

# PENGUATAN BUDAYA TENUN ATBM LURIK KHAS PEDAN KLATEN

**Moh. Rusnoto Susanto<sup>1</sup>, Rahayu Retnaningsih<sup>2</sup>, Flora Grace Putrianti<sup>3</sup>,  
Shafa' Selimanorita<sup>4</sup>, Puspa Eka Ayu Febriana<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>Prodi Pendidikan Seni Rupa UST Yogyakarta, <sup>2</sup>Program PEP Pascasarjana UST Yogyakarta, <sup>3</sup>Prodi Psikologi, UST Yogyakarta, <sup>4</sup>Prodi Ilmu Komunikasi Internasional, FISIPOL-Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, <sup>5</sup>Prodi Ilmu Manajemen Internasional, FE-Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Email: <sup>1</sup>rusnoto@ustjogja.ac.id, <sup>2</sup>rahayu@ustjogja.ac.id, <sup>3</sup>dgrace.p@ustjogja.ac.id,  
<sup>4</sup>shafa.s.isip@mail.umy.ac.id, <sup>5</sup>puspafbr21@gmail.com

## ABSTRAK

Sentra industri tekstil terpadu di Indonesia sangat langka dijumpai hingga saat ini, selain industri tekstil terpadu dengan kerajinan batik Pekalongan di Jawa Tengah yang sinergis dengan pertumbuhan bisnis fashion dan menjamurnya tailor dan fashion design. Namun landscape ini dapat ditemukan di Kecamatan Pedan Klaten yang merupakan sentra produksi tenun ATBM yang pertumbuhan bisnisnya kian menguat menjadi kawasan terpadu. Tenun ATBM asli Pedan Klaten sejak dulu dikenal sangat terampil dan detail dalam pengerjaannya sehingga produk yang dihasilkan sangat halus dan bisa rapat dengan motif yang utama adalah lurik. Pendekatan partisipatoris tim pendamping dan mitra UMKM Tenun ATBM Lurik Pedan dengan berbagai program penguatan diantaranya pelatihan desain, workshop pengembangan teknik, regulasi HKI dan kegiatan penguatan E-Commerce lainnya. Artikel ini dimaksudkan untuk mengeksplanasikan temuan lapangan dengan gambaran yang jelas, objektif, sistematis, dan cermat mengenai fakta-fakta yang diperoleh. Hasil program pendampingan UMKM selama 1 tahun memperoleh impact, bahwa; (1) Brand Lurik Pedan mendorong rintisan kawasan industri-wisata budaya terpadu. (2) Penguatan sistem Marketing Communication (MARCOM) sebagai upaya meningkatkan omzet penjualan dan penguatan strategi bisnis. (3) Strategi penguatan budaya Tenun ATBM pengrajin Tenun Lurik tradisional di Pedan Klaten.

**Kata kunci:** *Penguatan budaya, tenun ATBM, tenun lurik, Pedan.*

## ABSTRACT

*It is very rare to find an integrated textile industry center in Indonesia until now, apart from the integrated textile industry with Pekalongan batik in Central Java which is synergistic with the growth of the fashion business and the proliferation of tailor and fashion design. However, this landscape can be found in Pedan Klaten District, which is a center for ATBM weaving production whose business growth is getting stronger into an integrated area. The original ATBM weaving of Pedan Klaten has been known to be very skilled and detailed in its workmanship so that the resulting product is very smooth and compact, with the main motif called lurik. The participatory approach of the colleague team and partners of the Lurik Pedan ATBM Weaving MSMEs with various strengthening programs includes: design training, technical development workshops, IPR regulations and other E-Commerce strengthening activities. This article is intended to explain field findings with a clear, objective, systematic, and careful description of the facts obtained. The results of the MSME assistance program for 1 year made impacts as follows; (1) The Lurik Pedan brand encourages the pioneering of an integrated cultural tourism industry area. (2) Strengthening the Marketing Communication (MARCOM) system as an effort to increase sales turnover and strengthen business strategy. (3) The strategy of strengthening the ATBM weaving culture for traditional Lurik weaving craftsmen in Pedan Klaten*

**Keywords:** *culture strengthening, ATBM weaving, lurik weaving, Pedan.*

## PENDAHULUAN

### 1. Analisis Situasi

Yogyakarta dikenal sejak dulu dengan masyarakat ekonomi kreatif dan dikenal sebagai kota wisata budaya dan pendidikan saat ini target destinasi wisata dunia tentu banyak hal yang harus disiapkan, lebih-lebih pada era *industri 4.0* menuju *Society 5.0*. Sehingga perlu pembenahan berbagai hal seputar SDM yang memiliki peran strategik dalam memasuki era tersebut. Khususnya di Bantul sebagai gudang produksi kerajinan yang berorientasi ekspor tentu menjadi pilihan bagi para akademisi untuk memperoleh data dan pendampingan masyarakat guna untuk berkontribusi meningkatkan SDM berkuwalitas yang memiliki kreativitas tinggi sekaligus melakukan edukasi bagi masyarakat untuk meleak teknologi.

Saat ini industri kreatif cukup memiliki peluang untuk melakukan transfer teknologi baik pengolahan limbah (misalnya kayu) sebagai bahan dasar penciptaan produk fungsional berdaya saing global. Misalnya pada Mitra UKM 'Ruaya' yang mengeksplor kayu mindi sebagai bahan baku utama. Secara khusus, rumusan masalah yang diajukan, bagaimana mengembangkan inovasi desain lurik dalam menjawab tantangan persaingan *trend fashion* global? Dan, bagaimana konsep *lirik lurik* semakin dilirik semua kalangan masyarakat tidak sekedar aplikasi fungsi fashion namun terbentuknya kawasan industri lurik terpadu sebagai kawasan wisata? Harapannya, Pedan yang memiliki sejarah panjang pengrajin lurik dapat meningkatkan kualitas hidup bagi kesejahteraan masyarakat dan memiliki dampak sosiokultural yang meluas sebagai kawasan wisata fashion yang dilirik masyarakat dunia.

### 2. Permasalahan

Secara khusus, rumusan masalah yang diajukan, bagaimana mengembangkan inovasi desain lurik dalam menjawab tantangan persaingan *trend fashion* global? Dan, bagaimana konsep *lirik lurik* semakin dilirik semua kalangan masyarakat tidak sekedar aplikasi fungsi fashion namun terbentuknya

kawasan industri lurik terpadu sebagai kawasan wisata? Harapannya, Pedan yang memiliki sejarah panjang pengrajin lurik dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memiliki dampak sosiokultural yang meluas sebagai kawasan wisata fashion yang dilirik masyarakat dunia. Permasalahan yang ingin diselesaikan, diantaranya; (1) Penguatan Brand Lurik Pedan sebagai rintisan kawasan industri-wisata terpadu. (2) Belum maksimalnya sistem *E-Commerce* dalam penguatan sistem *Marketing Communication* (MARCOM) sebagai upaya meningkatkan omzet penjualan dan penguatan strategi bisnis. (3) Belum adanya perlindungan hukum hak intelektual, HKI pada tiap produk unggulannya. (4) Belum intensifnya pendampingan inovasi desain sehingga dapat berpartisipasi dalam event pameran nasional dan internasional. (5) Belum kuatnya lurik dilirik sebagai subjek kajian dalam publikasi ilmiah berskala internasional.

## TINJAUAN PUSTAKA

Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai salah satu daerah yang memiliki adat istiadat yang istimewa dan didukung dengan potensi tinggi di bidang kerajinan tekstil tradisional. Sentra industri kerajinan tenun lurik terus dilirik karena senantiasa berinovasi menyajikan karyanya namun tetap mempertahankan identitas tradisi Jawa. Kain tenun lurik ini proses pembuatannya memang relatif cukup lama karena pengerjaannya cukup rumit. Motif yang dibuat oleh para pengrajin tenun sangat erat dengan nilai-nilai budaya Jawa sehingga mempunyai nilai seni budaya yang tinggi.

Deperindag dalam Buku Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 (2008: 77-83) menegaskan bahwa, Analisis kondisi pilar dan pondasi industri kreatif, diantaranya: SDM yang meliputi (1) Jumlah *Creative Workers* yang masih rendah dibanding sektor lain, (2) Menjadi *creative Talent* yang menarik, (3) *Entrepreneurship* mulai tumbuh, (4) *Creative Talent* dan peran di dunia Internasional, (5) Pencipta *Creative Talent* masih sedikit dan timpang pada tiap wilayah. Begitupun pada sektor

Industri yang meliputi: (1) Potensi Pasar Dalam Negeri maupun Luar Negeri, (2) Daya Tarik Industri, (3) Struktur Industri, (4) Lemahnya Peran Pusat Desain Indonesia dalam Industri. Ini merupakan analisis situasi yang dapat ditemui di lapangan saat melakukan observasi pada kegiatan produksi UMKM dan industri berskala nasional.

Saat ini industri kreatif disektor sandang memiliki peluang bisnis yang prospektif, begitu pula dengan bahan pakaian berbasis kain lurik. Bahan tekstil yang digunakan sanat menarik karena memiliki berbagai keunikan tersendiri baik dari bahan, pola tenun, maupun kesan tradisi yang melekat. Bahan lurik memang masih memiliki eksotisme tersendiri di kalangan orang Jawa. Produk kain lurik yang produksi pada Mitra UD. Sumber Sandang Lurik 100% dikerjakan dengan ATBM dan justru dengan kerja manual ini, bahan lurik merupakan daya tarik tersendiri.

Aktivitas kreatif yang menggerakkan ekonomi kreatif saat ini menunjukkan nilai kreatif dan estetik yang menonjol layaknya produk kerajinan yang memperoleh perhatian dalam perancangan maupun fungsi estetikanya. Timbul Raharjo (2011), bahwa pada intinya jenis seni kerajinan diklasifikasikan berdasarkan segi teknis yaitu seni ukir, seni keramik, seni anyam, seni tenun, dan seni batik dan lainnya. Seperti yang dinyatakan oleh Sumanto dan Sukanti (2018) bahwa produk kerajinan tangan dapat dicermati berdasarkan fungsi atau pemanfaatan ada sebagian produk kerajinan yang disesuaikan dengan nama sebutannya, yaitu: (1) kerajinan tangan yang dibuat dengan orientasi fungsi praktis atau terapan. dan (2) kerajinan tangan yang dibuat dengan fungsi utama sebagai karya seni atau benda hias untuk dinikmati kesan atau nilai keindahannya. Hal ini tentu sangat mendukung potensi bisnis industri kreatif di Yogyakarta dan sekitarnya luar biasa pesat dan sangat terbuka luas bagi pelaku usaha khususnya pelaku usaha industri kerajinan melalui kegiatan usaha yang fokus pada kreasi dan inovasi. (Susanto, 2018).

Lurik yang diproduksi merupakan kain khas dari daerah Jawa Tengah dan Yogyakarta. Pusat pembuatan tenun lurik berada di Kawasan Kecamatan Pedan, Klaten. -Lurik atau “lorek” yang artinya lajur atau garis layak dilirik memiliki corak lajur atau garis disebut lurik. Keistimewaan kain lurik terdapat pada motifnya yang berupa garis-garis yang sangat khas dan proses pembuatannya yang cukup rumit, mulai dari pencelupan dan pewarnaan benang sampai penenunan kain. Kain lurik pada umumnya dibuat menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) tradisional dari kayu yang disebut gedogan.

Budaya lokal busana daerah yang meliputi seni kerajinan tekstil sekarang sudah mulai dianggap sebelah mata oleh masyarakat. Kerajinan tekstil Indonesia sudah mulai sulit di temui di era globalisasi ini salah satunya tenun lurik. Tenun sebenarnya terdapat diseluruh pelosok negeri ini karena tenun memang banyak diproduksi oleh masyarakat pedesaan. Namun, kini tenun lurik sudah mulai menghilang karena kurangnya minat masyarakat dengan tenun. Kain tradisional tenun lurik sangat unik dan menarik. Dari sebuah alat tradisional yang sederhana mampu membuat karya yang tiada duanya.

Keunikannya sangat beraneka ragam, mulai dari warna hingga motif dari tenun itu sendiri. Dibalik keunikan tenun, tersimpan makna dari setiap tenun di berbagai daerah di Indonesia. “Kain tenun merupakan buah karya anak bangsa yang dihasilkan dengan cara tradisional namun menghasilkan kain tenun yang internasional” (Syukuril, 2014:45). “Selain itu kain tradisional memiliki makna-makna tersendiri dan simbol tertentu, bahkan kadang-kadang mengandung unsur magis” (Abdul, 2004: 1). Melestarikan kain tradisional merupakan kewajiban para generasi yang akan menjadi penerus perjuangan bangsa. Melestarikan tenun sangat penting karena tenun juga merupakan salah satu kreasi anak bangsa yang menjadi kekayaan Indonesia akan keberagamannya.



Gambar 1. Aktivitas Pengrajin Tenun Lurik ATBN di Pedan Kalten

Untuk itu tenun harus dilestarikan, agar nantinya tenun dalam hal ini tenun lurik tidak diambil alih oleh negara lain dan dapat dikenal oleh generasi selanjutnya untuk lebih mengenal kain tradisional tenun dan mengembangkannya. “Melestarikan warisan budaya (*cultural heritage*) itu penting. Jika suatu warisan budaya telah punah sering terjadi kesulitan untuk melacak kembali. Padahal warisan budaya tersebut masih dibutuhkan oleh generasi berikutnya. Hal itu penting mengingat warisan budaya dunia dapat dipergunakan untuk pembelajaran generasi muda. Oleh karena itu menjaga warisan budaya merupakan hal yang perlu diperhatikan. Jika warisan budaya itu hilang, masyarakat mengalami kesulitan untuk mengonstruksinya kembali, dan untuk itu diperlukan langkah-langkah yang paling mendekati” (Sutiyono, 2012: 22).

Tenun dapat dikolaborasi atau dikombinasi dengan kain tradisional lain. Mengingat Indonesia kaya akan kebudayaan, kain tradisional pun mempunyai banyak variasi. Salah satu diantaranya adalah batik. Batik merupakan kain tradisional yang sudah tidak asing lagi oleh masyarakat. Batik merupakan kain

tradisional yang dikerjakan dengan cara menutup motif dengan malam dikerjakan dengan tangan.

Tenun dan batik sama-sama kain tradisional namun beda jenis dan cara pengerjaannya. Meski seperti itu tenun dapat mempengaruhi keindahan batik jika di modifikasi. Seperti yang terjadi pada masa kini tenun banyak digunakan kolaborasi pada batik. “Kolaborasi tenun dengan batik kini menjadi tren. Kain tenun yang dikenal bukan merupakan bahan busana *ready to wear* ternyata mampu memberikan sentuhan yang menawan pada batik. Kain motif tenun pada batik memberikan kesan ringan dan nyaman” (Mahar, 2011: 1)

Pengalaman pendampingan sebelumnya pada saat melakukan Program Iptek Bagi Produk Ekspor (IbPE) tahun 2016, kemudian berlanjut pada pelaksanaan Program Pengembangan Produk Ekspor (PPE) tahun 2017 dan berakhir pada PPE tahun 2018. Permasalahan pada mitra PKM saat ini memiliki kesamaan yaitu seputar tata kelola keuangan, tata kelola SDM, tata kelola Pelaporan Keuangan dan Pajak, serta peningkatan kualifikasi keterampilan melalui regenerasi perajin muda, masih tingginya problem perlindungan hak intelektual (HKI) yang masih minim serta belum menjadi prioritas.

Namun, yang membedakan kompleksitas permasalahan yang pada pendampingan UKM saat ini relatif lebih sulit membagi prioritas program kegiatannya. Mengingat waktu kegiatan yang dibatasi hanya 1 tahun anggaran dengan pagu anggaran yang relatif tidak mencukupi untuk menyelesaikan persoalan sebanyak ini.

## MATERI DAN METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk memperoleh gambaran yang jelas, objektif, sistematis, dan cermat mengenai fakta-fakta yang diperoleh. Permasalahan yang ingin diselesaikan, diantaranya; (1) Melalui kegiatan kerjasama sinergis dalam melakukan penguatan Brand Lurik Pedan sebagai produk unggulan yang memiliki daya saing tinggi. (2) Membantu proses transfer teknologi dengan

memperkenalkan dan memaksimalkan sistem *E-Commerce* dalam penguatan sistem *Marketing Communication* (MARCOM) sebagai upaya meningkatkan omzet penjualan dan penguatan strategi bisnis. (3) Membantu melakukan sosialisasi agar mitra memiliki kesadaran perlindungan hukum hak intelektual, HKI pada tiap produk unggulannya. (4) Mengintensifkan pendampingan inovasi desain sehingga dapat berpartisipasi dalam event pameran nasional dan internasional. (5) Meningkatkan nilai produk dengan melakukan pembinaan SDM Produksi dan kualifikasi Tim Marketing berdaya saing tinggi, sehingga menguatkan image Lurik Pedan. (6) Mempromosikan melalui media online digital dan video profil lurik sehingga Lurik tidak hanya sukses di pasaran namun dilirik sebagai subjek kajian dalam publikasi ilmiah berskala internasional.

Tahap selanjutnya, yaitu penyajian data. Setelah data digolongkan sesuai dengan rumusan masalah, selanjutnya data tersebut diolah dan disajikan untuk memperoleh jawaban yang tepat dan sesuai dengan rumusan masalah, sehingga data tersebut dapat menjawab permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Data yang direduksi akan disajikan uraian data yang nantinya akan digambarkan secara rinci dan jelas. Dalam penyajian data ini, data yang didapat akan dihubungkan dengan teori-teori yang relevan yang nantinya akan dapat menjawab permasalahan yang ingin dipecahkan. Langkah terakhir adalah penarikan simpulan. Untuk mengetahui keakuratan penelitian, penyimpulan sangat penting dilakukan. Penyimpulan yang dilakukan harus dapat menjawab semua masalah yang diangkat dalam penelitian.

## PEMBAHASAN

Target luaran yang ingin dicapai (1) Program penguatan Strategi Branding Lurik Pedan sebagai rintisan kawasan industri-wisata terpadu. (2) Maksimalisasi sistem *E-Commerce* dalam penguatan sistem *Marketing Communication* (MARCOM) sebagai upaya meningkatkan omzet penjualan dan penguatan strategi bisnis. (3) Sosialisasi Regulasi dan

pendampingan perlindungan hukum hak intelektual, melalui registrasi HKI pada tiap produk unggulannya. (4) Melakukan pendampingan inovasi desain secara intensif dalam event pameran nasional dan internasional. (5) Melakukan publikasi ilmiah berskala internasional (baik seminar maupun jurnal). (6) *HKI (Hak Cipta Produk Desain)*, (3) Publikasi *Artikel Ilmiah pada Jurnal Nasional* (Terakreditasi), (4) *Proceeding International Conference*, (5) Aplikasi penguatan *E-Commerce* pada sistem marketing, (6) *Publikasi pada Media Massa* (Harian Kedaulatan Rakyat), (7) *Video Profil Mitra* (Proses pendampingan dan promosi produk unggulan), (8) Publikasi artikel ilmiah pada *Jurnal Internasional (Bereputasi)*.

*Rencana kegiatan yang disepakati Mitra*, antara lain: (1) memberikan pengetahuan mendasar bahwa perlu dipertahankan tenun ATBM pada kelompok UMKM Tenun Lurik Pedan sebagai asset budaya. (2) melakukan kegiatan *pendampingan produksi dengan melakukan tata kelola workshop*, (3) Melakukan program *workshop rintisan E-Commerce* melalui Marketplace. (4) Melakukan pendampingan proses *sosialisasi dan penyuluhan* melalui program *regulasi dan bimbingan teknis registrasi HKI* oleh Tim Penyuluh HKI dari Dirjen HKI, Kemenhum HAM DIY, (6) Pendampingan proses *penyusunan draft HKI* dan proses *peregistrasian HKI* sampai granted.

Indonesia dengan keanekaragaman khasanah budaya memiliki potensi besar dan begitu melimpah dengan berbagai karakteristik adat sebagai identitas etnis yang dipresentasikan dalam berbagai tata laksana busana, khususnya budaya tradisional penanda adat sebuah komunitas masyarakat. Kemunculan busana adat merupakan realitas kultural yang mencerminkan kekayaan dan kreativitas suatu masyarakat. Busana adat senantiasa ditandai dengan karakteristik tenun yang ditonjolkan sebagai bagian dari manifestasi budaya dan derajat seni serta status sosialnya. Hal ini, tentu dapat menarasikan bagaimana peluang industri kreatif berbasis tenun atau produk tekstil lainnya menjadi sebuah potensi unggulan bangsa kita dari jaman ke jaman.

Sehingga dalam perkembangannya tenun kemudian menjadi identitas masyarakat yang tersegmentasi dalam sebuah komunitas yang dikembangkan sebagai penanda kawasan yang sentralistik. Sentra industri tekstil terpadu di Indonesia sangat langka dijumpai hingga saat ini, selain industri tekstil terpadu dengan kerajinan batik Pekalongan di Jawa Tengah yang sinergis dengan pertumbuhan bisnis fashion dan menjamurnya tailor dan fashion design. Namun landscape ini dapat ditemukan di Kecamatan Pedan Klaten yang merupakan sentra produksi tenun ATBM yang pertumbuhan bisnisnya kian menguat menjadi kawasan terpadu. Tenun ATBM asli Pedan Klaten sejak dulu dikenal sangat terampil dan detail dalam pengerjaannya sehingga produk yang dihasilkan sangat halus dan bisa rapat dengan motif yang utama adalah lurik.

Lurik akhir-akhir ini dilirik masyarakat yang berorientasi pada khasanah budaya Nusantara dan pecinta fashion dengan nuansa local genius memicu pertumbuhan industri kreatif yang luar biasa peluang pada pasar global. Selera fashion masyarakat generasi Millennial saat ini tengah menggali keunikannya yang diaplikasi di berbagai trend pakaian yang terkesan formal, casual, maupun busana penunjang citra etnik pada *event-event exhibition* internasional. Klaten sejak dulu dikenal sebagai penghasil lurik terbaik.

Mitra yang bergerak di bidang ekonomi produktif dan mengarah ke ekonomi produktif, maka metode pelaksanaan kegiatan terkait dengan tahapan pada minimal 2 (dua) bidang permasalahan yang berbeda yang ditangani pada mitra, seperti:

### **1. Permasalahan dalam bidang produksi dan metode pelaksanaan solutif**

Pada pelaksanaan program kegiatan pendampingan diawali dengan observasi awal, lanjutan dan observasi mendalam kemudian mendeskripsikan lokasi yang dipelajari, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, ataupun makna kejadian yang dilihat dari perspektif mereka yang terlibat. (1) Dalam observasi, kami berinteraksi dengan mitra hanya berperan sebagai pengamat pasif, yaitu sama sekali tidak berpartisipasi dalam kegiatan subjek,

melainkan semata-mata hanya mengamati perilaku subjek yang bertujuan untuk memperkuat data (Moleong, 2009). (2) Wawancara bertujuan, agar mendapatkan informasi secara langsung dari orang yang lainnya (Bogdan & Biklen, 1992). Wawancara dalam penelitian kualitatif dilakukan untuk mendapatkan sekaligus menggali pengetahuan mengenai realitas subjektif yang dialami para seniman terkait dengan proses penciptaan karya Tenun Lurik ditinjau dari situasi emosi dan peran sosialnya. Jenis wawancara yang digunakan dalam melakukan kegiatan pendampingan adalah bersifat terbuka dengan alur yang tidak terstruktur untuk memberikan peluang seluas-luasnya kepada subjek dalam mengemukakan pengalamannya dan menghindari bias dari peneliti. Cara ini akan mempermudah proses dialog karena subjek sudah dapat bercerita dengan leluasa mengenai pandangan-pandangan subjektif, perasaan-perasaan, dan pengalaman-pengalamannya. (3) Tim melakukan koordinasi pada Mitra untuk mendukung pelaksanaan kegiatan pendampingan sesuai dengan kebutuhan untuk membantu menyelesaikan permasalahan Mitra. (4) Tim melakukan program pendampingan melalui workshop secara berkala dan senantiasa berorientasi pada permasalahan yang dihadapi Mitra. (5) Tim melakukan workshop pelatihan inovasi desain fashion dan yang berdaya saing global. Pendampingan ini diharapkan mampu membantu Mitra dalam menyelesaikan permasalahan baik teknik maupun non teknis. (6) Tim dan Mitra melakukan sinergitas dalam pelaksanaan program pendampingan yang memberikan wawasan untuk membuka perspektif umum (Terkait Konsep *Rebranding* dan Segmentasi). (7) Melakukan program penguatan Strategi Branding Lurik Khas Pedan dengan mendatangkan *Expert Branding Community* (untuk *Refresh Brand Cooperation* di Kedua MITRA) (8) Pendampingan melalui Pelatihan Inovasi Desain Produk *fashion* Tenun Lurik melalui padu padan tenun lurik sebagai alternatif pengembangan inovasi aplikasi fashion design). (9) Pendampingan dan fasilitasi program pameran nasional atau internasional produk unggulan. (10) Tim bersama *Expert E-*

Commerce dan IT melakukan program pelatihan sistem *E-Commerce* dalam proses penguatan sistem *Marketing Communication* (MARCOM) sebagai upaya meningkatkan omzet penjualan dan penguatan strategi bisnis pada SDM Mitra. (11) Sosialisasi Regulasi HKI (Penyuluh HKI dari Dirjen HKI) dan pendampingan penyusunan draft dan peregistrasiannya sehingga Mitra dapat memperoleh perlindungan hukum hak intelektual HKI (*granted*).

Untuk menuju industri berdaya saing tinggi perlu adanya kerjasama sinergitas semua pemangku kepentingan, peningkatan mutu SDM, dan kesadaran pentingnya mengeksplorasi gagasan-gagasan kreatif serta giat melakukan langkah inovasi secara berkesinambungan. Zahry (2017 :1) pada *IJCCI volume 4, issue 2, March 2017 menyatakan bahwa, creative industries have been identified as a new engine of growth in that human capital, technology, tolerance, education, amenities and infrastructure, and governance are the factors considered in locating creative industries in a city. Out of these six, this study identified tolerance and governance as being the more dominant and influential faktor.* Bahwa secara umum industri kreatif diberbagai negara memiliki dorongan yang mendasar seperti yang terjadi di Indonesia. “*The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*” (2001) oleh John Howkins.



Gb.2 Kegiatan produksi tenun lurik di Sumber sandang saat observasi dan analisis situasi MITRA (Foto: Dokumen Tim PKM Lirik LURIK)

Hal ini dinyatakan Zahry, industri kreatif telah diidentifikasi sebagai mesin baru pertumbuhan yang didorong oleh ketersediaan sumber daya manusia, teknologi, toleransi, pendidikan, fasilitas infrastruktur, dan tata kelola adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam menemukan industri kreatif. Dari semua aspek tersebut yang dibutuhkan lebih mendesak adalah adanya peluang, akses, regulasi, dan dukungan pemerintahan sebagai faktor lebih dominan dan berpengaruh. Proses kreatif merupakan proses berpikir yang dominan untuk menciptakan atau mengkreasi sesuatu dengan kemampuan inderawi yang dimiliki baik yang riil maupun yang imajinatif di dalamnya memainkan fantasi atau imajinasi secara bebas dan berani, tanpa perlu dibatasi oleh kekhawatiran-kekhawatiran yang sifatnya subyektif. (Retantoko, 2016: 377). Proses kreatif berarti keleluasaan mengembangkan ide-ide dan gagasan secara bebas.

## 2. Permasalahan dalam bidang manajemen dan metode pelaksanaan solutif

Sistem tata kelola telah dilakukan dan berjalan selama ini namun masih disana-sini masih belum mencukupi sehingga perlu dilakukan solusi untuk menyelesaikan persoalan tersebut melalui pelatihan tata kelola keuangan, tata kelola produksi, dan tata kelola pelaporan keuangan dan pajak. Pendampingan sistem manajemen keuangan, marketing, dan sistem pelaporan pajak yang perlu ditingkatkan melalui penguatan *E-Commerce* dan layanan online system yang terpadu. Melalui pelatihan dan pendampingan tata kelola yang baik dan profesional maka diharapkan bisnis plan yang dirintis dan dikembangkan tetap memiliki potensi progresifitas yang baik.

Perkembangan teknologi simulasi digital saat ini dipandang sebagai konstruksi cara pandang di masyarakat yang terus menerus membuka kebutuhan dan pola penyajian baru yang berkaitan dengan ruang representasi dalam realitas semu. Eksplorasi ruang semu dilakukan secara intensif pada hari ini melalui *E-Commerce* dan sejumlah jejaring *marketing online system*. (Susanto, 2021). *This technological*

*reality is able to change various social constructions and institutionalize the mental aspects of the most contemporary society not only in the way of thinking but also the way of behaving.* (Susanto, 2019). Kemudian melalui paparan artikel lainnya lain Rusnoto Susanto (2019) menyatakan *Nearly 80% of urban communities take advantage of social media as a medium for online businesses. Social media also contributes to the development of practical, efficient, fast, cheap, easy, and flexible businesses.*



Gambar 3. FGD Tim pendamping dan *expert*

### 3. Permasalahan dalam bidang pemasaran, dan metode pelaksanaan solutif

Pemasaran masih mengandalkan jejaring media sosial dan website untuk menopang pergerakan bisnis *E-Commerce*, namun belum dilakukan secara maksimal. Hal ini karena sistem pemasaran masih dilakukan satu orang yakni *owner* sekaligus founder itu sendiri yang dibantu satu orang untuk menempati posisi tim kreatif sekaligus pemasaran. Solusi lain selain penguatan sistem pemasaran berbasis *E-Commerce* serta aktif dalam mengikuti pameran lokal, nasional, regional, maupun pada *event-event* pameran internasional. Meningkatkan *skill* SDM pada sektor produksi dan melakukan penguatan sistem tata kelola pemasaran berbasis *E-Commerce* melalui berbagai program pelatihan pemasaran *E-Commerce*. Pelatihan penguatan *E-Commerce* dengan melakukan program pendampingan penguatan sistem *E-Commerce* diberikan oleh *expert IT* dan manajemen pemasaran.

## KESIMPULAN

UKM Mtra produksi Tenun ATBM Lurik Pedan selama proses pendampingan dapat bekerjasama dengan baik sehingga tim pendamping dapat mengeksplorasi permasalahan dan memperoleh strategi temuan solusinya. Solusi berupa kegiatan workshop dan pelatihan teknis inovasi desain motif tenun dan strategi penguatan budaya. Hampir sebagian besar program terlaksana dengan baik sesuai rencana yang diajukan program Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini, namun hanya sebagian kecil program yang kemudian harus disesuaikan karena kondisi lapangan pada saat observasi dan kondisi lapangan setahun kemudian seperti pada saat ini cukup berbeda. Misalnya pembelian peralatan yang direncanakan kemudian berubah menjadi *maintenance* saja karena kondisi lapangan sudah tercukupi. Sehingga dapat dialihkan ke program alternatif seperti membenahan sistem manajemen seni dan pameran.

Adapun yang bisa digambarkan sementara ini dalam proses pendampingan mitra yang berpengaruh signifikan, diantaranya: (1) Mengalami perubahan atmosfer kerja produksi yang dapat dirasakan langsung sebagai dampak dari sistem tata kelola studio dan workshop. (2) Kenyaman kerja cukup meningkat yang banyak dipengaruhi oleh pimpinan UKM yang menganggap para pegawai sebagai mitra kerja dan tingkat kepercayaan yang tinggi atasan ke bawahan dan sebaliknya. (3) Produktivitas meningkat meskipun daya serap pasar tidak setinggi tahun-tahun kemarin serta cukup banyak waktu produksi yang dapat digunakan untuk melakukan eksplorasi inovasi produk dan pembinaan pegawai khususnya tim kreatif. (4) Pihak *owner* dan pegawai merasakan langsung dampak pendampingan baik dalam membangun sistem kerja, relationship, networking dalam merintis jaringan marketing MARKOM (*marketing communication*) melalui *refreshing, updating*, maupun optimisme rintisan *e-commerce*. (5) Pihak mitra sangat antusias dengan program berikutnya yang belum kami laksanakan yaitu regulasi HKI dan rencana pendataan potensi

HKI yang dapat diregistrasi ke Ditjen HKI. (6) Secara social dan ekonomi UKM Mitra dapat terbantu karena sistem pemasaran mulai dibenahi

### Persembahan

Akhirnya kami sampaikan kepada DRPM Kemenristek Dikti Republik Indonesia, yang telah memfasilitasi baik melalui akses pendanaan Simlitabmas maupun dalam bentuk Dana Hibah yang saat ini menopang sebagian besar kegiatan ini, sehingga kegiatan PKM yang mendukung pengembangan UKM Industri Kreatif dapat bermanfaat langsung dan tepat sasaran. Terima kasih juga kami sampaikan kepada Mitra dan Tim LP2M UST Yogyakarta yang telah memfasilitasi kegiatan ini dan tim pendamping serta mahasiswa.

### DAFTAR PUSTAKA

- Bogdan, R. C., Biklen, S. K., (1992). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*, Boston: Allyn & Bacon.
- Dul, Jan. Weerdmeester, B. (2001), *Ergonomic for Beginner*, 2rd.ed New York: Harper Collins
- Harry Praptayo. (2010). "Sifat Anatomi dan Sifat Fisik Kayu mindi (*Melia Azedarach Linn*) Dari Hutan Rakyat Yogyakarta," jurnal Ilmu Kehutanan (Vol 4 no.1) Hlm 21-27.
- Howkins. John. (2001). "The Creative Economy: How People Make Money from Ideas"
- Malik, Abdul Dkk. (2004). *Tenun Melayu Riau*. Yogyakarta: Balai Kajian Dan Pengembangan Budaya Melayu.
- Meleong. (2000). *Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nabilla Tashandram, (2018). Tampil Gaya dengan Tas Kayu ", <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/04/29/112704720/tampil-gaya-dengan-tas-kayu?page=all>.
- Raharjo, Timbul. (2011). *Seni Kriya & Kerajinan*. Yogyakarta: Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Retantoko Cokro. (2016). Pemanfaatan Limbah Kayu Jati Dalam Pembuatan Karya Seni Kriya Kayu Berbentuk Naga Eropa, *Jurnal Pendidikan Seni Rupa*, Volume 04 Nomor 03 Tahun 2016, 374–380 374, Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, UNESA Surabaya, p.377
- Rohmania, Syukuril. (2014). *Tenun for Hijab*. Surabaya: TIARA AKSA.
- Sutiyono. 2012 *Paradigma Pendidikan Seni di Indonesia*. Yogyakarta: UNY Press
- Sumanto dan Sukamti. (2018). Keragaman Jenis dan Model Produk *Home Industry* Kerajinan Tangan Sebagai Sumber Belajar di Sekolah Dasar, *Jurnal 2. UM*, Sekolah Dasar: Kajian Teori dan Praktik Pendidikan, Tahun 26 Nomor 1, Mei 2017, <http://journal2.um.ac.id/index.php/sd/>
- Susanto, Rusnoto, Rahayu Retnaningsih, Kusuma Candra Kirana, (2021). Strategi Inovasi Desain Poduk Tas Fashion Kayu Mindi di Krebet Pajangan Bantul Yogyakarta, *Indonesian Journal of Economic Community Development* Vol. 2 No. 1 Januari 2021: 20-32 DOI: [Http://Dx.Doi.Org/10.25105/Ijecd.V2i1.10372](http://Dx.Doi.Org/10.25105/Ijecd.V2i1.10372)
- Susanto, Rusnoto, Wastiwi, Sri, Putri, Wika Harisa, (2018). Revitalisasi Mutu Produk Ekspor Melalui Pendampingan Inovasi Desain Produk Dan Hki Patung Terrazzo Di Bantul Yogyakarta , *Jurnal Dharma Bakti-LPPM IST AKPRIND Yogyakarta* ISSN:2614-2929 Vol. 1 No.1 EdisiApril 2018

Susanto, Moh. Rusnoto, dkk (2019). Social Media Transformation in The Public Education: A Critical Review Of Social Change, *International Journal Of Scientific & Technology Research* Volume 8, Issue 07, July 2019 ISSN 2277-8616

Susanto, Moh. Rusnoto, dkk. (2019). Contemporary Culture Transformation Through Virtual Space: A Cyberculture Perspective, *International Journal of Recent*

*Technology and Engineering (IJRTE)*  
ISSN: 2277-3878, Volume-8, Issue- 1C2,  
May 2019

Zahry, Soondoos M. (2017). Arts, Antiques, and Craft Businesses Locational Choice: The Case of George Town, Penang. *International Journal of Cultural and Creative Industries (IJCCI)*, volume 4, issue 2, March 2017