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi usaha kerajinan sulaman Kota Pariaman, karena memiliki daya saing peluang dan kekuatan. Maka strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*)

Pada Kuadran I dan III,

Pada kuadran ini terlihat bahwa skoring faktor eksternal yaitu pengaruh dari luar perusahaan mempunyai peluang skor sebesar 2,9 dan faktor ancaman sebesar 0,32 yang berarti daya saing lebih dominan yaitu skor sebesar 2,58. Dalam hal ini meskipun menghadapi berbagai ancaman, namun usahasulaman masih memiliki peluang dari segi eksternal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan peluang untuk memenimalkan ancaman jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (penganekaragaman produk/pasar).

Untuk mencapai tujuan penelitian kedua, alat analisis yang dipakai untuk menyusun strategi adalah Matrik SWOT. Strategi ini dibuat berdasarkan pemanfaatan kekuatan yang ada, mengurangi kelemahan, menggunakan peluang yang ada serta menghadapi tantangan yang akan datang dari faktor internal dan eksternal. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi usahasulaman Kota Pariaman dan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis (Rangkuti et al, 2006). Untuk itu dapat dilihat tabel Diagram Matrik SWOT pada tabel berikut ini :

Tabel 5. Diagram Matrik SWOT

EFAS	IFAS	STRENGTHS (S) <ul style="list-style-type: none"> ➤ Memiliki motivasi kewirausahaan yang tinggi ➤ Penyediaan lapangan kerja ➤ Memiliki sifat kemandirian ➤ Memanfaatkan bahan baku lokal ➤ Memiliki potensi untuk berkembang 	WEAKNESSES (W) <ul style="list-style-type: none"> • Terbatasnya kemampuan SDM • Kurangnya inovasi desain produk • Peralatan yang digunakan semi tradisional • Pemasaran belum menggunakan Toko online • Kemasan belum bermerk
	OPPORTINIES (O)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tingginya dukungan pemerintah ➤ Etos kerja yang membudaya ➤ Tersedianya aplikasi Penjualan Toko Online ➤ Semakin terbuka pasar ekspor ➤ Ketersediaan teknologi baru 	STRATEGI (SO) <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin hubungan kemitraan antara perusahaan kecil dengan perusahaan menengah dan besar BUMN dan Swasta 2. Meningkatkan produktivitas kerja usaha kecil Meningkatkan mutu dan daya saing produk sesuai SNI, dan ISO

THREATS (T)	STRATEGI (ST)	STRATEGI (WT)
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kebijakan pemerintah sangat berpengaruh ➤ Kompetitor terus berkembang ➤ Banyaknya produk sejenis menjual harga rendah ➤ Daya saing produk lokal rendah ➤ Munculnya teknologi baru 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan penentuan sasaran pasar (market targeting) 2. Meningkatkan kualitas dan daya saing produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mentaati peraturan perundang-undangan 2. Mempertajam program penelitian dan pengembangan

Sumber : Hasil Penelitian diolah (2021)

C. Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Sulaman

1. Strategi Kekuatan dan Peluang (SO)

Strategi kekuatan dan peluang (S-O strategy) dikenal juga dengan strategi yang agresif yakni disusun untuk mempertahankan dan meningkatkan kekuatan yang ada dengan memanfaatkan setiap peluang yang dihadapi usahasulaman. Berdasarkan Diagram Matrik SWOT, kekuatan yang dimiliki oleh usahasulaman dan peluang yang dapat dimanfaatkan, maka langkah-langkah strategi yang dapat diambil oleh usahasulaman adalah :

- a. Menjalinkan hubungan kemitraan yang menguntungkan kedua belah pihak antara usaha kecil sulaman dengan perusahaan menengah dan antara perusahaan menengah dengan perusahaan besar milik BUMN dan swasta dengan pola Bapak Angkat.
- b. Meningkatkan produktivitas usaha kecil kerajinan sulaman,

Dalam meningkatkan produktivitas kerja perlu ditingkatkan jam kerja atau waktu dari tenaga kerja untuk menghasilkan (*output*) produk sulaman. Oleh karena itu perlunya usahasulaman meningkatkan produksinya, mutu dan daya saing produk, sehingga produk kerajinan sulaman Kota Pariaman nantinya akan mampu memenuhi permintaan pasar dan bersaing dipasar global.

2. Strategi Menimalisir Kelemahan dan Peluang (WO)

Strategi menimalisir kelemahan dan peluang (W-O Strategy) berdasarkan pada kombinasi faktor peluang yang mungkin diperoleh untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki. Hal ini dimaksudkan bahwa strategi diarahkan untuk mendapatkan keuntungan dari peluang yang ada dengan usaha mengatasi atau

meminimalkan kelemahan-kelemahan yang ada dengan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Melakukan Inovasi Produk Sulaman

Strategi yang dilakukan adalah inovasi produk yang dapat menarik para konsumen atau pembeli baru. Adapun kegiatan yang termasuk inovasi produk adalah :

1. Melakukan perbaikan desain motif produk
Adapun desain motif-motif baru yang perlu dikembangkan adalah

a. Motif Siriah Gadang (Sirih Besar)

Makna dari motif ini menyimbolkan kegembiraan, persahabatan dan persatuan. Munculnya motif ini pada ukiran tradisional Minangkabau menunjukkan bahwa siriah merupakan benda budaya yang sangat peting dan bahkan sakral. Hal ini dikuatkan dengan adanya penggunaan siriah dalam setiap kegiatan adat masyarakat Minangkabau.



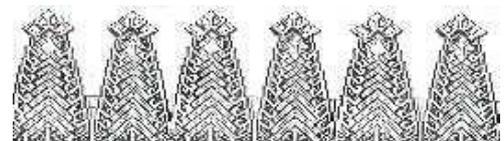
Gambar 2. Motif Siriah Gadang

Sumber:

<https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBF>

b. Motif Pucuk Rabuang

Motif hias pucuk rebung merupakan tafsiran nilai guna yang banyak. Usahamematikan motif ini kedalam ukiran dan kain tenunan sehingga makna dari nilai yang serba guna ini menjadi suri tauladan bagi masyarakat adat minang kabau. Rebung ini adalah anak bambu yang keluar dari umbinya. Bentuknya seperti tumpal (kerucut) dan bersisik, kecil enak dimakan, jika rebung ini sudah dinamakan bambu. Perlambangan dari bambu ini adalah: Muda berguna, tua terpakai menjadi contoh bagi kaumnya.



Gambar 3. Motif Pucuk Rabuang

Sumber : (Dikutif dari laporan Penelitian Agustina (2010)



Gambar 4. Penempatan Motif Pucuk Rabung Pada Kain

c. Motif Itiak Pulang Patang (Itik Pulang Sore)

Makna Motif Itik Pulang Patang bagi masyarakat Minangkabau memiliki makna yang besar yaitu melambangkan kesepalanan, keteraturan, seiya sekata dan persatuan yang kokoh. Dari itiak pulang patang

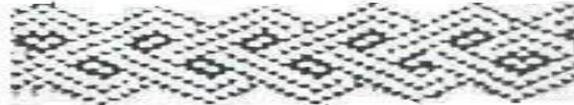
dapat memberi isyarat pada manusia untuk selalu tertib dalam mencari atau menjalankan sesuatu pekerjaan secara bersama-sama, tanpa saling mengganggu satu sama lainnya.



Gambar 5. *Motif Itiak Pulang Patang*
Sumber: Dikutif dari Buku Ranelis (2017) dan Putri Dahlia, 2018.

d. Motif Saluak laka

Motif Saluak Laka memiliki arti kekerabatan. Hal ini bermakna bahwa kekuatan akan terjalin dari kesatuan yang saling terikat sehingga akan terwujud kekuatan bersama dalam menghadapi bermacam masalah



Gambar 6. *Motif Saluak Laka*
Sumber : Dikutif dari buku Syahriannur, 2018.

e. Motif Aka Cino (Akar Cina)

Makna yang terkandung dari motif aka cino adalah kias ibarat yang dipakai pada pakaian adat dan lembaga. Awal masa dahulu, cina yang menjadi bandingan, akal lebih bicara tajam, berguru beraja masa itu, dilukis kayu sebilah, kiasan berpilin akar cina'). Bangsa Cina merupakan kelompok etnis yang suka hidup merantau ke berbagai negara lain, medesain gigih, ulet dalam menjalani hidup; baik sebagai pedagang maupun sebagai pekerja. Hal ini dilambangkan dengan akar tumbuhan yang merambat dan saling kait-berkait antara satu sama lain. Walaupun sudah menjalar kemana-mana namun tidak terputus dengan akar umbinya. Begitu juga dengan etnis Cina, walaupun desain sudah merantau jauh namun medesain tidak lupa dengan akar budaya, bangsa dan bahasa mereka. Motif *aka cino* melambangkan keuletan, kekuatan, kerja keras, dan keteguhan pendirian.



Gambar 7. *Motif Aka Cino*
Sumber: Dikutif dari laporan Penelitian Agustina, 2010.

f. Pengembangan Motif Kaluak Paku, Kacang Balimbiang

Motif-motif sulaman yang sudah ada pada usaha kerajinan Sulaman Naras seperti motif kaluak paku, perlu dikembangkan dengan menggabungkan motif baru dengan motif lain seperti motif kacang balimbiang, sehingga menghasilkan produk motif inovatif.



Gambar 8. *Pengembangan motif inovatif pada kain sulaman*
Sumber :Dikutif dari laporan Penelitian Agustina, 2010.

2. Perbaikan Corak (style)

Perubahan corak lebih mengutamakan keindahan dari pada yang lain. Untuk barang-barang seperti sulaman, pembungkusan dapat mencerminkan sebagai corak. Hal ini dapat terjadi bahwa sebagian langganan justru lebih menyukai corak yang lama. Kalau corak lama tersebut ditinggalkan berarti usahasulaman dapat kehilangan sebagian langganannya.

Selain melakukan inovasi produk dalam strategi WO ini, usahasulaman harus membangun jaringan-jaringan pemasaran baik ditingkat lokal, nasional maupun internasional dengan melakukan strategi modifikasi pasar.

Adapun beberapa langkah yang perlu dilakukan adalah ;

1. Mencari pasar baru dengan segmen pasar.
2. Menaikkan penggunaan produk, misalnya produk sulaman yang selama ini berguna untuk pakaian, tetapi sekaligus mempunyai nilai keindahan/seni
3. Memperbaiki kembali posisi merk produk, misalnya produk sulaman, yang semula untuk orang dewasa, sekarang juga dipakai untuk kalangan remaja dengan merk terbaru

3. Strategy Kekuatan dan Ancaman (ST)

Strategy kekuatan dan ancaman (S-T Strategy) adalah mengkombinasikan antara kekuatan dengan ancaman yang diarahkan untuk meningkatkan dan menumbuhkan kembangkan dari kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman-ancaman usaha kerajinan sulaman

Pada kondisi ini usahasulaman hendaknya melakukan strategi meningkatkan kualitas produknya. Strategi perbaikan kualitas ini dapat membantu pada peningkatan fungsi produk pada usaha sulaman. Untuk menghadapi heterogenitas pasar, ada beberapa alternatif strategi yang ditempuh oleh pengusaha Kerajinan sulaman, yaitu :

- a. Pemasaran Produk Tunggal (*Undifferentiated marketing*)

Usaha kerajinan sulaman berusaha meninjau pasar secara keseluruhan, memusatkan pada kesamaan-kesamaan dalam kebutuhan konsumen, dan bukannya pada segmen pasar yang berbeda-beda. Perusahaan usaha sulaman mencoba mengembangkan produk tunggal yang dapat memenuhi keinginan semua atau

banyak orang. Jadi satu macam produk di pasarkan kepada semua orang.

b. Pemasaran Produk Berbeda (*Differentiated Marketing*)

Dalam strategi ini perusahaan kerajinan sulaman mencoba untuk mengidentifikasi kelompok-kelompok pembeli tertentu (segmen pasar) dengan membagi pasar kedalam dua kelompok atau lebih.

Jadi, dalam strategi ini usaha Kerajinan Sulaman berusaha untuk :

1. Memilih sub-grup/kelompok-kelompok yang akan dilayani
2. Merencanakan produk yang dapat memberikan kepuasan kepada kelompok- kelompok calon pembeli

4.Strategi Meminimalkan Kelemahan dan Ancaman (WT).

Strategi WT adalah Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman yang akan dihadapi, selain itu usahasulaman harus mentaati peraturan perundang-undangan yang berlaku yang telah dikeluarkan pemerintah. Dalam menghadapi ancaman munculnya teknologi baru, perusahaan kecil perlu melakukan strategi pengembangan produk usahasulaman dengan melakukan riset dan development. Pengembangan produk (*product development*) usahasulaman meliputi modifikasi cukup besar atas produk lama atau penciptaan produk baru yang masih berkaitan yang dapat dipasarkan kepada pelanggan lama melalui saluran yang sudah ada. Strategi pengembangan produk seringkali digunakan untuk memperpanjang daur hidup produk yang sudah ada ataupun untuk memanfaatkan reputasi atau merek favorit. Pemikiran adalah menarik pelanggan yang puas untuk membeli produk baru sebagai akibat pengalaman positif mereka dengan produk perusahaan sebelumnya.

Strategi pengembangan produk didasarkan pada penetrasi pasar lama dengan melakukan modifikasi produk atau mengembangkan produk baru yang kaitannya jelas dengan lini produk yang sudah ada.

3. Kesimpulan

1. Peran Usaha Kerajinan Sulaman yang sangat besar dalam menunjang perekonomian nasional perlu terus ditingkatkan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat
2. Berdasarkan tabel 4 *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS), dapat diketahui bahwa kekuatan Usaha Kerajinan Sulaman Kota Pariaman sangat dominan sekali yaitu sebesar (2,2) dengan ancaman yang sangat kecil yaitu sebesar (0,65). Ini berarti daya saing kekuatan usaha kerajinan sulaman Kota Pariaman cukup dominan atau besar yaitu sebesar (1,55) untuk mengembangkan produk baru untuk dapat diterima di pasar nasional dan internasional. Sedangkan berdasarkan hasil tabel 5 *External Factors Analysis Summary* (EFAS), dapat diketahui bahwa peluang Usaha Kerajinan Sulaman Kota Pariaman sangat dominan sekali yaitu sebesar (2,9) dengan ancaman yang sangat kecil yaitu sebesar (

0,32). Ini berarti daya saing peluang usaha kerajinan sulaman Kota Pariaman yang ada cukup dominan atau besar yaitu sebesar (+ 2,58) yang harus di kejar oleh usaha kerajinan sulaman Kota Pariaman untuk mencapai segmen pasar lokal dan global

3. Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Sulaman

1. Strategi Kekuatan dan Peluang (SO)

Strategi kekuatan dan peluang (S-O strategy) dikenal juga dengan strategi yang agresif yakni disusun untuk mempertahankan dan meningkatkan kekuatan yang ada dengan memanfaatkan setiap peluang yang dihadapi usahasulaman.:

- a. Menjalin Hubungan Kemitraan dengan Perusahaan BUMN dan Swasta
- b. Meningkatkan produktivitas usaha kecil kerajinan sulaman,

2. Strategi Menimalisir Kelemahan dan Peluang (WO)

Strategi menimalisir kelemahan dan peluang (W-O Strategy) berdasarkan pada kombinasi faktor peluang yang mungkin diperoleh untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki, yaitu :

- a. Melakukan inovasi produk sulaman
- b. Melakukan perbaikan desain motif baru produk sulaman

Adapun desain motif-motif baru yang perlu dikembangkan adalah :

- 1.Motif Siriah Gadang (Sirih Besar)
- 2.Motif Pucuk Rabuang
- 3.Motif Itik Pulang Patang
- 4.Motif Saluak laka
- 5.Motif Aka Cino
6. Pengembangan Motif Kaluak Paku dan Kacang Balimbiang
- c. Melakukan Perbaikan Corak (style)

3. Strategy Kekuatan dan Ancaman (ST)

Strategy kekuatan dan ancaman (S-T Strategy) adalah mengkombinasikan antara kekuatan dengan ancaman yang diarahkan untuk meningkatkan dan menumbuh kembangkan dari kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman-ancaman usaha kerajinan sulaman

Beberapa alternatif strategi yang ditempuh oleh pengusaha kerajinan sulaman, yaitu :

1. Pemasaran Produk Tunggal (*Undifferentiated marketing*) :
2. Pemasaran Produk Berbeda (*Differentiated Marketing*) :

3. Strategi Meminimalkan Kelemahan dan Ancaman (WT).

Strategi WT adalah Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman yang akan dihadapi, selain itu dalam menghadapi ancaman munculnya teknologi baru, perusahaan kerajinan

sulaman perlu melakukan strategi pengembangan produk dengan melakukan riset dan *development*. Pengembangan produk (*product development*) usahasulaman meliputi modifikasi cukup besar atas produk lama atau penciptaan produk baru yang masih berkaitan yang dapat dipasarkan kepada pelanggan lama melalui saluran yang sudah ada.

Saran

Berdasarkan permasalahan internal dan eksternal usaha kerajinan sulaman di Kota Pariaman, maka ada beberapa saran dari penelitian ini :

1. Untuk mengatasi masalah rendahnya kualitas SDM, Pemerintah Kota Pariaman melalui Dinas Perrindagkop dan UKM Kota Pariaman, perlu melakukan pembinaan kepada sentra kerajinan sulaman, dengan memberikan pelatihan-pelatihan desain motif produ dan pelatihan-pelatihan peningkatan mutu dan daya saing produk usaha kerajinan sulaman setiap tahun anggaran.
2. Untuk meningkat kualitas dan daya saing usaha kerajinan sulaman Kota Pariaman, pemerintah hendaknya memberikan Teknologi Tepat Guna (TTG) pada usaha kerajinan sulaman yang mempunyai prospek dan menjadi sektor andalan di Kota Pariaman
3. Dalam mengatasi masalah pemasaran produk usaha sulaman, maka seluruh stakeholder (pengusaha, pemerintah, dan pihak swasta), hendak secara bersama-sama membantu dan membangun jaringan pemasaran yang kuat dalam menghadapi persaingan perdagangan bebas.

Daftar Pustaka

Agustina M.Hum, dkk (2010). *Tema ragam Hias Ukiran Minang kabau Sebagai Sumber Inspirasi Inovasi Batik pada Industri Kecil dan Rumah tangga*, Laporan Penelitian Hibah Kompetitif, Padang : UNP

Budiwirman (2018). *Songket Minangkabau Sebagai Kajian Seni Rupa : Bentuk, Makna, Fungsi , Pakaian Adat Minangkabau*, Padang : Penerbit CV.Berkah Prima.

Efriza. A.(2002). *Studi Tentang Pelaminan Asli dan Pelaminan Modifikasi Di Kecamatan Payakumbuh Barat*. Padang: UNP

Ernawati. (2008). *Pengelolaan Tata Busana*. Padang: UNP Press

Eddy Yunus (2016). *Manajemen Strategis, Yogyakarta* : Penerbit Andi Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan Offset

Ghalib A. Polnaya (2015). *Strategi pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing pada UKM Ekonomi Kreatif batik Bakaran Di Pati Jawa Tengah*, Skripsi, Semarang : Univ.Diponegoro.

Handayani, Kunthi. (2005). *Desain Hiasan Busana*. Jakarta: Direktorat
Maleong J. Lexy. (2006). *Metodologi Penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Marlina, Apri. (2013). *Perubahan Pelaminan Minang Kabau (studi kasus pada pelaminan usaha ibu)*. Padang: UNP.

Putri Dahlia (2021). *Makna Simbolis Motif Batik Produk Rumah Batik Minang di Nagari Panyakalan Kabupaten Solok Sumatera Barat*”, Jurnal Deskovi Volume 4 Juni 2021. Univ. Hasan Maarif Hasyim Latif.

Rangkuti,.,Freddi.(2013) *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Bandung : Balai Pustaka

Rita Ayu, Rahmadanis (2016), “ *Strategi Bertahan Industri Sulaman Benang Emas di Desa Naras I Pariaman* “, Skripsi, Padang : UNP

Rahmad Washinton (2015). *Visualisasi Motif Itiak Pulang Patang Pada Kriya Kayu*. Jurnal Ekpresi Seni Volume 17 N0.2 No.2015 . Padang panjang: ISI

Ranelis & Kendal Malik (2018). *Pengembangan desain dan Motif Sulam Koto Gadang Sumatera Barat*, Padang Panjang : ISI

Sri Wahyuni, (2015). “*Studi Tentang Sulaman Tangan Pada Pelaminan Tradisional Naras di Kecamatan Pariaman Utara KotaPariaman*”. Skripsi

Wisliana (2014). “ *Profil Usaha Kerajinan Sulaman Naras di Desa Naras Kecamatan Pariaman Utara Kota Pariaman* “ Skripsi

Yenni, Idrus. (2012). *Desain Ragam Hias dengan Corel Draw*. Padang. UNP

Zahri, Wildati. 2012. *Sulaman*. Padang: FT UNP

Yanuarmi, Dini (2009), *Sulaman tangan Amai Setia Koto Gadang bukittinggi: Kajian Filosofi dan Fungsi*, Jurnal Ekspeksi Seni Ilmu Pengetahuan dan Karya Seni, Edisi Mei 2009, Padang Panjang : ISI

<https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBF> (2021)

----- (2020). *Kota Pariaman Dalam Angka*, Kota Pariaman: BPS