

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan beberapa poin penting sebagai berikut:

1. Dilihat dari fungsi tenun Pandai Sikek telah mengalami perubahan serta pergeseran. Dahulunya tenun berfungsi sebagai pakaian kebesaran dalam upacara adat tertentu dan orang-orang tertentu saja yang boleh memakainya seperti seorang *datuak/* penghulu, *bundo kanduang*, dan pengantin. kenyataannya sekarang sudah merembes kesemua kalangan masyarakat dalam bentuk yang beraneka ragam. Songket tidak hanya dijadikan sebagai kebutuhan ritual adat masyarakat Minangkabau melainkan untuk memenuhi kebutuhan estetik dari konsumen yang bahkan bukan bagian dari masyarakat Minangkabau. Lebih jauh lagi songket diterapkan pada benda-benda souvenir dan cendra mata lainnya. Keseluruhan perubahan ini didorong oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat/ perajin tenun Pandai Sikek serta keinginan masyarakat untuk melestarikan kerajinan tenun agar dikenal masyarakat lebih luas.
2. Kerajinan tenun Pandai Sikek sudah memiliki proses yang sistematis dari rantai nilai ekonomi kreatif yang terdiri dari tahap kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, dan konservasi. Ada beberapa tahapan yang perlu peningkatan yang pertama pada tahap produksi yang selama ini masih terkendala pada waktu lamanya pengerjaan yang menyebabkan upah

produksi tidak sebanding dengan waktu yang dibutuhkan dalam proses produksi tenun. Kedua pada tahap konsumsi, sejauh ini masih fokus pada segmen pasar menengah ke atas, akan lebih baik untuk mencoba masuk pada segmen yang berbeda. Terakhir tahap konservasi,

3. Berdasarkan hasil analisis SWOT (Matrik IE dan Kuadran SWOT), strategi pengembangan kerajinan tenun Pandai Sikek terdiri dari bagian produksi (pengembangan produk) dan bagian pemasaran (pengembangan pasar, dan penetrasi pasar). Untuk pengembangan produk perlu adanya memberikan nilai eksklusif terhadap songket yang murni dikerjakan secara tradisional (alat tenun *Panta*), sebab dalam proses pengerjaannya membutuhkan keterampilan serta ketelitian yang sangat tinggi dan waktu yang cukup lama dibandingkan alat ATBM. Kemudian lakukan pengembangan produk yang mengarah pada dengan menciptakan produk- produk baru yang bernuansa lebih kekinian atau modern dengan cara menempatkan motif songket pada bagian- bagian tertentu dari produk sehingga menambah kesan yang lebih menarik dan terkesan modern. Strategi pengembangan pasar mencoba menjangkau segmen pasar menengah ke bawah dengan menciptakan produk-produk songket yang standar kualitas serta *brand image* masih sama dengan produk awal, namun ada bagian tertentu dikurangi atau mensiasati penggunaan bahan baku yang lebih terjangkau. Menggencarkan promosi dan pemasaran baik secara *offline* maupun secara *online*, diantaranya dengan membentuk berbagai even sebagai agenda pariwisata seperti “Pandai

Sikek Festival” pada tahun 2022 untuk yang pertama kalinya. Even tersebut bisa dijadikan sebagai evaluasi untuk even selanjutnya, sehingga bisa meminimalisir segala kemungkinan yang akan dihadapi serta lebih memudahkan menyusun perencanaan kegiatan agar terlaksana lebih baik. Kemudian di dalam festival tersebut juga bisa diwujudkan pameran, *Fashion Show*, *workshop* dan sebagainya yang bertajuk songket Pandai Sikek sebagai media promosi songket sehingga mampu menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Kemudian memanfaatkan teknologi serta informasi untuk menjangkau pasar yang lebih luas agar lebih efektif dan efisien.

B. Saran

Hasil penelitian terhadap pengembangan ekonomi kreatif kerajinan tenun Pandai Sikek menunjukkan strategi manajemen berdasarkan hasil analisis menggunakan matrik IE (Internal-Eksternal) dan kuadran analisis SWOT yang menghasilkan strategi pengembangan kerajinan tenun Pandai Sikek dengan fokus utama penelitian ini terkait sistem produksi dan pemasaran.

Bedasarkan tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini, perlu adanya saran agar penelitian ini berguna sebagai gambaran serta landasan awal dalam pengembangan kerajinan tenun Pandai Sikek untuk tahap selanjutnya. Berikut beberapa saran yang diperlukan:

4. Bagi masyarakat dan komunitas perajin songket

Perajin memiliki peran penting dalam perkembangan serta keberlanjutan keterampilan menenun songket ini terus bertahan ditengah-tengah masyarakat sebagai ciri khas budaya yang dimiliki Nagari Pandai Sikek. Perlu untuk menumbuhkan kesadaran pentingnya melestarikan budaya local sebagai identitas suatu daerah dan apabila budaya lokal itu mampu dikelola dengan baik, tidak hanya sebagai identitas suatu daerah, tetapi mampu mensejahterakan masyarakatnya.

5. Bagi pebisnis/ pengusaha songket

Pebisnis/ pengusaha merupakan salah satu actor penggerak ekonomi kreatif kerajinan tenun Pandai Sikek. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa posisi kerajinan tenun Pandai Sikek berada pada posisi yang aman, namun posisi itu bisa berubah jika seorang pebisnis tidak peka terhadap perkembangan pasar, pasar bisa berubah begitu cepat tanpa disadari. Untuk itu peran pengusaha songket sangat dibutuhkan sebagai kreator terkait pengembangan produk songket tidak hanya bertumpu pada produk yang sudah ada, perlu inovasi terhadap produk atau menciptakan produk baru. Selanjutnya adalah terkait pengembangan pasar, seorang pebisnis harus jeli dalam melihat pasar yang ingin mereka garap kedepannya atau memaksimalkan potensi pasar yang telah ada. Perlu pengamatan secara menyeluruh serta pemahaman terhadap kondisi kebiasaan dari konsumen mereka.

6. Bagi Pemerintah

Pemerintah berperan penting dalam mengarahkan pengusaha agar mengutamakan kesejahteraan bersama (karyawan/ perajin), mengarahkan perajin dan masyarakat Pandai Sikek agar lebih kreatif dan produktif. Faktor yang lebih penting adalah pemerintah berfungsi sebagai regulasi, layanan, dan koordinasi. Seperi peran Dinas Perindustrian dan Perdagangan yang berfungsi membina industri-industri kerajinan songket melalui pelatihan intelektual untuk meningkatkan nilai tambah.

7. Bagi peneliti selanjutnya

saran untuk penelitian selanjutnya adalah merumuskan strategi berdasarkan 4 (empat) pilar manajemen strategis yaitu *marketing* (pemasaran), *finance* (keuangan), *human resource* (SDM), dan *operation* (Produksi) sehingga dalam merumuskan strategi lebih maksimal untuk pengembangan kerajinan tenun Pandai Sikek kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Affendi, Yusuf dkk. (1995), *Tenun Indonesia*, Yayasan Harapan Kita, Jakarta.
- Anwar, Ibrahim. (1986), *Pakaian Adat Tradisional Sumatera Barat*, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Padang.
- Azizah, N. S. (2017), “*Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)*”, *Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, 17 (2), 63-78.
- Barney, Jay. B & William S. Hesterly. (2008), *Strategic Management and Competitive Advantage*. 2nd Edition, Pearson Printice Hall.
- Bastomi, Suwadji. (2000), *Seni Kriya Seni*, Unnes Press, Semarang.
- Biranul, Anas. (1995), *Indonesia Indah : 3 Tenun Indonesia*, Yayasan Harapan Kita/BP 3 TMII, Jakarta.
- Budiwirman. (2013), “*Fungsi Tenun Songket dalam Perubahan Sosial-Budaya Masyarakat Minangkabau*”, *Jurnal Ranah Seni*, 6 (2), 1151-1238.
- Chistyawaty, Eny. (2011), “*Kontinuitas Pola Pewarisan Seni Menenun Songket di Nagari Pandai Sikek Tanah Datar*”, *Jurnal Patanjala*, 3 (2), 210-226.
- Creswell, John. W. (2019), *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*, Pustaka Belajar, Yogyakarta.
- David, Fred R. & Forest R. David. (2017), *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases, Sixteenth Edition*, Pearson Education, Angland.
- Depdag RI. (2008), *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, Departemen Perdagangan Republik Indonesia, Depdag RI.
- Dian, Eka. L. (2022), “*Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kriya Jumputan di Kampung Wisata Tahunan Yogyakarta*” (Tesis tidak diterbitkan), Program Studi Tata Kelola Seni Pascasarjana ISI Yogyakarta.

- Herdiansyah, Haris. (2010), *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*, Salemba Humanika, Jakarta.
- Howkins, John. (2001), *The Creative Economy. UK: The Penguin Press.*
Kartasasmita, Ginanjar. (1996). *Pembangunan untuk Rakyat*. Pustaka. Cidesindo, Jakarta.
- Hutabarat, M.W.F.R.L.B. (2015), “*Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif*”, *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 7 (1), 12-19.
- Izzati, Fauziana & Putri Dahlia. (2020), “*Kain Tenun Songket dan Fungsi Budayanya Bagi Masyarakat Nagari Pandai Sikek*”, *Indonesia Jurnal of Visual Art and Design*, 1, 1-9.
- Kadolph, J. Sara & Anna L. Langford. (2002), *Textiles ninth edition. Upper Saddle River*, Pearson Education, New Jersey.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2008), *Prisi-prinsip Pemasaran. Jilid 1 Edisi 12*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Krismawan, Henri. (2017), “*Strategi Pengembangan Kerajinan Batik Tulis Sebagai Produk Unggula Daerah (PUD) di Kabupaen Bantul*”, *Prosiding Interdisciplinary Postgraduate. Program Pascasarjana Universitas Muammadiyah Yogyakarta*, 3, 362-369.
- Minarsih. (1998), “*Korelasi Antara Motif Hias Songket dan Ukiran Kayu Di Provinsi Sumatera Barat, Studi Kasus Daerah Pandai Sikek, Silungkang dan Kubang*” (Tesis), Institut Teknologi Bandung ITB, Bandung.
- Mulya, Carunia. F. (2017), *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta.
- Purnomo, Aldy. R. (2016), *Pilar Pembangunan Indonesia*, Ziyad Visi Media, Surakarta.
- Rakib, Muhammad. (2017), “*Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Penunjang Daya Tarik Wisata*”, *Jurnal Kepariwisata*, 1 (2), 54-69.
- Rangkuti, Freddy. (1997), *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Rangkuti, Freddy. (2017), *SWOT Balanced Scorecard: Teknik Menyusun Strategi Korporat yang efektif plus Cara Mengelola Kinerja dan Risiko*, Cetakan Kesebelas, PT. Gramedia Pusaka Utama, Jakarta.

Suryana. (2013), *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, Salemba Empat, Jakarta.

Suwarti, Kartika. (1986), *Kain Songket Indonesia*, Jembatan, Jakarta.

Sugiyono. (2008), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

UNDP/UNCTAD. (2008), *Creative Economy, Report 2008*, UNDP, UNCTAD, Ganeva- New York.

Vitasuryana, V. R. (2016), “*Wisdom for Sustainable Development of Rural Tourism (case on Kalibiru and Lopati Village Province of Daerah Istimewa Yogyakarta)*”, *Jurnal of Procedia Social and Behavioral Sciences*, 216 (6), 97-108.

Yandri. (2014), “*Tenun Songket Pandai Sikek dalam Budaya Masyarakat Minangkabau*”, *Jurnal Humanus*, 13 (1), 28-34.

