

Melihat Batik untuk Tenun: Negosiasi dalam Re-invensi Pragmatis Industri Tenun

Musfirotul Ullavia

Universitas Negeri Surabaya
viaullavia@gmail.com

Abstrak

Produk tekstil tradisional, tenun dan batik merupakan hasil tradisi yang sarat akan makna filosofis serta bernilai budaya tinggi sehingga wajib dikembangkan dan dilestarikan. Pasar batik yang lebih maju daripada pasar tenun, mengakibatkan banyak upaya dilakukan dalam memenuhi target pasar. Kerena batik merupakan produk tekstil tradisional Indonesia pertama yang mampu bersaing di pasar global, kekeliruan juga kesalahan langkah yang diambil tidak dapat dihindari. Seperti maraknya praktik pragmatis dalam industri batik yang mengancam identitas dan nilai batik asli Indonesia dengan tergesernya batik asli dengan eksistensi batik *printing*. Melihat tenun yang saat ini mulai populer di pangsa pasar global, peluang terjadinya kasus yang menimpa eksistensi batik asli akan berulang pada praktik pragmatis dalam industri tenun. Saat ini pun tenun *printing* juga mulai sering dijumpai. Namun praktik pragmatis tidak selalu berdampak negatif, penerapan praktik ini cukup efektif dalam membantu melestarikan dan mengenalkan kain tenun Nusantara ke khalayak luas, karena dapat mempercepat proses pembuatan produk tenun sehingga lebih efisien dalam memenuhi jumlah permintaan pasar. Tujuan makalah ini adalah untuk mencari tahu upaya apa yang tepat agar praktik pragmatis ini dapat dilaksanakan tanpa mengancam nilai budaya dalam produk tenunan khas Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kepustakaan. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa praktik pragmatis ini tetap dapat dilaksanakan dengan melakukan re-invensi terhadap praktik pragmatis dalam industri tenun. Re-invensi sendiri merupakan sebuah upaya mengkonstruksi identitas baru yang berawal dari tradisi yang fungsinya adalah sebagai pembentuk ikatan sosial secara politis serta dibutuhkan sebagai suatu bentuk legitimasi status dan otoritas. Agar tidak mengancam identitas tenun, praktik pragmatis ini direkonstruksikan ulang dengan pertimbangan untuk mempertahankan identitas dan nilai budaya yang telah tertanam dalam tenun.

Katakunci: re-invensi, praktik pragmatis, tenun

1. Pendahuluan

Melihat maraknya praktik pragmatis dalam industri batik yang tidak selalu berakhir baik dalam sisi makna budaya seperti terancamnya identitas batik asli Nusantara yang tergantikan oleh eksistensi batik *printing*. Batik *printing* sendiri hanyalah kain bermotif batik dan bukan merupakan batik asli. Batik *printing* sudah jelas menghilangkan nilai seni dan budaya dari batik itu sendiri. Meski begitu batik *printing* pun lebih banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, mirisny dengan disertai dalil ingin membantu melestarikan budaya Nusantara. Dan tanpa mereka ketahui, batik *printing* yang mereka kenakan telah membuat batik asli terpinggirkan.

Saat ini penggunaan batik hanya sebatas formalitas. Sedangkan di beberapa tempat industri batik yang produk utamanya batik *printing*, batik hanya sebatas komoditas dan produk penghasil uang.

Penulis melihat adanya kemungkinan permasalahan seperti ini juga akan berlanjut kepada praktik pragmatis dalam industri tenun Nusantara. Disisilain praktik pragmatis sangat diperlukan kerana dirasa cukup efektif dalam membantu pelestarian juga pengenalan kain tenun Nusantara kepada khalayak luas, kerana dapat mempercepat proses pembuatan produk tenun sehingga lebih efisien dalam memenuhi jumlah permintaan pasar.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan upaya seperti apa yang dapat dilakukan agar praktik pragmatis dalam industri

tenun ini tetap berjalan tanpa mengancam identitas tenun nusantara juga tidak mengurangi unsur budaya supaya tetap berpegang pada pakem yang telah dijaga secara turun temurun.

2. Metode

Ditinjau dari jenis datanya, pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Maksud dari penelitian kualitatif yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007). Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan dan penelitian deskriptif eksploratif. Penulis mengumpulkan sumber berupa sumber-sumber tertulis yang berasal dari sumber modern berupa buku tercetak, artikel serta laporan penelitian terkait tentang topik reinvenisi pragmatis industri tenun nusantara. Kemudian menggunakan penelitian deskriptif dengan melakukan analisis hanya sampai taraf deskripsi yaitu menganalisis dan menyajikan data secara sistemik, sehingga dapat lebih mudah dipahami dan disimpulkan sedangkan penelitian eksploratif adalah jenis penelitian yang dimaksudkan untuk menemukan sesuatu yang baru berupa pengelompokan suatu gejala, fakta dan masalah tertentu. Penelitian deskriptif eksploratif bertujuan untuk menggambarkan keadaan suatu fenomena, tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu tetapi hanya menggambarkan apa adanya suatu variabel, gejala atau keadaan. (Arikunto, 2002).

3. Pembahasan Hasil

Tenun merupakan kain khas warisan budaya yang dapat ditemukan di banyak wilayah di Indonesia, tenun juga tersebar hampir merata di seluruh wilayah di Indonesia, mulai dari Tenun Ulos di Sumatera Utara, Tenun Trosro di Jepara, Jawa Tengah, Tenun Endek di Bali hingga Tenun Rote di Nusa Tenggara Timur. Tenun merupakan hasil tradisi yang sarat akan makna filosofis dari tiap daerahnya. Sehingga Tenun juga menyimpan nilai-nilai sakral. Banyaknya ragam jenis dan corak motif tenun Nusantara ini merupakan saksi

perjalanan panjang suatu peradaban bangsa dari berbagai daerah di negeri kepulauan beragam etnis ini.

Popularitas kain tenun kian hari kian melambung, bahkan tenun dan batik telah berkontribusi besar terhadap perekonomian Nasional, dengan nilai ekspor yang mencapai 151,7 juta dolar AS atau setara dengan Rp 2 triliun (kurs Rp 13.300) selama tahun 2016.

Meski begitu, regenerasi perajin tenun makin hari makin mengkhawatirkan. Dalam ranah pasar global, tenun khas Indonesia justru bisa bersaing dengan komoditas ekonomi yang lain. Karena batik dan tenun Nusantara milik Indonesia masih memiliki sedikit pesaing, memang banyak produk sejenis batik dan tenun dari berbagai Negara seperti Thailand, Cina, Filipina, dll, tapi yang mereka jual hanya tenun *printing* bukan tenun asli buatan tangan. Inilah mengapa batik dan tenun Indonesia memiliki peringkat tinggi dalam hal ekspor produk tekstil budaya. Kualitas dan keorisinilan lah yang memikat para investor asing juga penikmat budaya dari berbagai negara. Tapi menariknya, justru di Indonesia sendiri produk tiruan tekstil tradisional banyak diminati, juga masih ada masyarakat Indonesia yang lebih memilih tenun *printing* yang berasal dari Negara tetangga diatas. Hal ini karena mereka masih menganggap budaya luar lebih menarik daripada budaya sendiri, selain itu juga karena harga tenun *printing* lebih murah hanya berkisar Rp. 300.000 sampai Rp. 500.000 saja tiap lembar kainnya, jika dibanding tenun asli Indonesia yang berskisar satu sampai tiga juta rupiah. Bisa dibayangkan pasar tenun asli dan produk tekstil asli dari Indonesia lebih besar di pasar global dari pada dalam negeri.

Popularitas tenun pun tidak dibarengi perbaikan nasib perajin tenun. Beberapa tenun nyaris punah karena hanya terdapat segelintir orang yang dapat menenun motif tertentu. Tenun dibuat berdasarkan imajinasi perorangan para perajin tenun, setiap perajin tidak bisa membuat motif yang sama persis dengan orang lain. Walaupun sedikit, pasti masih terlihat bedanya. Anak perempuan desa tenun terbiasa dengan aturan tidak tertulis yang mengharuskan mereka untuk belajar menenun sejak kecil. Menenun juga menjadi tanda siap atau tidaknya seorang perempuan untuk menikah. Seperti di desa tenun Sukarara di Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat, Sebelum menikah, perempuan akan diminta untuk menenun tiga helai kain yang akan

diberikan pada calon suami, calon ibu mertua, dan untuk dirinya sendiri. Salah satu motif yang wajib dikuasai adalah motif *subhanale* karena itu yang kelak menjadi mahar untuk calon suami.

Semakian berkurangnya minat perempuan muda akan budaya menenun di setiap daerah dari hari ke-hari menjadi salah satu faktor yang menghambat proses pelestarian tenun. Juga proses penenunan secara tradisional memang menghabiskan waktu yang cukup lama mulai dari memintal kapas menjadi benang, kemudian proses pewarnaan, setelah itu penenunan. Kurang lebih dibutuhkan waktu selama tiga bulan pengerjaan untuk menyelesaikan selembar kain dengan ukuran 60-130 cm. kegiatan menenun memang diajarkan pada anak perempuan sejak kecil, dahulu memang efektif karena mereka tidak begitu memiliki banyak kegiatan, tapi hari ini waktu menenun untuk anak perempuan terpotong karena sekolah, akibatnya untuk mahir menenun bisa membutuhkan waktu yang sangat lama belum lagi ketika anak-anak perempuan mulai kehilangan minat.

Selain itu juga menenun merupakan pekerjaan yang rumit dan perlu banyak ketelitian dan kesabaran. Sedangkan kehidupan di masa modern ini segala sesuatunya cenderung cepat dan praktis. Pengaruh teknologi seperti gadget pun berpengaruh, karena menenun tidak bisa dilakukan dengan memainkan ponsel atau bermain *video game*, sedangkan masyarakat modern saat ini tiap saatnya selalu berfokus pada gadget yang tentunya lebih menarik minat mereka.

Terlebih lagi penulis melihat adanya kemungkinan permasalahan seperti batik *printing* juga akan berlanjut kepada praktek pragmatis dalam industri tenun Nusantara. Untuk menghindari hal tersebut perlu diadakannya re-konstruksi terkait sistem praktik pragmatis dalam pemanfaatan industri tenun sebagai komoditas pertumbuhan ekonomi tanpa mengancam identitas tenun Nusantara yang sarat akan nilai budaya dalam tradisinya.

Pragmatis menurut Wona merupakan lawan dari idealis yaitu konsep yang lebih mengutamakan cara atau jalur yang bersifat jangka pendek dengan melakukan hal-hal yang bersifat praktis dan mengesampingkan sisi ketidakbergunaan. Praktik pragmatis ini

cukup efektif dalam membantu pelestarian serta pengenalan untuk kain tenun Nusantara kepada khalayak luas, karena dapat mempercepat proses pembuatan produk tenun sehingga lebih efisien dalam memenuhi jumlah permintaan pasar.

Perlu adanya re-invensi agar praktik pragmatis ini tidak menghilangkan unsur-unsur budaya yang telah tertanam dalam tenun. Re-invensi sendiri adalah sebuah upaya yang secara sadar mengkonstruksi identitas baru yang berangkat dari tradisi yang berfungsi sebagai pembentuk ikatan sosial secara politis serta dibutuhkan sebagai bentuk legitimasi status dan otoritas (Moersid, 2013)

Bertolak pada praktek pragmatis pada batik, praktik motif *printing* harus dihindari atau bahkan perlu dihilangkan, karena hal ini berpotensi mengancam nilai budaya pada kain tenun Nusantara juga akan merugikan perajin tenun. Seperti menurunnya jumlah permintaan pasar pada produk tenun asli Nusantara dari masyarakat, akibat dari murahnya harga tenun *printing* yang beredar di tengah masyarakat modern yang mulai buta akan pentingnya menjaga warisan budaya Indonesia. Maka hal ini juga akan berakibat pada perajin tenun, apalagi para perajin yang hanya menenun untuk mencari nafkah, bukan penenun tradisional yang murni menenun untuk keberlangsungan tradisi adat-istiadat di daerahnya. Para perajin tenun juga akan merasakan kerugiannya. Dan tidak menutup kemungkinan akan kehilangan semangat untuk menenun, sementara regenerasi perajin tenun merupakan kendala utama dalam keberlangsungan pelestarian warisan budaya Nusantara ini. Seperti beberapa penenun di Sambas, Kalimantan barat yang justru angkat kaki ke negeri tetangga untuk bekerja sebagai TKW meski upahnya sangat rendah, pilihan seperti ini sengaja dipilih karena tenun yang mereka ciptakan tidak menghasilkan uang lagi.

Menurut Bastomi kesenian tradisional tak lepas dari masyarakat pendukungnya, karena pada dasarnya awal tumbuh dan berkembangnya seni budaya adalah dari leluhur masyarakat pendukungnya. Dan kesenian tradisional akan kuat dan bertahan apabila berakar pada hal-hal yang bersifat sakral (Prestisa, 2013). Pernyataan ini memang ada benarnya, seperti keberadaan tenun di NTT yang memiliki fungsi sakral dimana kain ini tak pernah lepas dari kegiatan adat sehari-hari. Selama pergelaran upacara adat atau seni budaya setempat yang terlestari masih diadakan, kebutuhan kain tenun pun senantiasa

tumbuh. Tapi lain tempat, lain pula cerita, mirisnya tenun di beberapa daerah terancam punah karena terpaan globalisasi yang mengakibatkan rendahnya minat generasi muda terhadap tradisi menenun meski memiliki nilai sakral juga nilai budaya tinggi. Dengan penerapan praktik pragmatis yang ter-rekonstruksi dengan pertimbangan untuk tetap menjaga identitas dan nilai budaya tenun dalam industri tenun ini penulis dapat melihat peluang besar untuk melestarikan tenun Nusantara juga dengan ini diharapkan dapat memunculkan benih-benih perajin tenun yang baru.

3.1 Re-Invensi Pragmatis dalam Proses Pembuatan Tenun

Peroses pembuatan tenun tradisional membutuhkan banyak waktu, inilah yang menjadi kendala dalam memenuhi permintaan pasar. Dengan merekonstruksi praktik pragmatis dalam hal proses pembuatan tenun dapat membantu mengurangi waktu dalam proses pembuatan tenun serta dapat memenuhi permintaan pasar.

Pemerintah telah membantu melestarikan tenun dengan memberikan jalan kepada masyarakat melalui program industrialisasi seperti berdirinya Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM dan usaha kecil menengah (UKM) untuk mengolah produk-produk unggulan Daerah sehingga memberikan daya ungkit yang lebih besar dalam meningkatkan pendapatan ekonomi daerah. Program industrialisasi yang dicanangkan pemerintah perlu dikembangkan untuk menyasar produk-produk UMKM/UKM seperti kain tenun ini. Dengan diberikan dukungan pembinaan, mulai dari pemantapan skill, manajemen usaha, bantuan peralatan dan akses permodalan hingga kemasan atau peningkatan nilai tambah dan perluasan jaringan pemasarannya, hingga kualitas dan kapasitas produksi serta pemasarannya semakin meningkatkan. Sehingga pemasaran produk tenunan khas daerah ini lebih mudah. Selain itu pemerintah juga telah mengembangkan alat tenun bukan mesin (ATBM) serta mengalokasikan ATBM ke desa-desa tenun. Meskipun berbeda dengan alat tenun tradisional seperti *gedogan*, ATBM cukup membantu dalam

mempercepat waktu pembuatan kain tenun tanpa harus menghilangkan nilai-nilai budaya menenun itu sendiri. Pemanfaatan ATBM membuat kualitas kain tenun Nusantara tetap terjaga baik, meski kain yang dihasilkan memiliki kualitas sedikit lebih rendah dari kain tenun hasil tenunan *gedogan*, berkurangnya kualitas kain dikarenakan ketika menggunakan ATBM apabila ada benang yang putus perajin tenun tak dapat memperbaiki, hasilnya kain akan terlihat kasar karena putus sambungan benang tenun tersebut. Selain itu pengoprasian ATBM cenderung lebih membutuhkan tenaga yang lebih besar, akibatnya akan menyulitkan para perajin wanita yang berusia lanjut. Praktek pragmatis dengan menggunakan ATBM tentu saja jauh lebih baik dari pada menggunakan alat tenun mesin (ATM) yang hanya melahirkan kain bermotif tenun.

Pemetaan tenaga kerja juga harus dilakukan, dengan memfasilitasi perajin tenun lanjut usia untuk menenun dengan alat tenun tradisional di huniannya sendiri seraya mengajarkan cucu perempuan cara menenun. Dengan adanya UMKM dan UKM, perajin tenun usia lanjut yang hanya mampu menenun di huniannya sendiri tidak perlu khawatir kain tenun yang mereka buat akan sia-sia atau tidak terpakai karena kain tenun yang mereka hasilkan akan ditampung dalam UMKM atau UKM daerah.

Memfaatkan tenaga kerja laki-laki juga merupakan solusi yang tepat untuk membantu pelestarian warisan budaya tenun. Namun hal ini tidak mudah untuk dilaksanakan karena adanya pantangan bagi laki-laki untuk menyentuh alat tenun bahkan menyaksikan perempuan menenun juga dianggap tabu apalagi kalau seorang laki-laki itu ikut menenun. Mitosnya jika pantangan ini dilanggar, maka alat kelamin laki-laki itu tidak akan berfungsi atau mandul, mengingat alat tenun tradisional menjepit perut bagian bawah dan kegiatan menenun juga dikerjakan dalam waktu yang sangat lama. Selain itu di kabupaten Sikka Flores, NTT, laki-laki yang melakukan aktivitas menenun dianggap bukan laki-laki sejati atau sering diberi stigma 'banci'. Memang pada umumnya peran laki-laki selain berkebun, bertani, atau melaut, hanya sebatas membantu menyediakan bahan baku untuk pewarnaan dari hutan atau lingkungan sekitar, membantu memintal benang dan memproduksi kain ikat yang berbeda dengan tenun yang ditenun perajin tenun wanita dan alat yang digunakan pun berbeda. Seiring berjalannya

waktu mitos ini pun harus ditinggalkan, karena tidak terbukti benar. Seperti kisah Yustinus Wunang, Laki-laki dari kampung Dikawangu, di Sumba Timur yang mendobrak stereotipe laki-laki di desa tenun. Selain karena beliau sangat mencintai budayanya juga karena ingin berpartisipasi dalam pelestarian budaya menenun. selain itu di beberapa tempat industri tenun ATBM sudah mulai mempekerjakan laki-laki sebagai pengrajin tenun. Juga tak kalah menarik di salah satu desa di Lombok Tengah yaitu desa Sukarara juga berangsur-angsur meninggalkan mitos tentang penenun laki-laki, kini kaum laki-laki pun dapat menenun, padahal daerah tersebut terkenal kental tradisinya mengenai tenun, tidak seperti di Jawa yang segala sesuatunya berjalan pragmatis. Itu artinya kesadaran masyarakat NTT akan budayanya cukup tinggi hingga mampu mengesampingkan mitos yang telah beredar selama ratusan tahun. Diharapkan masyarakat tradisional dapat meninggalkan mitos ini dan mengambil langkah yang tepat untuk keberlangsungan pelestarian warisan budaya tenun.

Praktik pragmatis ini masih perlu dieksplorasi dan direkonstruksi lagi untuk memperoleh keefektifan dalam membantu peningkatan dampak positif pada industri tenun. Salah satunya adalah Mengembangkan sektor UMKM/UKM khusus untuk menghemat waktu produksi, contohnya UMKM/UKM khusus penenun dan UMKM/UKM khusus pemintal benang dimasing-masing daerahnya. Khususnya pemberdirian UMKM/UKM pemintal benang yang nantinya akan menjadi pemasok benang asli dari daerah masing-masing tanpa harus membeli benang di daerah lain. UMKM/UKM ini juga diharapkan dapat menemukan inovasi dengan menciptakan benang dengan berbagai macam warna alami, dengan melakukan riset juga melakukan praktik eksperimen untuk menyempurnakan benang tenun. Karena penggunaan bahan-bahan kimia justru mengurangi kualitas kain tenun asli meski begitu tuntutan penggunaan bahan kimia tersebut pada akhirnya tidak bisa dihindari dalam proses pembuatan kain tenun secara massal dan lebih cepat. Dengan memasok bahan alami dari lingkungan sekitar dapat menambah nilai kemurnian tenun di tiap daerahnya. Dengan ini para

perajin tenun diharapkan mampu konsisten dalam menyajikan hasil karya yang original.

3.2 Re-Invensi Pragmatis dalam Pemasaran Produk Tenun

Pemasaran produk merupakan salah satu hal penting yang ikut menentukan performa suatu badan usaha. Rekonstruksi ulang dalam pemasaran produk tenun diharapkan dapat membantu memasarkan produk tenun secara efektif. Salah satu penggerak praktek pragmatis ini yaitu Perajin tenun, mereka perlu melakukan inovasi agar tenun tetap beragam dan ramai peminat, dalam industri ini perajin tenun telah melakukan berbagai upaya seperti menggunakan warna-warna lain agar sesuai dengan minat konsumen. Untuk menjaga tradisi para perajin tenun tidak perlu mengubah motif dan tetap mempertahankan motif-motif yang ada karena nilai budaya yang sesungguhnya telah tertanam pada motif tenun itu sendiri. Para perajin tenun juga diharapkan dapat menciptakan motif-motif baru dengan filosofis budaya yang baru sebagai pengembangan motif tenun.

Selain itu strategi inovasi secara terbuka juga dirasa mampu meningkatkan minat masyarakat terhadap kain tenun. Meski peminat tenun terus meningkat dari waktu-kewaktu, namun pada kenyataannya tenun bukanlah suatu pilihan utama bagi masyarakat kebanyakan. Mayoritas masyarakat indoneseia memiliki perekonomian menengah kebawah, sedangkan harga tenun yang biasa dipasarkan sekitar 1-3jutaan. harga tenun berbeda tiap daerahnya, seperti Tenun Lurik di Klaten, Jawa Tengah yang harganya berkisar antara 30 sampai 100 ribu rupiah atau tenun Sumba, di NTT yang harganya sekitar 500 ribu sampai 25 juta rupiah. Padahal harga tenun sudah sebanding dengan proses pembuatan juga nilai adat di tiap daerah masing-masing, bukan karena dimahal-mahalkan. Orang awam hanya tahu kain tradisional itu mahal, tapi untuk mencucuk benang di alat tenun tradisional juga alat tenun bukan mesin dengan seribu helai benang yang lain, mereka tidak mengerti bagaimana rasanya. Di berbagai tempat tenun juga biasa digunakan sebagai mahar pernikahan juga untuk persembahan dalam upacara adat. Karena sesakral itu tenun sebanding dengan lembu, maka patokan harga tenun yang di tentukan sebenarnya sebanding dengan harga hewan persembahan atau barang-barang penting yang setara.

Chessbrough dalam bukunya *Open Innovation Researching a New Paradigm* (Oxford University Press 2006) mengungkapkan inovasi terbuka adalah ketika suatu perusahaan menggunakan ide baik dari internal maupun eksternal untuk mempercepat perluasan pasar produk internal. Selama ini industri tenun mengembangkan inovasi secara tertutup maksudnya hanya perajin tenun lah yang memodifikasi desain dan pewarnaan dalam kain. Agar dapat memenuhi selera pasar diperlukan kolaborasi antara perajin tenun dan pelanggan, inilah yang disebut dengan inovasi terbuka. Dalam kajiannya, Dr. Febria Indriati telah menemukan bahwa para penenun di kabupaten Sikka, NTT telah melakukan inovasi secara terbuka dalam rangka meningkatkan akses pasar dan ekonomis tenun Nusantara. Strategi yang dilakukan adalah strategi inovasi kolaboratif dan strategi inovasi berbasis jejaring. Strategi inovasi kolaboratif dilakukan oleh para perajin tenun dengan membangun kolaborasi dengan sejumlah lembaga yang memiliki banyak pengetahuan seperti rumah desain, universitas, lembaga penelitian serta pemerintah. Kolaborasi yang dilakukan adalah seputar pengembangan desain dan teknik pewarnaan. Sehingga mampu menghasilkan kain tenun dengan sentuhan kontemporer pada motifnya yang memiliki nilai ekonomis yang bermotif kontemporer sehingga darategi inovasi berbasis jejaring dilakukan oleh para ketua kelompok tenun dan perajin tenun dengan menjalin jejaring baik dengan perorangan, komunitas tenun juga pecinta budaya tenun baik yang berada di dalam negeri atau yang berada di luar negeri. Upaya ini dirasa mampu meningkatkan akses pasar karena kain tenun mampu memenuhi selera pasar. Namun terdapat tantangan dari open innovation ini, seperti yang dikatakan oleh Alfonsa Horeng, ketua kelompok Lepo Lerun Desa Nita, open innovation tidak memenuhi nilai adat yang telah diwariskan oleh leluhur sehingga kain yang dihasilkan tidak memiliki nilai bagi masyarakat adat. Inovasi ini perlu lebih dikembangkan supaya lebih memberikan dampak positif baik secara ekonomis juga adat budaya. Open inventrion ini dapat diterapkan di daerah-daerah

penghasil tenun dengan diimbangi wawasan dan kesadaran diri untuk melestarikan produk budaya sehingga secara berdampingan dapat mengurangi persentasi hilangnya identitas tenun sebagai budaya.

Untuk mengembangkan strategi open innovation, perajin tenun yang tergabung dalam UKM dapat melakukan kolaborasi dengan disainer. Peran desainer cukup penting untuk menarik minat masyarakat. Selain mendiskusikan tentang desain dan warna agar sesuai dengan selera pasar, kain tenun dapat disetor kepada desainer untuk dikembangkan menjadi benda-benda fungsional seperti tas, dan baju. Desainer juga harus memiliki kesadaran tinggi akan nilai-nilai budaya, sehingga tujuan menciptakan barang-barang fungsional ini adalah untuk mempromosikan tenun itu sendiri. Dengan melihat banyaknya populasi masyarakat menengah kebawah, desainer tidak diwajibkan menciptakan desain baju yang rumit dan mewah sehingga mengakibatkan harga jual melambung tinggi dan semakin tak terjual produk tenunnya, Dengan merancang serta mengkolaborasikan kain tenun dengan baju sehari-hari sudah cukup, karena hal utama yang di tekankan adalah produk tenun itu sendiri. Selain itu desainer juga dapat rutin mengikutsertakan produk tenun murni atau produk tenun kreasi mereka dalam perlombaan atau pameran internasional juga dapat membantu menjaring minat warga Negara asing akan budaya tenun-menunen di Indonesia. Selanjutnya adalah bagaimana menarik minat generasi muda agar bersedia melestarikan budaya menunen. Seperti yang diliput oleh Bank Indonesia Chanel dalam sebuah video dokumenter mengenai kain tenun Indonesia dengan judul 'Jadikan Tenun Kain Kebanggaan Bangsa Indonesia', Didiet Maulana salah seorang desainer Indonesia, mengaku telah berkeliling ke desa-desa penenun dan beliau mengklaim bahwa sekitar 70% kaum muda penduduk desa tenun yang beliau kunjungi melancong ke kota untuk mencari pekerjaan. Padahal mereka bisa menghasilkan uang dengan menjual tenun hasil tenunan mereka. Ini artinya penenun bukanlah pilihan profesi bagi anak muda jaman sekarang.

Orang biasanya akan tertarik bekerja bila ada kompensasi berupa sejumlah uang apalagi yang jumlahnya tidak sedikit. Beruntungnya tenun memiliki harga jual yang tinggi jadi ini tidak menjadi kendala. Persepsi bahwa penenun merupakan profesi yang menjanjikan perlu

ditanamkan dalam masyarakat. Di sisi lain pola pikir masyarakat yang masih menganggap penenun bukanlah pekerjaan yang berpotensi menghasilkan uang, harus di hilangkan. Mengubah *mindset* suatu kelompok masyarakat tidaklah mudah, namun dengan memanfaatkan media jejaring sosial sebagai media baru untuk bersosialisasi seputar tingginya potensi kesuksesan profesi penenun dirasa cukup efektif. Apalagi banyaknya pengguna media sosial di Indonesia, seperti yang di rangkum oleh *hootsuite* jumlah pengguna aktif media sosial di awal tahun 2019 ini mencapai 150 juta orang atau sekitar 56% dari jumlah populasi penduduk di Indonesia. Cara kerja media sosial yang begitu cepat dan dengan mudahnya akses penyebaran informasi dapat membantu dalam mempromosikan profesi penenun. Apalagi fitur iklan selalu tersedia di setiap sosial media seperti twitter, facebook, dan instagram untuk memudahkan mempromosikan Tenun Nusantara juga profesi dibalikannya kepada pengguna sosial media. Pengiklanan pun harus dikemas dengan menarik lalu rutin di sebarkan, orang-orang akan tertarik untuk mencari tahu, jika dirasa menarik, minat terhadap profesi penenun akan tumbuh dalam diri individu. siapa tahu promosi ini mengembalikan minat anak perempuan perajin tenun yang kehilangan minat karena lebih tertarik bermain ponsel serta Internet setelah melihat promosi terkait profesi penenun. Jejaring sosial merupakan media yang tepat serta efektif untuk mempromosikan budaya terutama mempromosikan tenun Nusantara. Selain mempromosikan tenun sebagai produk budaya, media sosial juga dapat menjadi jembatan untuk menarik minat generasi muda akan budaya negerinya sendiri.

Di era modern ini kita harus memanfaatkan teknologi yang tersedia. Kemajuan era globalisasi dan kemajuan teknologi biasa dikaitkan dengan kemunduran keberadaan tradisi tradisional. Padahal jika masyarakat menanggapi hal ini dengan tepat, keberadaan tradisi tradisional dapat teintegrasi dengan teknologi dan dapat berjalan secara berdampingan di era global ini.

4. Kesimpulan

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa praktik pragmatis industri tenun perlu direkonstruksi ulang untuk memaksimalkan keefektifan dalam proses pembuatan tenun tanpa mengancam nilai budaya di dalam tenun itu sendiri. Upaya yang tepat agar praktik pragmatis dalam industri tenun ini tetap berjalan tanpa mengancam identitas tenun nusantara juga tidak mengurangi unsur budaya supaya tetap berpegang pada pakem yang telah dijaga secara turun temurun. Pembahasan dibagi menjadi dua yaitu re-invensi pragmatis dalam proses pembuatan tenun dan re-invensi pragmatis dalam pemasaran produk tenun. Berikut beberapa upaya dalam pengembangan re-invensi pragmatik dalam poses pembuatan tenun diantaranya; Pemerintah telah membantu melestarikan tenun dengan memberikan jalan kepada masyarakat melalui program industrialisasi seperti berdirinya Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM dan usaha kecil menengah (UKM). Mengembangkan sektor UMKM dan UKM dengan fokus yang berbeda yaitu UMKM khusus proses penenunan dan UMKM khusus pemasok bahan-bahan baku alami. Memanfaatkan alat tenun bukan mesin daripada alat tenun berbasis mesin. Memanfaatkan tenaga kerja laki-laki. Melakukan sosialisasi online supaya perajin tenun bisa jadi pilihan profesi bagi generasi muda. Berikut beberapa upaya dalam pengembangan re-invensi pragmatik dalam poses pembuatan tenun diantaranya; Melakukan inovasi secara terbuka, selama ini industri tenun mengembangkan inovasi secara tertutup maksudnya hanya perajin tenun lah yang memodifikasi desain dan pewarnaan dalam kain. Agar dapat memenuhi selera pasar diperlukan kolaborasi antara perajin tenun dan pelanggan, inilah yang disebut dengan inovasi terbuka. Memanfaatkan teknologi dan media jejaring sosial untuk mempromosikan kain tenun. Serta mengikutsertakan tenun dalam ajang perlombaan atau pameran-pameran internasional. Upaya-upaya ini diharapkan dapat diterapkan di daerah-daerah penghasil tenun dengan diimbangi wawasan dan kesadaran diri untuk melestarikan produk budaya sehingga secara berdampingan dapat mengurangi persentasi hilangnya identitas tenun sebagai budaya.

5. Pustaka

- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Chesbrough, H. W. (2006). *Open Innovation Researching a New Paradigm*. Oxford: Oxford University Press.
- Moleong, Lexy J. (2007) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moersid, Ananda Feria. (2013). *Re-invensi Batik dan Identitas Indonesia dalam Arena Pasar Global*. Jurnal Ilmiah Widya Volume 1 Nomer. 2 Tahun 2013.
- Prestisa, Galuh. (2013). *Bentuk pertunjukan dan nilai estetis kesenian tradisional terbang kencer baitussolikhin di desa bumijawa kecamatan bumijawa kabupaten tegal*. Jurnal Seni Musik Volume 2 Nomor. 2 Tahun 2013.
- Bank Indonesia Channel. *Jadikan Tenun Kain Kebanggaan Bangsa* [Internet]. Youtube, 28 Januari 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=VAJB-DqbnS>
- Julianto, Pramdia A. *Menperin Dorong Industri Kecil Menengah Kain dan Tenun Berkembang* [Internet]. Kompas.com, 10 Agustus 2016, 06:00. <https://money.kompas.com/read/2016/08/10/060000826/Menperin.Dorong.Industri.Kecil.Menengah.Kain.dan.Tenun.Berkembang>.
- KumparanBISNIS. *Selama 2016, RI Ekspor Tenun dan Batik Rp 2 Triliun* [Internet]. Kumparan, 6 April 2017, 07:25. <https://kumparan.com/@kumparanbisnis/selama-2016-ri-ekspor-tenun-dan-batik-rp-2-triliun>
- Marcute. *Mengenal Lebih Dekat Macam-Macam Alat Tenun* [Internet]. GriyaTenun.com, 25 March 2018. <https://griyatenun.com/blog/mengenal-lebih-dekat-macam-macam-alat-tenun>
- Riyanto, Andi Dwi. *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2019* [Internet]. Andi.link, 9 Februari 2019. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>
- Wardayati, K. Tatik. *Belajar Menenun di Desa Sukarara* [Internet]. Intisari Online, 8 April 2017, 15:00. [://intisari.grid.id/read/0391571/belajar-menun-di-desa-sukarara?page=all](https://intisari.grid.id/read/0391571/belajar-menun-di-desa-sukarara?page=all)
- Winarta, Karmin. *Kisah Yustinus, Laki-Laki Penenun dari Dikawangu, Sumba Timur* [Internet]. Liputan6, 12 Nov 2016, 11:02. <https://www.liputan6.com/citizen6/read/2650225/kisah-yustinus-laki-laki-penenun-dari-dikawangu-sumba-timur>
- Winosa, Yosi. *Open Innovation Tingkatkan Akses Pasar Kain Tenun* [Internet]. Warta Ekonomi, 15 April 2019 17:03. <https://www.wartaekonomi.co.id/read223835/open-innovation-tingkatkan-akses-pasar-kain-tenun.html>