

**STRATEGI BERTAHAN INDUSTRI TENUN TRADISIONAL SANTA MARIA BORO, BANJARASRI, KALIBAWANG, KULON PROGO, YOGYAKARTA**

Oleh:

Lucia Sepdwi Antari dan Siti Irene Astuti Dwiningrum

E-mail: [luciasepdwiantari@gmail.com](mailto:luciasepdwiantari@gmail.com)

Pendidikan Sosiologi – Fakultas Ilmu Sosial – Universitas Negeri Yogyakarta

**ABSTRAK**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui strategi bertahan industri tenun tradisional Santa Maria Boro dalam mempertahankan keberlangsungan industrinya.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, dijabarkan secara deskriptif. Teknik yang digunakan dalam pemilihan informan yaitu *purposive sampling*, dengan kriteria yaitu sebagai warga Industri Tenun Santa Maria Boro. Pengumpulan data adalah observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Subyek penelitian yang diperoleh adalah 6 orang yang terdiri dari 1 orang pimpinan, dan 5 orang pegawai tenun. Adapun validitas data menggunakan analisis data kualitatif dengan model interaktif Milles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri tenun Santa Maria Boro mengalami penurunan. Adapun strategi yang dilakukan dalam proses bertahan yakni strategi produksi, harga, dan pemasaran. (1) Strategi produksi dilakukan dengan 1) menjaga kualitas produksi tenun 2) hasil produk bervariasi dengan menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM). (2) Strategi harga dilakukan dengan cara penetapan harga berdasar pendekatan biaya (*cost oriented pricing*). (3) Strategi pemasaran yang dilakukan melalui: 1) iklan, penyebaran brosur, pemasangan pamflet, dan spanduk yang dipasang di sekitar wilayah dimana konsumen berada, 2) *word of mouth* dari mulut ke mulut, 3) *public relations* dimana industri tenun Santa Maria Boro menjalin kerjasama dengan langgganan tetap yaitu karyamisi di seluruh Indonesia, yang menyebabkan perusahaan dapat terus bertahan meskipun menghadapi persaingan dari perusahaan tekstil yang lebih modern. 90% dari hasil produksi kebanyakan dikonsumsi oleh pelanggan tetap perusahaan.

*Kata Kunci : Industri Tenun, Strategi Bertahan Tenun Tradisional*

***SURVIVAL STRATEGY OF TRADITIONAL WEAVING INDUSTRY SANTA MARIA BORO, BANJARASRI, KULON PROGO, YOGYAKARTA***

***By: Lucia Sepdwi Antari and Siti Irene Astuti Dwiningrum***

***E-mail: [luciasepdwiantari@gmail.com](mailto:luciasepdwiantari@gmail.com)***

***Sociology Education Department – Faculty of Social Sciences –Yogyakarta State University***

***ABSTRACT***

*Research aims to know survival strategy of traditional weaving industry Santa Maria Boro in maintaining the sustainability of the industry.*

*Research using a qualitative approach, described descriptively. The technique used in the selection of informants is purposive sampling, with the criteria that is as a resident of weaving industry Santa Maria Boro. Data collection is observation, in-depth interviews, and documentation. The consisting of 1 person and 5 employees of weaving. As for the validity of data using qualitative data analysis with interactive models of Milles and Huberman.*

*Research results show that Santa Maria Boro weaving industry has decreased. As for the strategy that is done in the process of survival that is production strategy, price, and marketing. (1) The production strategy is carried out by 1) maintaining the quality of weaving production 2) the product yield varies by using non-woven machine instead. (2) Pricing Strategy is done by pricing based on cost oriented pricing. (3) Marketing strategy that is done through: 1) advertising, brochures, pamphlets, and banners installed around the area where consumers are located, 2) word of mouth, 3) public relations where the weaving industry Santa Maria Boro cooperate with a fixed subscription of karyamisi across Indonesia, which causes the company can continue to survive despite facing competition from more modern textile companies. 90% of the production is mostly consumed by the company's fixed customers.*

*Keywords: weaving industry, traditional weaving survival strategy*

## **A. PENDAHULUAN**

Dewasa ini banyak bermunculan perusahaan yang bergerak dibidang industri baik yang berskala kecil, menengah maupun yang berskala besar. Sektor industri mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Usaha untuk mencapai industrialisasi sangat tergantung pada sumber daya manusia, yang paling penting dalam setiap organisasi perusahaan.

Industrialisasi adalah salah satu strategi yang dianggap jitu untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat, mengentaskan kemiskinan, serta mendorong terjadinya modernisasi. Pengembangan sektor industri, diharapkan dapat memperluas kesempatan kerja, meningkatkan ekspor, menghemat devisa, dan dapat memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang tersedia. Industrialisasi sebagai sebuah proses modernisasi selalu mendorong penciptaan kebutuhan baru yang perlu dipenuhi. Selain itu industrialisasi akan meratakan kesempatan berusaha dan menunjang pembangunan daerah. Semakin majunya perekonomian di Indonesia, banyak industri-industri di Indonesia yang masih bertahan dari krisis global, namun ada juga yang tidak mampu bertahan. Industri-industri di Indonesia selalu khawatir akan terjadinya pemerosotan dalam memproduksi apabila tidak bisa bertahan dalam menghadapi persaingan. Suatu industri kecil, besar, dan menengah pasti memiliki strategi bertahan untuk mempertahankan kelangsungan produksinya (Sandi, 2010; Arsyad, 2010).

Tenun merupakan sebuah peninggalan budaya nenek moyang yang patut dilestarikan. Industri tenun tradisional sudah berkurang eksistensinya di Indonesia. Industri tenun dengan ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin) yang mampu bertahan di Yogyakarta masih ada 5 (lima) industri. Di Kabupaten Kulon Progo yaitu industri tenun tradisional Santa Maria Boro yang berada di Boro, Banjarsri, Kalibawang, Kulon Progo. Di Kabupaten Sleman ada 2 industri yaitu Kerajinan Kain Tenun Gamplong yang berada di Sumber Rahayu, Moyudan, Sleman dan industri tenun Pelangi dengan hasil tenun kain pel yang berada di Cibukan, Warak Lor, Sleman. Sedangkan industri tenun yang ada di Kabupaten Bantul yaitu Kurnia tenun dengan hasil kain tenun lurik yang berada di Krpyak Wetan, Bantul dan Tenun Plismet yang berada di Argosari, Sedayu, Bantul. Dari kelima industri tenun tersebut, menunjukkan bahwa masih adanya eksistensi industri tenun yang ada di Yogyakarta, terutama untuk industri tenun tradisional.

Industri Tenun Tradisional Santa Maria merupakan industri tenun yang bertempat di Desa Boro, Kecamatan Kalibawang, Kabupaten Kulon Progo. Industri Tenun Santa Maria menghasilkan sebuah kerajinan tangan yang dikenal dengan nama tenun. Alat tenunnya pun masih dengan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) dengan memadukan sebuah karya eksklusif dan original dengan berbahan dasar katun murni 100%. Pertenunan Santa Maria Boro berada di sebuah desa, mampu bertahan puluhan tahun. Selama itu pula,

perusahaan ini memberikan pekerjaan bagi masyarakat sekitarnya. Industri Tenun Santa Maria menjadi kebanggaan tersendiri bagi warga Desa Boro ketika hasil tenun bisa diterima di pasaran. Pemasaran produksi tenun di sekitaran Boro biasanya dapat dijumpai di Rumah Sakit, sekolah, bahkan di rumah warga, misalnya saja selimut, serbet, handuk, bahkan lap. Selain di Desa Boro, hasil produksi industri tenun Santa Maria juga dikirim ke luar kota. Harga produk di Pertenunan Santa Maria pun lebih tinggi dibanding produk tekstil pada umumnya. Harga jual yang tinggi disebabkan biaya produksi dan bahan baku yang juga tinggi. Bahan bakunya benang katun murni. Proses produksi secara manual membuat biaya produksi juga tinggi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, makalah difokuskan pada kajian tentang “Strategi Bertahan Industri Tenun Tradisional Santa Maria Boro”. Makalah akan mengkaji tentang strategi yang digunakan untuk mempertahankan eksistensi industri tenun tradisional Santa Maria Boro agar tetap terjaga keberlangsungan industri.

## **B. KERANGKA TEORI**

### **A. Strategi dalam Perspektif Teori Survival (Edward Lorenz)**

Menurut Rangkuti (2005: 3) kata strategi berasal dari kata *Stratos* yang berarti tentara dan *ego* yang berarti pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya merupakan alat untuk mencapai

tujuan. Strategi merupakan respon secara terus menerus maupun adaktif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi suatu organisasi (Rangkuti, 2005: 4).

Teori survival termasuk teori dari salah satu teori industri yang menyangkut tentang bertahan diri seseorang. Survival berasal dari kata *survive* yang berarti mampu mempertahankan diri dari keadaan tertentu, mampu mempertahankan diri dari keadaan yang buruk dan kritis. Survivor adalah orang yang sedang mempertahankan diri dari keadaan yang buruk. Banyak perusahaan yang gagal bertahan selama krisis dan bangkrut, karena semata-mata mereka tidak memiliki skenario itu, dan punya pilihan jelas untuk tetap bertahan dan hidup.

Teori Edward Lorenz digunakan untuk menjelaskan berbagai fenomena yang terjadi saat ini, yaitu strategi yang dilakukan industri tenun Santa Maria agar tetap terjaga eksistensinya. Perusahaan kecil yang tidak dibebani oleh banyaknya beban tetap terhindar dari kesulitan, menanggung semua biaya pada kondisi ekonomi memburuk, walaupun perusahaan kecil sering mengalami kesulitan dalam mengelola skala ekonomi dan sulit bersaing dengan perusahaan berskala ekonomi besar. Pada strategi produksi, tenun Santa Maria

menjaga kualitas produksi tenun, serta menghasilkan produk bervariasi dengan menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM). Pada strategi harga, dilakukan dengan cara penetapan harga berdasar pendekatan biaya (*cost oriented pricing*). Sedangkan pada strategi pemasaran, dilakukan melalui: iklan (penyebaran brosur, pemasangan pamflet, dan spanduk yang dipasang di sekitar wilayah dimana konsumen berada), *word of mouth* dari mulut ke mulut, *public relations* dimana industri tenun Santa Maria Boro menjalin kerjasama dengan langganan tetap yaitu karyamisi di seluruh Indonesia.

Ada lima keadaan yang memungkinkan industri kecil mampu bertahan ditengah persaingan yang datang dari industri berskala besar menurut Supratikno (dalam Yustika, 2000: 30) yaitu sebagai berikut: pertama, usaha industri kecil bergerak dalam pasar yang terpecah-pecah (*fragmented market*), sehingga keberadaan skala ekonomi tidak terlalu penting yang menyebabkan skala ekonomi usaha besar tidak menonjol. Kedua, usaha industri kecil menghasilkan produk-produk dengan karakteristik elastisitas pendapatan yang tinggi, sehingga apabila terjadi kenaikan pendapatan masyarakat, permintaan akan produk-produk UMKM juga meningkat. Ketiga, usaha kecil memiliki heterogenitas tinggi. Khususnya heterogenitas

teknologi yang bisa digunakan, sehingga dapat menghasilkan variasi produk yang beraneka ragam. Keempat, usaha industri kecil tergabung dalam suatu klaster (sentra industri), sehingga mampu memanfaatkan efisiensi kolektif, misalnya dalam hal pembelian bahan baku, pemanfaatan tenaga kerja terampil, dan pemasaran bersama. Kelima, usaha industri kecil diuntungkan oleh kondisi geografis, yang membuat produk-produk industri kecil memperoleh proteksi alam karena pasar yang dilayani tidak terjangkau oleh inovasi produk-produk industri skala besar.

Industri tenun tradisional Santa Maria Boro dominan dengan keadaan usaha kecil yang memiliki heterogenitas teknologi yang menghasilkan variasi produk yang beraneka ragam. Terbukti dengan berbagai macam jenis alat tenun serta banyaknya jenis dan motif produk yang dihasilkan. Kaitan antara teori yang digunakan dengan tenun tradisional Santa Maria Boro adalah penggunaan strategi untuk mempertahankan kelangsungan agar tetap eksis dan memproduksi dalam menghadapi berbagai masalah, misalnya persaingan dan krisis global.

#### B. Industri

Industri merupakan suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang

memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Industri identik dengan sebuah perusahaan, namun setiap perusahaan tidak harus besar dan tidak harus menggunakan mesin.

#### C. Tenun Tradisional

Tenun adalah kegiatan menenun kain dari helaian benang pakan dan benang lungsin yang sebelumnya diikat dan dicelupkan ke dalam zat pewarna alami. Tenun merupakan hasil kerajinan rakyat yang sudah lama berakar di Indonesia, diwariskan secara turun temurun, dari generasi kegenerasi secara tradisional. Proses pembuatannya tidak lepas dari alat tenun, alat yang pertama adalah alat tenun “*gendong*” atau “*gedog*”, dimana alat ini digerakan dengan tangan. Perkembangan selanjutnya dari alat tenun adalah dikenalkan teropong layang (*flying shuttle*) yang kemudian dikenal dengan nama ATBM atau Alat Tenun Bukan Mesin. Hasil dari tenun ATBM lebih lebar dibanding tenun *gedog*, bisa menghasilkan berbagai variasi corak tenun, serta lebih cepat dalam pengerjaannya sehingga dapat memproduksi kain tenun yang lebih banyak dalam (Nyantik Yuliana: 2006).

#### C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Boro (Banjarasri), Kecamatan Kalibawang, Kabupaten Kulon Progo,

Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

Sumber data primer diperoleh melalui teknik wawancara dan observasi langsung pada 1 orang pimpinan serta 5 pegawai di industri tenun tradisional Santa Maria di Desa Boro (Banjarasri), Kecamatan Kalibawang, Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta. Sumber data sekunder berasal dari studi kepustakaan seperti melalui dokumentasi, buku, internet, media cetak, jurnal, karya tulis dan sumber lainnya.

Pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dari teknik sampling yang sudah ditentukan, maka penelitian ini dilakukan pada pimpinan serta pegawai industri tenun tradisional Santa Maria di Desa Boro (Banjarasri), Kecamatan Kalibawang, Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta. Subyek penelitian ini kriterianya yaitu orang yang memimpin serta pegawai yang bekerja di industri tenun tradisional dibutuhkan atau dengan definisi lain sampel dipilih menurut tujuan penelitian.

Penelitian menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu, pengamatan (observasi), wawancara, dokumentasi, dan kepustakaan. Observasi dilakukan secara langsung di industri tenun tradisional Santa Maria di Desa Boro (Banjarasri), Kecamatan Kalibawang, Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta. Wawancara dilakukan pada pimpinan serta pegawai industri tenun tradisional Santa Maria guna memperoleh informasi terkait

strategi bertahan industri tenun tradisional Santa Maria Boro.

Penelitian menggunakan instrumen penelitian berupa pedoman observasi, pedoman wawancara, dan alat perekam. Pedoman observasi merupakan lembar pengamatan terkait tujuan, lingkungan, lokasi, *setting* wawancara serta perilaku subyek dan informasi yang muncul pada saat wawancara. Pedoman wawancara adalah daftar pertanyaan yang digunakan sebagai panduan agar wawancara tidak menyimpang dari topik penelitian. Sedangkan alat perekam adalah alat bantu yang digunakan dalam proses wawancara, berupa *handphone*. Teknik data yang dipakai menganalisis data dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif model interaktif sebagaimana diajukan oleh Miles dan Huberman.

Penelitian menggunakan teknik validitas data berupa triangulasi data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu (Moleong, 2012). Proses triangulasi tersebut dilakukan terus menerus sepanjang proses mengumpulkan data dan analisis data, sampai peneliti yakin bahwa sudah tidak ada lagi perbedaan dan tidak ada yang perlu dikonfirmasi kepada informan (Bungin, 2012: 204)

#### **D. HASIL PENELITIAN**

Ada tiga strategi industri tenun tradisional Santa Maria Boro yang dilakukan untuk mempertahankan tenun

tradisional yaitu strategi produksi, harga, dan pemasaran.

##### **1. Strategi Produksi**

Strategi produksi pada industri tenun tradisional Santa Maria Boro yakni masih menggunakan mesin-mesin tradisional (Alat Tenun Bukan Mesin) yang masih menjadi ciri khas dalam proses produksi barang-barang yang dihasilkan. Produksi merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Hasil produksi industri tenun Santa Maria Boro bisa dijadikan strategi bertahan dikarenakan mempunyai jenis dan motif yang beragam. Produk-produk yang dapat dihasilkan perusahaan ini antara lain adalah kain seragam, selimut, kain spreng, kain pel dan kain sarung. Kualitas produk yang dihasilkan industri tenun tradisional Santa Maria Boro juga tidak diragukan lagi, karena bahan yang digunakan dari katun murni, dan selalu dijaga kualitasnya.

Strategi bertahan dengan tetap mempertahankan ciri khas tenun tradisional menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin), memiliki jenis dan motif produk yang bervariasi, serta tetap menjaga kualitas hasil produksi merupakan strategi bertahan produksi industri tenun agar tetap bisa menjaga

eksistensi tenun tradisional Santa Maria Boro.

## 2. Strategi Harga

Penentuan harga berkenaan langsung dengan kebijakan strategis dan taktis mengenai tingkat harga, struktur diskon dan syarat pembayaran. Harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk. Harga digunakan sebagai komponen strategi pemasaran yang aktif (nyata). Pada industri tenun tradisional ini penentuan harga dilakukan setelah menentukan produk apa yang ingin ditawarkan, selanjutnya adalah menentukan berapa harga yang harus dibayar oleh konsumen.

Prinsip utama industri tenun tradisional Santa Maria dalam menentukan harga adalah penetapan harga berdasar pendekatan biaya (*cost oriented pricing*) yakni dengan penetapan harga jual berdasar biaya-biaya yang dikeluarkan untuk produksi dan menambahkan suatu prosentase tertentu sebagai labanya. Perhitungannya dengan cara harga jual per produk dihitung dengan menjumlahkan seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu sebagai laba yang yang dikehendaki. Semakin tinggi nilai kualitas bahan produksi yang digunakan serta tingkat kesulitan

produk maka nilai barang yang ditentukan akan semakin mahal begitu juga jika kualitas yang produk yang digunakan semakin rendah dan tingkat kesulitan produk semakin mudah maka akan semakin murah nilai barang tersebut, untuk selanjutnya tinggal ditambahkan berapa persen laba yang ingin diperoleh untuk kepentingan pengembangan dan perhitungan berapa tahun akan balik modal. Strategi harga yang digunakan oleh industri tenun tradisional Santa Maria Boro memang cukup tinggi, namun hal tersebut sebanding dengan kualitas produk yang dihasilkan.

## 3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran berkaitan dengan bagaimana cara meyakinkan pembeli atau pelanggan terhadap produk yang akan dijual. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh industri tenun Santa Maria Boro ini adalah dengan melakukan beberapa cara yakni 1) iklan, melalui media cetak seperti penyebaran brosur, pemasangan pamflet, dan juga spanduk yang dipasang di sekitar wilayah dimana konsumen berada. Dengan demikian, informasi lengkap tetap bisa didapatkan oleh target konsumen. 2) *word of mouth*, yaitu promosi dari mulut ke mulut dimana satu orang memberikan penjelasan kepada orang lain karena merasa mendapatkan

manfaat yang baik dari produk atau jasa yang digunakan. Promosi ini sangat efektif karena biasanya orang lebih percaya kepada apa yang dikatakan oleh saudara ataupun teman-teman yang sudah merasakan atau membeli produk sebelumnya. 3) *public relations* dimana industri tenun Santa Maria Boro menjalin kerjasama dengan langganan tetap yaitu karya misi di seluruh Indonesia pada umumnya, terlebih pada Yayasan Sekolah Katolik serta Lembaga Sosial Katolik yang ada di Indonesia. Langganan tidak hanya pada kongregasi FIC, namun juga diluar kongregasi FIC, diantaranya CB (Carolus Borromeus), OSF (Santo Fransiskus), PIJ (Sang Timur), BOPKRI (Badan Oesaha Pendidikan Kristen Republik Indonesia). Langganan tetap ini pula yang menyebabkan perusahaan dapat terus bertahan meskipun menghadapi persaingan dari perusahaan tekstil yang lebih modern. Adapun saluran distribusi yang digunakan adalah saluran distribusi pendek, yaitu saluran distribusi yang langsung dari produsen ke konsumen. Dalam hal ini produsen memasarkan produknya tanpa perantara.

Bertahannya industri pertenunan Santa Maria Boro adalah alasan utama masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup, walaupun keberadaannya saat ini di tengah pesatnya perkembangan

industri modern dengan peralatan/mesin yang canggih, pertenunan boro tetap mempertahankan cara tradisional dengan ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin), ATBM tersebut digerakkan dengan tangan dan kaki secara tradisional tanpa menggunakan tenaga mesin. Tujuan didirikannya pertenunan yang pertama-tama untuk membantu orang-orang yang tidak mempunyai pekerjaan, khususnya di sekitar Boro, Kulon Progo.

Kaitan antara teori survival yang digunakan dengan strategi bertahan industri tenun tradisional Santa Maria Boro yang dominan yaitu strategi produksi dan strategi pemasaran. Strategi produksi yang menjadikan industri tenun tetap bertahan menjaga eksistensi keberlangsungan industrinya antara lain dengan tetap mempertahankan ciri ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin) yang menghasilkan berbagai macam jenis produk dan motif, serta tetap menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Sedangkan pada strategi pemasaran yaitu dengan menjalin kerjasama dengan langganan tetap yaitu karya misi di seluruh Indonesia pada umumnya. Langganan tidak hanya pada kongregasi FIC, namun juga diluar kongregasi FIC, diantaranya CB (Carolus Borromeus), OSF (Santo Fransiskus), PIJ (Sang Timur), BOPKRI (Badan Oesaha Pendidikan Kristen Republik Indonesia). Langganan tetap ini pula yang

menyebabkan perusahaan dapat terus bertahan menjaga eksistensinya meskipun menghadapi persaingan dari perusahaan tekstil yang lebih modern.

## **E. PENUTUP**

### **1. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan; pertenunan Santa Maria di Desa Boro mengalami penurunan, dikarenakan adanya persaingan yang sangat pesat dalam dunia industri, terlebih pada produksi tenun. Eksistensi industri tenun tradisional harus bersaing dengan industri modern yang saat ini sudah menggunakan peralatan canggih untuk proses produksi serta dengan harga murah, sedangkan industri tenun tradisional Boro justru harus mempertahankan ciri khas tenun tradisional yang sudah ada sejak dahulu sebelum adanya industri modern. Eksistensi pada proses pemasaran juga mengalami penurunan karena dari permintaan pasar banyak yang beralih pada industri modern, dengan alasan proses pembuatan yang lebih cepat serta harga yang ditawarkan lebih murah daripada industri tenun tradisional. Industri Pertenunan Santa Maria Boro masih tetap mengusahakan dalam pengembangan pasar melalui bentuk inovasi pada kualitas kain tenun yang dihasilkan.

Pertenunan Santa Maria Boro, meskipun berada di sebuah desa yang sepi, mampu bertahan puluhan tahun. Hal itu sesuai dengan visi misi dari Industri Tenun Santa Maria Boro yaitu

tujuan utama industri tenun adalah menampung dan mendidik penduduk sekitar Boro agar dapat menyokong kegiatan perekonomian. Walaupun semakin kalah bersaing dengan industri modern, masih banyak orang mencari dan menggunakan produk tenun katun yang memakai Alat Tenun Bukan Mesin karena dirasa lebih awet dan berkualitas tinggi. Ada tiga strategi yang dilakukan untuk mempertahankan industri tenun tradisional Santa Maria Boro yaitu strategi produksi, harga, dan pemasaran. Dalam menjaga eksistensi keberlangsungan industri tenun tradisional Santa Maria Boro, yang menjadi dominan yaitu strategi produksi serta strategi pemasaran.

### **2. Saran**

- a. Pemerintah seharusnya lebih memperhatikan industri tenun tradisional guna bisa bersaing dengan industri yang lain (modern).
- b. Pemerintah seharusnya juga membantu mempromosikan tenun tradisional agar lebih dikenal masyarakat luas sehingga masyarakat lebih tertarik.
- c. Masyarakat Boro semoga tetap bisa mempertahankan kualitas mutu dan ciri khas tenun tradisional ATBM, meskipun saat ini sudah banyak tenun modern.
- d. Harapannya masyarakat secara umum bisa memilih produk tenun yang memiliki kualitas bagus dan ciri khas guna melestarikan identitas bangsa.

**DAFTAR PUSTAKA**

Arsyad, Lincoln. 2010. *Pembangunan Ekonomi. Edisi Kelima*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Bungin, Burhan. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.

Freddy Rangkuti. 2005. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia.

Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Sandi, I Made. 2010. *Republik Indonesia Geografi Regional*. Jakarta: Puri Margasari.

Yustika, Ahmad Erani. 2000. *Industrialisasi Pinggiran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.