

Meningkatkan UMKM Di Pulau Alor Dalam Novel Swarna Alor: Impian Di Langit Timur Karya Dyah Prameswarie

Seli Septiani

Universitas Teknologi Yogyakarta

Email: seli.5210111019@student.uty.ac.id

Fresty Mulia Cahyani

Universitas Teknologi Yogyakarta

Email: fresty.5210111048@student.uty.ac.id

Eva Dwi Kurniawan

Universitas Teknologi Yogyakarta

Email: eva.dwi.kurniawaan@staf.uty.ac.id

Alamat: Jl. Siliwangi (Ringroad Utara), Jombor, Sleman, D.I. Yogyakarta

Korespondensi penulis: eva.dwi.kurniawaan@staf.uty.ac.id

***Abstract.** This research aims to describe UMKM marketing strategies in a literary work. The literary work used in this research is a novel entitled Swarna Alor by Dyah Prameswarie. The method used is a qualitative method with a descriptive approach. The results of this research show that the people of Alor Island have great potential to develop the village economy through UMKM. Supporting factors in community development in the economic sector include abundant natural resources and fairly high community participation. Meanwhile, the inhibiting factor is limited marketing facilities.*

Keywords: *Natural Resources , Novel, UMKM Marketing*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang strategi pemasaran UMKM dalam sebuah karya sastra. Karya sastra yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebuah novel berjudul Swarna Alor karya Dyah Prameswarie. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Pulau Alor memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan perekonomian desa melalui UMKM. Faktor pendukung dalam pengembangan masyarakat di bidang ekonomi ini meliputi sumber sumber daya alam yang melimpah serta partisipasi masyarakat yang cukup tinggi. Sedangkan faktor pengambatnya adalah keterbatasan sarana pemasaran.

Kata kunci: *Novel, Pemasaran UMKM, Sumber Daya Alam,*

LATAR BELAKANG

Di Indonesia posisi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) telah lama diakui sebagai sektor usaha yang sangat penting, karena berbagai peranannya yang riil dalam perekonomian. Mulai dari Sharenya dalam pembentukan PDB sekitar 63,58%, kemampuannya menyerap tenaga kerja sebesar 99,45% atau sangat besarnya jumlah unit usaha yang terlibat yakni sekitar 99,84% dari seluruh unit usaha yang ada, sehingga pada sharenya yang cukup signifikan dalam jumlah nilai ekspor total, yang mencapai 18,72%. Disamping itu keberadaan dari UMKM itu sendiri merupakan salah satu upaya alternatif untuk menanggulangi kemiskinan dimana melalui pemberdayaan UMKM yang telah terbukti memiliki daya tahan yang relatif kuat dalam menghadapi krisis ekonomi yang pernah dialami bangsa Indonesia (Niode, 2009:1). Sektor

UMKM memiliki potensi yang besar di Indonesia, namun UMKM juga memiliki beberapa kendala salah satunya adalah sarana pemasaran.

Menurut Wibowo dan Arifin (2015:60) Pemasaran perlu mendapat perhatian serius oleh UMKM. Terutama didalam proses penetapan strategi pemasaran harus benar-benar matang, sehingga strategi pemasaran yang dipilih akan mampu menembus pasar. Apalagi kondisi persaingan yang semakin ketat seperti saat ini, kemampuan untuk merebut pangsa pasar akan mempengaruhi kelangsungan hidup UMKM itu sendiri. Suatu manajerial yang terdapat di dalamnya sangat membutuhkan perumusan strategi pemasaran yang tepat sebagai prioritas utama untuk menghadapi persaingan pada sebagai upaya mengembangkan pasar.

Sumber daya alam juga berperan penting untuk pembangunan ekonomi. pemanfaatan sumber daya alam dapat membantu masyarakat dalam mempertahankan dan mengembangkan perekonomian, memanfaatkan kekayaan sumber daya alam mampu membawa kesejahteraan dan kemakmuran bagi masyarakat Indonesia, namun jika melakukan eksploitasi secara berlebihan tanpa adanya perencanaan yang baik akan menimbulkan kerusakan pada sumber daya alam. Bagi Indonesia, sumber daya dan keanekaragaman hayati sangat penting bagi kelangsungan kehidupan masyarakat bukan hanya karena menjadi salah satu negara terkaya di dunia dalam hal keanekaragaman hayati, tetapi juga karena hubungannya yang kuat dengan keanekaragaman budaya lokal yang kaya di Indonesia.

Laut adalah salah satu kekayaan alam yang dimiliki Indonesia, pemanfaatan ekosistem laut sebagai pemenuhan kebutuhan hidup dan jembatan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Dalam novel *Swarna Alor: Impian di Langit Timur* menceritakan tentang bagaimana manusia berusaha menyeimbangkan kearifan sumber daya alam dengan ekonomi tanpa merusak alam. Salah satu tokoh dalam novel *Swarna Alor: Impian di Langit Timur*, Mama Sariat berusaha membuat kain tenun dengan mengumpulkan bahan-bahan dari lingkungan yang benar-benar alami agar tidak merusak ekosistem lingkungan. Sederhananya, itu adalah hubungan antara lingkungan dan makhluk hidup.

Penelitian ini menguraikan permasalahan yang ada dalam novel, tentang strategi pemasaran hasil kreativitas masyarakat yang memanfaatkan dari sumber daya alam untuk kemajuan ekonomi, dengan menggunakan biota laut yaitu teripang dan cumi- cumi sebagai bahan pewarna kain tenun. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif yakni pendekatan penelitian yang digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan suatu fenomena, situasi atau peristiwa secara mendalam tanpa melakukan analisis statistik atau pengukuran kuantitatif yang kuat.

KAJIAN TEORITIS

Sumber Daya Alam

Sumber daya alam (SDA) berarti sesuatu yang ada di alam yang berguna dan mempunyai nilai dalam kondisi dimana kita menemukannya. Tidak dapat dikatakan SDA apabila sesuatu yang ditemukan tidak diketahui kegunaannya sehingga tidak mempunyai nilai, atau sesuatu yang berguna tetapi tidak tersedia dalam jumlah besar dibanding permintaannya sehingga ia dianggap tidak bernilai. Secara ringkasnya, sesuatu dikatakan SDA apabila memenuhi 3 syarat yaitu : 1) sesuatu itu ada, 2) dapat diambil, dan 3) bermanfaat. Dengan demikian, pengertian SDA mempunyai sifat dinamis, dalam arti peluang sesuatu benda menjadi sumberdaya selalu terbuka (Solihin & Sudirja, 2007:783). Menurut Fauzi (2006:2) dalam buku Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan Sumber Daya didefinisikan sebagai sesuatu yang dipandang memiliki nilai ekonomi dan komponen dari ekosistem yang menyediakan barang dan jasa yang bermanfaat bagi manusia.

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah serangkaian rencana dan tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan pemasaran suatu produk atau layanan. Strategi pemasaran bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan pembelian produk atau layanan tertentu. Terdapat beberapa macam pengertian strategi dari para ahli. Menurut Marrus dalam Umar (2001:31) strategi dapat diartikan sebagai suatu prosedur yang digunakan oleh para pemimpin puncak untuk membuat rencana yang berpusat pada tujuan jangka panjang organisasi, bersama dengan pembentukan strategi untuk mencapainya. Menurut Kotler dan Amstrong (2020) menyatakan bahwa positioning merupakan strategi pemasaran yang menciptakan produk yang unik agar memiliki kesan tertentu diingatan konsumen. Hal ini mengharuskan masyarakat perlu meningkatkan pemahaman mengenai cara membuat dan menerapkan strategi pemasaran yang baik agar produk/ hasil karya dapat dikenal oleh masyarakat luas.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yakni pendekatan penelitian yang digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan suatu fenomena, situasi atau peristiwa secara mendalam tanpa melakukan analisis statistik atau pengukuran kuantitatif yang kuat. kajian analisis teks atau wacana sastra yang mengandung kebenaran bersifat logis dan bersistematika dengan menggunakan langkah-langkah penafsiran dan menyajikan hasil dalam bentuk dekskriptif. Sumber data penelitian ini adalah novel Swarna Alor: Impian di Langit Timur karya Dyah Prameswarie, yang mengandung kearifan

lingkungan, data yang digunakan dalam pendekatan deskriptif terdiri dari kata, frasa, klausa, dan kalimat yang membentuk pikiran dan ungkapan tokoh. Ini berkaitan dengan penggunaan penelitian kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Novel *Swarna Alor: Impian di Langit Timur* menceritakan tentang salah satu tokoh yaitu mama Sariat yang menggunakan bahan-bahan alami yang berasal dari lingkungan untuk mewarnai kain tenun. Lalu kain tenun itu nantinya akan di promosikan melalui kegiatan festival.

Sumber Daya Alam

Sumber daya alam adalah unsur-unsur yang ada di lingkungan alam, baik secara fisik ataupun hayati yang digunakan manusia untuk memenuhi kebutuhannya dalam meningkatkan kesejahteraan hidup (Suryanegara 1977).

Sumber daya alam dapat di manfaatkan oleh masyarakat seperti dalam kutipan dibawah ini

“Saya menggunakan tujuh macam teripang yang menghasilkan warna berbeda
pula” (Prameswarie, 2015:72)

“Sariat pernah menggunakan tinta cumi” (Prameswarie, 2015: 198)

Dari kutipan diatas menunjukkan bahwa Biota laut seperti teripang dan cumi-cumi dapat digunakan sebagai bahan pewarna kain tenun alami. Teripang dan cumi-cumi mempunyai nilai ekonomi yang lumayan tinggi karena kandungan atau kadar nutrisinya yang tinggi. Warna tubuh teripang bermacam macam, mulai dari hitam, abu-abu, kecokelat cokelatan, kemerah-merahan, kekuningkuningan dan putih. Teripang dan cumi- cumi juga dapat di manfaatkan sebagai sebagai bahan dasar pewarna alam, Teripang dan cumi-cumi menghasilkan beragam warna seperti hitam, pink, orange, kuning, kemerahan, hingga keunguan yang kemudian dijadikan sebagai bahan pewarna pada kain tenun ikat yang dihasilkan oleh sejumlah penenun lokal. Warna warni kain tenun alor seolah membangkitkan arwah leluhur dan ada hubungan magis dengan alam sekitar yang dibangun oleh leluhur. Penggunaan biota laut sebagai pewarna alami dapat menghasilkan warna yang khas dan juga memiliki nilai budaya yang tinggi. Proses pembuatan warna pada kain tenun, teripang direbus terlebih dahulu kemudian air rebusannya digunakan untuk mewarnai benang yang akan dipakai memintal kain tenun. Penggunaan biota laut sebagai pewarna alami selain ramah lingkungan dan tidak merusak lingkungan juga dapat mengurangi penggunaan pewarna sintetis yang mungkin memiliki efek samping Kesehatan atau lingkungan.

Strategi Pemasaran

Menurut Naningsih dan Hardiyono (2019:48) para pelaku umkm perlu memperhatikan strategi pemasaran dalam menjalani bisnisnya agar dapat berkembang di tengah persaingan bisnis yang semakin meningkat, hampir semua konsumen melihat produk dari tampilan, resep maupun cara membuat produk. Strategi pemasaran seperti dalam kutipan dibawah ini, dengan mengembangkan kain tenun melalui kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan dan pasar sasaran melalui program produk, produk harus memiliki nilai yang unik. Dengan memperkenalkan hasil produk pada konsumen melalui kegiatan Fashion Show di acara Swarna Festival 2014.

Strategi pemasaran melalui kegiatan dapat ditunjukkan seperti dalam kutipan dibawah ini.

"Membuat sketsa-sketsa menjadi nyata butuh keahlian tersendiri. Tugasmu bukan hanya itu saja loh. kamu juga secara tidak langsung akan membawa nama besar kain tenun Alor beserta napas dan keringat mama-mama penenun"

"Nah, acaranya sendiri akan di mulai pada hari rabu pagi. Kita semua akan pergi menuju kalabahi. Akan ada banyak orang disana, terutama dari kalangan industri fashion. Sebaiknya kalian bisa membaur dan perluas jaringan. Kalian akan membutuhkannya setelah benar-benar terjun di dunia ini."

(Prameswarie, 2015: 206)

Berdasarkan kutipan di atas, menciptakan produk yang unik dan memiliki kesan magis butuh keahlian tersendiri, karena tidak semua orang bisa menenun, ada teknik tersendiri agar kain tenun nyaman saat digunakan. Membuat kain tenun dengan teknik khas alor juga secara tidak langsung membawa nama Alor ke dunia luar. Kain tenun Alor bukan sekedar benang yang ditenun, melainkan peninggalan leluhur yang harus kita jaga dan pertahankan. Dikampung Hula menenun merupakan sumber perekonomian mereka, dan salah satu tokoh melakukannya dengan menyeimbangkan alam. Acara Swarna Festival 2014 yang diselenggarakan di kabupaten Kalabahi yang dihadiri oleh Bupati kalabahi pada hari Rabu pagi. Untuk mengembangkan kain tenun dan meningkatkan perekonomian, masyarakat desa Hula menghadiri acara tersebut dengan ikut membaur, memperluas jaringan dan juga mengenalkan hasil karya tenun kepada masyarakat luar melalui kegiatan Swarna Festival yang dihadiri oleh Perwakilan dari Kementerian Perindustrian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dan analisis di atas dapat dikatakan bahwa ada beberapa aspek yang terkandung dalam Novel Swarna Alor karya Dyah Prameswarie, diantaranya adalah aspek pemanfaatan sumber daya alam dan strategi pemasaran. aspek pemanfaatan sumber daya alam dalam novel ini ditunjukkan dengan penggunaan biota laut yaitu teripang dan cumi cumi sebagai bahan yang digunakan untuk pewarnaan kain tenun. sedangkan aspek strategi pemasaran yang terkandung berupa upaya masyarakat alor untuk memasarkan hasil kain tenun mereka dan juga meningkatkan UMKM mereka dengan cara menghadiri, dan ikut serta dalam kegiatan Festival Fashion Week yang dihadiri oleh masyarakat luar.

DAFTAR REFERENSI

- Fauzi, A. (2004). Ekonomi sumber daya alam dan lingkungan: Teori dan aplikasi. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip; Armstrong, Gary Lane; Harris, Lloyd C., and He, Hongwei (2020). The principles of marketing: European edition. PearsonPrentice Hall
- Naningsih, N., & Hardiyono, H. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (Ukm) 310 Di Makassar. Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO, 1(1).
- Niode, I. Y. (2009). Sektor umkm di Indonesia: profil, masalah dan strategi pemberdayaan. Jurnal kajian ekonomi dan bisnis OIKOS-NOMOS, 2(1), 1-10.
- Prameswarie, D. (2015). Swarna Alor: Impian di Langit Timur. Solo: Tiga Serangkai.
- Soerianegara, I. (1977). Pengelolaan Sumber Daya Alam bagian I. Bogor: Sekolah Pasca Sarjana. Institut Pertanian Bogor
- Solihin, M. A., & Sudirja, R. (2007). Pengelolaan sumber daya alam secara terpadu untuk memperkuat perekonomian lokal. Jurnal Solihin, 8.
- Umar, H. 2001. Strategic Management in Action, Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategic Business Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred R. David, dan WheelanHunger. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama
- Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Di Jeng Solo). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 29(1)