

**KETAHANAN IKM DAN UMKM DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
USAHA TENUN GEDOGAN PRINGGASELA LOMBOK MELINTAS BENCANA GEMPA
DAN PANDEMI COVID-19**

Author

Mohamad Zaki Taufik

Affiliasi

Institut Pemerintahan Dalam Negeri

Email:

zaki.taufik@yahoo.com

Received: Nov-02-2023
Revised: Nov-19, 2023
Accepted: Des-03, 2023
Available Online: Des-03, 2023

Corresponding author
Mohamad Zaki Taufik
Institut Pemerintahan Dalam Negeri
e-Mail: zaki.taufik@yahoo.com

Abstrak

Setahun pasca gempa bumi Lombok, perekonomian Propinsi NTB berkontraksi positif tetapi pada awal tahun 2020, perekonomian propinsi NTB kembali mengalami pertumbuhan negatif sebanyak 4,52% akibat Pandemi Covid-19. Kondisi ini menuntut ketahanan bagi para IKM dan UMKM untuk melanjutkan usaha produktif yang telah dirintis. Penelitian ini bertujuan mengetahui ketahanan IKM dan UMKM dan strategi pengembangan usaha tenun gedogan Pringgasela Lombok melintas bencana gempa dan pandemi Covid-19. Gambaran ketahanan IKM dan UMKM dalam melintasi masa Bencana Gempa Lombok Tahun 2018 dan Pandemi Covid-19 yang dianalisis dengan *OODA Loops* serta strategi mengembangkan IKM dan UMKM Pasca Bencana yang dianalisa melalui Analisis Penentuan Strategi Bersaing. Pelaku IKM dan UMKM tenun gedogan pringgasela mampu bertahan melintas bencana melalui kegiatan penunun memanfaatkan keuangan waktu mengerjakan produk untuk menghasilkan stok tenun meski kondisi bencana masih berlangsung. Kegiatan kerjasama yang baik antara pengerajin, pemilik artshop & travel agen serta guide tour dalam rangka meningkatkan koneksi serta pemanfaatan media online dalam promosi dan pemasaran produk tenun memberikan peluang lakunya stok tenun gedogan Pringgasela. Strategi pengembangan pasar melalui pemanfaatan media online dalam promosi dan pemasaran produk menjadi strategi yang mempunyai daya tarik tertinggi diikuti jenis strategi kerjasama melalui peningkatan rasa solidaritas untuk membangun kekuatan kolektif menghadapi bencana dan jenis strategi pengembangan produk melalui peningkatan diversifikasi produk dan variasi motif menjadi urutan strategi prioritas dalam pengembangan usaha tenun pasca terjadinya bencana

Kata Kunci: Ketahanan IKM dan UMKM, Tenun, Bencana, Strategi

Abstract

A year after the Lombok earthquake, the economy of NTB Province contracted positively but in early 2020, the economy of NTB province again experienced negative growth of 4.52% due to the Covid-19 Pandemic. This condition requires resilience for IKM and UMKM to continue the productive businesses that have been initiated. This research aims to know the resilience of IKM

and UMKM and strategies for developing Post-Disaster IKM and UMKM of the Pringgasela Lombok gedogan weaving business after the earthquake and Covid-19 pandemic. The description of the resilience of IKM and UMKM in crossing the 2018 Lombok Earthquake Disaster and the Covid-19 Pandemic analyzed by OODA Loops and strategies for developing Post-Disaster IKM and UMKM analyzed through Competitive Strategy Determination Analysis. IKM and UMKM of Pringgasela's gedogan weaving were able to survive the disaster through weavers' activities to take advantage of the free time to work on products to produce weaving stock even though disaster conditions were still ongoing. Good collaboration activities between weaving crafters, artshop owners, travel agents and tour guides in order to improve connections and the use of online media in the promotion and marketing of woven products provide opportunities for the sale of Pringgasela gedogan weaving stock. Market development strategies through the utilization of online media in product promotion and marketing became the strategy that had the highest attractiveness followed by type of cooperation strategy through increasing a sense of solidarity to build collective strength in the face of disaster. The type of product development strategy through increasing product diversification and variation of motifs became the order of priority strategies in the development of weaving businesses after the disaster.

Keywords: Resilience of IKM and UMKM, Weaving, Disaster, Strategy

PENDAHULUAN

Twigg (2012), mengatakan besarnya risiko bencana selain dipengaruhi besarnya bahaya, juga dipengaruhi oleh ketangguhan manusia dalam mengurangi risiko baik sebelum, saat dan setelah terjadinya bencana. BNPB mencatat 80% dari 844 korban jiwa meninggal dan 33.821 rumah dan fasilitas umum rusak berat akibat bencana gempa bumi di Indonesia pada tahun 2022, (BNPB, 2022). Pada triwulan I Tahun 2020, terjadi bencana global jenis bencana non alam yang disebabkan *Corona Virus Disease*. Sesuai *update* laporan kejadian tanggal 2 Februari 2023, kasus terkonfirmasi sebanyak 6.730.537 Kasus, Kasus sembuh sebanyak 6.565.411 Kasus dan 160.822 Kasus Meninggal Dunia atau tingkat kematian sebanyak 2,4%. Adanya pembatasan sosial dan bisnis melalui Penerapan PSBB dalam rangka menekan tingkat penyebaran virus mengakibatkan perubahan pola kehidupan sosial di masyarakat dan menimbulkan dampak pada bisnis UMKM dan ekonomi di Indonesia. BPS, (2020).

Wardhani, dkk (2019) mengatakan bahwa bencana Gempa Lombok Utara juga berpotensi menimbulkan dampak terhadap sektor perbankan khususnya perkreditan. Di satu sisi kondisi nasabah termasuk IKM dan UMKM lumpuh sehingga tidak mampu melakukan pembayaran karena *force majeure* sedangkan di sisi lain, bank harus tetap bertahan agar tidak mengalami kerugian. Masnun (2019) mengatakan setahun pasca gempa bumi Lombok, perekonomian Propinsi NTB berkontraksi positif sebesar 8,4 persen tetapi pada awal tahun 2020, perekonomian propinsi NTB kembali mendapatkan ujian dan cobaan berikutnya dengan adanya pandemi Covid-19 sebagai bencana non alam yang menyebabkan perekonomian kembali mengalami kontraksi negatif sebanyak 4,52%.

Menurut Rittinghouse dan Ransome dalam Setiageni (2011) seperti dikutip Maryanti, dkk (2019) bahwa 2 (dua) sektor penting pemulih roda perekonomian lokal pasca bencana, yaitu sektor industri dan perdagangan, dimana IKM dan UMKM merupakan peran utama di kedua sektor ini. Jika IKM berfungsi dalam proses produksi barang, maka UMKM yang memiliki peran menjual kembali berbagai produk hasil IKM tersebut. Jika suatu usaha dimana memproduksi sekaligus sebagai penjual produk, maka dikategorikan sebagai usaha UMKM dan IKM. Mulyono (2021) menyampaikan bahwa kelompok UMKM terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan ekonomi sehingga UMKM dapat menjadi salah satu kekuatan strategis dan potensial untuk mendukung pemulihan ekonomi bangsa pasca bencana dan menjadi *critical engine* untuk perekonomian Indonesia untuk maju. Saddewisasi (2021) mengatakan bahwa IKM dan UMKM berfungsi sebagai penyedia jaring pengaman atau berfungsi sosial yaitu sebagai wahana kegiatan ekonomi produktif bagi masyarakat berpenghasilan rendah dan memacu pertumbuhan ekonomi wilayah karena dekat dengan rakyat kecil dan memiliki daya serap tenaga kerja yang besar.

Solihin (2016) mengungkapkan salah satu penghasil kain tenun tradisional di Pulau Lombok adalah Desa Pringgasela Kecamatan Pringgasela Lombok Timur yang membuat kerajinan kain tenun gedogan secara turun-temurun dengan sistem pengerjaan menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) yang merupakan salah satu budaya kreatif perempuan Suku Sasak Lombok sebagai salah satu indikator kedewasaan perempuan Suku Sasak. Seiring dengan berkembangnya zaman, saat ini masyarakat Lombok mengembangkan kerajinan kain tenun suku sasak sebagai salah satu produk perekonomian masyarakat dan juga sebagai salah satu produk atraksi pariwisata yang merupakan lokomotif dan *trigger* pembangunan di Pulau Lombok (Agung, 1997).

Susilo (2010) mengatakan strategi bertahan erat dengan kemampuan bertahan perusahaan untuk tetap berjalan atau eksis dalam menghadapi suatu keadaan yang sulit. Bencana alam dan non alam yang melanda pulau Lombok juga berdampak dan menuntut keberlanjutan bagi para IKM dan UMKM tenun gedogan pringgasela untuk melanjutkan usaha yang telah dirintis. Nawangpalupi, dkk (2020) mengatakan dalam menghadapi masa krisis, kreativitas dan produktivitas menjadi kunci utama dalam mempertahankan suatu usaha. Buckle, et al., (2000) mengatakan faktor pendukung ketangguhan menandakan adanya kesadaran positif untuk masa depan. Disisi lain pemerintah juga dituntut sigap menanggapi situasi tidak normal akibat bencana melalui perumusan strategi dan kebijakan percepatan pemulihan kondisi perekonomian masyarakat untuk meningkatkan kapasitas wilayah lebih tanggap dan tangguh menghadapi bencana di masa mendatang dalam membangun kembali wilayah yang lebih baik dari sebelumnya. Manajemen strategis menekankan pada pengamatan dan evaluasi peluang dan ancaman dengan melihat kekuatan dan kelemahan perusahaan untuk mengetahui posisinya dalam industri, (Hunger dan Wheelen, 2003). Salah satu strategi yang dianggap paling cermat adalah melalui pemulihan dan pengembangan kapasitas UMKM dan IKM yang telah terbukti mampu bertahan dan berperan signifikan dalam menjaga dan memulihkan kondisi perekonomian wilayah pasca krisis.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk memberikan gambaran keberlanjutan IKM dan UMKM tenun gedogan Pringgasela dalam melintasi masa Bencana Gempa Lombok Tahun 2018 dan Pandemi Covid-19 dianalisa melalui Analisis OODA *Loops* serta strategi mengembangkan IKM dan UMKM tenun gedogan Pringgasela Pasca Bencana dianalisa melalui Analisis Penentuan Strategi Bersaing. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara semi-terstruktur dan kuisisioner melalui teknik pengambilan sampel secara *purposive* dan *quota sampling*. Informan penelitian terdiri dari 1). Informan kunci yaitu para pemilik showroom sekaligus pelaku industri skala menengah dan pejabat daerah perumus arah kebijakan pengembangan usaha tenun; 2). Informan utama yaitu para pelaku skala mikro industri dan usaha komoditi tenun dan pejabat daerah pelaksana teknis program pengembangan usaha tenun; 3). Informan tambahan yaitu para akademis, peneliti dan pemerhati usaha tenun.

HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

1. Analisis OODA *Loops*

Bencana baik alam berupa gempa bumi maupun non alam berupa Pandemi Covid-19 yang melanda pulau Lombok memiliki dampak dan menuntut keberlanjutan bagi para IKM dan UMKM tenun gedogan pringgasela untuk melanjutkan usaha produktif yang telah dirintis dengan daya juang (*adversity quotient*) dalam menghadapi kesulitan atau situasi yang menekan dan spirit kerja yang tinggi untuk melanjutkan dan mengembangkan usahanya (*going concern*). Untuk menganalisa keberlanjutan IKM dan UMKM tenun gedogan Pringgasela melintasi masa Bencana Gempa Lombok Tahun 2018 dan Pandemi Covid-19 dianalisa melalui Analisis OODA *Loops* sebagai konsep analisis berulang seperti *Observe*, *Orient*, *Decide*, dan *Act* untuk menentukan keputusan dalam menghadapi suatu masalah.

a). *Observe* (Observasi)

Terjadi penurunan omzet akibat Gempa Lombok 2018 melumpuhkan aktivitas ekonomi masyarakat selama 4 (empat) bulan dan pada awal tahun 2020 belum berakhir pembangunan kembali usaha tenun akibat gempa, kini berhadapan dengan lesunya pasar akibat pandemi Covid-19.

b). *Orient* (Orientasi)

Merefleksikan kondisi menurunnya omzet penjualan tenun gedogan Pringgasela sebagai dampak kejadian bencana gempa lombok dan bencana pandemi Covid-19 untuk merumuskan alternatif tindakan selanjutnya.

Tabel 1. Alternatif Tindakan Hasil Orientasi
Menurunnya Omzet Penjualan Tenun Gedogan Pringgasela

Indikator	Alternatif Tindakan	
Perubahan sistem produksi	a.	Penenun memanfaatkan keuangan waktu mengerjakan tenun
	b.	Kemampuan adaptasi berdasarkan pengalaman usaha tenun

Indikator	Alternatif Tindakan	
	c.	Peningkatan Spirit dan daya juang berusaha untuk bangkit kembali
	d.	Solidaritas pengerajin, pengepul, pemilik dan pegawai artshop untuk membangun kekuatan kolektif dalam menghadapi bencana
	e.	Modal sosial berupa saling membantu antara sesama pengerajin, pengepul dan pemilik artshop
Strategi Pemasaran	a.	Pemanfaatan media online dalam promosi dan pemasaran tenun
	b.	Hubungan Kerjasama yang baik antara pengerajin, pemilik artshop & travel agen
	c.	Dukungan pemerintah daerah dalam mengikuti pameran dan bazar sebagai wadah promosi dan pemasaran tenun gedogan pringgasela
Variasi Produk	a.	Adanya diversifikasi produk dan variasi motif
	b.	Dukungan pemda menggunakan tenun sebagai seragam pegawai

c). *Decide* (Memutuskan)

Perumusan dan penetapan tindakan prioritas sebagai respon terhadap krisis bisnis yang diperkirakan dapat memberikan hasil baik bagi usaha UMKM dan IKM tenun gedogan pringgasela baik dari pemilik ortshop, pengepul maupun pengerajin.

Tabel 2. Rencana Kegiatan Priotitas Penanggulangan Krisis Usaha Akibat Bencana

Indikator	Prioritas Kegiatan		Peringkat & Pelaku
Promosi	1	Dukungan pemda dalam mengikuti pameran dan bazar sebagai wadah promosi dan pemasaran tenun	I (Pengepul dan Artshop)
	2	Hubungan Kerjasama yang baik antara pengerajin, pemilik artshop dan travel agen serta guide tour	III (Pengerajin, Pengepul dan Artshop)
Cara Kerja Baru	1	Penenun memanfaatkan luang waktu mengerjakan tenun	I (Pengerajin)
	2	Adanya diversifikasi produk dan variasi motif	I (Pengerajin dan Artshop)
	3	Peningkatan Spirit dan daya juang berusaha untuk bangkit kembali pada pasca bencana	II (Pengerajin, Pengepul dan Artshop)
	4	Kemampuan adaptasi berdasarkan pengalaman usaha tenun terhadap resiko dampak bencana	IV (Pengerajin, Pengepul dan Artshop)
Gaji Karyawan	1	Modal sosial berupa saling percaya antara sesama pengerajin, pemilik artshop	VI (Pengerajin, Pengepul dan Artshop)
Cara Pemasaran Baru	1	Pemanfaatan media online dalam promosi dan pemasaran produk tenun	I (Pengerajin, Pengepul dan Artshop)
	2	Dukungan pemda untuk tenun sebagai seragam pegawai	II (Pengepul dan Artshop)

d). *Act* (Tindakan)

Pelaksanaan keputusan yang diharapkan menjadi solusi penanganan krisis dalam rangka mempertahankan usaha tenun gedogan pringgasela yang juga akan memunculkan situasi baru dan sekaligus sebagai *feedback* yang akan diobservasi kembali.

Tabel 3. Pelaksanaan Prioritas Kegiatan dan Capaiannya Dalam Pengembangan Usaha Tenun Gedogan Pringgasela Pasca Bencana

Penenun memanfaatkan keluangan waktu mengerjakan produk tenun	100%	Mengerjakan tenun dg memanfaatkan waktu luang setelah bencana
Hubungan Kerjasama yang baik antara pengerajin, pemilik artshop & travel agen serta guide tour	100%	Membangun jaringan dalam meningkatkan koneksi pemasaran maupun promosi dalam pengembangan usaha tenun

Pemanfaatan media online dalam promosi dan pemasaran produk tenun	100%	Menggunakan Facebook, instagram, whatsapp, tokopedia, bukalapak dalam pemasaran tenun
Kemampuan adaptasi berdasarkan pengalaman usaha tenun terhadap resiko dampak bencana	100%	Menggunakan prinsip & kelengkapan keselamatan kerja selama bencana dan penyesuaian WFH berdasarkan PSBB
Peningkatan Spirit dan daya juang berusaha untuk bangkit kembali pada pasca bencana	90%	Saling bantu & bangun semangat kerja bersama serta yakin melewati masa bencana dan usaha bisa berkembang lagi
Adanya diversifikasi produk dan variasi motif	75%	Mengembangkan alternatif produk turunan tenun : baju, dompet, tas, topi, masker
Dukungan pemerintah daerah dalam mengikuti pameran & bazar sebagai wadah promosi dan pemasaran tenun	50%	Mengusulkan bantuan pembiayaan mengikuti pameran & bazar sebagai wadah promosi dan pemasaran tenun
Kegiatan	Feedback	Upaya

Sumber : Data Diolah

Kegiatan penenun mengerjakan tenun dengan memanfaatkan waktu luang setelah bencana menghasilkan stok produk tenun gedogan meski bencana masih berlangsung. Kegiatan membangun jaringan antara pengerajin, pemilik artshop & travel agen serta guide tour dan pemanfaatan media online seperti Facebook, instagram, whatsapp, tokopedia, bukalapak dalam rangka meningkatkan koneksi promosi dan pemasaran tenun memberikan peluang lakunya stok tenun gedogan Pringgasela. Kegiatan-kegiatan tersebut diatas menciptakan kebertahanan IKM dan UMKM tenun gedogan pringgasela dalam melintasi masa Bencana Gempa Lombok Tahun 2018 dan Pandemi Covid-19.

2. Analisis Penentuan Strategi Bersaing

Dalam menanggapi situasi tidak normal akibat bencana, pemerintah dituntut sigap dan perlu rumusan strategi percepatan pemulihan kondisi perekonomian masyarakat. Bahkan kita berkesempatan membangun kapasitas wilayah secara lebih baik dari sebelumnya (*built back better*) agar lebih tanggap dan tangguh menghadapi bencana di masa mendatang (*disaster risk reduction*). Formulasi strategi mengembangkan usaha tenun tenun gedogan Pringgasela pasca bencana gempa dan pandemi Covid-19 dianalisa melalui Analisis Penentuan Strategi Bersaing yang terbagi ke dalam tiga tahapan proses analisa, yaitu: tahap input, tahap pencocokan dan tahap pengambilan keputusan.

a). Tahap Input

1. Matrik *Internal Factor Evaluation (IFE)*

Matrik IFE bertujuan untuk meringkas dan mengevaluasi faktor kekuatan dan kelemahan pengembangan usaha tenun gedogan pringgasela pasca bencana guna mendapatkan nilai hubungan antar factor kekuatan dan kelemahan tersebut yang ditunjukkan melalui total skor IFE.

Tabel 4. Hasil Pembobotan dan Penilaian Matriks IFE

		Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan	1	Spirit dan daya juang masyarakat untuk bangkit kembali pasca bencana	0,15942	4,45	0,70942
	2	Solidaritas pengerajin, pemilik dan pegawai artshop untuk membangun kekuatan kolektif dalam menghadapi bencana	0,14493	4,1	0,5942
	3	Rehabilitasi & rekonstruksi fasilitas usaha pasca bencana	0,12319	3,15	0,38804
	4	Modal sosial berupa saling percaya antara sesama pengerajin, pemilik artshop	0,13768	3,85	0,53007
	5	Kemampuan adaptasi berdasarkan pengalaman usaha tenun terhadap resiko dampak bencana	0,13043	4,1	0,53478
	6	Penenun memanfaatkan keuangan waktu mengerjakan produk tenun	0,14493	4,2	0,6087
	7	Adanya diversifikasi produk dan variasi motif	0,15942	4,4	0,70145
Total			1		4,06667
Kelemahan	1	Tidak sebandingnya antara harga kain tenun dengan proses yang lama, keahlian dan tenaga yang dikeluarkan tidak sedikit	0,15663	3,55	0,55602
	2	Pengembangan teknologi dalam produksi tenun gedogan pringgasela yang masih terbatas	0,20482	3,6	0,73735
	3	Trauma psikologis & keterbatasan ruang gerak berproduksi masyarakat terhadap bencana	0,12048	2,85	0,34337
	4	Harga bahan baku cenderung naik pasca bencana	0,19277	3,25	0,62651
	5	Rusaknya sarana dan prasarana desa dan usaha pasca bencana	0,08434	2,4	0,20241
	6	Beberapa motif khas tenun gedogan pringgasela belum terdaftar di HAKI	0,09639	2,4	0,23133
	7	Harga produk tenun yang relatif mahal untuk ukuran masyarakat umum	0,14458	2,65	0,38313
Total			1		3,08012

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan hasil skor faktor kekuatan dan kelemahan maka total skor IFE sebagai nilai sumbu X pada matriks I-E dan dan matrik *Grand Strategy* :

$$Total\ Skor\ IFE = \frac{S - W}{2} = 0,493275$$

2. Matrik *Eksternal Factor Evaluation (EFE)*

Matrik EFE bertujuan untuk meringkas dan mengevaluasi faktor peluang dan ancaman pengembangan usaha tenun gedogan pringgasela pasca bencana guna mendapatkan nilai hubungan antar factor peluang dan ancaman tersebut yang ditunjukkan melalui total skor EFE.

Tabel 5. Hasil Pembobotan dan Penilaian Matriks EFE

		Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
Peluang	1	Adanya upaya tanggap darurat dan rehabilitasi /rekonstruksi fasilitas desa pasca bencana	0,09023	4	0,3609
	2	Pemanfaatan media online dalam promosi dan pemasaran produk tenun	0,18045	4,5	0,81203

Faktor Strategis		Bobot	Rating	Skor	
	3	Hubungan Kerjasama yang baik antara pengerajin, pemilik artshop dan travel agen	0,13534	4,4	0,59549
	4	Dukungan pemerintah daerah dalam mengikuti pameran dan bazar sebagai wadah promosi dan pemasaran tenun gedogan pringgasela	0,15789	4,3	0,67895
	5	Kecintaan dan minat masyarakat dan konsumen luar daerah terhadap tenun tinggi	0,13534	4,35	0,58872
	6	Dukungan pemerintah daerah dalam menggunakan tenun dalam event daerah & sebagai seragam PNS	0,15789	4,25	0,67105
	7	Perlindungan hak paten dari pemerintah	0,14286	4,4	0,62857
total		1		4,33571	
Ancaman	1	Periode bencana gempa & pandemi covid yang relatif panjang jumlah pengunjung, produksi dan penjualan kain tenun yang menurun	0,17117	3,45	0,59054
	2	Daya beli masyarakat menurun akibat bencana	0,16216	3,95	0,64054
	3	Dukungan bantuan modal pendanaan berusaha kembali pasca bencana	0,12613	3,65	0,46036
	4	Perkembangan teknologi mesin untuk produksi barang tenun sejenis yang semakin pesat	0,17117	4,25	0,72748
	5	Berubahnya pola pikir dan perilaku serta budaya masyarakat ke arah modernisasi	0,0991	3,45	0,34189
	6	Persaingan produk tenun dari luar gedogan pringgasela dengan teknologi pembuatan dan harga yang relatif lebih murah	0,17117	4,1	0,7018
	7	Pelanggan atau pembeli tenun masih belum tertarik membeli tenun pasca bencana	0,0991	2,9	0,28739
Total		1		3,75	

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan hasil skor faktor peluang dan ancaman maka total skor EFE sebagai nilai sumbu Y pada matriks I-E dan matrik *Grand Strategy* :

$$Total\ Skor\ EFE = \frac{O - T}{2} = 0,292855$$

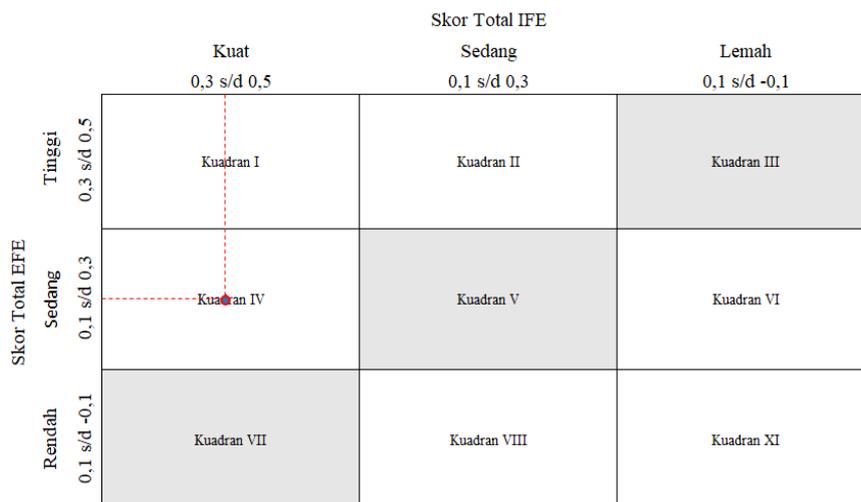
b). Tahap Pencocokan

1. Matrik Internal-Eksternal (I-E)

Matriks IE merupakan alat manajemen strategis yang digunakan untuk menganalisis kondisi dan posisi strategis usaha berdasarkan dua skor dari matriks IFE dan EFE.

Matriks IE

Pengembangan Usaha Tenun Gedogan Pringgasela Pasca Bencana Gempa dan Covid-19



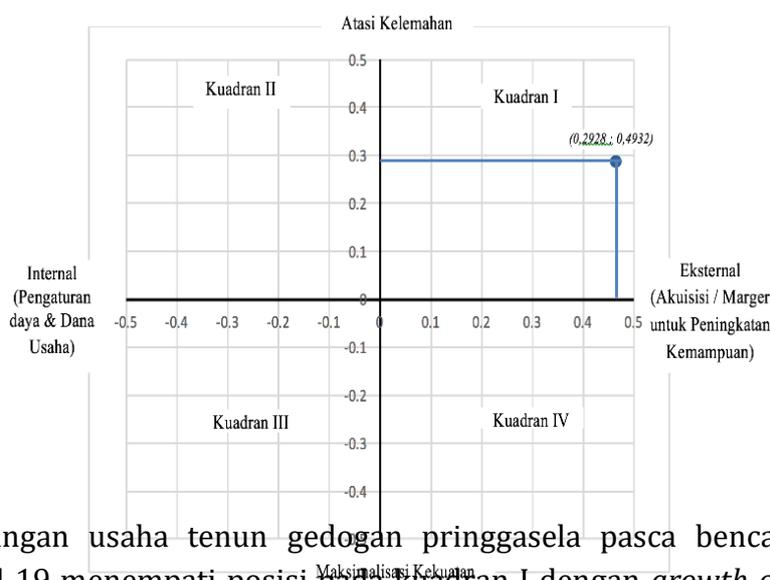
Pengembangan usaha tenun gedogan pringgasela pasca bencana gempa dan pandemi Covid-19 menempati kuadran Posisi I, II, IV. Kondisi entitas adalah *grow & build* dengan kategori strategi intensif dengan jenis strategi : Strategi Penetrasi Pasar, Strategi Pengembangan Pasar & Strategi Pengembangan Produk.

2. Matrik Grand Strategy

Serupa dengan Matriks IE, matrik Grand Strategy juga merupakan alat manajemen strategis yang digunakan untuk menganalisis kondisi dan posisi strategis usaha berdasarkan dua skor dari matriks IFE dan EFE.

Matrik Grand Strategy

Pengembangan Usaha Tenun Gedogan Pringgasela Pasca Bencana Gempa dan Covid-19



Pengembangan usaha tenun gedogan pringgasela pasca bencana gempa dan pandemic Covid-19 menempati posisi pada kuadran I dengan *growth-oriented strategy* dengan jenis strategi: Strategi Penetrasi Pasar, Strategi Pengembangan Pasar & Strategi Pengembangan Produk.

3. Matrik TOWS

Analisis SWOT menghasilkan matriks TOWS untuk menganalisis situasi dengan identifikasi berbagai faktor eksternal dan internal usaha secara sistematis untuk merumuskan strategi pengembangan usaha. Analisis didasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Matriks TOWS

Pengembangan Usaha Tenun Gedogan Pringgasela Pasca Bencana Gempa dan Covid-19

IFE EFE	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
Peluang (<i>Opportunities</i>)	<p><i>Strength – Opportunities (S-O)</i> Ciptakan strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang</p> <p>Strategi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategi Pengembangan Produk ▪ Strategi Penetrasi Pasar ▪ Strategi Pengembangan Pasar ▪ Strategi Kerjasama ▪ Strategi Diversifikasi Konsentrik 	<p><i>Weaknesses – Opportunities (W-O)</i> Ciptakan strategi meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang</p> <p>Strategi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategi Pengembangan Produk ▪ Strategi Penetrasi Pasar ▪ Strategi Pengembangan Pasar ▪ Strategi Kerjasama
Ancaman (<i>Threats</i>)	<p><i>Strengths – Threats (S-T)</i> Ciptakan strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman</p> <p>Strategi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategi Pengembangan Produk ▪ Strategi Pengembangan Pasar ▪ Strategi Penetrasi Pasar ▪ Strategi Kerjasama 	<p><i>Weaknesses – Threats (W-T)</i> Ciptakan strategi meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman</p> <p>Strategi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategi Pengembangan Produk ▪ Strategi Penetrasi Pasar ▪ Strategi Pengembangan Pasar ▪ Strategi Kerjasama

c). Tahap Keputusan

Berdasarkan hasil perumusan strategi pada tahap pencocokan yang dibantu dengan tiga alat bantu (Matriks TOWS, Matriks I-E, dan *Grand Strategy Matrix*), dihasilkan berbagai alternatif strategi yang dapat digunakan oleh entitas pengembangan usaha tenun pasca bencana Gempa Lombok Tahun 2018 dan Covid-19 yaitu Strategi Penetrasi Pasar, Strategi Pengembangan Pasar dan Strategi Pengembangan Produk serta Strategi Kerjasama (*Joint Venture*) yang akan dinilai melalui penilaian matriks QSPM.

Tabel 6 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Kuisioer QSPM

Responden	ALTERNATIF STRATEGI			
	Penetrasi Pasar	Pengembangan Produk	Pengembangan Pasar	Kerjasama
	TOTAL TAS	TOTAL TAS	TOTAL TAS	TOTAL TAS
1	9,3193	11,8660	15,1192	12,9448
2	8,8434	13,3702	14,8386	12,6585
3	9,4543	12,5797	15,3254	13,4613
4	8,7754	11,3327	15,2252	11,0230
5	9,2519	10,3918	14,6181	11,5767
NILAI TAS 5 RESPONDEN	9,1288	11,9081	15,0253	12,3329

Sumber: Hasil Penilaian QSPM Alternatif Strategi. (Data Diolah)

Berdasarkan hasil penilaian QSPM pada tabel 4.15, dapat dilihat bahwa alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi pengembangan usaha tenun pasca bencana Gempa Lombok Tahun 2018 dan Covid-19 adalah pengembangan pasar dengan skor total TAS sebesar 15,025. Pengembangan pasar bagi usaha tenun pasca bencana Gempa Lombok Tahun 2018 dan Covid-19 dapat dilakukan dengan pemanfaatan media online dalam

promosi dan pemasaran produk seperti Facebook, instagram, whatsapp, tokopedia, bukalapak. Alternatif strategi Kerjasama dengan skor total TAS sebesar 12,332. Strategi Kerjasama ini dapat dilakukan dengan peningkatan rasa solidaritas untuk membangun kekuatan kolektif menghadapi bencana dalam membangun konektifitas usaha antara pengerajin, pemilik artshop, tavel agen dan dukungan pemerintah. Strategi Pengembangan produk yang mendapatkan skor 11,908. Strategi Pengembangan produk dapat dilakukan dengan peningkatan diversifikasi produk dan variasi motif tenun dalam rangka mengantisipasi pesatnya perkembangan teknologi mesin untuk produksi barang tenun sejenis melalui pengembangan alternatif produk turunan bahan tenun: baju, dompet, tas, topi, masker dan pemanfaatan keluangan waktu mengerjakan produk tenun, Strategi penetrasi pasar diposisi terakhir dengan skor bernilai 9,128.

KESIMPULAN

Pada tahap act analisa OODA Loops, upaya pelaku UMKM dan IKM tenun gedogan pringgasela untuk bisa bertahan melintas bencana baik bencana gempa lombok maupun pandemic Covid-19 yaitu penenun memanfaatkan keluangan waktu mengerjakan produk tenun dimasa pasca bencana telah menghasilkan stok produksi tenun meski kondisi bencana masih berlangsung. Kegiatan Hubungan Kerjasama yang baik antara pengerajin, pemilik artshop & travel agen serta guide tour serta pemanfaatan media online seperti Facebook, instagram, whatsapp, tokopedia, bukalapak dalam rangka meningkatkan koneksi promosi dan pemasaran dalam promosi dan pemasaran tenun memberikan peluang lakunya stok tenun gedogan Pringgasela. Berdasarkan hasil penilaian QSPM bahwa strategi prioritas I yaitu pengembangan usaha tenun pasca bencana Gempa Lombok Tahun 2018 dan Covid-19 adalah strategi pengembangan pasar dengan skor total TAS sebesar 15,025 melalui pemanfaatan media online dalam promosi dan pemasaran produk seperti Facebook, instagram, whatsapp, tokopedia, bukalapak. Strategi prioritas II yaitu strategi kerjasama dengan skor total TAS sebesar 12,332 dilakukan dengan peningkatan rasa solidaritas untuk membangun kekuatan kolektif menghadapi bencana dalam membangun konektifitas usaha antara pengerajin, pemilik artshop, tavel agen dan dukungan pemerintah. Strategi prioritas III yaitu strategi pengembangan produk yang mendapatkan skor 11,908 dapat dilakukan dengan peningkatan diversifikasi produk dan variasi motif tenun dalam rangka mengantisipasi pesatnya perkembangan teknologi mesin untuk produksi barang tenun sejenis melalui pengembangan alternatif produk turunan bahan tenun: baju, dompet, tas, topi, masker dan pemanfaatan keluangan waktu mengerjakan produk tenun,

DAFTAR PUSTAKA

Audretsch, et al., (2009). *First Section of The Annual Report on EU Small and Medium-Sized Enterprises*. EIM Business & Policy Research, 12 ;

- Buckle, et al., (2000). *New approaches to assessing vulnerability and resilience*. *Australian Journal of Emergency Management* 15(2) 8-14. Retrieved July 7, 2015, from <http://www.radixonline.org/resources/bucklemarsh.pdf>.
- BPS (2019). Analisis Hasil SE2016 Lanjutan ; Potensi Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil. ISBN: 978-602-438-270-4 No. Publikasi: 07310.1901. Subdirektorat Publikasi dan Kompilasi Statistik BPS ;
- Maryanti, dkk (2019). Menggerakkan Perekonomian Melalui Pemulihan Usaha Dan Industri Mikro Kecil Menengah Pasca Bencana Gempa Bumi Di Nusa Tenggara Barat. *Ejurnal Binawakya* Vol.14 No.4 Nopember 2019 ISSN 1978-3787 (Cetak) ; ISSN 2615-3505 (Online) ;
- Masnun (2019). Mendorong kebangkitan perekonomian Lombok Utara pascagempa. <https://www.antaraneews.com/berita/1062108/mendorong-kebangkitan-perekonomian-lombok-utara-pascagempa> ;
- Nawangpalupi, dkk (2020). *Menyerah Bukan Pilihan*. Surabaya, Unitomo Press ;
- Saddewisasi (2021). *Membangkitkan UMKM Jawa Tengah: Strategi Pemulihan Ekonomi Daerah Dalam Pandemi Covid-19*. Penerbit Fastindo Semarang. ISBN 978-602-6627-89-6 (Cetak) ; ISBN 978-602-6627-90-2 (PDF) ;
- Solihin (2016). *Tenun Gedogan Desa Pringgasela*. Internet Artikel, Diakses 18 September 2023.
https://www.kompasiana.com/solihin95/570d088252f9fd1a0a66ffe9/tenun-gedogan-desa-pringgasela?page=1&page_images=1 ;
- Susilo (2010). Strategi Bertahan Industri Makanan Skala Kecil Pasca Kenaikan Harga Pangan dan Energi di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekuitas*.Vol. 14. No. 2 ;
- Twigg (2012). *Karakteristik Masyarakat tahan bencana*. Australia-Indonesia Facility for Disaster Reduction (AIFDR), AusAID.
- Wardhani, dkk (2019). *Upaya Penyelesaian Kredit Bermasalah Bagi UMKM Pasca Gempa Bumi Di Bank BRI Kabupaten Lombok Utara*. *Jurnal Kerta Semaya* E-ISSN : 2303-0569 Universitas Udayana ;