

Strategy for Developing the Weaving Industry Center in Tanah Datar Regency

Strategi Pengembangan Sentra Industri Tenun Kabupaten Tanah Datar

Nurlela Septia Yuda^{1*}, Febriandi Prima Putra²

Program Studi Magister Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas
nurlelaseptiayuda3@gmail.com

Abstract

The weaving small and medium industry is a sector with significant potential to support regional economic development while preserving local cultural heritage. The government of Tanah Datar Regency has developed a weaving industry center to strengthen the competitiveness of woven products. However, the utilization of the industry center has not been fully optimal, requiring an appropriate development strategy. This study aims to analyze the internal and external conditions of the weaving industry center and to formulate suitable development strategies. The research employed a descriptive approach using SWOT analysis by identifying strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The results indicate that the weaving industry center is positioned in Quadrant I (Strength–Opportunity), reflecting relatively strong internal conditions and considerable external opportunities. Therefore, an aggressive strategy is recommended by utilizing existing strengths to capture available opportunities. The proposed strategies include strengthening human resource capacity through artisan regeneration, encouraging product innovation and diversification, expanding digital-based marketing, and enhancing partnerships with relevant stakeholders. The implementation of these strategies is expected to improve the competitiveness of the weaving industry and increase its contribution to regional economic development.

Keywords: Weaving Industry, Industrial Center, Development Strategy, Swot Analysis, Competitiveness.

Abstrak

Industri kecil dan menengah (IKM) tenun merupakan salah satu sektor yang berpotensi meningkatkan perekonomian daerah sekaligus melestarikan warisan budaya lokal. Pemerintah Kabupaten Tanah Datar telah mengembangkan sentra industri tenun sebagai upaya memperkuat daya saing produk tenun. Namun, pemanfaatan sentra tersebut belum berjalan optimal sehingga diperlukan strategi pengembangan yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal sentra industri tenun serta merumuskan strategi pengembangannya. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode analisis SWOT melalui identifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sentra industri tenun berada pada posisi kuadran I (Strength–Opportunity) yang menunjukkan kondisi internal yang relatif kuat dan peluang eksternal yang cukup besar. Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan adalah strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang yang ada. Strategi tersebut meliputi peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui regenerasi pengrajin, pengembangan inovasi dan diversifikasi produk tenun, penguatan pemasaran berbasis digital, serta peningkatan kemitraan dengan berbagai pemangku kepentingan. Implementasi strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing industri tenun serta memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian daerah.

Kata Kunci: Industri Tenun, Sentra Industri, Strategi Pengembangan, Analisis Swot, Daya Saing.

1. Pendahuluan

Industri kecil dan menengah (IKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi daerah, khususnya dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pelestarian potensi ekonomi lokal. Di Indonesia, IKM memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja, sehingga sering disebut sebagai salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif dan merata (Yasmir,

2025). Peran strategis tersebut menjadikan IKM sebagai sektor yang penting dalam upaya mewujudkan pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan.

Sebagai bentuk intervensi untuk mendorong pengembangan IKM, pemerintah daerah mengembangkan kebijakan pembangunan sentra industri salah satunya di Kabupaten Tanah Datar. Sentra industri diharapkan mampu meningkatkan efisiensi produksi melalui pemanfaatan fasilitas bersama, memperkuat daya saing produk, serta memperluas akses pasar bagi pelaku usaha. Dari perspektif pembangunan daerah, Sutanto (2004) menegaskan bahwa sentra industri merupakan instrumen penting karena mampu mendorong penyerapan tenaga kerja, pemanfaatan potensi lokal, dan peningkatan nilai tambah regional. Namun demikian, kontribusi sentra industri terhadap pembangunan ekonomi daerah sangat bergantung pada bagaimana pemerintah daerah mengelola dan mengembangkan sentra tersebut secara terarah dan berkelanjutan.

Kebijakan Pembangunan sentra IKM ini telah dikaji sesuai dengan kebijakan-kebijakan dan regulasi di Tingkat Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi Sumatera Barat dan Pemerintah Kabupaten Tanah Datar. Kebijakan ini sejalan dengan upaya percepatan pemerataan pembangunan industri melalui perwilayahan industri sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian, yang menekankan pengembangan industri kecil dan menengah melalui sentra IKM. Pembangunan sentra di Kabupaten Tanah Datar merupakan manifestasi dari Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) 2015-2035, bahwa setiap kabupaten memiliki minimal satu sentra IKM. Pertimbangan dibangunnya Sentra IKM Tenun adalah karena adanya potensi tenun di Kabupaten Tanah Datar.

Kabupaten Tanah Datar merupakan salah satu daerah di Provinsi Sumatera Barat yang memiliki kekayaan budaya dan potensi ekonomi lokal yang kuat. Saputra (2019) mencatat Tanah Datar sebagai salah satu *Luhak Nan Tuo* dalam budaya Minangkabau dengan beragam unsur budaya lokal, seperti bahasa, kerajinan, kesenian, arsitektur, dan kuliner, yang berpotensi dikembangkan sebagai basis ekonomi kreatif dan pariwisata budaya. Di antara berbagai produk kerajinan yang berkembang, kerajinan tenun memiliki posisi strategis karena merupakan bagian dari identitas budaya masyarakat Tanah Datar yang telah diwariskan secara turun-temurun. Selain Nagari Pandai Sikek di Kecamatan X Koto yang telah dikenal luas sebagai sentra tenun songket, tradisi menenun juga berkembang di Kecamatan Lintau Buo dan Kecamatan Lintau Buo Utara yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut.

Maka dengan potensi tersebut, pemerintah daerah memutuskan untuk mengembangkan industri tenun melalui pembangunan sentra industri tenun di Nagari Tigo Jangko, Kecamatan Lintau Buo, Kabupaten Tanah Datar. Pembangunan sentra ini didukung melalui alokasi Dana Alokasi Khusus (DAK) Kementerian Perindustrian sejak tahun 2017. Pengembangan Sentra Industri Tenun Kabupaten Tanah Datar dilakukan secara bertahap melalui berbagai kegiatan revitalisasi yang didanai oleh DAK pada tahun 2018, 2019, 2021, dan 2023. Revitalisasi tersebut meliputi pembangunan dan perbaikan fasilitas fisik, seperti gedung produksi, gedung UPTD, jalan lingkungan, pagar, IPAL, serta pengadaan alat tenun, mesin, dan peralatan penunjang lainnya.

Pemerintah daerah dan pusat telah memberikan investasi yang cukup besar untuk pembangunan dan pengembangan sentra industri tenun Tanah Datar melalui pembangunan gedung produksi dan penambahan gedung penunjang, pengadaan alat

tenun dan peralatan penunjang menenun. Selain itu, pemerintah daerah juga melakukan pengembangan nonfisik melalui kegiatan pelatihan teknis dan manajemen bagi penenun, baik pemula maupun tingkat lanjut, yang didanai melalui APBD kabupaten, provinsi, serta dukungan Kementerian Perindustrian sejak tahun 2017 hingga 2025. Kegiatan pembinaan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku IKM, memperkuat nilai ekonomis produk tenun, serta mendorong peningkatan pendapatan dan penyerapan tenaga kerja (Saputra, 2023).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pengembangan klaster dan sentra IKM berpotensi meningkatkan pendapatan dan kesempatan kerja (Septiany et al., 2023), serta bahwa UMKM berkontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja (Lubis & Salsabila, 2024). Oleh karena itu, pembangunan sentra industri tenun di Kabupaten Tanah Datar diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap kinerja ekonomi pelaku IKM tenun dan perekonomian daerah secara keseluruhan.

Namun, dalam praktiknya, pembangunan sentra industri tenun yang telah berlangsung selama beberapa tahun dengan dukungan anggaran publik yang relatif besar masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa permasalahan yang muncul antara lain rendahnya tingkat pemanfaatan fasilitas sentra, keterbatasan kapasitas produksi, serta belum optimalnya promosi dan pemasaran produk. Minimnya jaringan distribusi dan akses pasar yang luas, serta harga yang dianggap terlalu tinggi bagi konsumen, menyebabkan produk-produk tenun yang sudah dihasilkan tidak terjual dan mengalami penumpukan.

Hal ini mengindisikan perlunya fungsi sentra sebagai pusat pemberian dukungan pemasaran dan memperluas jaringan usaha dan kemitraan. Urgensi penelitian ini semakin menguat apabila dikaitkan dengan menurunnya jumlah IKM yang aktif berproduksi di sentra industri tenun. Kondisi ini tidak hanya mencerminkan rendahnya tingkat pemanfaatan fasilitas sentra, tetapi juga berpotensi menyebabkan inefisiensi penggunaan anggaran publik, keterlambatan pemenuhan permintaan pasar, serta melemahnya posisi sentra industri sebagai instrumen pembangunan ekonomi daerah. Apabila kondisi ini dibiarkan tanpa evaluasi dan perbaikan kebijakan, maka sentra industri berisiko tidak berkelanjutan dan gagal memberikan dampak ekonomi yang diharapkan.

Berdasarkan hal tersebut, sangat perlu untuk melakukan kajian terkait strategi yang tepat agar sentra IKM tenun dapat berkembang menjadi pusat produksi yang produktif dan berdaya saing. Untuk itu perlu dilakukan kajian yang mendalam terkait faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan Sentra Industri Tenun Kabupaten Tanah Datar, serta menemukan strategi berbasis analisis SWOT untuk pengembangan sentra tenun.

Wulandari dan Zahra (2024) dalam penelitiannya mengenai pengembangan sentra produksi kain tenun di Desa Tedunan menunjukkan bahwa meskipun desa ini memiliki sekitar 288 pengrajin aktif dengan potensi besar sebagai warisan budaya tak benda, industri tenun setempat menghadapi berbagai masalah mendasar. Permasalahan utama yang ditemukan meliputi keterbatasan modal, lemahnya manajemen produksi, rendahnya kapasitas pemasaran, serta kurangnya regenerasi pengrajin akibat masuknya industri tekstil modern dan tren *fast fashion*. Penelitian ini menekankan pentingnya adanya roadmap kebijakan jangka panjang serta digitalisasi pemasaran sebagai upaya untuk menjawab keterbatasan modal dan regenerasi pengrajin.

Sementara itu, Nenengsih (2019) melalui kajian pada industri sulaman dan tenun di Sumatera Barat menyoroti perlunya sinergi multi-stakeholder antara pemerintah, pengrajin, dan lembaga terkait untuk mengatasi kelemahan manajemen dan pemasaran yang selama ini menjadi hambatan bagi peningkatan daya saing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelemahan utama UMKM sulaman/tenun terdapat pada aspek pemasaran, modal dan pendanaan, serta manajemen usaha. Para pelaku usaha masih menghadapi kesulitan dalam memperluas akses pasar, keterbatasan modal untuk produksi berskala besar, serta kurangnya perencanaan pengembangan usaha yang jelas.

Ananda dan Mutmainah (2020) menekankan pentingnya memanfaatkan kekuatan budaya dan kualitas produk untuk menghadapi ancaman eksternal seperti keterbatasan bahan baku dan regenerasi pengrajin. Kusuma dan Ramdani (2023) menunjukkan bahwa inovasi produk dan pemanfaatan media sosial mampu meningkatkan jangkauan pasar, namun belum sepenuhnya menjawab persoalan efisiensi biaya dan keberlanjutan produksi.

Dari temuan-temuan tersebut terlihat bahwa penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada aspek kualitas, inovasi, serta strategi pemasaran digital, namun belum banyak yang mengkaji integrasi antara inovasi berbasis budaya lokal, efisiensi harga, dukungan kebijakan daerah, dan penguatan kelembagaan sentra IKM sebagai satu kesatuan strategi pengembangan daya saing yang berkelanjutan. Hal ini membuka ruang penelitian lebih lanjut mengenai integrasi inovasi berbasis budaya dengan strategi digital dan peran kebijakan daerah dalam memperkuat keberlanjutan ekonomi lokal serta memperkuat kontribusi industri kreatif terhadap pendapatan daerah.

Urgensi penelitian ini semakin tinggi mengingat pemerintah daerah menuntut agar sentra tenun bisa berkontribusi secara lebih signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Dengan demikian, perlu perumusan strategi pengembangan sentra industri tenun yang terpadu dan mampu menjawab tantangan belum optimalnya pemanfaatan fasilitas yang tersedia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal sentra tenun dan merumuskan strategi pengembangan sentra tenun Tanah Datar.

2. Landasan Teori

Industri Kecil Menengah (IKM)

Menurut Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian, perindustrian adalah tatanan dan segala kegiatan yang bertalian dengan kegiatan industri. Industri adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri.

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 2024 tentang Perwilayahan Industri dijelaskan bahwa Industri Kecil dan Industri Menengah yang selanjutnya disebut IKM adalah perusahaan industri yang memenuhi kriteria usaha industri kecil dan industri menengah berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan. Menurut Jayanto (2018) Industri Kecil merupakan jenis usaha informal, yang bukan termasuk badan hukum. Pendirian badan usaha ini tidak memerlukan izin dan tata cara tertentu serta bebas membuat bisnis personal/pribadi tanpa adanya Batasan untuk mendirikannya. Pada umumnya bermodal kecil, jenis serta jumlah produksinya terbatas, memiliki tenaga kerja/buruh yang sedikit dan masih menggunakan alat

produksi teknologi yang sederhana. Biasanya legalitas kelompok IKM berdasarkan pada Surat Keputusan (SK) Kelompok yang dikeluarkan oleh Wali Nagari.

Menurut UU No. 20 Tahun 2008, kriteria usaha kecil adalah memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 1 miliar per tahun. Untuk usaha menengah dibagi dua, yaitu sektor industri yang memiliki aset paling banyak Rp 5 miliar dan untuk sektor nonindustri, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 600 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau memiliki hasil penjualan maksimal Rp 3 miliar per tahun. Di samping itu, terdapat Inpres No. 10 Tahun 1999 yang mendefinisikan usaha menengah adalah unit kegiatan yang mempunyai aset bersih antara Rp 200 juta sampai dengan Rp 10 miliar, di luar tanah dan bangunan tempat usaha.

Sedangkan kriteria menurut BPS, perbedaan industri kecil dan menengah dapat dilihat dari jumlah tenaga kerja. Untuk industri mikro jumlah tenaga kerja menurut BPS tahun 2014 adalah 4 orang, industri kecil dengan tenaga kerja 5-19 orang dan industri menengah dengan jumlah tenaga kerja 20-99 orang. Jika jumlah tenaga kerja > 99 orang, maka termasuk dalam kategori industri besar.

Menurut Bank Indonesia, IKM merupakan sebuah industri kecil yang mempunyai nilai aset kurang dari Rp600.000.000,- belum termasuk tanah dan bangunan. Sehingga IKM adalah sebuah industri yang mempunyai nilai investasi di bawah 1 miliar sampai 15 miliar rupiah termasuk tanah dan bangunan atau di bawah 1 miliar rupiah tetapi sudah mempekerjakan 20 orang atau lebih tenaga kerja.

Teori Sentra Industri dan Klaster Ekonomi

Teori klaster industri menjelaskan bahwa pengelompokan usaha sejenis dalam suatu wilayah dapat menciptakan berbagai keuntungan ekonomi, seperti efisiensi biaya, peningkatan produktivitas, dan terjadinya alih pengetahuan (Porter, 2000). Dalam konteks ekonomi regional, sentra industri dapat dipandang sebagai bentuk klaster skala kecil yang berfungsi untuk memperkuat daya saing industri lokal. Sentra industri dipahami sebagai konsentrasi geografis unit-unit usaha sejenis atau saling terkait di suatu kawasan, yang memanfaatkan kedekatan lokasi untuk efisiensi biaya, pemanfaatan input lokal, dan penciptaan lapangan kerja. Dalam konteks pembangunan daerah, sentra industri dipandang sebagai pilihan strategi (Sutanto, 2004) karena :

- Mampu menyerap tenaga kerja dan memanfaatkan aset lokal,
- Memperkuat basis ekonomi daerah, dan
- Menjadi wahana pemberdayaan UMKM/IKM melalui kemudahan koordinasi, penyediaan infrastruktur dan layanan Bersama

Pengembangan UMKM melalui sentra industri kemudian dapat dihubungkan dengan pola klaster: sentra bahan baku, sentra produksi, sentra pemasaran, dan faktor terkait lain, sehingga terbentuk jejaring hulu-hilir yang lebih lengkap (Harahap & Simbolon, 2024).

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 2024 tentang Perwilayahan Industri dijelaskan bahwa Sentra IKM adalah kumpulan beberapa IKM yang berlokasi pada satu kawasan, terdiri atas sedikitnya lima unit usaha yang memproduksi jenis produk serupa, memanfaatkan bahan baku yang sama, dan/atau menjalankan proses produksi sejenis. Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 1993, sentra industri diartikan sebagai suatu pusat kegiatan industri pengolahan yang

dilengkapi dengan berbagai sarana, prasarana, serta fasilitas pendukung lainnya yang disediakan dan dikelola oleh perusahaan yang beroperasi di kawasan tersebut.

Fungsi sentra industri (Kusumastuti & Sutiyo, 2021) meliputi :

- 1) Berfungsi sebagai pusat pembinaan dan penyuluhan, serta pemberian bantuan bahan baku dan dukungan pemasaran;
- 2) Menjadi lokasi penyediaan peralatan pelengkap yang tidak digunakan secara bersama di suatu wilayah untuk penyempurnaan produk;
- 3) Berperan sebagai fasilitas kerja bagi sejumlah terbatas pelaku usaha industri kecil.

Sedangkan tujuan pembangunan sentra IKM (Kusumastuti & Sutiyo, 2021) adalah:

- 1) Akselerasi pemerataan dan persebaran IKM;
- 2) Mendorong perkembangan IKM menuju arah yang lebih modern;
- 3) Memperkuat daya saing IKM;
- 4) Meningkatkan pelaksanaan pembangunan IKM yang berorientasi pada kelestarian lingkungan;
- 5) Memperluas jaringan usaha dan kemitraan;
- 6) Menyediakan sarana dan prasarana terpadu bagi IKM.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan sebagai alat dalam menentukan strategi dasar. Pendekatan ini berlandaskan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), sekaligus meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) serta ancaman (*threats*). SWOT sendiri merupakan metode perencanaan strategis dan pengembangan bisnis yang digunakan untuk menilai empat unsur utama, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, yang kemudian membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*) (Sunarsi, 2024).

Pada penelitian ini, analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dari Sentra Industri Tenun dan merumuskan strategi yang tepat untuk pengembangan Sentra Industri Tenun Kabupaten Tanah Datar. Berikut ini adalah panduan secara umum item dari masing-masing komponen SWOT (Riyanto et al., 2021):

1) Kekuatan

Item kekuatan yang dapat diidentifikasi di antaranya:

- a) Kompetensi inti berupa keterampilan dan kemampuan yang dimiliki oleh organisasi;
- b) Keunggulan organisasi dibandingkan dengan para pesaing;
- c) Faktor-faktor lain yang menjadi kekuatan organisasi;
- d) Ketersediaan sumber daya yang dimiliki;
- e) Reputasi positif organisasi selama ini.

2) Kelemahan

Aspek kelemahan yang dapat dikenali antara lain:

- a) Posisi organisasi dibandingkan dengan pesaing;
- b) Faktor internal yang menunjukkan kondisi organisasi kurang optimal;
- c) Hal-hal yang sering menimbulkan ketidakpuasan atau keluhan dari pelanggan;
- d) Faktor penyebab ketidakpuasan di kalangan pegawai;
- e) Proses maupun aktivitas operasional yang kerap mengalami kendala.

3) Peluang

Beberapa peluang yang bisa diidentifikasi mencakup:

- a) Faktor eksternal yang dapat memberikan keuntungan bagi organisasi;
- b) Pangsa pasar yang dimiliki;
- c) Pemanfaatan teknologi dalam kegiatan organisasi;
- d) Inovasi baru yang diterapkan;
- e) Metode baru untuk mendukung aktivitas atau produksi;
- f) Adanya konsumen pesaing yang merasa tidak puas.

4) Ancaman

Faktor ancaman yang mungkin dihadapi meliputi:

- a) Perubahan keinginan dan kebutuhan pelanggan;
- b) Pelanggan yang berpindah ke produk atau jasa pesaing;
- c) Inovasi yang dikembangkan oleh kompetitor;
- d) Persaingan harga dan kualitas antar pesaing;
- e) Penggunaan teknologi baru oleh pesaing;
- f) Penurunan volume penjualan;
- g) Munculnya pesaing baru di pasar.

3. Metode

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif. Dalam penelitian deskriptif, terdapat dua jenis data, yakni data kualitatif dan data kuantitatif (Arda, 2019). Data kualitatif adalah hasil wawancara terkait faktor SWOT dan data kuantitatif adalah hasil pembobotan untuk pemetaan faktor SWOT. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini bersumber dari subjek penelitian/informan yang relevan dan berpengalaman di bidang tenun. Teknik pemilihan informan adalah dengan *purposive sampling*.

Informan dalam penelitian ini adalah Pengrajin tenun (yang aktif dan pernah di sentra) sebanyak 10-20 orang, Pengelola Sentra Industri Tenun sebanyak 2 orang, dan Instansi Pemerintah terkait (Dinas Nakerin) sebanyak 2-3 orang. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber seperti publikasi media, hasil penelitian sebelumnya, serta dokumen yang memiliki keterkaitan dengan sentra tenun. Teknik analisis data menggunakan Analisis SWOT berupa pemberian skor, rating, dan pembobotan numerik untuk membandingkan faktor internal dan eksternal Sentra Industri Tenun Kabupaten Tanah Datar menggunakan matrik EFAS (*External Factor Analysis Summary*) dan IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*).

Identifikasi faktor strategi internal dan faktor strategi eksternal dilakukan melalui tahapan berikut ini (Rangkuti, 2006):

- a) Pada kolom faktor internal/eksternal; dicantumkan faktor peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan.
- b) Pada kolom bobot; berikan bobot untuk setiap faktor yang telah diidentifikasi, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting).
- c) Pada kolom *rating*; setiap faktor diberi nilai dengan skala 4 (sangat baik) hingga 1 (kurang baik) sesuai dengan tingkat pengaruhnya terhadap kondisi perusahaan.
- d) Pada kolom skor; nilai bobot pada kolom kedua dikalikan dengan nilai rating pada kolom ketiga, sehingga diperoleh skor dengan rentang antara 4,0 (sangat baik) hingga 1,0 (kurang baik).

- e) Jumlahkan seluruh nilai bobot dari setiap faktor pada baris terakhir, baik untuk variabel peluang maupun ancaman. Jumlah total bobot peluang dan ancaman maksimal 1,00 atau 100%.
- f) Langkah yang sama dilakukan untuk faktor internal dan eksternal. Hasil akhir dari perhitungan skor setiap faktor selanjutnya dipetakan ke dalam diagram analisis SWOT.

Untuk menghitung bobot dan rating dari faktor internal dan eksternal pada analisis SWOT, dapat dilakukan dengan menggunakan skala Likert yang dimodifikasi misalnya menggunakan skor 1-4, 1-5, 1-7, atau seterusnya. Item dari faktor internal dan eksternal dibuat dalam bentuk kuesioner dan responden memberikan penilaian terhadap item yang ada (Riyanto et al., 2021).

Pada penelitian ini digunakan skala pengukuran 1-4 dengan kategori sebagai berikut:

- Skor 1: Tidak Setuju
- Skor 2: Kurang Setuju
- Skor 3: Setuju
- Skor 4: Sangat Setuju.

Nilai bobot item tiap faktor internal/eksternal dapat diambil dari nilai rata-rata penilaian pada tiap item dibagi total rata-rata dari semua item internal/eksternal. penilaian adalah nilai yang diberikan pada setiap faktor internal/eksternal mulai dari 1 (tidak penting) sampai 4 (sangat penting). Nilai rating diambil dari rata-rata penilaian (Riyanto et al., 2021).

Untuk perhitungan rating, dalam model IFE/EFE menurut Fred R. David rating menunjukkan posisi strategis (Vega & Balaria, 2019) sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Penilaian Rating Faktor

Rating	Tingkat Preferensi
1	Major Weakness (sangat lemah)
2	Minor Weakness (lemah)
3	Minor Strength (kuat)
4	Major Strength (sangat kuat)

Perhitungan Rating dilakukan dengan melihat rentang skala dari tiap faktor. Rentang skala dihitung dengan cara skala tertinggi dikurangi dengan skala terendah dibagi jumlah pilihan jawaban (Riyanto et al., 2021).

$$\text{Rentang skala} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Untuk faktor kekuatan dan peluang, rentang skalanya linear karena bentuk kalimat positif. Sedangkan untuk faktor kelemahan dan ancaman, intervalnya dibalik karena bentuk kalimatnya negatif. Skor tinggi artinya kondisi negatif makin kuat, maka digolongkan sangat lemah. begitu juga sebaliknya, skor rendah artinya kondisi negatif lemah (Sari et al., 2015).

Tabel 2. Rentang dan Skala Penilaian Rating Faktor

Mean	Rating S/O	Rating W/T
3.26 - 4.00	4	1
2.51 - 3.25	3	2
1.76 - 2.50	2	3
1.00 - 1.75	1	4

Untuk menentukan posisi Sentra Tenun pada kuadran diagram SWOT, digunakan hasil perhitungan selisih dari matriks IFAS antara total kekuatan dan kelemahan sebagai sumbu X, serta matriks EFAS antara total peluang dan ancaman sebagai sumbu Y. Saat posisi Sentra Tenun diketahui pada diagram tersebut, selanjutnya dilakukan analisis terhadap matriks SWOT untuk menetapkan strategi yang sesuai.

4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian dimulai dengan melakukan identifikasi terhadap faktor internal dan eksternal yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Berikut ini adalah faktor internal dan eksternal Sentra Industri Tenun Kabupaten Tanah Datar berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

a. *Strength* (Kekuatan)

1. Keberadaan sentra memberikan manfaat bagi IKM berupa peningkatan keterampilan dan kualitas produk
2. Sentra mempunyai fasilitas sarana dan prasarana yang lengkap dan mendukung kelancaran produksi
3. Sentra memfasilitasi kegiatan pelatihan bagi IKM
4. Sentra memiliki pengrajin yang terampil
5. Produk tenun di sentra memiliki kualitas yang mampu bersaing
6. Sentra memiliki dukungan berupa dana operasional dan kebijakan dari pemerintah
7. Produk Tenun di sentra memiliki varian motif yang beragam

b. *Weakness* (Kelemahan)

1. Peralatan sentra belum dimanfaatkan secara optimal
2. Kapasitas produksi di sentra masih terbatas karena kurangnya pengrajin
3. Harga kain di sentra yang lebih mahal dari produk saingan
4. Jumlah pengrajin aktif di sentra terus berkurang
5. Bahan baku di sentra masih didapatkan dari luar daerah
6. Keterbatasan pengrajin di sentra berpengaruh dalam memenuhi permintaan pasar tepat waktu

c. *Opportunity* (Peluang)

1. Terdapat permintaan pasar terhadap produk tenun di sentra khususnya dari ASN dan pegawai BUMN/D
2. Keberadaan digitalisasi mendorong pemasaran dan promosi bagi pengrajin dan pengusaha tenun di sentra
3. Inovasi desain dan warna produk tenun di sentra dapat meningkatkan penjualan
4. Terdapat potensi kerja sama antara sentra dengan desainer, sekolah, atau *marketplace*

d. *Threats* (Ancaman)

1. Ketidakstabilan harga bahan baku mempengaruhi produksi tenun di sentra
2. Menurunnya daya beli masyarakat karena ekonomi yang tidak stabil mengakibatkan turunnya permintaan produk di sentra

Selanjutnya dilakukan pengisian kuisioner untuk masing-masing faktor diatas menggunakan skala likert 1-4. Jumlah responden yang mengisi kuisioner adalah 20

orang dengan rincian instansi pembina sebanyak 2 orang, pengelola sentra sebanyak 4 orang, pengrajin di dalam sentra sebanyak 10 orang, dan pengrajin yang pernah di sentra sebanyak 4 orang. Data dari kuisisioner digunakan untuk menghitung bobot dan rating masing-masing faktor yang dimasukkan dalam Tabel IFAS dan EFAS untuk melihat posisi kuadran sentra tenun. Hasil perhitungan skor tertimbang matriks IFAS dan EFAS dapat dilihat pada tabel 3 dan tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 3. Matriks IFAS

No	Faktor-Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Skor
Kekuatan :				
1	Keberadaan sentra memberikan manfaat bagi IKM berupa peningkatan keterampilan dan kualitas produk	0,08	4	0,3
2	Sentra mempunyai fasilitas sarana dan prasarana yang lengkap dan mendukung kelancaran produksi	0,08	4	0,3
3	Sentra memfasilitasi kegiatan pelatihan bagi IKM	0,08	4	0,3
4	Sentra memiliki pengrajin yang terampil	0,08	4	0,3
5	Produk tenun di sentra memiliki kualitas yang mampu bersaing	0,08	4	0,3
6	Sentra memiliki dukungan berupa dana operasional dan kebijakan dari pemerintah	0,08	3	0,2
7	Produk Tenun di sentra memiliki varian motif yang beragam	0,09	4	0,3
Total				2,15
Kelemahan :				
1	Peralatan sentra belum dimanfaatkan secara optimal	0,07	2	0,1
2	Kapasitas produksi di sentra masih terbatas karena kurangnya pengrajin	0,08	1	0,1
3	Harga kain di sentra yang lebih mahal dari produk saingan	0,05	3	0,2
4	Jumlah pengrajin aktif di sentra terus berkurang	0,08	1	0,1
5	Bahan baku di sentra masih didapatkan dari luar daerah	0,08	2	0,2
6	Keterbatasan pengrajin di sentra berpengaruh dalam memenuhi permintaan pasar tepat waktu	0,08	1	0,1
Total				0,69
Total IFAS		1		2,84

(sumber: data diolah, 2026)

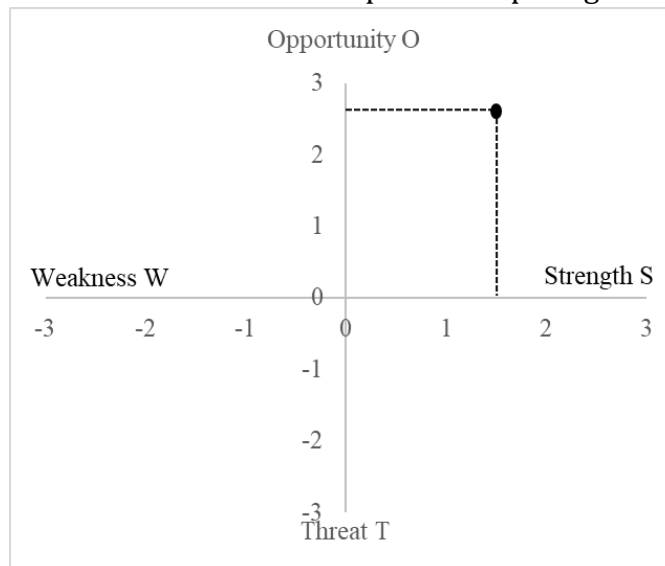
Tabel 4. Matriks EFAS

No	Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Skor
Peluang :				
1	Terdapat permintaan pasar terhadap produk tenun khususnya dari ASN dan pegawai BUMN/D	0,21	4	0,8
2	Keberadaan digitalisasi mendorong pemasaran dan promosi bagi pengrajin dan pengusaha tenun di sentra	0,21	4	0,8
3	Inovasi desain dan warna produk di sentra dapat meningkatkan penjualan	0,21	4	0,8
4	Terdapat potensi kerja sama antara sentra dengan desainer, sekolah, atau <i>marketplace</i>	0,17	3	0,5
Total				3,01
Ancaman :				
1	Ketidastabilan harga bahan baku mempengaruhi produksi di sentra	0,20	1	0,2
Total				0,20
Total EFAS		1		3,22

(sumber: data diolah, 2026)

Penentuan posisi menggunakan hasil perhitungan selisih dari matriks IFAS antara total kekuatan dan kelemahan sebagai sumbu X, serta matriks EFAS antara total peluang dan ancaman sebagai sumbu Y, sehingga diperoleh X sebesar 1,46 dan Y sebesar 2,81. Dengan demikian, posisi strategis berada pada Kuadran I (SO), yang mengindikasikan bahwa strategi pertumbuhan dapat diterapkan dengan tetap mempertimbangkan penguatan kapasitas internal.

Posisi titik koordinat sumbu X dan Y dapat dilihat pada gambar diagram berikut:



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT Sentra Tenun

Berdasarkan hasil analisis perhitungan tersebut, disusun berbagai alternatif strategi dalam bentuk matriks yang memungkinkan untuk pengembangan sentra tenun kedepan.

Tabel 5. Matriks SWOT Sentra Tenun

INTERNAL EKSTERNAL	STRENGTH - S	WEAKNESS - W
OPPORTUNITIES - O	<p>SO</p> <ol style="list-style-type: none"> Mengembangkan program pemasaran digital terpadu berbasis kualitas dan keberagaman motif tenun untuk menargetkan pasar ASN, BUMN/D, dan segmen ritel online. (S4, S5, S7 + O1, O2, O4) Membangun kolaborasi desain dengan desainer lokal dan institusi pendidikan untuk menghasilkan lini 	<p>WO</p> <ol style="list-style-type: none"> Memanfaatkan peluang pasar digital dan kerja sama <i>marketplace</i> untuk mempromosikan produk berkualitas meskipun harga sedikit lebih mahal (W3, W6 + O1, O2, O4) Menggunakan program pelatihan dan kolaborasi dengan sekolah kejuruan untuk menambah dan meregenerasi

	<p>produk inovatif yang sesuai tren pasar. (S4, S7 + 03, 04)</p> <p>3. Mengoptimalkan dukungan kebijakan dan dana pemerintah untuk memperluas kapasitas produksi dan promosi berbasis sentra. (S6, S2 + 01, 02)</p>	<p>pengrajin aktif. (W2, W6, W8 + 04)</p> <p>3. Memanfaatkan peluang Kerjasama dengan sekolah untuk mengoptimalkan pemanfaatan peralatan dan fasilitas sentra. (W1 + 04)</p>
THREATS - T	<p style="text-align: center;">ST</p> <p>1. Menyelenggarakan pelatihan pewarnaan dan pencelupan benang. (S3 + T1)</p> <p>2. Mengoptimalkan penggunaan fasilitas pewarnaan dan pencelupan benang secara efisien untuk mengurangi biaya beli bahan baku. (S2 + T1)</p>	<p style="text-align: center;">WT</p> <p>1. Melakukan efisiensi biaya produksi dan inovasi bahan alternatif untuk menjaga daya saing harga. (W3, W6 + T1)</p>

5. Kesimpulan

Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian berupa perumusan strategi dengan Analisis SWOT diperoleh kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis SWOT, Sentra Industri Tenun Kabupaten Tanah Datar berada pada Kuadran I, yang menunjukkan bahwa sentra memiliki kekuatan internal yang kuat dan menghadapi banyak peluang eksternal. Posisi ini mengindikasikan bahwa strategi pertumbuhan yang agresif dapat diterapkan untuk memaksimalkan potensi yang ada.
2. Strategi yang paling relevan adalah strategi yang mengintegrasikan penguatan kapasitas internal dengan pemanfaatan peluang eksternal, terutama melalui regenerasi pengrajin, diversifikasi produk, penguatan pemasaran digital berbasis edukasi nilai, serta efisiensi biaya produksi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, pengembangan sentra ke depan perlu difokuskan pada integrasi antara peningkatan kualitas, penguatan pemasaran, regenerasi pengrajin, dan stabilisasi sistem produksi agar seluruh tujuan dapat tercapai secara berkelanjutan. Saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Prioritas Strategi Penguatan SDM dan Kapasitas Produksi

Sentra perlu menjadikan regenerasi pengrajin sebagai strategi prioritas utama. Kerja sama formal dengan SMK dan perguruan tinggi berbasis program magang

atau kelas industri harus disusun secara terstruktur dengan target jumlah pengrajin baru setiap tahun. Tanpa regenerasi yang terukur, peningkatan kapasitas produksi dan ekspansi pasar akan sulit direalisasikan.

2. Diversifikasi Produk untuk Perluasan Segmen Pasar

Pengembangan produk turunan seperti tas, dompet, aksesoris, dan kombinasi bahan tenun perlu diprioritaskan guna menjangkau segmen pasar di luar ASN. Strategi ini bertujuan mengurangi ketergantungan pada satu kelompok konsumen sekaligus memperluas basis pendapatan. Diversifikasi harus disertai analisis margin agar tetap menguntungkan secara finansial.

3. Integrasi Pemasaran

Bangun strategi pemasaran agresif sesuai posisi SWOT Kuadran I (kekuatan internal kuat dan peluang eksternal besar), seperti pengembangan platform digital *e-commerce* khusus tenun Tanah Datar, partisipasi pameran nasional/internasional, dan *branding* berbasis cerita berupa edukasi pasar untuk membangun persepsi nilai sehingga harga yang relatif lebih tinggi dapat dipahami sebagai refleksi kualitas.

4. Kelembagaan Ekonomi

Bentuk koperasi pengrajin untuk penguatan kelembagaan. Pembentukan koperasi di sentra sebagai lembaga penampung dan pembeli produk, pengelola pemasaran kolektif, penyedia bahan baku secara bersama untuk menekan biaya, serta stabilisator harga dan upah. Koperasi dapat menjadi instrumen strategis yang mengintegrasikan produksi, pembiayaan, dan distribusi sehingga sentra tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis, tetapi juga mampu menciptakan peningkatan pendapatan dan kesejahteraan pengrajin secara berkelanjutan.

5. Efisiensi Biaya dan Stabilitas Bahan Baku

Sentra disarankan membangun sistem pengadaan bahan baku berbasis kemitraan jangka panjang dan pembelian kolektif untuk menekan dampak fluktuasi harga. Selain itu, evaluasi struktur biaya produksi perlu dilakukan secara berkala guna menjaga daya saing harga tanpa menurunkan kualitas produk.

6. Daftar Pustaka

- Ananda, N. V., & Mutmainah, S. (2020). Analisis strategi peningkatan daya saing pengrajin kain tenun khas Pagatan Kabupaten Tanah Bumbu. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 5(2), 706–722.
- Arda, M. (2019). Meningkatkan keunggulan bersaing melalui analisis SWOT. *Perwira: Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 2(1), 1–10.
- Harahap, R., & Simbolon, T. (2024). Strategi Penerapan Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kota Medan Sektor Pembangunan Sektor Pariwisata dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. <https://doi.org/10.46576/bn.v7i2.4982>.
- Jayanto, Herman Dwi. 2018. Perencanaan Strategis Pengembangan Industri Kecil, dan Menengah (IKM) Unggulan dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean. Malang. Universitas Brawijaya.
- Kusuma, E. D., & Ramdani, D. (2023). Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing UMKM Hoki Souvenir. *Cuan: Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 12–20.

- Kusumastuti, D., & Sutiyo. (2021). *Penguatan kelembagaan IKM melalui pembentukan Sentra IKM Harmoni Semanggi Kota Surakarta sebagai upaya penguatan ekonomi kerakyatan* [Laporan akhir]. Universitas Slamet Riyadi.
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 91-110.
- Nenengsih, A. S. E. (2019). Strategi Pengembangan Industri Kerajinan Sulaman/Tenun Sumatera Barat Berbasis Sinergitas Multi-Stakeholders. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 5(3).
- Porter, M. E. (2000). *Economic Development Quarterly*, 14(1), 15-34. <https://doi.org/10.1177/089124240001400105>
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2021). *Analisis SWOT sebagai penyusunan strategi organisasi*. Bintang Pustaka Madani.
- Saputra, E. (2019, 7 Desember). *Pemkab Tanah Datar gali potensi dan pengembangan wisata daerah melalui dialog budaya*. ANTARA. <https://sumbar.antaranews.com/berita/311584/pemkab-tanah-datar-gali-potensi-dan-pengembangan-wisata-daerah-melalui-dialog-budaya>
- Saputra, E. (2023, 24 Juli). *Pengrajin tenun di Tanah Datar dibekali manajemen mutu dan pengelolaan IKM*. ANTARA. <https://sumbar.antaranews.com/berita/575334/pengrajin-tenun-di-tanah-datar-dibekali-manajemen-mutu-dan-pengelolaan-ikm>
- Sari, I. A., Riniwati, H., & Harahab, N. (2015). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt Hatni (Hasil Alam Tani Nelayan Indonesia) Di Desa Tlogosadang Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan Jawa Timur. *ECSOFiM (Economic and Social of Fisheries and Marine Journal)*, 3(1).
- Septiany, A., Wardani, A., Nurhayati, I. P., Atalia, L., Larasati, M., Resmaliana, R., & Loreza, V. (2023). Peran Klaster IKM Sentra Kerupuk Ikan Sei Lekop dalam Pembangunan Ekonomi. *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, 1(6), 170-181.
- Sunarsi, D. (2024). *SWOT: Teori, implementasi, strategy*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Sutanto, K. (2004). Sentra industri Sebagai Pilihan Pembangunan Ekonomi Daerah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*, 5, 109-117. <https://doi.org/10.23917/jep.v5i1.4035>.
- Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian.
- UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).
- Vega, N. C., & Balaria, F. E. (2019). An evaluation of MM Anupol poultry farm through SWOT analysis: An IFE and EFE matrix approach. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science (IJAEMS)*, 5(1), 5-?. <https://doi.org/10.22161/ijaems.5.1.2>
- Wulandari, C., & Zahra, M. H. A. (2024). Pengembangan Sentra Produksi Kain Tenun Tedunan Sebagai Upaya Membangun Perekonomian Desa Tedunan Yang Berkelanjutan. *Jurnal Pengabdian, Riset, Kreativitas, Inovasi, Dan Teknologi Tepat Guna*, 2(1), 188-97.
- Yasmir, Y., Susanto, J., Anggraini, Z., & Dolly, F. (2025). Pemasaran Kreatif untuk Peningkatan Usaha Pelaku IKM dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal.

Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat.
<https://doi.org/10.31334/jks.v7i2.4117>.