
**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK EKONOMI KREATIF KAIN TENUN KERE' ALANG
SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DI DESA POTO KECAMATAN MOYO HILIR**

Oleh

Sahrul Amar¹, I Made Suyasa², Mahsun³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

Email : ¹amarsahrul982@gmail.com, ²kadeksuyasa@gmail.com ,

³mahsun.akpar90@gmail.com

Article History:

Received: 06-09-2022

Revised: 15-10-2022

Accepted: 24-10-2022

Keywords:

Desa Poto, Kere' Alang,
Ekonomi Kreatif dan
Pengembangan.

Abstract: *Kere' Alang adalah hasil kerajinan tenunan khas Sumbawa dan merupakan salah satu ikon daerah Sumbawa yang perlu dilestarikan. Kata Alang dalam bahasa Melayu Kuno berarti kemilau atau gemerlap, sehingga Kere' Alang dapat diartikan sebagai kain yang kemilau atau gemerlap. Kain tenun Kere' Alang bukan sekadar membuat motif dan ornamen, tetapi memiliki filosofi yang mempunyai hubungan timbal balik dengan pola kehidupan agraris warganya, kondisi alam dan lingkungan, representasi bentuk-bentuk kekerabatan dan kebersamaan dalam kehidupan sosial. Namun, kain tenun Kere' Alang belum optimal dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan potensi pengembangan produk ekonomi kreatif kain tenun Kere' Alang agar menjadi daya tarik wisata dan untuk mendeskripsikan tentang strategi pengembangan produk ekonomi kreatif kain tenun Kere' Alang sebagai daya tarik wisata di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. Metode penelitian yang digunakan bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Peneliti menggunakan analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan kain tenun Kere' Alang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kain tenun Kere' Alang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata seperti sumber daya manusia, pemasaran, daya dukung dari berbagai pihak, nilai filosofi dan nilai budaya serta inovasi, namun potensi-potensi tersebut perlu ditingkatkan melalui berbagai strategi seperti peningkatan kreativitas, membuat inovasi, menjalin kerjasama dengan pelaku pariwisata, mengemas paket wisata dan menjaga generasi penerus.*

PENDAHULUAN

Kere' Alang adalah hasil kerajinan tenunan khas Sumbawa sebagai salah satu ikon daerah Sumbawa Besar yang perlu dilestarikan. Pusat produksi Kain tenun kere alang berada di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. Kata *Alang* dalam bahasa Melayu

Kuno berarti kemilau atau gemerlap, sehingga *Kere' Alang* dapat diartikan sebagai kain yang kemilau atau gemerlap. Kain tenun *Kere' Alang* bukan sekadar membuat motif dan ornamen, tetapi memiliki filosofi yang mempunyai hubungan timbal balik dengan pola kehidupan agraris warganya, kondisi alam dan lingkungan, representasi bentuk bentuk kekerabatan dan kebersamaan dalam kehidupan social pada awalnya kerajinan tenun *Kere' Alang* hanya boleh dipakai oleh kalangan tertentu khususnya pada kesultanan dan para tokoh penting. Hal itu, karena motif *Kere' Alang* dan Sapu Alang tidak terlepas dari pengaruh-pengaruh seperti kebudayaan, kepercayaan, adat istiadat, tata kehidupan, alam (flora, fauna dan benda alam) yang dihubungkan dengan harapan dan maksud tertentu, yaitu dapat menghubungkan manusia dengan Tuhannya agar dijauhkan dari malapetaka, diberi kedamaian, kemenangan dan banyak lagi harapan lainnya. Seiring perkembangan kerajinan *Kere' Alang* sudah mulai banyak digunakan oleh masyarakat tidak terkecuali masyarakat kecil yang juga bisa merasakan. Hanya saja nilai nilai budaya itu kini jarang dipahami karena kebanyakan penenun lebih berorientasi pada nilai ekonomis ataupun keinginan pasar.

Peraturan daerah Kabupaten Sumbawa No 10 tahun 2012 menyebutkan bahwa Desa Poto sebagai kawasan wisata budaya yang menjadi prioritas pengembangan, sehingga peran pemerintah sangat diperlukan untuk mengembangkan *Kere' Alang* yang ada di Desa Poto sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke daerah tersebut. Kain tenun *Kere' Alang* termasuk kedalam budaya dan hasil buatan manusia. Hal ini bisa menjadi peluang untuk mendatangkan wisatawan.

Pengembangan kain tenun *Kere' Alang* di Desa Poto masih memiliki beberapa permasalahan diantaranya masih kurangnya minat generasi muda untuk belajar menenun, serta kurangnya inovasi produk berbahan dasar *Kere' Alang*. Tidak hanya itu, kurangnya minat pengrajin untuk belajar mengeksplor motif-motif baru serta belum ditemukannya sebuah metode yang dapat menyederhanakan bentuk *Kere' Alang* agar dapat bersaing di pasaran. Selain itu, produksi satu lembar *Kere' Alang* memerlukan waktu kurang lebih 1 bulan, sedangkan harga jual satu lembar *Kere' Alang* berkisar antara 1,5 juta rupiah hingga 2 juta rupiah.

Berdasarkan hal tersebut di atas, tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan potensi kain tenun *Kere' Alang* dan mendeskripsikan strategi pengembangan kain tenun *Kere' Alang* sebagai daya tarik wisata di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa.

LANDASAN TEORI

Potensi adalah suatu kemampuan, kesanggupan, kekuatan, ataupun daya yang mempunyai kemungkinan untuk bisa dikembangkan lagi menjadi bentuk yang lebih (Majdi: 2007) dalam Sustyorini, E. N., & Isnawati, U. M. (2018)

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:70) Dalam Dhian, Y. P. (2021) pengembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk memodifikasi atau produk baru ke segmen pasar yang ada sekarang. Pengembangan konsep produk menjadi produk fisik dalam upaya memastikan bahwa ide produk bisa diubah menjadi produk yang bisa diwujudkan secara efektif. Fokus utama dalam pengembangan produk adalah dengan menciptakan gagasan baru, yang nantinya akan diimplementasikan ke dalam produk baru

Produk baru yang dimaksudkan adalah produk tenun *Kere' Alang* khas sumbawa yang dapat menjadi daya tarik wisata di Kabupaten Sumbawa. Kekhasan produk *Kere' Alang*

dilihat dari cara dan pemilihan corak tenun serta nilai yang tercermin di dalamnya sebagai kearifan lokal masyarakat sumbawa.

Menurut Hamel dan Prahalad (1995:31) dalam Juliansyah, E. (2017) “bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan Sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Pengembangan adalah proses yang menciptakan pertumbuhan, kemajuan, perubahan positif atau penambahan komponen fisik, ekonomi, lingkungan, sosial dan demografis..

Pengembangan pariwisata, merupakan suatu bagian dari sebuah rencana dalam upaya memajukan, memperbaiki serta meningkatkan kondisi nyata daerah setempat sehingga dapat memberikan nilai tambah maupun dapat bermanfaat bagi masyarakat lokal yang ada di sekitar kawasan wisata, wisatawan dan pemerintah daerah.

Strategi Pengembangan dalam konteks industri budaya berkaitan dengan proses para pengrajin dalam upaya mempertahankan atau meningkatkan hasil kerajinannya dan peningkatan kemampuan bersaing dan bekerjasama antar perajin / pengusaha mulai dari pengadaan bahan baku, peralatan produksi, kemampuan tenaga kerja, sampai dengan teknik pemasaran (Marjanto, 2010) Dalam Nurcahyani, L. pengembangan industri budaya yang dimaksudkan adalah berkaitan dengan pengembangan kain tenun *Kere’ Alang* agar menjadi daya tarik wisata dengan meningkatkan keterampilan dan kreativitas sumber daya manusia yang dimiliki sehingga memiliki nilai lebih dan bermanfaat bagi masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif yang digunakan untuk mengeksplorasi dan menggali lebih dalam fenomena yang ada dilapangan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu teknik wawancara untuk mendapatkan informasi yang akurat mengenai strategi pengembangan kain tenun *Kere’ Alang*, teknik observasi serta menggunakan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah sebuah metode sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan menggambarkan situasi yang sedang atau mungkin akan dihadapi yang digunakan sebagai perencanaan strategis dalam memaksimalkan faktor dari dalam (*internal*) yang terdiri dari Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weakness*), serta secara bersamaan dapat meminimalkan faktor dari luar (*eksternal*) yang terdiri dari Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis potensi tenun Kere’ Alang sebagai daya tarik wisata

a. Daya Dukung Kere’ Alang

Kere’ Alang mendapat daya dukung dari berbagai kalangan dalam pengembangannya, mulai dari pemerintah, budayawan maupun masyarakat. Pemerintah Kabupaten Sumbawa melalui Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan menaruh perhatian besar terhadap kain tenun *Kere’ Alang* untuk dijadikan produk unggulan Kabupaten Sumbawa, karena *Kere’ Alang* merupakan warisan budaya yang perlu dijaga dan dilestarikan. Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan membantu pengrajin tenun dalam hal peningkatan kapasitas melalui berbagai pelatihan dan membangun rumah produksi berupa berugak di setiap rumah penenun di dusun semeri sehingga pengunjung yang ingin membeli atau

belajar dapat melihat secara langsung.

Selain itu, Pemerintah Kabupaten Sumbawa membantu pengrajin tenun dalam hal pengadaan alat tenun bukan mesin atau/ATBM. Alat tersebut bisa memproduksi kain tenun *Kere' Alang* 1 meter dalam sehari tergantung dari motif yang dibuat. Kain tenun yang dihasilkan dari alat tenun bukan mesin diperuntukan untuk pembuatan pakaian, sementara hasil tenun dari gedogan/alat tradisional diperuntukan untuk ornamen pelengkap pakaian adat. Kain tenun hasil produksi ATBM tengah gencar dikembangkan, ini dikarenakan adanya peraturan Bupati Sumbawa Nomor 124 tahun 2021 tentang Pakaian Dinas Aparatur Sipil Negara di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Sumbawa. Terdapat poin yang mewajibkan Aparatur Sipil Negara menggunakan PDH batik tenun khas sumbawa dengan *Sapu' Alang/ikat kepala pria sumbawa* setiap hari Kamis dan Sabtu. Pakaian tenun ikat/batik/*Sapu' Alang* diutamakan menggunakan produksi UMKM Kabupaten Sumbawa. Dari segi pemasaran Pemerintah Kabupaten Sumbawa melalui Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan selalu mengikutsertakan kain tenun *Kere' Alang* di berbagai event seperti pameran dan festival di dalam maupun luar daerah seperti mengikuti pagelaran Pekan Budaya Nasional di Jakarta dan pagelaran *Moto GP* di Lombok. Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata ikut serta mempromosikan kain tenun *Kere' Alang* seperti mengarahkan wisatawan yang ingin membeli oleh-oleh ke Desa Poto.

Selain pemerintah, masyarakat pada umumnya memberi daya dukung terhadap pengembangan *Kere' Alang*. Bagi masyarakat sumbawa, *Kere' Alang* sudah berkembang, hidup dan tumbuh sampai sekarang karena *Kere' Alang* digunakan untuk upacara tradisional. Semua jenis upacara siklus hidup tradisional seperti pernikahan, khitanan, *biso tian*, *nyorong*, dan sebagainya masyarakat Sumbawa mengeluarkan dan memakai *Kere' Alang* mereka.

Menurut Budayawan Sumbawa H. Hasanuddin S.Pd mengatakan penggunaan *Kere' Alang* ini sebagai identitas bahwa masyarakat sedang berada dalam upacara adat Sumbawa. Saat ini, *Kere' Alang* tidak hanya digunakan saat upacara tradisional tetapi juga digunakan selama kegiatan budaya seperti festival, pertunjukan seni, peragaan busana dan lain-lain, sehingga kain tenun *Kere' Alang* akan tetap digunakan oleh masyarakat Sumbawa karena sudah menjadi sebuah kebutuhan.

b. Sumber Daya Manusia

Pengrajin tenun yang ada di Desa Poto berjumlah kurang lebih 300 orang dari 2.742 penduduk atau sekitar 11% dari jumlah penduduk keseluruhan, Untuk menjaga kelestarian dan keberlangsungan kain tenun *Kere' Alang*. Pemerintah Desa Poto membuat berbagai program untuk mengembangkan kemampuan pengrajin tenun melalui pelatihan secara berkala. Pemerintah desa juga secara rutin mengadakan festival tenun setiap tahunnya, namun saat adanya pandemi Covid-19 kegiatan tersebut untuk sementara tidak dilaksanakan.

Terdapat sebuah organisasi yang menjadi wadah atau yang memayungi kelompok tenun di Kabupaten Sumbawa yaitu bernama APDISA atau Asosiasi Penenun Tradisional Sumbawa. Organisasi ini dibentuk tanggal 15 Maret 2019, pembentukan organisasi ini berangkat dari keprihatinan terhadap produk tenun yang berkaitan dengan motif yang ternyata banyak ditiru oleh daerah yang lain.

APDISA yang berpusat di Desa Poto telah menjadi semacam katalis bagi kelahiran kembali semangat para pengrajin tenun untuk memajukan kain sumbawa khususnya kain tenun

Kere' Alang. Gairah tersebut bisa dilihat dari rencana kerja APDISA yang bertujuan untuk menghimpun kembali para pengrajin tenun yang tersebar di berbagai desa di Kabupaten Sumbawa, menyelenggarakan pelatihan tenun hingga menciptakan galeri di titik-titik tertentu untuk menghimpun hasil tenun karya pengrajin untuk dipamerkan dan diperjualbelikan.

c. Inovasi

Inovasi yang telah dilakukan hingga saat ini adalah diversifikasi produk. Diversifikasi produk adalah salah satu strategi pemasaran dengan cara mengembangkan produk agar lebih beragam. Diversifikasi produk dilakukan agar usaha tidak tergantung pada satu hal atau produk saja. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:70) Dalam Dhian, Y. P. (2021) pengembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk memodifikasi atau produk baru ke segmen pasar yang ada sekarang. pengembangan produk baru yang bisa dilakukan terhadap kain tenun *Kere' Alang* seperti produk tas, dompet, brose, anting dan aksesoris lainnya.

Selama ini wisatawan yang datang berkunjung ke Desa Poto tidak memberikan kontribusi, wisatawan hanya datang melihat kemudian pulang tanpa membeli produk *Kere' Alang* disebabkan harga *Kere' Alang* yang cukup mahal sehingga wisatawan berpikir lagi jika ingin dijadikan oleh-oleh. Dengan adanya diversifikasi produk atau pengembangan menjadi produk yang lebih beragam dapat meningkatkan penjualan produk tenun *Kere' Alang* sehingga mampu dibeli oleh wisatawan dengan harga yang terjangkau.

Inovasi bisa dilakukan terhadap motif *Kere' Alang* dengan menciptakan motif baru. Saat ini perkembangan motif baru pada kain tenun *Kere' Alang* tidak mengalami perkembangan yang signifikan, namun bila dilihat berdasarkan aspek stilisasi atau pengembangan terhadap motif-motif yang sudah ada, maka perkembangannya terhitung pesat. Motif-motif yang dianggap motif baru yaitu *kemang satange beru*, *motif bintang kesawir*, *motif lasuji kemang sasir*, *motif cepa beru*, serta *motif jajar kemang baleno*. Motif-motif tersebut merupakan pengembangan dari motif-motif yang sudah ada sebelumnya. Penciptaan motif baru biasanya bersumber dari referensi yang didapatkan dari internet oleh pengrajin dan hasil pelatihan yang dilakukan didalam maupun luar daerah serta kreativitas pengrajin semenjak permintaan pasar terhadap kain tenun *Kere' Alang* meningkat kemudian diolah dan dipadukan dengan motif yang ada.

Inovasi bisa dilakukan terhadap alat dan bahan yang digunakan, terdapat alat tenun gedogan dan Alat Tenun Bukan Mesin atau ATBM yang bisa memproduksi tenun *Kere' Alang* hingga 1 meter sehari tergantung dari motif yang dibuat. Harga dari tenun *Kere' Alang* hasil produksi alat tenun bukan mesin lebih terjangkau yaitu 150 ribu Rupiah per meter. Selain alat, bahan juga bisa diinovasi dengan cara membedakan jenis benang yang digunakan. Seperti benang dengan kualitas tinggi dan benang dengan kualitas menengah hingga rendah, hal tersebut agar *Kere' Alang* memiliki variasi harga sehingga bisa dijangkau oleh masyarakat.

d. Nilai Filosofi

Kere' Alang memiliki nilai serta keunikan berupa keanekaragaman budaya dan hasil buatan manusia karena *Kere' Alang* memiliki nilai filosofi dan merupakan hasil buatan manusia.

Banyak yang mengartikan *Kere' Alang* sebagai langit-langit rumah, ini dikarenakan perempuan pada zaman dahulu tidak boleh turun dari rumah sehingga mereka menenun di

langit-langit rumah mereka, tetapi alang yang ada di nama *kere/* kain itu tidak identik dengan tempat menenun.

Kain tenun *Kere' Alang* adalah nama songket khas Sumbawa yang terdiri dari 2 suku kata yaitu *Kere'* dan *Alang*, *Kere'* berarti kain sedangkan *Alang* memiliki makna yaitu *kurin / lidi*, lidi yang dibuat dari batang buluh yang kering, kuning dan berwarna keemasan digunakan untuk membuat motif pada benang yang sudah diurai dalam tenunan. Dalam bahasa melayu alang itu artinya kemilau atau gemerlap. Hal tersebut senada dengan motif *Kere' Alang* yang berwarna emas.

Kere' Alang memiliki 2 filosofi, yaitu filosofi secara umum dan filosofi yang terdapat dalam setiap motifnya. Menurut Budayawan Sumbawa H. Hasanuddin S.Pd filosofi *Kere' Alang* secara umum yaitu;

- a) Ingin memberikan gambaran tentang kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat sumbawa, karena setiap daerah yang memiliki teknik songket, mereka akan menggambarkan kekayaan *flora* dan *fauna* yang mereka miliki. Tidak mungkin bagi mereka untuk mendapatkan gambaran tentang *flora* dan *fauna* jika mereka tidak memiliki kekayaan seperti itu.
- b) Merupakan sarana untuk menyampaikan tentang keagungan dan kebesaran jiwa serta kewibawaan. Itulah alasan *Kere' Alang* tidak dipakai untuk kegiatan sehari hari dan hanya digunakan untuk upacara adat dan acara kebudayaan.
- c) *Kere' Alang* sebagai tempat menuangkan nilai kehidupan masyarakat sumbawa, yaitu ketika ingin menyampaikan pesan kehidupan, mungkin mereka tidak bisa berpidato atau berbicara menggunakan sistem literasi yang baik namun disampaikan dalam bentuk motif motif *Kere' Alang*. Berikut adalah beberapa motif kain tenun *Kere' Alang*



Gambar 1. Motif kemang kenanga

Menurut masyarakat Sumbawa filosofi dari bunga *kenanga* adalah agar kita dan keluarga senantiasa mendapatkan keharuman dari para leluhur. Keharuman merupakan kiasan dari berkah yang berlimpah dari para leluhur.



Gambar 2. Motif Kemang Langit

Makna dari motif kemang langit adalah kewaspadaan, kelincahan, kerja keras dan kejujuran. artinya bahwa seorang pemimpin harus memiliki kecerdasan dalam menghadapi atau menyikapi segala sesuatu dan untuk melakukan itu perlu kesabaran, kerja keras dan kejujuran agar rakyat percaya dan melindungi pemimpin



Gambar 3. Motif *gili liyuk*

Filosofi gili liyuk adalah bahwa Sumbawa merupakan daerah yang didatangi oleh banyak etnik yang ada di Nusantara. Kedatangan dari berbagai penjurur ini yang disimbolkan dalam bentuk ragam hias untuk mengingatkan kita bahwa Sumbawa ini adalah daerah pelabuhan pertemuan atau *melting point*.

2. Analisis SWOT Pengembangan Kain Tenun Kere Alang Sebagai Daya Daya Tarik Wisata Di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa.

Untuk merumuskan strategi pengembangan kain tenun *Kere' Alang* sebagai daya tarik wisata, maka perlu dilakukan analisis SWOT yang terdiri dari *strengths, weakness, opportunities, and threats*. Berikut ini adalah rincian dari *strengths, weakness, opportunities, and threats* yang didapatkan dari hasil wawancara dengan narasumber.

a. Strengths (Kekuatan)

Berdasarkan hasil penelitian, berikut beberapa kekuatan yang dimiliki oleh kain tenun *Kere' Alang* sebagai daya tarik wisata di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa

Tabel. 1 Kekuatan

No.	<i>Strengths (S)</i>
1.	Merupakan produk lokal kabupaten sumbawa.
2.	Memiliki nilai filosofi
3.	Memiliki jumlah penenun yang banyak
4.	Merupakan objek pemajuan kebudayaan
5.	Memiliki asosiasi penenun tradisional sumbawa
6.	Memiliki daya dukung yang besar

b. Weakness (Kelemahan)

Berdasarkan hasil penelitian, berikut kelemahan yang dimiliki oleh kain tenun *Kere' Alang* sebagai daya tarik wisata di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa

Tabel. 2 kelemahan

No.	<i>weakness (w)</i>
1.	Lemahnya kreativitas pengrajin tenun
2.	Menenun belum menjadi pekerjaan utama

3.	Kurangnya pemahaman pengrajin terkait filosofi kain yang mereka buat
4.	Pembuatan yang memakan waktu cukup
5.	Kolaborasi satuan kerja perangkat daerah atau SKPD belum terjalin dan belum konsen terhadap kere alang

c. Opportunity (peluang)

Berdasarkan hasil penelitian, berikut beberapa peluang yang dimiliki oleh kain tenun *Kere' Alang* sebagai daya tarik wisata di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa

Tabel. 3 opportunities

No	<i>Opportunities (O)</i>
1	Menjadi pusat industri
2	Menjadi daya tarik wisata
3	Bekerja sama dengan berbagai pihak

d. Threats (ancaman)

Berdasarkan hasil penelitian, berikut beberapa ancaman yang dimiliki oleh kain tenun *Kere' Alang* sebagai daya tarik wisata di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa

Tabel. 4 Ancaman

No	Ancaman
1	Kain tenun kere alang dibuat di daerah lain
2	Hilangnya generasi penerus
3	Kain tenun kere alang belum memiliki hak kekayaan intelektual

3. Strategi Pengembangan Kain Tenun *Kere' Alang* Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Poto kecamatan moyo hilir kabupaten sumbawa

Berdasarkan analisis SWOT, strategi alternatif yang dirumuskan oleh peneliti sebagai berikut.

A. Strategi S-O

- Menjadikan kain tenun kere alang sebagai daya tarik wisata wisata budaya dengan filosofi dan nilai yang terkandung di dalamnya sebagai daya tarik utama. Pariwisata budaya adalah salah satu jenis pariwisata yang menjadikan budaya sebagai daya tarik utama, pengunjung di perkenankan untuk mengenali budaya dan komunitas lokal, pemandangan, nilai, dan gaya hidup lokal, museum dan tempat bersejarah, seni pertunjukan, tradisi dan kuliner dari populasi lokal
- Dengan adanya Asosiasi Penenun Daerah Sumbawa / APDISA dapat menjadi sarana dalam melestarikan kain tenun *Kere' Alang*. Menjadi wadah atau payung besar bagi penenun di Kabupaten Sumbawa memang menjadi tugas dan tanggung jawab APDISA. Pembentukan APDISA ini untuk membantu para pengrajin tenun dalam peningkatan kapasitas, pelatihan, meningkatkan kreativitas pengrajin tenun.
- Menjadikan Desa Poto sebagai pusat wisata budaya karena terdapat 10 objek pemajuan kebudayaan seperti kain tenun *Kere Alang*, *Ratib Rabana Sakeco Dan Sedekah Ponan*. Potensi yang dimiliki tersebut bisa dikolaborasikan sehingga tercipta nya konsep pariwisata budaya Desa Poto.
- Menjadikan Desa Poto sebagai pusat industri kreatif karena terdapat kurang lebih

300 sumber daya manusia atau pengrajin tenun yang melestarikan kain tenun *Kere' Alang* tersebut. Jumlah penenun yang terbilang banyak bisa menjadi peluang untuk menjadikan Desa Poto dengan kain tenun *Kere' Alang* sebagai pusat industri kreatif, dengan adanya diversifikasi produk atau turunan produk dari kain tenun *Kere' Alang* menjadi produk yang lain dapat meningkatkan ekonomi kreatif masyarakat. yang diperlukan adalah kreativitas dan inovasi produk yang unik dan berbeda

5. Mengemas potensi-potensi budaya yang ada dalam bentuk paket wisata budaya. Selain itu pembuatan *storytelling* atau cerita dari setiap potensi sehingga memberi pengetahuan terhadap wisatawan. Dan juga melakukan kerjasama dengan *travel agent* sehingga paket wisata bisa dijangkau oleh banyak orang.

B. STRATEGI W-O

1. Mengadakan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan kapasitas para penenun dalam hal kreativitas sehingga mampu membuat produk tenun yang memiliki keunikan dan berbeda dari tenun yang lain.
2. Pembuatan grand desain atau konsep pariwisata untuk Desa Poto. Pembuatan konsep pariwisata budaya ini untuk membantu alur bagaimana menyatukan seluruh potensi wisata yang ada.
3. Melakukan pelatihan pembuatan paket wisata dan membuat regulasi atau kerja sama dengan pihak *travel agent*. Adanya konsep pariwisata yang matang maka pembuatan paket wisata budaya sangat diperlukan untuk diperkenalkan ke wisatawan dan membuat kerja sama dengan *travel agent* dalam hal promosi dan mendatangkan wisatawan
4. Melakukan kerjasama atau kolaborasi antar Satuan Kerja Perangkat Daerah atau SKPD bersangkutan seperti Dinas Pendidikan dan Kebudayaan, Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Serta Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata. Perlunya kerja sama antar pihak pemerintahan untuk membenah *Kere' Alang* agar menjadi produk unggulan dan daya tarik wisata.

C. STRATEGI S-T

1. Meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai budaya mereka sendiri untuk perlu dilestarikan dan dijaga keasliannya. Hal ini sangat perlu dilakukan oleh pihak-pihak yang memiliki tanggung jawab dalam pelestarian *Kere' Alang* supaya pengrajin tenun tetap melakukan kegiatan menenun yang merupakan bagian dari budaya Sumbawa
2. Pembuatan hak kekayaan intelektual disegerakan untuk dibuat agar penenun tidak merasa dirugikan. Pembuatan tenun *Kere' Alang* tidak hanya dibuat di Sumbawa tetapi ada juga di daerah lain yang meniru motif dari *Kere' Alang*, adanya tenun *Kere' Alang* di daerah lain memicu adanya persaingan harga yang mana harga yang dijual diluar daerah lebih terjangkau dari harga *Kere' Alang* yang ada di Sumbawa, sehingga masyarakat lebih memilih *Kere' Alang* yang lebih terjangkau, dengan dibuatnya hak kekayaan intelektual terhadap motif *Kere' Alang* maka orang lain tidak bisa sembarangan membuat motif *Kere' Alang*, jikalau penenun dari daerah lain yang ingin mengaplikasikannya di tenun yang lain maka mereka harus membayar royalti.

3. *Kere' Alang* diperkenalkan di semua jenjang sekolah sebagai kurikulum muatan lokal. Hal ini perlu dilakukan untuk menanamkan kepada generasi muda bahwa *Kere' Alang* merupakan budaya Sumbawa sehingga sangat perlu untuk dijaga dan dilestarikan.

D. STRATEGI W-T

1. Meningkatkan kreativitas penenun dan meningkatkan kualitas tenun *Kere' Alang* supaya berbeda dengan produk yang tidak asli. Peningkatan kreativitas bisa melalui inovasi-inovasi berupa turunan produk dari kain tenun *Kere' Alang*, motif-motif baru, alat dan bahan yang digunakan serta efisiensi waktu dalam pembuatannya. Peningkatan Kreativitas sangat diperlukan untuk membuat *Kere' Alang* tetap mengikuti zaman sehingga memiliki banyak peminat.
2. Menjadikan menenun sebagai pekerjaan utama agar generasi tetap terjaga. karena produksi kain tenun memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Selain itu pengrajin belum merasakan dampak dari pariwisata, jika pariwisata budaya sudah mulai dibenahi maka akan mendatangkan wisatawan sehingga penenun bisa merasakan secara langsung dampak dari kegiatan pariwisata dalam meningkatkan ekonomi.
3. Mengenalkan budaya sejak kecil kepada generasi muda perlu untuk dilakukan supaya mereka mengerti akan budaya mereka dan tidak tergerus oleh zaman, pengenalan bisa dilakukan dengan cara di setiap jenjang pendidikan mulai dari Sekolah Dasar hingga Sekolah Menengah Atas melalui pendidikan muatan lokal, setidaknya pelajar mengetahui apa itu *Kere' Alang*, mengetahui bagaimana cara pembuatannya, mengetahui motif-motif yang ada di *Kere' Alang* dan lain sebagainya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang ditemukan dilapangan terkait dengan rumusan masalah yang diajukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Potensi pengembangan produk ekonomi kreatif kain tenun *Kere' Alang* sebagai daya tarik wisata di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa dapat dilihat dari daya dukung pemerintah, masyarakat, budayawan dan pengrajin tenun yang sangat memberi dukungan terhadap pengembangan tenun *Kere' Alang*, Sumber daya manusia yang menekuni kegiatan menenun cukup banyak dan generasi yang cukup baik, tenun *Kere' Alang* bisa diinovasi dari segi produk, motif maupun alat. *Kere' Alang* juga memiliki nilai budaya dan filosofi yang bisa menjadi daya tarik wisata budaya dengan nilai yang menjadi daya tarik utama.
2. Strategi pengembangan produk ekonomi kreatif *Kere' Alang* sebagai daya tarik wisata di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir meliputi:
 - a. Peningkatan kreativitas pengrajin tenun melalui berbagai pelatihan.
 - b. Melakukan inovasi dengan berbagai bahan dasar kain tenun *Kere' Alang*.
 - c. Membuat pariwisata Desa Poto melalui kolaborasi potensi yang ada serta mengemasnya dalam paket wisata budaya yang ada.
 - d. Menjalin kerjasama dengan pelaku pariwisata.

- e. Mengadakan lomba penciptaan motif tenun khas Sumbawa dikalangan generasi muda.
- f. Tenun *Kere' Alang* diperkenalkan di semua jenjang sekolah sebagai muatan lokal.
- g. Menjadikan tenun *Kere' Alang* sebagai tenun khas Sumbawa dan sekaligus sebagai kearifan lokal.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti merekomendasikan beberapa saran kepada beberapa pihak yang memiliki kaitan dalam pengembangan *Kere' Alang* diantaranya sebagai berikut.

- a. Bagi pengrajin untuk menjadikan tenun sebagai pekerjaan utama karena produksi kain tenun memiliki nilai ekonomi yang tinggi, kemudian menguasai keberagaman motif dan maknanya karena pengrajin adalah pemeran utama dalam melestarikan tenun *Kere' Alang* serta membuat galeri kain tenun *Kere' Alang* di titik-titik tertentu untuk dipamerkan dan diperjualbelikan.
- b. masyarakat untuk meningkatkan sikap cinta dan bangga akan budaya dan produk lokal agar kelestarian budaya khususnya kain tenun *Kere' Alang* tetap terjaga dan berkelanjutan.
- c. Bagi pemerintah untuk membuat program dan terobosan baru agar para penenun mendapat kesejahteraan dan dibuatkan waktu pelatihan yang terjadwal dan rutin untuk meningkatkan kreativitas pengrajin serta sering mengadakan event-event budaya yang dapat memicu minat masyarakat untuk cinta terhadap apa yang dimiliki daerahnya, khususnya kerajinan tenun *Kere' Alang*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adi, S. W., & Saputro, E. P. (2017). Potensi Daya Tarik Wisata Sejarah Budaya. Perkembangan Konsep Dan Riset E-Business Di Indonesia, 744–751.
- [2] Anwar, K., & Irhamni, G. (2020). Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif Kain Sasirangan Dan Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Daya Tarik Kota Banjarmasin Sebagai Destinasi Pariwisata. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, 6(1), 12–25.
- [3] Amir, F. L. (2017). Pengembangan Kain Tenun Cepuk Sebagai Bagian pariwisata Budaya Berkelanjutan Di Nusa Penida. Jurnal Ilmiah Hospitality Management, 8(1), 29–38.
- [4] Badarab, F., Trihayuningtyas, E., & Suryadana, M. L. (2017). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata di Kepulauan Togeian Provinsi Sulawesi Tengah. THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal, 7(2), 97–112
- [5] Budiprayitno, T. dkk (2019). DATA EKONOMI KREATIF Provinsi Nusa Tenggara Barat. Mataram: PEMERINTAH PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT DINAS KOMUNIKASI INFORMATIKA DAN STATISTIK.
- [6] Farozi, H., Susilo, G. A., & Susanti, D. B. (2021). Pusat Kerajinan Tenun Lombok Timur Tema: Arsitektur Metafora. Pengilon: Jurnal Arsitektur, 3.
- [7] Firdausy, C. M. (2018). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia. In Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- [8] Firlie Lanovia Amir. (2017). Pengembangan Kain Tenun Cepuk Sebagai Bagian Pariwisata Budaya Berkelanjutan di Nusa Penida. Jurnal Ilmiah Hospitality Management, 8(1), 29–38.
- [9] Hamzah, A. A. (2020). Studi Industri Kreatif Indonesia 2009. Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 1, 7–8.

- [10] Hudaningsih, N. (2019). Pemetaan Dan Analisis Kompetensi Inti Pada Value Chain Kre' Alang Sebagai Produk Khas Sumbawa. *Jurnal TAMBORA*, 3(3), 115–121. <https://doi.org/10.36761/jt.v3i3.404>
- [11] Istiqomah, I., & Andriyanto, I. (2018). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 363.
- [12] Juliansyah, E. (2017). Strategi Pengembangan Sumber Daya perusahaan dalam Meningkatkan kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 3(2), 19
- [13] Kusumastuti, A. (2016). Perkembangan Kerajinan Tenun Songket Kere'alang Dusun Senampar, Sebewe, Moyoutara, Sumbawa, Nusa Tenggara Barat Tahun 2010-2015. *Pend. Seni Kerajinan-S1 (e-Craft)*, 5(5)
- [14] Nurcahyani, L. (2018). Strategi Pengembangan Produk Kain Tenun Ikat Sintang. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 3(1), 260929.
- [15] NI NENGAH SUENI, S. dkk (2019). Pengkajian kain sumbawa kere alang . mataram : dinas pendidikan dan kebudayaab provinsi nusa tenggara barat museum negeri nusa tenggara barat.
- [16] PJ, P. K. K., & SF, A. K. (2019). Analisis Semiotika Motif Kre' Alang Dan Sapu Alang Sumbawa. *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication ...*, 1.
- [17] Rosada, R., & Purwati, S. (2018). Motif Dan Corak Kre' Alang Dalam Perspektif Nilai Budaya. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangasn Pendidikan Sejarah*, 3(1), 14-20.
- [18] Saputra, H. (2019). Seni dan budaya tenun ikat Nusantara. *Research Gate*, 1(May), 1–15.
- [19] Sari, A. P., Pelu, M. F. A. R., Dewi, I. K., Ismail, M., Siregar, R. T., Mistriani, N., Marit, E. L., Killa, M. F., Purba, B., & Lifchatullaillah, E. (2020). *Ekonomi Kreatif*.
- [20] Sari, L. K. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Pengalaman Berwirausaha Dan Daya Inovasi Terhadap Pengembangan Produk UKM Songkok Desa Kroman Kecamatan Gresik (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik)
- [21] Simarmata, H. M. P., & Panjaitan, N. J. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif