

**STRATEGI PENGEMBANGAN DAN PENGELOLAAN UMKM KERAJINAN  
TENUN CAGCAG PADA MASA PANDEMI DI DESA PEJENG KANGIN**

**I Made Gunawan<sup>1\*</sup>, Putu Indah Rahmawati<sup>2</sup>, Ni Made Ary Widiastini<sup>3</sup>**  
**Universitas Pendidikan Ganesha, Bali, Indonesia**  
[gunawan.5@undiksha.ac.id<sup>1\\*</sup>](mailto:gunawan.5@undiksha.ac.id)

Manuskrip: Desember -2022; Ditinjau: Desember: -2022; Diterima: Januari-2022; Online: Januari-2023;  
Diterbitkan: Januari-2023

**ABSTRAK**

Kerajinan tenun merupakan sebuah seni menenun yang merupakan salah satu kegiatan produktif yang sangat dihargai di berbagai budaya di seluruh dunia. Tenun adalah proses pembuatan tekstil dengan menyambung benang-benang menjadi sebuah kain atau bahan tekstil lainnya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kondisi dan strategi yang digunakan oleh UMKM kerajinan tenun Cagcag untuk dapat berkembang. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan analisis yang bersifat analisis deskriptif untuk melihat suatu fenomena yang selanjutnya dapat digunakan untuk membangun prediksi dan memberikan eksplanasi fenomena yang diteliti. Berdasarkan wawancara dan observasi yang penulis lakukan di lapangan baik itu dengan pengurus maupun pengerajin dari kedua kelompok tenun ini, saat ini dari kelompok tenun Merak Mas dalam proses produksinya masih sedikit. Hal ini menjadi salah satu penghambat dalam proses produksi pada kelompok tenun Merak Mas. Kelompok tenun Sari Bakti dalam proses produksinya sudah mulai ada peningkatan dan jumlah penenun pun sudah mulai meningkat pula.

**Kata Kunci: Pengembangan UMKM, Pengelolaan UMKM, Tenun Cagcag**

**ABSTRACT**

*Weaving is an art of weaving which is one of the productive activities that is highly valued in various cultures around the world. Weaving is the process of making textiles by connecting threads into a cloth or other textile material. The purpose of this research is to find out the conditions and strategies used by UMKM Cagcag weaving crafts to be able to develop. The method used is a qualitative method with descriptive analysis to see a phenomenon which can then be used to build predictions and provide an explanation of the phenomenon under study. Based on the interviews and observations that the authors conducted in the field, both with management and craftsmen from these two weaving groups, currently the production process of the Merak Mas weaving group is still small. This is one of the obstacles in the production process for the Merak Mas weaving group. The Sari Bakti weaving group in its production process has started to increase and the number of weavers has also started to increase as well.*

**Keywords: UMKM Development, MSME Management, Cagcag Weaving**

## I. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memberi dampak pada ketidakstabilan ekonomi, termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Secara umum, mayoritas dari pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan bahkan kebangkrutan akibat pandemi Covid-19 (Raharja & Natari, 2021). Dampak ekonomi ini tidak hanya dirasakan di dalam negeri, tetapi juga secara global. Selain itu, karena adanya peraturan *social distancing*, *lock down*, serta pembatasan jam kerja atau pemberlakuan pembatasan sosial skala besar (PSBB), hal ini tentunya juga berlaku untuk industri pariwisata, sektor perdagangan termasuk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

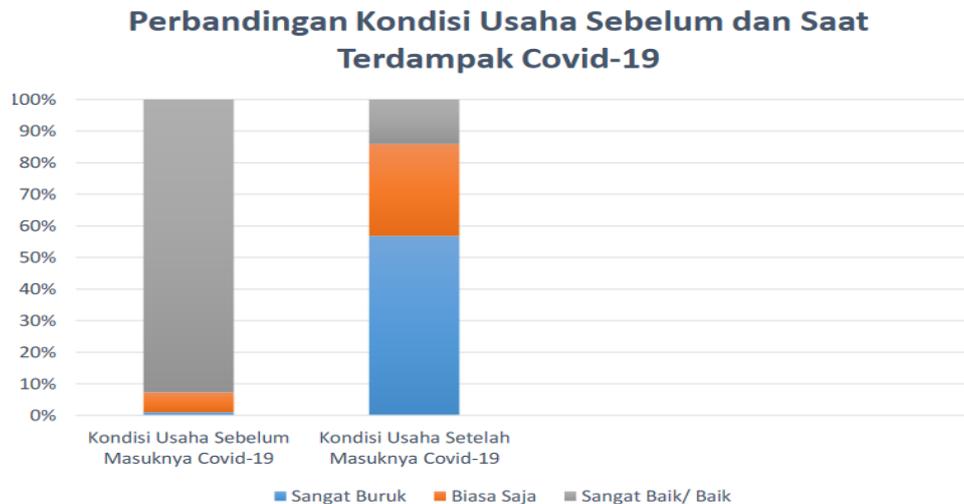
Tidak dapat di pungkiri bahwa salah satu sektor yang menopang perekonomian di Indonesia adalah dari sektor UMKM, karena melalui sektor inilah semua aspek yang berkaitan dengan pola kehidupan manusia bersumber, mulai dari sektor konsumsi, pangan, dan papan, sebagai contoh dalam segi konsumsi banyak sekali usaha-usaha UMKM yang berperan aktif, seperti usaha pengolahan hasil pertanian, gabah, produksi pangan dan lain sebagainya. Pada tahun 1997/1998 di mana pada saat itu usaha berskala besar tidak mampu bertahan menghadapi derasnya terpaan angin krisis moneter, pada waktu itu banyak perusahaan yang mengalami kebangkrutan atau pailit di karenakan tidak mampu lagi memproduksi, hal itu di sebabkan oleh meningkatnya harga bahan baku yang impor, yang mana pada saat itu harga bahan baku impor mengalami kenaikan yang sangat drastis dan juga kenaikan dari sisi pajak impornya, bukan karena hal itu saja usaha berskala besar pailit, namun juga di sebabkan oleh meningkatnya biaya cicilan utang yang di sebabkan naiknya nilai tukar rupiah terhadap dolar, selain itu sektor perbankan yang umumnya juga mengalami keterpurukan sehingga menjadi permasalahan dalam hal permodalan pada usaha- usaha skala besar. Lain halnya dengan UMKM pada saat itu yang cenderung bertahan, bahkan kian bertambah. Hal ini di karenakan oleh: (1) Sebagian besar UMKM memproduksi barang konsumsi dan jasa-jasa dengan elastitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah, maka tingkat pendapatan rata-rata masya- rakat tidak banyak berpengaruh terhadap permintaan barang yang dihasilkan. Sebaliknya kenaikan tingkat pendapatan juga tidak berpengaruh pada permintaan. (2) Sebagian besar UMKM tidak mendapat modal dari bank. Implikasinya keterpurukan sektor per-bank dan naiknya suku bunga, tidak banyak mempengaruhi sektor ini. Di Indonesia, UMKM mempergunakan modal sendiri dari tabungan dan aksesnya terhadap perbankan sangat rendah. Terbukti saat krisis global yang terjadi beberapa waktu lalu, UMKM hadir sebagai suatu solusi dari sistem perekonomian yang sehat (Kristiyanti & Lisda Rahmasari, 2015).

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): (a) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. (b) Usaha Kecil adalah 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 yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. (c) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. (d) Kriteria UMKM berdasarkan jumlah aset dan omzet (Kristiyanti & Lisda Rahmasari, 2015). Berdasarkan UU No 20 tahun 2008 di atas jelas menunjukkan perbedaan yang cukup besar baik dari segi aset ataupun omzet antara usaha mikro dengan kecil dan usaha kecil dengan menengah.

Namun yang jelas secara keseluruhan UMKM berperan dalam pembangunan perekonomian nasional, hal ini sesuai juga dengan UU No 20 tahun 2008 bab II pasal yang berbunyi:” usaha mikro kecil dan menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan”.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM, 2018), Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah pelaku utama yang mendominasi perekonomian Indonesia. Hal ini terjadi pada saat krisis ekonomi yang melanda Indonesia tahun 1997-1998. Menurut Sarfiah (2019), UMKM sebagai pahlawan atau penopang perekonomian Indonesia, terlihat dari jumlahnya yang terus meningkat pasca krisis tersebut. Sebanyak 64,2 juta UMKM di Indonesia (99 persen dari total unit usaha) tercatat pada tahun 2018 dan memiliki tenaga kerja sebanyak 116,98 juta orang (97 persen dari total tenaga kerja di sektor ekonomi) Sebanyak 60 persen produk domestik bruto Indonesia berasal dari UMKM. Hal ini menyatakan bahwa UMKM berperan penting dalam menjaga perekonomian dalam negeri (Chaerani et al., 2020).

Menurut laporan Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), pandemi Covid-19 memengaruhi perekonomian baik dari sisi penawaran maupun permintaan. Di sisi penawaran, perusahaan telah mengurangi suplai bahan baku dan tenaga kerja tidak sehat serta rantai suplai, dan suplai ini juga telah dibatasi. Dari sisi permintaan, permintaan tidak mencukupi dan kepercayaan konsumen terhadap produk menurun. OECD juga menyebutkan bahwa usaha mikro kecil dan menengah memiliki dampak yang signifikan terhadap status Covid-19. Usaha mikro kecil dan menengah sangat rentan terhadap gangguan usaha karena sering bersentuhan langsung dengan industri transportasi, kuliner dan pariwisata yang membutuhkan pemasok yang cepat dan ini sangat dipengaruhi oleh Covid-19 (OECD, 2020).



Sumber: Katadata Insight Center (KIC) (Chaerani et al., 2020)

Gambar 1. Data Perbandingan Kondisi Usaha Sebelum dan Saat Terdampak Pandemi Covid-19

Terdapat perbandingan yang sangat signifikan mengenai kondisi usaha sebelum dan saat terdampak covid-19 secara umum. Menurut penilaian pemaparan dalam grafik yang bersumber dari Katadata Insight Center pada Seminar Virtual tanggal 11 Agustus 2020, menyatakan bahwa kondisi sebelum covid-19, persentase kondisi usaha baik/sangat baik sebesar 92,7 %, persentase kondisi usaha biasa saja sebesar 6,3 %, dan kondisi usaha buruk/sangat buruk sebesar 1,0 %. Dimana dalam persentase sebelum masuknya covid-19 dinilai berjalan dengan lancar, tidak banyak kendala, dan minimnya kondisi buruk dalam

usaha. Namun jika melihat kondisi usaha saat ini (per juni 2020) menurut survey yang telah terpaparkan dalam grafik yang bersumber Katadata Insight Center (KIC) bahwasannya kondisi usaha buruk/sangat buruk meningkat sebesar 56,8 % dibanding yang semulanya hanya sebesar 1,0 %. Kondisi usaha biasa saja juga meningkat sebesar 29,1 % dari yang semulanya hanya 6,3 %. Dan kondisi usaha baik/sangat baik menurun, yang semula 92,7 % menjadi 14,1 %. Sehingga Soleha (2020) menyimpulkan bahwa terdapat berbagai dampak dari kondisi disaat adanya pandemi covid-19. Menurut Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian RI ada beberapa dampak yang timbul, yakni: Penurunan permintaan dan turunnya penjualan, penurunan kegiatan, kesulitan sampai dengan penutupan usaha (sementara/tetap); Distribusi terhambat, kesulitan bahan baku, kesulitan mendapatkan permodalan usaha.

Pandemi Covid-19 juga telah menyebabkan perubahan pola konsumsi masyarakat. Saat ini, pengeluaran masyarakat lebih kepada untuk memenuhi kebutuhan kesehatan, hobi, dan tagihan meningkat selama pandemi. Oleh karena itu, selain produk esensial (masker, produk kesehatan, dan makanan), hobi (gaming, bersepeda, perbaikan rumah), dan tagihan (air, listrik, internet), UMKM di sektor selain diatas seperti kerajinan dan manufaktur juga mengalami kesulitan dalam menghadapi Covid-19. Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan di atas, strategi pengembangan bisnis UMKM dan mengelola krisis dalam suatu perusahaan sangat diperlukan di tengah ketidak pastian pada masa pandemi Covid-19 untuk dapat berkembang dan mengembalikan eksistensi pelaku bisnis di sektor UMKM pasca pandemi covid-19 (Chaerani et al., 2020).

Strategi pengembangan diperlukan untuk dapat bertahan dan meningkatkan penjualan dalam situasi pandemi. Dimana Pengembangan merupakan suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui pendidikan dan latihan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Abidin & Dharma, 2017) pengembangan UMKM yang selama ini berbentuk pelatihan, bimbingan teknis maupun *workshop* kewirausahaan yang diikuti oleh para pelaku UMKM sudah memberikan efek positif bagi beberapa pelaku UMKM, walaupun belum semua UMKM mampu mengimplementasikan apa yang sudah diberikan saat pelatihan yang di adakan. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh (Pangestika et al., 2016) strategi pengembangan yang dapat diterapkan yaitu penetrasi pasar dan pengembangan produk, dimana prioritas strategi pengembangan adalah melakukan inovasi produk yang diolah, menjaga dan mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan sarana dan prasarana.

Pentingnya pengelolaan krisis dalam setiap usaha atau bisnis merupakan hal yang harus dikuasai oleh setiap pemilik usaha. Diungkapkan oleh Steven Fink (1986) mengenai model anatomi krisis adalah sebagai berikut: Pertama, tahap Prodromal, yang sering disebut sebagai warning stage karena memberi tanda bahaya atau sirine mengenai sintom-sintom yang harus segera diatasi. Tahap ini juga merupakan turning point bila manajemen gagal mengartikan atau menangkap signal ini. Gejala-gejala krisis bisa tak terlihat sama sekali. Perusahaan tidak dapat membaca karena keadaan masih terlihat baik-baik saja. Kedua, tahap Akut, tahap ketika orang mengatakan 'telah terjadi krisis'. Dalam banyak hal, krisis yang akut sering disebut sebagai *the point of no return*. Artinya, sekali signal-signal yang muncul pada tahap peringatan atau prodromal stage tidak diperhatikan. Salah satu kesulitan besar dalam menghadapi krisis pada tahap akut ini adalah intensitas dan kecepatan serangan yang datang dari berbagai pihak menyertai tahap ini. Ketiga, tahap kronik dapat disebut sebagai *the clean of phase* atau *the post mortem*. Tahap ini ditandai dengan perubahan struktural, baik penggantian manajemen, penggantian pemilik dan memasukkan nama-nama baru sebagai pemilik. Keempat, tahap resolusi adalah tahap penyembuhan atau pulih kembali dan merupakan tahap yang terakhir dari tahapan-tahapan krisis (Andryani & Nurdiarti, 2018).

Desa Pejeng Kangin merupakan salah satu desa yang terletak di wilayah Kecamatan Tampaksiring, Kabupaten Gianyar, secara geografis merupakan daerah dataran dengan ketinggian 500 m sampai 600 m dari permukaan laut dan beriklim tropis. Desa Pejeng Kangin memiliki delapan banjar atau dusun dimana diantaranya, banjar Tegalsaat, banjar Pengembangan, banjar Pesalakan, banjar Cagaan, banjar Cagaan Kelod, banjar Umadawa, banjar Umakuta, dan banjar Cemadik. Dimana ditinjau dari total jumlah penduduk yang ada di desa Pejeng Kangin jumlah penduduk keseluruhannya ialah 4,806 jiwa. Berdasarkan data kependudukan dari website resmi desa Pejeng Kangin yang dimana dinaungi oleh kantor Desa Pejeng kangin jumlah penduduk yang produktif adalah sebanyak 70% dari jumlah total penduduk yang ada.

Terdapat beberapa jenis kerajinan tenun yang ada di Bali, seperti misalnya tenun Sangkaragung yang ada di Kabupaten Jembrana, tenun Sampalan yang ada di Kabupaten Klungkung, tenun Geringsing yang ada di Kabupaten Karangasem, dan begitu pula tenun Cagcag merupakan salah satu usaha atau UMKM yang dimiliki oleh Desa Pejeng Kangin, Kecamatan Tampaksiring, Kabupaten Gianyar. Ada dua kelompok perajin tenun Cagcag yang dimiliki oleh Desa Pejeng Kangin, dimana kelompok perajin Tenun Sari Bakti di banjar pesalakan dan kelompok perajin Tenun Merak Mas di banjar pengembangan. Adapun keunikan dari kerajinan tenun Cagcag ini adalah kerajinan ini menghasilkan motif dengan ragam hias geometris, flora dan fauna, begitupula keunikan lainnya adalah memiliki jenis hasil kain yang bermotif dan maupun yang tidak bermotif. Tenun bermotif terdiri dari tenun bunga kenyeri, katak ningkang, bunga kap, bunga gung-gung, dan batun timun, sedangkan tenun yang tidak bermotif yaitu tenun gegambir dan rang-rang.

Saat ini perajin tenun yang ada di Desa Pejeng Kangin ini belum menghasilkan produk yang meningkat atau bisa dikatakan proses produksinya masih terkendala dengan berbagai hal. Begitu pula ditambah lagi dengan adanya pandemi Covid-19 saat ini pengembangan UMKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah dan pelaku usaha ke depan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UMKM. Pemerintah dan pelaku perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UMKM di samping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya melihat dari paparan diatas, dimana berbagai jenis UMKM yang ada di Desa Pejeng Kangin saat ini untuk proses peningkatan produktivitas dan atau pengembangannya masih bisa dikatakan belum maksimal. Oleh sebab itu dari latar belakang yang telah dibahas diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian dengan judul Strategi Pengembangan dan Pengelolaan UMKM Kerajinan Tenun Cagcag Pada Masa Pandemi di Desa Pejeng Kangin.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) selalu hadir karena memang diperlukan. UMKM ini selalu pula dapat membuktikan ketahanannya, terutama ketika bangsa kita dilanda badai krisis ekonomi (sejak Juli 1997). Terdapat empat posisi strategis karakteristik UMKM di Indonesia ( Sarfiah, et al., 2019), antara lain:

1. UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit usaha besar.
2. Tenaga kerja yang diperlukan tidak menuntut pendidikan formal tertentu.
3. Sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar.
4. UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis

ekonomi

## 2. Tenun Cagcag

Kain tenun merupakan salah satu hasil dari budaya yang dipegang teguh oleh masyarakat Bali yang menjadi ciri khas masyarakat Bali. Kain tenun tumbuh dan berkembang seiring dengan peradaban manusia dan kebudayaan daerah setempat (Suadnyana, 2020). Kain tenun bukan hanya hasil kerajinan turun-temurun bagi masyarakat, melainkan juga bentuk identitas kultural dan artefak ritual yang terus berkembang sebagai komoditas berbasis budaya.

Cagcag atau alat tenun tradisional merupakan alat tenun yang terbuat dari kayu dan digunakan oleh penenun dengan posisi badan duduk di lantai serta digerakan dengan tangan secara manual. Kain dari alat tenun *cagcag* hanya memiliki lebar + 50-60 cm, umumnya di Bali alat tenun *cagcag* digunakan untuk membuat tenun songket. ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin) merupakan alat tenun yang memiliki ukuran lebih besar dibandingkan dengan alat tenun tradisional, yang digerakkan secara manual dengan menggunakan kaki dan tangan. Lebar kain yang dihasilkan dari ATBM mencapai + 120-150 cm, biasanya ATBM digunakan untuk membuat tenun ikat seperti Endek dan Tenun Gerinsing (Nurul H, 2017:6). Hasil dari tenun *cagcag* dan ATBM sangat mudah dilihat perbedaannya yakni pada permukaan kainnya. Tenun *cagcag* cenderung memiliki permukaan kain yang ber tekstur dibandingkan dengan tenun dari ATBM.

## 3. Manajemen Usaha

Manajemen usaha sangat diperlukan supaya dapat berjalan lancar dan mendapat hasil yang sesuai harapan. Pada manajemen sendiri terdapat beberapa fungsi sebagai bagian dari proses manajemen. Semua fungsi- fungsi manajemen terdapat dalam setiap kegiatan usaha (Setiawati & Ningsih, 2018). Manajemen usaha juga dapat diartikan sebagai proses penerapan fungsi manajemen mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengendalian untuk menentukan serta mencapai tujuan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya (Kurniawan et al., 2020). Manajemen usaha tidak semata-mata keterampilan mengelola tetapi juga sebagai sebuah seni. Dalam manajemen usaha perpaduan antara seni dan keterampilan mutlak diperlukan. Tidak hanya manajemen usaha berlandaskan teori-teori manajemen semata tetapi diperlukan pendekatan dan perlakuan lain yang bersifat holistik (Wilujeng & Nuryana, 2016).

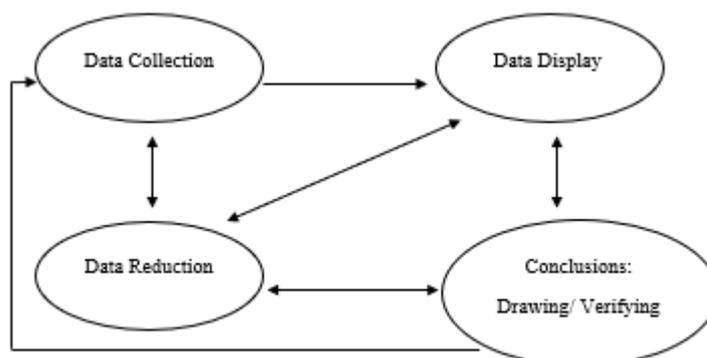
## III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dan memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti. Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat atau kepercayaan orang yang diteliti dan kesemuanya tidak dapat diukur oleh angka. Penelitian kualitatif diyakini mampu mengarahkan pencarian-pencarian konsep baru melalui interpretasi konsep dan makna dari suatu fenomena yang selanjutnya dapat digunakan untuk membangun prediksi dan memberikan eksplorasi fenomena yang diteliti.

Subjek dari penelitian ini adalah pelaku bisnis UMKM kerajinan Tenun Cagcag yang ada di desa Pejeng Kangin, Kecamatan Tampaksiring, Kabupaten Gianyar. Terdapat 2 kelompok pengerajin tenun Cagcag yakni dari kelompok pengerajin Merak Mas dan kelompok pengerajin Sari Bakti.

Analisis pada penelitian ini bersifat analisis deskriptif, artinya dalam penelitian ini menganalisis data dengan cara mengamati, memahami dan menafsirkan setiap fakta-fakta

data yang diperoleh melalui wawancara maupun dari hasil pengamatan dan kajian pustaka disusun dalam teks yang telah dianalisis. Dalam analisis kualitatif ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas dan datanya sudah penuh sesuai penelitian yang diteliti. Analisis data kualitatif dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Tahap Analisis Data Penelitian

#### IV. HASIL PENELITIAN

##### A. Kondisi UMKM Kerajinan Tenun Cagcag Sebelum Pandemi

Sebelum adanya pandemi covid-19, pada awalnya kerajinan tenun Merak Mas sudah ada sejak tahun 1980, akan tetapi pada saat itu keberadaan dari tenun Cagcag ini bisa dikatakan belum berjalan secara maksimal, dan nama kelompok tenun pada saat itu pun adalah kelompok tenun Benang Mas. Ketika adanya peristiwa bom Bali pada tahun 2002 yang dimana menyebabkan lumpuh dari semua sektor pariwisata dan berdampak pada perekonomian dan termasuknya pula berdampak pada kerajinan tenun cagcag ini. Tidak adanya pesanan menjadikan tenun ini tidak bisa berkembang dalam proses produksinya, oleh sebab itu masyarakat yang menekuni kerajinan tenun ini kemudian beralih profesi ke sektor pekerjaan yang lain, ada yang menjadi petani, buruh bangunan dan pekerja serabutan.

Seiring dengan berjalannya waktu dimana setelah peristiwa bom Bali pada tahun 2002 tersebut, sektor pariwisata semakin membaik dan masyarakat pun mulai beralih profesi ke sektor pariwisata. Kebutuhan ekonomi dan biaya hidup yang tinggi menjadikan masyarakat harus memilih pekerjaan yang sudah pasti akan hasilnya. Dikarenakan sebagian besar masyarakat sudah mencari pekerjaan yang lain selain menenun, maka kerajinan dari tenun Cagcag ini sempat tidak jalan atau istilahnya mati suri. Adapun berdasarkan wawancara yang dilakukan pada kelompok tenun Sari Bakti hanya ada 5 orang pengerajin saja yang melakukan kegiatan menenun pada saat itu, itu pun adalah anggota tenun yang tidak mampu lagi bekerja di sektor pariwisata atau petani. Sebelum pandemi covid-19 seperti halnya yang diungkapkan oleh ketua tenun Sari Bakti, beliau mengatakan dulu tenun ini namanya adalah kelompok tenun Pesalakan. Jika ditinjau dari segi pemasaran dan produksinya bisa dikatakan belum ada, karena pada saat itu masyarakat hanya menenun untuk keperluan sendiri. Lain halnya dengan kelompok tenun Merak Mas, dulu sebelum pandemi covid-19 nama kelompok tenunnya adalah kelompok tenun Benang Mas. Setelah penulis melakukan penelitian di kelompok tenun Merak Mas, dimana terdapat keterbalikan dengan posisi tenun pada saat ini. Dahulu sampai tahun 2012 kondisi dari tenun Merak Mas ini sangat baik dan bahkan jumlah anggota penenunnya ada sekitar sampai 80 orang, bahkan sebelumnya tenun Merak Mas ini pernah melakukan pameran ke Amerika. Akan tetapi sampai pada saat ini jumlah anggota penenun mulai berkurang. Hal ini dikarenakan minat masyarakat mulai beralih dari menenun ke pekerjaan yang lainnya. Oleh sebab itu,

dalam hal ini pengurus tenun Merak Mas saat ini sedang mulai membangkitkan kembali khususnya masyarakat yang berada di banjar Pengembangan untuk melakukan kegiatan menenun. Sebab jika hal ini tidak ditangani secara serius, maka kedepan kerajinan dari kelompok tenun Merak Mas ini akan punah.

Adanya kasus vandemi covid-19 menjadikan sektor pekerjaan di pariwisata mulai lumpuh dan masyarakat Desa Pejeng Kangin pun mulai tidak ada pekerjaan karena sudah mulai di PHK di berbagai hotel yang ada di Bali. Rasa jenuh karena susah mencari pekerjaan menjadikan masyarakat khususnya warga Desa Pejeng Kangin yang ada di banjar Pengembangan dan banjar Pesalakan mulai secara perlahan-lahan mengambil pekerjaan menenun lagi. Seiring berjalannya waktu pihak baik dari pihak pemerintah maupun swasta mulai melirik tentang keberadaan tenun Cagcag ini dan mulai memberikan bantuan baik berupa dana maupun kegiatan pelatihan menenun.

## **B. Kekuatan dan Kelemahan Serta Posisi UMKM Kerajinan Tenun Cagcag Setelah Pandemi**

Terdapat 2 kelompok dari pengerajin tenun Cagcag ini, yang dimana kelompok Merak Mas terdiri dari 28 anggota pengerajin dan kelompok Sari Bakti terdiri dari 30 anggota kelompok. Masing-masing kedua kelompok tenun ini memiliki kepengurusan yang berbeda dan produk yang dihasilkanpun berbeda.

Analisis SWOT digunakan untuk memperoleh pandangan dasar mengenai Strategi yang diperlukan dalam mencapai suatu tujuan tertentu, dalam hal ini pengkajian tentang upaya-upaya apa saja yang dapat dijadikan solusi alternatif dalam pengelolaan dan pengembangan strategi pada kerajinan tenun Cagcag yang ada di Desa Pejeng Kangin. Adapun paparan dari kajian analisis SWOT dalam kerajinan tenun Cagcag ini adalah sebagai berikut:

### **1. Strength (Kekuatan)**

Strength merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam suatu organisasi atau usaha, dimana kaitannya dengan ini adalah dalam kegiatan pengerajin tenun Cagcag sudah memiliki target atau bagaimana arah dari pangsa pasar kedepannya. Seperti halnya yang penulis pada saat melakukan wawancara dengan kelompok ketua dari pengurus tenun Sari Bakti (Bapak Made Astawa), beliau mengatakan saat ini perkembangan kemajuan usaha kerajinan tenun cagcag ini sudah mulai ada peningkatan, dimana setelah mengikuti beberapa kegiatan pameran atau kegiatan lainnya seperti di Pesta Kesenian Bali, dimana masyarakat umum bisa mengetahui akan keberadaan dari kerajinan tenun Sari Bakti ini.

Begitu pula hal yang disampaikan ketika penulis melakukan wawancara dengan ketua kelompok tenun Merak Mas (Ibu Ni Ketut Lodri), beliau mengatakan saat ini kelompok tenun Merak Mas dalam proses pemesanan dari kelompok ini sudah meningkat, dan begitu pula dengan adanya bantuan dari Dewan Kerajinan Nasional Daerah (DEKRANASDA) Kabupaten Gianyar yang selalu menggandeng para pengerajin tenun cagcag ini dalam setiap kegiatan daerah yang ada di Kabupaten Gianyar. Ketua kelompok tenun Merak Mas juga menyampaikan saat ini di beberapa Dinas yang ada di Kabupaten Gianyar diwajibkan untuk menggunakan seragam kamen atau sapat yang digunakan setiap hari kamis. Adanya keputusan ini dari Dekranasda Kabupaten Gianyar secara langsung akan dapat membantu para pengerajin tenun cagcag yang ada di kelompok Merak Mas.

Penulis juga melakukan wawancara dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar, yang dimana langsung melakukan wawancara dengan Kepala Bidang Aneka Industri (Ibu Ni Nyoman Sriani, S.E., MAP.) beliau mengatakan sejauh ini dari Disperindag sudah gencar memberikan bantuan kepada para kelompok pengerajin tenun Cagcag ini, baik dari kelompok Merak Mas maupun

dengan kelompok Sari Bakti. Kelompok Merak Mas saat ini sudah dua kali menerima bantuan Corporate Social Responsibility (CRS) dari PT. PLN Persore yang dimana bantuan ini merupakan rekomendari langsung dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar. Begitu pula dari kelompok pengerajin tenun Sari Bakti juga sudah secara langsung diberikan bantuan dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Gianyar yang dimana langsung diberikan bantuan berupa alat tenun.

## **2. Weakness (Kelemahan)**

Desa Pejeng Kangin saat ini sebagian besar masyarakatnya pekerja di sektor pariwisata dan wiraswasta. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan dengan kelompok tenun Merak Mas dan kelompok tenun Sari Bakti, saat ini pengerajin yang masih produktif untuk melakukan kegiatan tenun adalah mereka yang berusia 30 tahun keatas. Sedangkan masyarakat yang berusia 30 tahun kebawah saat ini cenderung sulit untuk menumbuhkan niat menenun, akan tetapi ada beberapa masyarakat yang berusia 30 tahun kebawah tersebut bersedia untuk belajar menenun walaupun kegiatan ini diambil pada saat mereka ada waktu senggang. Begitu pula dari anggota kelompok tenun Sari Bakti dan tenun Merak Mas saat ini masih menjadikan kegiatan ini sebagai usaha sampingan, yang dimana mereka akan ambil ketika memiliki waktu senggang di tengah-tengah pekerjaan rutinitas mereka. Seperti halnya beberapa informasi yang disampaikan oleh ketua kelompok tenun Merak Mas, dimana saat ini jika ditinjau dari pesanan produk, tenun Merak Mas selalu ada pesanan baik itu dari masyarakat umum maupun dari kalangan pemerintah Kabupaten Gianyar. Akan tetapi hal yang terjadi di para pengerajin Merak Mas adalah mereka tidak bisa menyanggupi ketika ada pesanan atau order yang besar masuk ke kelompok tenun mereka. Karena yang menjadi permasalahannya adalah pekerjaan tenun ini diambil ketika mereka ada waktu senggang dan hasil yang didapatkan pun tidak menentu.

Hal ini menjadi kelemahan besar yang dimiliki oleh kedua kelompok tenun cagcag ini, dimana jika ditinjau dari sisi pemasaran atau pesanan produknya sudah bisa dikatakan sangat bagus dan bahkan hasil produksi yang mereka miliki selalu habis terjual. Akan tetapi dari sisi produksinya masih mengalami kendala yang cukup besar yakni dari anggota kelompok tenun ini belum menjadikan kegiatan ini menjadi tugas pokok mereka. Oleh sebab itu, permasalahan ini harus segera diselesaikan agar kedepan keberadaan dari UMKM kerajinan tenun Cagcag ini tidak mengalami mati suri seperti yang terjadi sebelumnya.

## **3. Opportunities (Peluang)**

Berbagai upaya sudah dilakukan baik dari pengurus pengerajin tenun Cagcag maupun dari pihak pemerintah daerah. Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan di lapangan khususnya dengan para pengerajin dari kedua kelompok tenun Merak Mas dan tenun Sari Bakti, saat ini peluang untuk pengembangan kerajinan ini sudah mulai terlihat dan sudah mulai dirasakan keuntungannya oleh para kelompok pengerajin. Adanya beberapa pesanan atau order yang masuk menjadi para pengerajin lebih bersemangat untuk menenun. Seperti halnya yang disampaikan oleh Bapak Made Astawa selaku ketua pengurus dari kelompok tenun Sari Bakti, beliau mengatakan sejauh ini sudah secara gencar melakukan pemasaran dan tidak hanya kepada masyarakat Bali atau Indonesia, bahkan proses pemasaran ini juga dilakukan kepada tamu mancanegara yang kebetulan pada saat itu sedang berkunjung ke Bali. Begitu pula sampai saat ini sudah menjadi langganan untuk selalu memesan produk kerajinan dari tenun Sari Bakti yang dimana akan dijual di negara mereka, dan tentunya dengan nominal harga produk yang beda dengan kami jual pada orang

lokal.

Begitu pula penulis juga melakukan wawancara mengenai posisi peluang dari kelompok tenun Merak Mas, yang dimana dari kelompok ini juga memiliki peluang sangat bagus kedepannya, seiring dengan beberapa bantuan yang telah diberikan oleh pemerintah daerah. Baik bantuan berupa materi maupun berupa pelatihan pengembangan kelompok tenun. Hal ini merupakan suatu peluang yang sangat baik dimiliki oleh kedua kelompok tenun Cagcag ini dimana sudah mendapatkan berbagai pesanan produksi oleh masyarakat Indonesia maupun warga mancanegara.

#### **4. Threat (Ancaman)**

Seiring perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK), keberadaan dari kerajinan tenun Cagcag ini mulai terancam. Mengingat kerajinan tenun ini menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM), dimana dari proses produksi sehingga menghasilkan sebuah produk memakan waktu yang cukup lama dan perlu ketekunan dalam setiap pengerjaannya. Begitu pula jika dibandingkan dengan Alat Tenun Mesin (ATM) yang dalam proses produksinya jauh lebih cepat dalam menghasilkan sebuah produk kerajinan. Adapun jika hal ini tidak ditanggapi dengan serius maka **kerajinan** ini akan mulai tertinggal atau bahkan bisa punah. Seperti halnya yang di sampaikan oleh Ibu Ni Nyoman Sriani, S.E., MAP. selaku Kepala Bidang Aneka Industri di Dinas Perindustrian dan Perdagangan kabupaten Gianyar, beliau mengatakan kelompok pengerajin tenun Cagcag ini harus masing-masing memiliki ciri khas produk yang tidak ada di kerajinan tenun lainnya. Hal ini harus dilakukan karena kedepan persaingan akan semakin sulit dan setiap kelompok pengerajin pasti akan berlomba-lomba untuk menghasilkan suatu produksi yang cepat, bagus dan tentunya dengan harga yang terjangkau.

Ketika suatu usaha sudah memiliki brand atau merek tersendiri pasti itu akan menjadi identitas dari keberadaan usaha tersebut. Hal ini perlu dilakukan oleh kedua kelompok tenun Cagcag yang ada di Desa Pejeng Kangin pada saat ini.

#### **5. Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Tenun Cagcag**

Menentukan langkah awal yang perlu dilakukan dalam mengembangkan UMKM kerajinan tenun Cagcag adalah mengenali kendala-kendala yang dihadapi, merencanakan rencana yang jelas yang mencakup tujuan dan arah dari usaha tersebut. Meningkatkan kreatifitas dan inovatif agar lebih unggul dari pada pesaing Strategi pengembangan kerajinan tenun Cagcag yang tepat sangat diperlukan agar bisnis dapat lebih optimal dan memperoleh keuntungan semaksimal mungkin. Dimana ada beberapa hal yang harus diperhatikan ketika mengembangkan usaha, diantaranya Membangun Brand yang Kuat, Membuat Konten Marketing yang Menarik, Manfaatkan Media Sosial dengan Tepat, Lakukan Riset Kompetitor, Perluas Jaringan Bisnis, Melakukan Evaluasi.

### **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penunjang ekonomi khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. Penyerapan tenaga kerja dan perputaran perekonomian sangat terbantu dengan adanya UMKM. Untuk memiliki daya saing yang berkelanjutan setiap UMKM harus mampu beradaptasi dengan perubahan yang ada. Keberadaan dari usaha tenun Cagcag saat ini baik dari kelompok tenun Merak Mas maupun dari kelompok Tenun Sari Bakti sudah dapat dikatakan ada peningkatan proses produksi. Dimana dari yang sebelumnya belum dapat berkembang sama sekali, kini sekarang sudah mulai berkembang dan bahkan sudah mulai dilirik oleh warga mancanegara.

Bedasarkan wawancara dan observasi yang penulis lakukan di lapangan baik itu dengan pengurus maupun pengerajin dari kedua kelompok tenun ini, saat ini dari kelompok

tenun Merak Mas dalam proses produksinya masih sedikit. Hal ini dikarenakan anggota dari penenun Merak Mas ini belum berani mengambil pesanan atau order yang masuk karena mereka takut tidak bisa menyelesaikannya dengan tepat waktu. Adapun hal ini tidak lepas dari belum semua pengerajin tenun Merak Mas bisa membuat motif atau gambaran, sehingga tatkala ada pesanan yang masuk makan pengerajin ini harus meminta tolong kepada anggota kelompoknya yang bisa membuat motif. Hal ini menjadi salah satu penghambat dalam proses produksi pada kelompok tenun Merak Mas.

Kelompok tenun Sari Bakti dalam proses produksinya sudah mulai ada peningkatan dan jumlah penenun pun sudah mulai meningkat pula. Dikarenakan saat ini produk yang dihasilkan oleh kelompok tenun ini adalah kain jenis Gegambir, yang dimana bisa dikatakan waktu atau proses pengerjaannya tidak begitu sulit jika dibandingkan dengan produk yang dihasilkan oleh kelompok tenun Merak Mas yang menghasilkan produk berupa songket. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada kelompok tenun Sari Bakti, saat ini dari sisi pemesanan produknya sudah mulai meningkat dan mereka pun menyanggupi tatkala ada pesanan banyak.

## VI. DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. Z., & Dharma, M. B. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan. *Prosiding Seminar Ilmiah Nasional*, (9), 461–475.
- Ain, Z. N., Nuringwahyu, S., Krisdianto, D., Studi, P., Bisnis, A., Administrasi, F. I., Islam, U., Mt, J., Malang, H., Universitas, L., Malang, I., Mt, J., & Malang, H. (2021). *PERENCANAAN STRATEGI BISNIS DISTRIBUTOR DAGING Analysis Summary ( IFAS ) dan Matrik Summary ( EFAS )*. 10(2), 232–237.
- Andryani, K., & Nurdiarti, R. (2018). Pengelolaan Manajemen Krisis oleh Humas pada Instansi Kesehatan di Wilayah Yogyakarta Tahun 2017. *ETTISAL Journal of Communication*, 3(2). <http://dx.doi.org/10.21111/ettisal.v3i2.1930>
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRAVIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233–247.
- Chaerani, D., Talytha, M. N., Perdana, T., Rusyaman, E., & Gusriani, N. (2020). Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan. *Dharmakarya*, 9(4), 275. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i4.30941>
- Hidayah, U., Mulatsih, S., & Purnamadewi, Y. L. (2019). Analisis Kinerja Dan Strategi Pengembangan Umkm Alas Kaki Di Desa Pagelaran. *Jurnal Benefita*, 4(3), 435. <https://doi.org/10.22216/jbe.v4i3.4232>
- Kristiyanti, & Lisda Rahmasari, S. (2015). Website sebagai Media Pemasaran Produk-Produk Unggulan UMKM di Kota Semarang. *Juni*, 13(2), 186.
- Kurniawan, M. Z., Ula, M. F., & Setyawan, A. (2020). Pengaruh Zakat Produktif, Manajemen Usaha, dan Pendampingan Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Mustahik di LAZNAS LMI Unit Layanan Blitar. *BISEI: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 5(02), 31–40. <https://doi.org/10.33752/bisei.v5i02.1120>
- Martha Tri Lestari, Hadi Purnama, C. A. (2020). Apakah Praktik Public Relations Sudah Siap Are Public Relations Practices Ready To Manage Communication Crisis in the 4 . 0 Era ? *Jurnal Signal*, 8(2), 122–133.
- Maulida, S., & Yunani, A. (2017). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 181–197.
- Murfi, A., Fathurrochman, I., Atika, A., & Saiva Jannana, N. (2020). Kepemimpinan Sekolah dalam Situasi Krisis Covid-19 di Indonesia. *MANAGERIA: Jurnal*

- Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 119–136.  
<https://doi.org/10.14421/manageria.2020.51-07>
- Pangestika, P., Santoso, I., & Astuti, R. (2016). Strategi Pengembangan Potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Dukungan Kucuran Kredit (Studi Kasus : UMKM Kabupaten XYZ) The Development Strategy of Potential Business of Micro, Small, and Middle (Case Study : MSMEs of XYZ Regency). *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(2), 84–95.
- Perdhanawati, V. (2017). Manajemen Usaha Busana Konveksi, Modiste Dan Bordir Di Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo. *Penelitian Busana Dan Desain (JPBD)*, 1(1), 12.
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108.  
<https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Salim, M. A., & Siswanto, A. B. (2019). Analisis SWOT Dengan Metode Kuesioner - Google Books. *Pilar Nusantara*, June.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Analisis\\_SWOT\\_Dengan\\_Metode\\_Kuesioner/ST8pEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=analisis+swot&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Analisis_SWOT_Dengan_Metode_Kuesioner/ST8pEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=analisis+swot&printsec=frontcover)
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189.  
<https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Setiawati, I. T., & Ningsih, S. (2018). Manajemen Usaha Pengolahan Abon Ikan Lele (Clarias gariepinus) di P2MKP Jaya Mandiri Kecamatan Bulu, Kabupaten Temanggung. *Jurnal Penyuluhan Perikanan Dan Kelautan*, 12(2), 95–110.  
<https://doi.org/10.33378/jppik.v12i2.103>
- Siregar, R. T., Silitonga, H. P., & Putri, J. A. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 133–142.
- Suadnyana, I. B. P. E. (2020). Kain Tenun Cagcag pada Upacara Manusa Yadnya di Kelurahan Sangkaragung Kabupaten Jembrana. *Jurnal Teologi Hindu*, 2(1), 51–60.  
<http://jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/jnanasidanta/article/view/820/698>
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*.
- Sunarsi, D., Hastono, H., Yuangga, K. D., Haryadi, R. N., & Teriyan, A. (2022). *Literasi Pemasaran Digital Untuk Mengenalkan Batik Pandeglang di Masa Pandemi pada Desa Wisata Sukarame Banten*. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 2(2).
- Syarif, A., Tan, M. I., & Marsyaf, A. (2022). *MANAJEMEN USAHA DI KOTA JAMBI*. 11(01), 234–242.
- Wilujeng, S., & Nuryana, I. (2016). Pengembangan Rumah Pemberdayaan Susu Melalui Manajemen Usaha Dan Produksi Di Kelurahan Songgokerto Kota Batu. *Jurnal Abdimas*, 20(2), 133–142.