

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Bima merupakan salah satu kota di Provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki potensi yang tinggi dalam perkembangan industri kreatif. Meskipun perkembangannya belum sesuai harapan, namun industri kreatif di Kota Bima telah berkembang khususnya di bidang kerajinan yaitu tenun khas Bima. Studi ini akan menjelaskan bagaimana peran Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (Koperindag) Kota Bima dalam pemberdayaan penenun tradisional sebagai upaya peningkatan industri kreatif tenun khas Bima.

Indonesia berada diantara dua benua dan dua samudera menjadi kelebihan tersendiri dalam persaingan global. Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki Sumber Daya Alam (SDA) yang melimpah. Berdasarkan letak dan SDA tersebut, Indonesia berperan sebagai nadi perdagangan Internasional. Pertumbuhan ekonomi Indonesia lima tahun terakhir rata-rata mengalami peningkatan seperti pada grafik berikut:



Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2014–2019
(Sumber: BPS, 2019)

Berdasarkan penjelasan diatas, Indonesia memiliki banyak keuntungan namun bukan berarti tanpa masalah. Indonesia tak hentinya dirundung permasalahan, seperti korupsi yang seakan-akan menjadi patologi birokrasi abadi, konflik etnis dan kesejahteraan masyarakatnya yang belum merata. Seiringan dengan banyaknya permasalahan yang dihadapi, Indonesia harus mempersiapkan diri dari arus global yang tak terbendung di era industri 4.0. Penggabungan antara otomatisasi dengan teknologi *cyber* yang merupakan sebuah tren masa kini di dunia perindustrian. Tren ini tentu akan mempengaruhi pada pertumbuhan perekonomian di Indonesia.

Airlangga Hartarto yang merupakan menteri perindustrian ke-28 masa jabatan 2016-2019, memaparkan bahwa Indonesia memiliki sejumlah tantangan dalam menghadapi era Industri 4.0. yaitu (CNBC Indonesia, 2018):

1. Industri hulu (*Upstream*) dan antara (*Mindstream*) kurang berkembang, yang dibuktikan dari komponen kunci dan bahan baku yang masih tergantung oleh impor;
2. Zona industri yang belum komprehensif serta belum optimalnya perkembangan dan penggunaan daerah industri;
3. Tren *sustainability global* yang mewajibkan produk dan produksi ramah lingkungan;
4. UMKM yang masih tertinggal;
5. Infrastruktur dan *platform digital* yang kurang mendukung;
6. Keterbatasan pendanaan domestik dan teknologi;
7. Minim tenaga kerja profesional;
8. Kurangnya pusat-pusat inovasi;

9. Belum adanya pusat penelitian dan pengembangan mengenai teknologi perindustrian;
10. Permasalahan mengenai peraturan dan kebijakan yang saat ini masih tumpang tindih.

Keberadaan era digital menjadi peluang yang besar bagi pelaku dunia usaha. Pelaku usaha di Indonesia dapat menjadikan momentum ini sebagai pendukung dalam mengembangkan usahanya. Kemunculan *platform* jual beli digital juga ikut membantu pelaku usaha dalam memasarkan produk-produknya mulai dari usaha besar maupun Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pasal 1 menyebutkan bahwa :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini;
2. 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;
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan 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;

Tabel 1.1 Pertumbuhan UMKM dan Usaha Besar di Indonesia Tahun 2017 - 2018

NO	INDIKATOR	TAHUN 2017		TAHUN 2018	
		JUMLAH	(%)	JUMLAH	(%)
1	Unit Usaha	62.928.007	-	62.928.007	-
	UMKM	61.922.617	99,99	62.227.877	99,99
	Usaha Besar	5.460	0,01	5.550	0,01
2	Tenaga Kerja	120.260.185	-	124.013.274	-
	UMKM	116.673.416	97,04	120.376.614	97,02
	Usaha Besar	3.586.769	2,96	3.636.660	2,98

(Sumber: BPS, 2018)

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Tabel 1.1 memperlihatkan bahwa UMKM mampu menyerap 116 juta tenaga kerja pada tahun 2017. Pada tahun itu, jumlah pengusaha di Indonesia sebanyak 62.928.007 unit. Dari jumlah tersebut, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebanyak 61.922.617 unit atau 99.99%. Sisanya, sekitar 0,01% atau 5.460 unit adalah usaha besar. Hal tersebut mengalami kenaikan jumlah unit usaha dan tenaga kerja pada tahun berikutnya. Berdasarkan tabel diatas, keberadaan UMKM di Indonesia mendominasi aktivitas bisnis di Indonesia. UMKM juga memiliki peran strategis dalam menjalankan roda perekonomian Indonesia.

Keunggulan yang dimiliki oleh UMKM adalah biaya rendah, fleksibel, dan tentu saja kecepatan dalam berinovasi. Bahkan saat Indonesia mengalami krisis

global, UMKM tidak merasakan dampak yang besar dikarenakan mayoritas UMKM menggunakan bahan baku dan komponen kunci lokal, usahanya dijalankan oleh masyarakat lokal, dan mayoritas target penjualannya ruang lingkup nasional. Singkatnya dapat disebut sebagai dari masyarakat, oleh masyarakat, untuk masyarakat.

Melihat kekuatan perubahan dalam proses inovasi, dengan pengembangan metodologi baru yang dimaksudkan untuk mengembangkan dan mengarahkan kreativitas, serta unit baru yang bertindak sebagai inovasi awal. Namun, banyak upaya memulai kreativitas yang masih menghadapi kendala dalam berinovasi. Dengan demikian, usaha haruslah memiliki gambaran dalam fase kreativitas tersebut sehingga menjadi upaya berkelanjutan untuk berhasil menghasilkan terobosan inovasi dengan sifat fase pengembangan yang lebih dirasionalisasi (Midler: 2019).

UMKM yang mampu bertahan dan meningkatkan profit saat ini adalah UMKM yang kompetitif dan selalu inovatif. Dimana UMKM tersebut selain ditentukan oleh SDA dan SDM, juga sangat ditentukan oleh berbagai macam kemajuan dalam dunia teknologi yang memacu kreativitas sehingga mampu memberikan inovasi dan menemukan hal baru. Dengan teknologi, suatu usaha yang sebelumnya memiliki kemampuan produksi perharinya hanya 100 unit, kemudian dapat meningkatkan jumlah produksinya menjadi 200 unit dalam satu hari. Dengan fasilitas perkembangan teknologi pula, suatu jenis usaha yang sebelumnya memiliki permasalahan dalam memasarkan barangnya dikarenakan pengemasan yang kurang

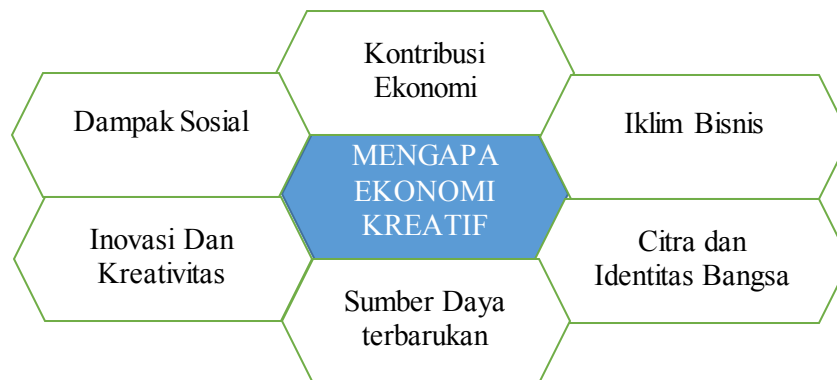
menarik pasar, kemudian melakukan sebuah inovasi dengan memperbaiki kemasan produknya sehingga bisa meningkatkan angka penjualan.

Perubahan tersebut dapat dikatakan sebagai UMKM berbasis ekonomi kreatif yang dijewantahkan sebagai industri kreatif. Membangun karier yang berkelanjutan di industri kreatif adalah proposisi yang menantang. Pekerja kreatif menghadapi tingkat tinggi ketidakamanan kerja dan peluang pengembangan karir yang terbatas (Goodwin: 2019). Salah satu yang membedakan UMKM dengan industri kreatif adalah pada perbedaan skala usaha. Industri kreatif tidak memiliki skala usaha mikro, kecil dan menengah. Industri kreatif bisa dilaksanakan dalam skala besar. Industri kreatif yang berskala mikro, kecil dan menengah dapat dikategorikan sebagai UMKM, namun tidak semua industri kreatif dapat dimasukkan ke dalam kategori UMKM.

Industri kreatif meliputi 14 subsektor, yaitu periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, busana, video, film dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan computer dan peranti lunak, televisi dan radio, serta riset dan pengembangannya (Pangestu: 2008).

Tanggal 20 Januari 2015, melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif, Presiden Indonesia Joko Widodo membentuk lembaga baru non kementerian bernama Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF). Badan ini bertanggung jawab terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. BEKRAF bertugas membantu presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengkoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan di bidang ekonomi

kreatif. Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2009), Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.



Gambar 1.2 Mengapa Ekonomi Kreatif Perlu Dikembangkan
(Sumber: Pangestu, 2008)

Secara Umum, alasan kuat mengapa industri kreatif perlu dikembangkan, karena sektor industri kreatif memiliki kontribusi ekonomi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia, dapat menciptakan iklim bisnis yang positif, dapat memperkuat citra dan identitas bangsa Indonesia, mendukung pemanfaatan sumber daya yang terbarukan, merupakan pusat penciptaan inovasi dan pembentukan kreativitas dan memiliki dampak sosial yang cenderung positif. Karena secara mendasar, industri kreatif memiliki 3 hal pokok yaitu kreativitas, inovasi dan penemuan (Waluyo, 2015)

Salah satu daerah di Indonesia yang tengah gencar melakukan pengembangan terhadap industri kreatif khususnya sektor kerajinan adalah di Kota Bima. Presiden Joko Widodo mengajak mengembangkan produk ekonomi yang berbasis seni budaya dan kerajinan, berbasis pada warisan, benda-benda sejarah dan

purbakala, tradisi dan adat, sebagai titik tolak untuk meningkatkan daya saing dalam era ekonomi kreatif (BEKRAF, 2017). Telah banyak usaha yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat Kota Bima untuk mengembangkan Industri kreatif khususnya di sektor kerajinan. usaha tersebut dapat terlihat dari beberapa berita online berikut ini:

Tabel 1.2 Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Bima

No.	Judul Berita	Sumber
1.	Dorong Tumbuhnya Usaha Ekonomi Kreatif, Dispar Kota Bima Gelar Diklat Kerajinan Tangan (2019)	http://www.wartantb.com
2.	Fashion Show “Modern Ethnic Tenun Bima” Meriahkan HUT Koperasi Ke-72 dan Hari UMKM Nasional Tahun 2019	https://portal.bimakota.go.id
3.	HUT Koperasi dan UKM Ajang Kompetisi Wirausaha Muda (2019)	https://kahaba.net
4.	Bantu UMKM di Kota Bima, BRI Gelontorkan Anggaran Rp 214 Juta (2019)	http://kahaba.net
5.	Walikota Bima Tandatangani MOU Kemitraan Program Kredit UMKM dengan Bank BNI	https://www.jurnalxpose.com/
6.	Pelatihan Kewirausahaan DPPPA Kota Bima Ajak Perempuan Jadi Entrepreneur (2019)	http://kahaba.net
7.	Puji Kegiatan STIE Expo, Sekda: Itu Bagian Pengembangan UMKM (2018)	http://kahaba.net
8.	Pemkot Bima Kerja Sama Kemkop dan UKM Cetak Wirausaha (2017)	https://www.beritasatu.com
9.	Bimbingan IKM Tenun di Kota Bima Nusa Tenggara Barat (2017)	https://koperindag.bimakota.go.id
10.	Tenun Jadi Prodak Unggulan Kota Bima (2017)	http://cis-nasional.id

11.	20 UMKM ikuti Bimtek Pengembangan Industri Rumah Tangga (2017)	http://bimakini.com
12.	Kemenkop Berikan Arahan Restrukturisasi UKM Pasca Banjir Bima (2017)	http://ekonomi.bisnis.com

(Sumber: Diolah dari berbagai media online)

Secara geografis, Kota Bima terletak di bagian timur Pulau Sumbawa Provinsi Nusa Tenggara Barat. Suku asli masyarakat Kota Bima adalah Suku Bima yang biasa dikenal dalam bahasa lokal nya yaitu “*Dou Mbojo*”. Salah satu keunikan yang dimiliki Kota Bima adalah sebagian dari masyarakatnya berasal dari berbagai suku dan etnik yang ada di Indonesia, seperti Suku Jawa, Bugis, Timor, Flores, Sunda, Bajo, Madura, Sasak, Batak, Minang dan Bali yang hidup berdampingan secara rukun dan damai (Wikipedia). Jumlah wisatawan mancanegara dan domestik di Kota Bima terus meningkat, seperti pada tabel berikut:

Tabel 1.3 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bima

Wisatawan	Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bima						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Wisatawan Mancanegara	129	224	351	949	1.157	779	1.152
Wisatawan Domestik	1.481	14.488	16.302	17.856	18.011	18.724	36.465
Jumlah	1.610	14.712	16.653	18.805	19.168	19.503	37.617

(Sumber: BPS, 2019)

Berdasarkan data yang diperoleh dari website BPS pada Tabel 1.3, dapat disimpulkan bahwa jumlah keseluruhan wisatawan di Kota Bima terus meningkat, meskipun pada tahun 2016 wisatawan mancanegara sempat mengalami penurunan namun meningkat pada tahun berikutnya. Jumlah wisatawan ini merupakan salah

satu potensi yang digunakan oleh pelaku UMKM khususnya di bidang industri kreatif di Kota Bima untuk mengembangkan usahanya.

Berdasar data yang didapat dari situs website Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan (Koperindag) Kota Bima menjelaskan bahwa sektor kerajinan tenun khas Bima terdapat beberapa kelompok atau sentra tenun di Kota Bima, adapun perkembangan jumlah sentra tenun tiap tahunnya dapat dilihat dari Gambar berikut:



Gambar 1.3 Perkembangan Jumlah Sentra Tenun Khas Bima Berdasar Wilayah

(Sumber: Dinas Koperindag Kota Bima ,2019)

Dapat dilihat dari gambar diatas bahwa terjadi peningkatan jumlah sentra tenun khas Bima pada tiga tahun terakhir. Tahun 2017 hanya terdapat 2 sentra tenun khas Bima yaitu ada di Kelurahan Rabadompu Timur dan Oi fo'o, bertambah pada tahun 2018 menjadi 4 sentra tenun yaitu penambahan Kelurahan Nitu dan Nungga

sedangkan pada tahun 2019, jumlah sentra tenun menjadi delapan Kelurahan yang dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 1.4 Daftar Sentra Tenun khas Bima berdasarkan wilayah kelurahan

No.	Kelurahan	Jumlah Penenun
1.	Nto'bo	398
2.	Rabadompu Barat	384
3.	Rabadompu Timur	247
4.	Oi Fo'o	532
5.	Nitu	152
6.	Nungga	623
7.	Rite	34
8.	Lelamase	104
Jumlah		2.474

(Sumber: Dinas Koperindag Kota Bima ,2019)

Berdasarkan Tabel 1.4, dapat dijelaskan bahwa sentra tenun khas Bima terdiri dari Kelurahan Nto'bo yang terdapat 398 penenun, Kelurahan Rabadompu Barat yang terdapat 384 penenun, Kelurahan Rabadompu Timur terdiri dari 247 penenun, Kelurahan Oi Fo'o terdiri dari 532 penenun, Kelurahan Nitu terdiri dari 152 penenun, Kelurahan Nungga terdiri dari 623 penenun, Kelurahan Rite terdiri dari 34 penenun, sedangkan Kelurahan Lelamase terdiri dari 104 penenun.

Jumlah keseluruhan penenun yang termasuk dalam sentra tenun khas Bima sebanyak 2474 penenun yang masing-masing penenun dapat menghasilkan sekitar dua hingga empat kain tenunan selama sebulan. Berdasarkan dari hasil wawancara awal peneliti, harga hasil tenunan bervariasi, mulai dari 100 ribu rupiah hingga 5 juta rupiah. Bahkan terkadang harga kain tenun bisa menjadi lebih mahal,

tergantung dari kondisi harga bahan baku (benang) dan tingkat kerumitan pola tenunannya.

Keseluruhan penenun merupakan penenun tradisional yang masih menggunakan alat tradisional, serta turun temurun dari nenek moyang sebelumnya. Bahkan dahulu terdapat kalimat yang menyatakan bahwa seorang wanita diperbolehkan menikah apabila sudah bisa menenun sendiri (Yuyun, 2020).



Gambar 1.4 Penenun menggunakan alat tenun tradisional
(Sumber: Hasil Observasi)

Perkins dan Zemmerman (1995) mendefinisikan pemberdayaan sebagai suatu proses sengaja yang berkelanjutan, berpusat pada masyarakat lokal, dan melibatkan prinsip saling menghormati, refleksi kritis, kepedulian dan partisipasi kelompok, dan melalui proses tersebut orang-orang yang kurang memiliki bagian

yang setara akan sumber daya berharga memperoleh akses yang lebih besar dan memiliki kendali atas sumber daya tersebut.

Berdasarkan teori diatas, pengembangan industri kreatif dapat disimpulkan sebagai sebuah proses kegiatan ekonomi yang mengandalkan kreativitas individu, keterampilan serta talenta gagasan dalam pengendalian atas sumber daya. Seperti yang terjadi di Kota Bima, penenun juga dituntut untuk lebih kreatif, mulai darimenciptakan motif dan corak kain yang baru. Tercatat saat ini sudah ada 200 lebih enis motif kain tenun (CIS, 2017) dengan menggunakan tiga jenis benang yakni nggoli, glendo dan masares. Sedangkan untuk motif khas Bima yang tetap dipertahankan yaitu motif kapi keu (Japit kepiting) dan panggampa. Saat ini ada beberapa motif baru hasil kreasi penenun, salah satunya yaitu motif ro'o parongge (Daun kelor). Berikut motif tenunan khas Bima:



Gambar 1.5 Motif tenun khas Bima



Gambar 1.6 Motif tenun khas Bima



Gambar 1.7 Motif tenun khas Bima

Selain menjual dalam bentuk kain, kini hasil tenun warga sudah mulai dikombinasi dengan jenis barang lain. Seperti dalam bentuk pakaian, dompet, tas, sandal, sepatu dan gelang seperti pada gambar berikut:



Gambar 1.8 Tas tenun khas Bima



Gambar 1.9 Baju tenun khas Bima menjadi juara 1 ketika mengikuti lomba tingkat provinsi



Gambar 1.10 Sepatu tenun khas Bima



Gambar 1.11 Gelang tenun khas Bima

Inovasi tersebut merupakan hasil dari beberapa program Pemerintah Kota Bima melalui Dinas Koperindag dalam menjalankan tugasnya. Adapun beberapa program yang telah dan akan dilaksanakan oleh Dinas Koperindag sehubungan dengan tenun khas Bimapada Tahun 2019/2020 adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Kapasitas IPTEK Sistem Produksi
2. Peningkatan Kemampuan Teknologi Industri
3. Pengembangan Sentra-Sentra Industri Potensial

Berdasarkan dari beberapa program yang dilaksanakan oleh Dinas Koperindag Kota Bima, terlihat bahwa Kota Bima melaksanakan pemberdayaan terhadap industri kreatif tenun khas Bima. Oleh karena itu peneliti ingin melihat peran pemerintah dalam proses pemberdayaan penenun tradisional khas Bima dengan judul “Peran Dinas Koperasi Perindustrian Dan Perdagangan Kota Bima Dalam Pemberdayaan Penenun Tradisional Sebagai Upaya Peningkatan Industri Kreatif Tenun Khas Bima”.

1.2 Rumusan Masalah

Dinas Koperindag Kota Bima tengah gencar melakukan pemberdayaan terhadap penenun tradisional Industri kreatif tenun khas Bima. Pemberdayaan tersebut tidak hanya berdampak pada pengurangan jumlah pengangguran, namun juga dapat meningkatkan pendapatan dan kualitas masyarakat Kota Bima. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses pemberdayaan oleh Dinas Koperindag Kota Bima pada penenun tradisional sebagai upaya peningkatan industri kreatif tenun khas Bima?
2. Bagaimana peran Dinas Koperindag Kota Bima dalam proses pemberdayaan penenun tradisional sebagai upaya peningkatan industri kreatif tenun khas Bima?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui bagaimana proses pemberdayaan penenun sebagai upaya peningkatan industri kreatif tenun khas Bima oleh Dinas Koperindag Kota Bima.
2. Untuk menganalisis bagaimana peran Dinas Koperindag Kota Bima dalam proses pemberdayaan penenun tradisional sebagai upaya peningkatan industri kreatif tenun khas Bima.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dua jenis manfaat yaitu secara teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dalam studi keilmuan khususnya di bidang Pengembangan SDM mengenai pemberdayaan dan peran pemerintah terhadap penenun tradisional industri kreatif tenun khas Bima.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan kebijakan bagi pemerintah Kota Bima dalam pengembangan industri kreatif khususnya di bidang kerajinan.