

## **Analisis Keberlangsungan Usaha Sarung Goyor Di Era Digital Desa Wanarejan Utara, Kecamatan Taman, Kabupaten Pemalang**

**Dimas Wijanarko<sup>1</sup>, dan Antono Herry Purnomo Adhi<sup>2</sup>**  
Email: [dimaswijanarko47@gmail.com](mailto:dimaswijanarko47@gmail.com), [antono.herry@gmail.com](mailto:antono.herry@gmail.com)

**Universitas PGRI Semarang**

### **Abstract**

*This research is motivated by the condition of a decrease in the number of requests, an increase in the number of workers and a decrease in the amount of production in the goyor sarong business in Wanarejan Utara Village, Pemalang. This research method uses a descriptive qualitative approach. Test the validity of the data by using triangulation techniques. Data analysis was carried out by collecting data, condensing data and drawing conclusions. The object of the research consisted of 2 business owners (Mr. Warsono and Mr. Suroto), 2 employees, 2 consumers and 1 distributor of goyor sarong products. Data collection techniques used in this study are interviews, observation and documentation. The conclusion of this study is that product innovation, marketing implementation and trade competition can be used as efforts in the sustainability of the goyor sarong business in the digital era in Wanarejan Utara Village, Pemalang.*

**Keywords:** *product innovation, marketing implementation, trade competition.*

### **Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi penurunan jumlah permintaan, peningkatan jumlah tenaga kerja dan penurunan jumlah produksi pada usaha sarung goyor di Desa Wanarejan Utara Pemalang. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan inovasi produk, implementasi pemasaran dan persaingan dagang dalam keberlangsungan usaha sarung goyor di era digital Desa Wanarejan Utara Pemalang. Pembahasan hasil penelitian dilakukan dengan pedoman pada teori strategi dalam keberlangsungan usaha di era digital. Metode penelitian ini dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Uji keabsahan data dengan menggunakan triangulasi teknik. Analisis data dilakukan dengan langkah pengumpulan data, kondensasi data dan penarikan kesimpulan. Objek penelitian terdiri dari 2 pemilik usaha (Bapak Warsono dan Bapak Suroto), 2 karyawan, 2 konsumen dan 1 distributor produk sarung goyor. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa inovasi produk, implementasi pemasaran dan persaingan dagang dapat dijadikan upaya dalam keberlangsungan usaha sarung goyor di era digital di Desa Wanarejan Utara Pemalang.

**Kata kunci:** *inovasi produk, implementasi pemasaran, persaingan dagang.*

## **PENDAHULUAN**

Industri tekstil ialah satu bagian di bidang ekonomi yang lagi tumbuh di Indonesia saat ini. Pertumbuhan industri tekstil di Indonesia berbanding lurus dengan permintaan produk. Industri tekstil jadi penyumbang terbanyak dalam perolehan devisa Indonesia. Industri tekstil mempunyai kontribusi 2,18 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan 8,01 persen terhadap industri pengolahan pada tahun 2010 (BPS, 2010). Kenaikan laju permintaan produk industri tekstil umumnya hendak berakibat dengan kenaikan jumlah unit usaha tekstil (Sari, 2014).

Pemalang merupakan salah satu kota penghasil kerajinan tekstil di Indonesia yang mempunyai sumber daya potensial, bahkan terdapat beberapa yang menjadi produk favorit. Produk yang favorit kabupaten pemalang pada tahun 2017 antara lain: tenun goyor sebanyak 197 unit usaha, batik tulis sebanyak 44 unit usaha, pengolahan kayu sebanyak 55 unit usaha, mainan anak sebanyak 65 unit usaha, konveksi sebanyak 12 unit usaha, batu bata sebanyak 173 unit usaha, percetakan sebanyak 27 unit usaha dan sapu ijuk sebanyak 14 unit usaha. Pemerintah daerah harus mengupayakan potensi daerahnya masing-masing agar peningkatan perekonomian masyarakat yang memberikan *multiplier effect* bagi pertumbuhan ekonomi daerahnya dan meningkatkan pendapatan daerah (data diskoperindag kabupaten pemalang).

Dengan terdapatnya pertumbuhan di sektor industri tekstil, secara tidak langsung bisa memunculkan banyak pesaing dalam bidang yang sama, sehingga tiap perusahaan dituntut mempunyai strategi pemasaran supaya sanggup bersaing serta keberlangsungan usahanya. Industri senantiasa mempunyai pesaing, sehingga perusahaan wajib membangun strategi yang kokoh serta pas demi memenangkan persaingan pasar serta buat menggapai tujuan yang di mau setiap industri.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) strategi pemasaran merupakan saring penghubung antara bisnis dengan konsumen. Strategi yang kamu buat pun pasti tidak hanya terdiri dari satu taktik saja. Mungkin malah menggabungkan banyak hal misalnya: jejaring tradisional, media digital, iklan cetak/televisi/radio, email langganan, dan sebagainya. Menurut Hanifaradiz dan Budhi (2016) industri wajib bisa menerapkan elemen- elemen strategi pemasaran (*marketing mix*)

yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), saluran distribusi (*place*), serta promosi (*promotion*). Strategi pemasaran (marketing mix) ialah campuran dari 4 variabel ataupun aktivitas yang ialah inti dari sistem pemasaran industri ialah produk, struktur harga, aktivitas promosi, serta sistem distribusi.

Kerajinan tenun yang dikerjakan dengan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) ialah kerajinan tenun tradisional yang berbentuk kain yang terbuat dari benang dengan teknik memasukan benang pakan secara melintang pada benang lungsi. Hasil tenun tradisional sangat beranekaragam, tiap-tiap wilayah memiliki keunikan macam hias sendiri. Kerajinan tenun tradisional yang diciptakan oleh sebagian warga Indonesia memiliki nilai- nilai budaya yang besar, khususnya dalam segi keterampilan teknis, estetis, kandungan arti, simbolik, serta falsafah.

Tenun ATBM goyor merupakan salah satu produk unggulan Kabupaten Pematang Jaya. Pada tahun 2017, jumlah unit usaha tenun ATBM goyor merupakan yang tertinggi yaitu sebanyak 197 unit usaha, jika dibandingkan dengan unit usaha besar lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tenun ATBM goyor memiliki dampak terbesar terhadap pertumbuhan ekonomi Kabupaten Pematang Jaya. Selanjutnya persebaran sentra dan jumlah industri sarung tenun ATBM goyor di Kabupaten Pematang Jaya dari tahun ke tahun dapat dilihat pada tabel di bawah ini untuk mengetahui perkembangan industri sarung tenun ATBM goyor:

Tabel 1  
Persebaran Jumlah Tenaga Kerja dan Jumlah Produksi Sarung Tenun Goyor ATBM di Kabupaten Pematang Jaya Tahun 2014 - 2016

No	Sentra Sarung Tenun Goyor ATBM	Jumlah Tenaga Kerja			Jumlah Produksi (Potong)		
		2014	2015	2016	2014	2015	2016
1.	<b>Wanarejan Utara</b>	<b>196</b>	<b>257</b>	<b>348</b>	<b>640.320</b>	<b>594.240</b>	<b>548.528</b>
2.	Beji	75	75	80	7.200	6.000	8.640
3.	Jebed Utara	5	18	18	960	2.880	2.880
4.	Kaligelang	7	7	7	700	700	500
5.	Kabunan	20	25	30	1.600	1.440	1.440

*Sumber: Data Diskoperindag Kabupaten Pemalang.*

Distribusi sentra tenun ATBM goyor, serta jumlah sentra ATBM goyor, ditunjukkan pada Tabel 1 dari tahun 2014 hingga 2016. Ada lima sentra ATBM goyor di Kabupaten Pemalang, menurut laporan. Desa Wanarejan Utara memiliki sentra tenun goyor terbanyak, terhitung lebih dari 70% dari seluruh industri kecil tenun ATBM goyor. Hal ini menunjukkan bahwa Desa Wanarejan Utara memiliki intensitas hasil tenun yang paling tinggi jika dibandingkan dengan sentra anyam lainnya. Sehingga menjadi daya tarik tersendiri untuk dijadikan bahan penelitian guna mengetahui lebih jauh tentang industri kecil sarung tenun goyor di Kabupaten Pemalang.

Berdasarkan pada observasi kemampuan pemasaran sarung goyor bisa di pasarkan lewat lokal serta internasional. Pemasaran lokalnya antara lain: tegal, pekalongan, semarang, purwodadi serta sebagainya. Sedangkan pemasaran internasionalnya ialah: Arab Saudi, Afrika, Jeddah serta negeri timur yang lain. Tetapi pemasaran secara lokal mempunyai kemampuan yang lebih rendah dibanding pemasaran internasional. Nyaris segala hasil penciptaan dipasarkan dengan metode ekspor. Rendahnya energi beli warga sendiri terhadap sarung tenun goyor ATBM menjadikan para pengrajin lebih memilah memasarkan produksinya ke luar negara.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif studi kasus. Dimana penelitian ini dilakukan untuk mengamati segala permasalahan secara sistematis dan akurat berdasarkan pada fakta-fakta dan sifat objek tertentu dilapangan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang berasal dari sumber asli atau pertama (Sugiono, 2016). Data ini diambil langsung pada subjek pemilik usaha, karyawan, distributor dan konsumen usaha sarung goyor yaitu usaha sarung goyor botol baddah (Bapak Warsono) dan Bapak Suroto. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang adanya suatu data primer (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini diambil data sekunder sebagai pendukung berupa foto dan *screenshoot* dari kualitas produk, gaya dan desain produk, varian produk, produk, harga, promosi dan bukti langsung pada usaha sarung goyor di Desa Wanarejan Utara

Pemalang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga bagian yaitu teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi dengan beberapa tahapan antara lain: pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian dengan metode wawancara dan observasi dengan pemilik usaha, karyawan, distributor dan konsumen sarung goyor meliputi inovasi produk, implementasi pemasaran dan persaingan dagang dalam keberlangsungan usaha sarung goyor di Desa Wanarejan Utara Pemalang.

### **1. Inovasi produk dalam keberlangsungan usaha di era digital Desa Wanarejan Utara Pemalang**

Inovasi produk merupakan bagian dari budaya sebuah perusahaan dalam memiliki kemampuan untuk berinovasi serta meningkatkan kinerja perusahaan melalui keputusan konsumen agar membeli. Dalam penerapannya terdapat proses yang perlu dilakukan seperti kualitas produk, varian produk, serta gaya dan desain produk (Charles dkk, 2012). Beberapa tahapan tersebut perlu dilakukan agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk dan sebagai upaya pengembangan produk agar konsumen memiliki pilihan yang bervariasi.

Pembuatan inovasi produk dilakukan agar menambah variasi produk pada pilihan produk yang ditawarkan. Sehingga konsumen memiliki banyak pilihan produk yang akan mereka pilih. Dalam pembuatan produk baik produk lama maupun produk baru aspek yang dilihat yaitu dari kualitas dan kemasan. Sehingga kedua hal tersebut juga perlu diperhatikan dengan baik. Perhatian pada kualitas produk memberikan dampak positif terhadap bisnis melalui dua cara yaitu proses produksi dan kualitas bahan baku (Herawati & Mulyani 2016). Sedangkan kemasan berfungsi untuk membuat suatu kemasan menarik agar menumbuhkan minat beli konsumen (Harminingtyas 2013).

Berdasarkan hasil wawancara maka dapat di simpulkan bahwa inovasi produk sarung goyor tidak lepas dari sarung tersebut. Inovasinya berupa pengembangan motif dan warna yang

beraneka ragam. Untuk kualitas produk sarung goyor dari dulu sampai sekarang masih di pertahankan karena itu merupakan ciri khas sarung goyor itu sendiri. Untuk varian produk sarung goyor dapat dipakai baik anak-anak, remaja, dewasa hingga lansia. Gaya dan desain yang ditawarkan sarung goyor masih sama dengan yang dulu hanya saja pengusaha mengkreasikan label yang digunakan untuk pengemasan (*packaging*).

Penambahan inovasi produk yang telah dilakukan oleh pemilik usaha dianggap kurang efektif untuk dilakukan pada usaha sarung goyor di Desa Wanarejan Utara Pemalang karena penjualannya hanya sekitar 5-10% saja. Sehingga perlu adanya bantuan dari pemerintah mengenai bantuan alat maupun promosi agar adanya perkembangan baik pada penjualan usaha sarung goyor.

## **2. Implementasi pemasaran dalam keberlangsungan usaha sarung goyor di era digital di Desa Wanarejan Utara, Kecamatan Taman, Kabupaten Pemalang**

Strategi yang bisa di implementasikan oleh UMKM untuk keberlangsungan usaha yaitu dengan merubah model penjualan yang semula konvensional menjadi online (Fadly dan Utama, 2020). Berdasarkan penelitian usaha sarung goyor di Desa Wanarejan Utara Pemalang melakukan penjualan produk sarung yang meliputi aspek produk, harga, distribusi dan promosi. Produk yang dipromosikan meliputi produk sarung goyor dengan berbagai motif dan warna yang ditawarkan. harga yang ditawarkan produk sarung goyor yang relatif mahal dibandingkan dengan produk sarung yang lainnya dengan kualitas yang jauh lebih bagus dan mutu yang lebih bagus. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk di perhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang di tawarkan (Apriyani, 2017).

Distribusi dan promosi usaha sarung goyor di desa wanarejan utara pemalang kebanyakan masih dilakukan secara *offline*, ada juga beberapa pengusaha yang sudah memanfaatkan teknologi dengan melakukan promosi melalui media sosial seperti WA, FB dan IG. Penggunaan media online tersebut dirasa cukup berpengaruh untuk dapat

melaksanakan usahanya pada masa digital ini. Pengaruh lain yang dirasakan oleh pengusaha yang sudah memanfaatkan teknologi dalam mempromosikan produknya di media sosial yaitu dapat melakukan proses transaksi yang lebih mudah dan mengenalkan produk pada pangsa pasar yang lebih luas.

Terdapat beberapa promosi produk yang dapat dilakukan selain menggunakan media sosial saja yaitu dengan melakukan pemasaran digital melalui *E-commerce* seperti Tokopedia, *Shopee*, *Lazada*, dll. Selain itu pemilik usaha harus membangun suatu branding untuk mengenalkan produknya, peningkatan kualitas maupun jasa demi kenyamanan serta menciptakan relasi kepada pelanggan agar tingkat kepercayaan konsumen meningkat. Jika strategi tersebut dapat diterapkan secara maksimal maka UMKM bisa berjalan dan tidak mengalami kerugian (Fadly dan Sutarna, 2020).

### **3. Persaingan dagang dalam keberlangsungan usaha sarung goyor di Desa Wanarejan Utara, Kecamatan Taman, Kabupaten Pemalang.**

Persaingan dagang yang dilakukan dalam keberlangsungan usaha sarung goyor di Desa Wanarejan Utara Pemalang dilihat dari beberapa aspek yaitu persaingan tempat, persaingan harga, dan persaingan pelayanan. Menurut Riza (2012) Tempat adalah hal yang penting bagi para pengusaha. Para pengusaha berlomba-lomba dalam mendapatkan tempat yang strategis yang dapat dijangkau oleh pembeli.

Keadaan persaingan di Desa Wanarejan Utara Pemalang terkait tempat adalah para pengusaha satu dengan yang lainnya saling berlomba-lomba untuk mendapatkan tempat yang strategis untuk proses produksi dan proses pemasaran produk sarung goyor. Hal ini karena di Desa Wanarejan Utara merupakan daerah yang dekat dengan pusat kota pemalang jadi para pengusaha berlomba-lomba untuk mendapatkan tempat yang dekat dengan jalan raya. Pengusaha yang mempunyai tempat yang dekat dengan jalan raya maka akan mendapatkan tempat yang strategis untuk menjual produk sarung goyor.

Persaingan harga pada produk sarung goyor Desa Wanarejan Utara cukup sulit

dikarenakan pada produk sarung goyor sendiri memiliki harga yang cukup mahal dibandingkan sarung yang lain, hal ini pada proses pembuatan sarung goyor masih menggunakan tenaga manusia (*handmade*). Menurut Riza (2012) Harga biasanya merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli suatu barang.

Pelayanan yang baik merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh para pengusaha dalam mempromosikan produk yang ditawarkan agar dapat menumbuhkan kepercayaan terhadap konsumen. Berdasarkan hasil penelitian pelayanan yang dilakukan di usaha sarung goyor di Desa Wanarejan Utara telah memberikan pelayanan sebaik mungkin karena bagi mereka pembeli adalah raja yang harus diberikan pelayanan yang baik dan mendapatkan informasi yang jelas agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini sesuai dengan konsep yang disampaikan oleh Hadiyati (2010) bahwa Pelayanan di nilai memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Hasil dari penelitian ini adalah inovasi produk, implementasi pemasaran, dan persaingan dagang menunjukkan pengaruh yang positif terhadap tingkat kepercayaan dan minat beli konsumen serta kualitas produk yang dihasilkan dari kinerja yang baik. Dengan demikian inovasi produk, implementasi pemasaran dan persaingan dagang dapat dijadikan sebagai upaya dalam keberlangsungan usaha sarung goyor di era digital Desa Wanarejan Utara, Kecamatan Taman, Kabupaten Pematang Jaya.

Saran yang diberikan adalah memperbanyak pengembangan promosi online baik melalui media sosial seperti FB, WA, IG maupun lewat marketplace seperti tokopedia, bukalapak, *shopee* dll.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Apriyani, D. (2017). Peranan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Pakaian Muslim Di Butik Latifah Way Halim Bandar Lampung. 18–31.

- Badan Pusat Statistika Provinsi Nasional (2017) Tabel Jumlah Perusahaan Industri Kecil dan Menengah Menurut Provinsi Tahun 2013 -2015.
- Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pemalang. Tabel Jumlah tenaga kerja dan jumlah volume produksi tenun goyor ATBM di Kabupaten Pemalang 2013-2016.
- Fadly, H. D., & Utama. (2020). Membangun pemasaran online dan digital branding ditengah pandemi covid-19. *Jurnal Ecoment Global : Kajian Bisnis Dan Management*, 5, 213–222.
- Hadiyati, E. (2010). Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang). *Jurnal Manajemen Universitas Jambi*, 2(2)(Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang)), 81–90.
- Harminingtyas, R. (2013). Analisis Fungsi Kemasan Produk Melalui Model View Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Rokok Kretek Merek Dji Sam Soe Di Kota Semarang.
- Herawati, H., & Mulyani, D. (2016). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada Ud. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo. *Prosiding Seminar Nasional*, ISBN 978-6, 463–482. <http://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/3677>
- Kotler., P, & Amstrong, G. 2008. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prentice Hall-Inc.
- Riza Muhammad. 2012. *Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Pagi Peterongan Semarang Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*. Surabaya. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Sari, Ais Widya Rosiana.(2017). *Jumlah Produksi Tenun Sarung Goyor Di Perkirakan Dari Tenaga Kerja, Modal Dan Kemampuan Kewirausahaan*. *Economic Education Analysis Journal*. Vol 3 No 1. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Sugiono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Alfabeta.