

**ANALISIS KEUNTUNGAN DAN EFISIENSI PEMASARAN  
USAHA KERAJINAN TENUN KRE ALANG DI DESA POTO  
KECAMATAN MOYO HILIR KABUPATEN SUMBAWA**

**Analysis Of Profit and Marketing Efficiency of Kre Alang Weaving Craft In  
Poto Village, Moyo Hilir District, Sumbawa Regency**

Azmi Dwi Mulianti\*, Anwar\*, Addinul Yakin\*  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis besarnya keuntungan usaha kerajinan tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. (2) Menganalisis saluran pemasaran usaha kerajinan tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. (3) Menganalisis tingkat efisiensi pemasaran usaha kerajinan tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. (4) Menganalisis kendala usaha kerajinan tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah usaha kain tenun Kre Alang yang ada di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. Teknik penentuan daerah sampel menggunakan *Purposive Sampling*, sedangkan teknik penentuan responden menggunakan metode *Slovin*. Penentuan responden untuk lembaga pemasaran dilakukan secara *Snowball Sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Rata-rata keuntungan tenun Kre Alang yang diterima oleh pengrajin sebesar Rp 950.846 per proses produksi atau Rp 11.420.478 per tahun. (2) Terdapat 4 bentuk saluran pemasaran tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa yaitu: 1.) Pengrajin/produsen – Pedagang pengumpul Desa (PPD) - Konsumen, 2.) Pengrajin – Pedagang Pengumpul Kabupaten (PPKab) – Pedagang Pengecer (PP) – Konsumen, 3.) Pengrajin – Pedagang Pengecer (PP) – Konsumen, 4.) Pengrajin – Konsumen. (3) Pada saluran pemasaran I diperoleh margin pemasaran sebesar Rp 150.000, share pengrajin sebesar 90 %, dan distribusi keuntungan sebesar 1, Saluran pemasaran II diperoleh margin pemasaran sebesar Rp 275.000, share pengrajin sebesar 83 %, dan distribusi keuntungan sebesar 0,9, Saluran pemasaran III diperoleh margin pemasaran sebesar Rp 100.000, share pengrajin sebesar 94 %, dan distribusi keuntungan sebesar 1. (4) kendala yang dialami dalam memproduksi dan memasarkan tenun Kre Alang yaitu kurangnya bahan baku untuk membuat tenun, persaingan produk yang serupa dengan harga yang lebih murah dan sebagian pengrajin memiliki pekerjaan utama yaitu sebagai petani.

---

**Kata kunci:** Keuntungan, Efisiensi Pemasaran, Kre Alang.

## ABSTRACT

*This study aims to: (1) Analyze the magnitude of the profits of the Kre Alang weaving craft business in Poto Village, Moyo Hilir District, Sumbawa Regency. (2) Analyzing the marketing channel of the Kre Alang weaving craft business in Poto Village, Moyo Hilir District, Sumbawa Regency. (3) Analyzing the marketing efficiency level of the Kre Alang woven craft business in Poto Village, Moyo Hilir District, Sumbawa Regency. (4) Analyze the constraints of the Kre Alang weaving craft business in Poto Village, Moyo Hilir District, Sumbawa Regency. The method used in this research is descriptive method. The unit of analysis in this study is the Kre Alang woven fabric business in Poto Village, Moyo Hilir District, Sumbawa Regency. The technique for determining the sample area used purposive sampling, while the technique for determining the respondents used the slovin method. Respondents for marketing agencies were determined by snowball sampling. The type of data used is qualitative and quantitative data. Sources of data used in this study are primary and secondary data. Data were analyzed descriptively. The results showed that: (1) The average profit for Kre Alang weaving received by craftsmen was Rp 950.846/production process or Rp 11.420.478/year. (2) There are 4 marketing channels for Kre Alang weaving in Poto Village, Moyo Hilir District, Sumbawa Regency, namely: 1.) Craftsmen/producers - Village collector traders (PPD) - Consumers, 2.) Craftsmen - Regency Collector Traders (PPKab) - Traders Retailers (PP) – Consumers, 3.) Craftsmen – Retailers (PP) – Consumers, 4.) Craftsmen – Consumers. (3) Marketing channel I obtains a marketing margin of Rp. 150.000, craftsman share is 90%, and profit distribution is 1. Marketing channel II obtains a marketing margin of Rp. 275.000, craftsman share is 83%, and profit distribution is 0.9, Marketing channel III obtained a marketing margin of Rp 100.000, craftsman share of 94%, and profit distribution of 1. (4) the constraints experienced in producing and marketing Kre Alang weaving are the lack of raw materials to make weaving, competition for similar products at lower prices and some craftsmen having their main job as farmers.*

---

**Keywords:** *Profit, Marketing Efficiency, Kre Alang*

## PENDAHULUAN

Tenun merupakan salah satu seni budaya kain tradisional Indonesia yang diproduksi di berbagai wilayah di seluruh Nusantara (Sumatera, Kalimantan, Bali, Sulawesi, Lombok, Sumbawa, Jawa Tengah). Tenun memiliki makna, nilai sejarah, dan teknik tinggi dari segi warna, motif, jenis bahan, serta benang yang digunakan dan tiap daerah memiliki ciri khas masing-masing (Kartiwa, 1980).

Kerajinan tenun merupakan warisan budaya yang sudah turun-temurun dari nenek moyang sampai kepada generasi masa kini. Kerajinan Tenun merupakan

salah satu jenis Usaha Industri Kecil Menengah yang memproduksi berbagai jenis kain tenun dengan menggunakan peralatan yang masih sederhana. (Porter, 1985).

Salah satu pusat kain tenun Kre Alang adalah di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa dan terkenal sebagai desa pengrajin tenun bahkan memiliki ekosistem budaya yang masih hidup, seperti kesenian tradisional ratib rabana dan sakeco, sadeka ponan, dan lain sebagainya. Ciri khas yang dimiliki Desa Poto seharusnya mampu menjadikan desa yang berkembang dan maju (Amrin, 2019).

Namun pada kenyataannya lambat laun jumlah pengusaha tenun mengalami penurunan. Permasalahan lainnya adalah berubahnya status industri tenun yang dahulu merupakan pekerjaan utama masyarakat, saat ini berubah menjadi pekerjaan sampingan, Permasalahan tersebut dapat disebabkan oleh berbagai hal salah satunya adalah kesalahan dalam pemilihan strategi pemasaran (Gitosudarmo, 1994).

Proses produksi tenun masih menggunakan alat-alat secara tradisional sehingga memakan waktu yang cukup lama dalam pembuatan kain tenun yaitu dalam satu bulan hanya satu kali untuk satu Kre Alang atau tergantung tingkat kesulitannya. Sedangkan pesaing sudah menggunakan alat-alat yang canggih sehingga menghasilkan tenun dengan cepat dan bagus dengan harga yang lebih murah, sehingga masyarakat lebih minat untuk membeli produk dengan harga yang lebih murah dengan kualitas yang bagus (Nurul & Ruskartina, 2019).

Persaingan yang semakin ketat menuntut adanya strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Strategi adalah “serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan”. Nurahmi (2012). Menurut pendapat para ahli, menurut Philip (2004) seorang guru pemasaran dunia, adalah sebagai berikut:” pemasaran (marketing) adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran”.

Strategi pemasaran merupakan pola pikir pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya, strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk

pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan besarnya pengeluaran pemasaran (Sutarno, 2012).

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis besarnya keuntungan usaha kerajinan tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. (2) Menganalisis saluran pemasaran usaha kerajinan tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. (3) Menganalisis tingkat efisiensi pemasaran usaha kerajinan tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. (4) Menganalisis kendala usaha kerajinan tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa.

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif (Nazir, 1998). Penelitian ini dilakukan di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. Unit analisis dalam penelitian ini adalah usaha kerajinan tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. Penentuan daerah penelitian menggunakan *Purposive Sampling* (Sugiyono, 2010). dengan pertimbangan bahwa desa Poto merupakan daerah sentra produksi kain tenun di Kabupaten Sumbawa. Penentuan responden menggunakan metode *Slovin* (Sugiyono, 2017). yang berjumlah 22 pengrajin. Penentuan responden untuk lembaga pemasaran dilakukan secara *Snowball Sampling* (Creswell, 2009). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan kualitatif. Analisis yang digunakan adalah keuntungan dan efisiensi pemasaran.

untuk mengukur besarnya keuntungan usaha Kre Alang digunakan pendekatan analisis keuntungan dengan rumus sebagai berikut (Soekartawi, 1994):

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

- $\pi$  : Keuntungan
- TR : *Total Revenue*
- TC : *Total Cost*

### **Analisis Pemasaran**

Analisis pemasaran dapat dilakukan secara kualitatif (identifikasi saluran dan lembaga pemasaran yang terlibat) dan kuantitatif (perhitungan margin, share pengrajin, serta distribusi keuntungan). Margin pemasaran dapat dihitung dengan persamaan sebagai berikut:

#### **Margin Pemasaran**

Untuk menghitung margin pemasaran, maka digunakan rumus sebagai berikut (Saefuddin, 1981):

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan:

$M_p$  : Margin Pemasaran

$P_r$  : Harga ditingkat konsumen akhir

$P_f$  : Harga ditingkat produsen

#### **Share Pengrajin**

Untuk mengetahui besarnya share pengrajin yang diterima pengrajin maka dapat digunakan rumus sebagai berikut (Swasta, 1984):

$$X = \left( \frac{P_f}{P_r} \right) \times 100 \%$$

Kriteria keputusan:

- Apabila share pengrajin < 60 % maka pemasaran Kre Alang dikatakan belum efisien.
- Apabila share pengrajin > 60% maka pemasaran Kre Alang dikatakan efisien.

#### **Distribusi Keuntungan**

Distribusi keuntungan dihitung menggunakan rumus sebagai berikut (Rahim & Hastuti 2008):

$$D_k = \frac{\frac{\pi}{c}_{terendah}}{\frac{\pi}{c}_{tertinggi}} \times 100 \%$$

Keterangan:

DK : Distribusi Keuntungan

$\Pi$  : Keuntungan Pemasaran

C : Biaya Pemasaran

Kriteria keputusan:

Pemasaran dikatakan adil atau merata apabila nilai distribusi keuntungan antara 0,5-1. Jika distribusi keuntungan  $< 0,5$  maka pemasaran dikatakan tidak adil atau tidak efisien.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kre Alang dalam bahasa Sumbawa, Kre artinya kain dan Alang artinya loteng atau langit-langit rumah. Dinamakan Kre Alang karena proses pembuatan kain tenun dibuat di atas loteng atau langit-langit rumah agar orang lain tidak dapat mendengar suara dari benturan alat tenun saat menenun. Saking lekatnya tradisi menenun termasuk menyulam dan menjahit di Tana Samawa menjadikan keterampilan itu sebagai jati diri kaum perempuan. Tergambar dari ungkapan lokal “lamin no to nesek, siong tau swai”, artinya bila tidak bisa menenun, bukanlah perempuan, ungkapan itu sekaligus membedakan tugas kaum lelaki dan kaum perempuan (Rosada &Sinta, 2018).

Beberapa penelitian terkait usaha kerajinan tenun, diantaranya: Masniadi (2019), dan Dewi (2009). Penelitian Masniadi (2019), Analisis Pendapatan Usaha Home Industri Kain Tenun (Kre Alang) di Dusun Sameri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa Tahun 2019 menjelaskan bahwa total biaya produksi yang dikeluarkan pada usaha home industri kain tenun di Dusun Sameri adalah sebesar Rp 40.934.000 atau dengan rata-rata sebesar Rp 930.318 perbulan, sedangkan penerimaan yang diperoleh adalah sebesar Rp.103.200.000 atau dengan rata-rata sebesar Rp 2.345.455 perbulan. Sehingga pendapatan bersih yang diperoleh dari usaha home industri kain tenun di Dusun Sameri adalah sebesar Rp 62.266.000 atau dan rata-rata sebesar Rp 1.415.136 perbulan. Penelitian Dewi Sri Wahyuni (2009), Analisis Efisiensi Usaha dan Pemasaran Tenun Gedogan di Kecamatan Raba Kota Bima. Menunjukkan bahwa: (1) ada dua jenis kerajinan Tenun Biasa. Kerajinan tenun songket terdiri dari empat jenis kain yaitu : Pagar Ayu, Kakando, Kapi Keis, dan Samado, sedangkan tenun biasa hanya satu jenis saja yaitu kain Nggoli (Tembe Nggoli), (2) pendapatan usaha kerajinan tenun Gedogan dalam satu bulan sebesar Rp 958.131, dengan R/C ratio sebesar 1,74

artinya kerajinan tenun Gedogan secara ekonomi efisiensi, (3) pemasaran usaha kerajinan tenun Gedogan tergolong efisien, ini terlihat dan nilai share pengrajin yang lebih besar dari 60% yaitu rata-rata yang diperoleh sebesar 86%, (4) Masalah-masalah yang dihadapi pengrajin tenun Gedogan adalah kurangnya modal dan tidak lancarnya proses pembayaran yang dilakukan oleh pedagang.

### Analisis Biaya Produksi Tenun Kre Alang

Biaya usaha kain tenun dihitung berdasarkan jumlah nilai yang benar-benar dikeluarkan oleh pengusaha kain tenun untuk membiayai kegiatan usaha kain tenunnya yang meliputi biaya tetap dan biaya variabel.

Tabel 1. Rata-rata Biaya Produksi Usaha Kerajinan Tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa Tahun 2023

No	Uraian	Per Proses Produksi (Rp)	Per Tahun (Rp)
1	Biaya Bahan Baku		
	a. Benang (Rp)	28.000	336.000
	b. Benang Emas (Rp)	89.090	1.069.090
	<b>Sub Total</b>	<b>117.090</b>	<b>1.405.090</b>
2	Biaya Bahan Penolong		
	a. Plastik (Rp)	2.300	27.600
	b. Lidi	9.409	112.908
	<b>Sub Total</b>	<b>11.709</b>	<b>140.508</b>
3	Biaya Tenaga Kerja		
	TKLK	118.636	1.423.632
	TKDK	670.455	8.045.460
	<b>Sub Total</b>	<b>789.091</b>	<b>9.469.092</b>
	<b>Total Biaya Variabel</b>	<b>917.890</b>	<b>11.014.689</b>
4	Biaya Tetap		
	Biaya Penyusutan Alat	85.808	1.029.705
	<b>Total Biaya Produksi</b>	<b>1.003.699</b>	<b>12.044.395</b>

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 1. menunjukkan rata-rata biaya produksi kerajinan tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa, dengan rincian rata-rata biaya variabel yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya bahan penolong dan biaya tenaga kerja sebesar Rp 917.890/proses atau Rp 11.014.689/tahun, sedangkan rata-rata biaya tetap yang terdiri dari biaya penyusutan alat sebesar Rp 85.808/proses produksi atau Rp 1.029.705/tahun,

sehingga rata-rata biaya produksi sebesar Rp 1.003.690/proses produksi atau Rp 12.051.487.

### **Analisis Keuntungan Usaha Kerajinan Tenun Kre Alang**

Keuntungan merupakan salah satu indikator untuk mengetahui keberhasilan suatu usaha. Keuntungan pada sebuah periode adalah pendapatan atau penerimaan dikurangi dengan biaya operasi pada periode tersebut (Sunaryo, 2001).

Analisis keuntungan usaha kerajinan tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa disajikan pada Tabel 2. berikut:

Tabel 2. Rata-rata Nilai Produksi, Biaya Produksi dan Keuntungan Usaha Tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Kabupaten Sumbawa Tahun 2023

No	Uraian	Per Proses Produksi (Rp)	Per Tahun (Rp)
1	Biaya Produksi	1.003.699	12.044.396
2	Produksi	1	15
3	Harga	1.522.727	18.272.724
4	Penerimaan	1.522.727	18.272.724
5	Keuntungan	950.846	11.420.478
6	R/C Ratio	1,5	1,5

Sumber: Data Primer diolah (2023)

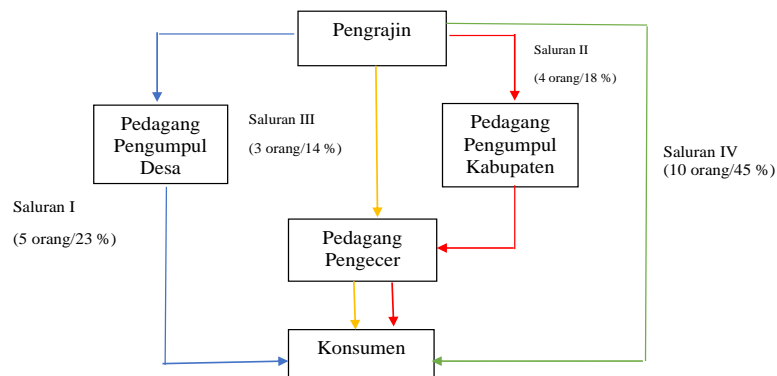
Berdasarkan Tabel 2. bahwa rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan oleh pengrajin tenun Kre Alang sebesar Rp 1.003.699/proses produksi atau Rp 12.044.396/tahun. Rata-rata produksi yang dihasilkan oleh pengrajin sebesar 1 lembar kain/proses produksi atau 15 lembar kain/pertahun, dengan rata-rata harga produk dan penerimaan Kre Alang sebesar Rp 1.522.727/proses produksi atau Rp 18.272.724/pertahun. Sehingga keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 950.846/proses produksi atau Rp 11.420.478/tahun. Nilai R/C Ratio sebesar 1,5, artinya bahwa setiap pengeluaran Rp 1,00 maka pengrajin akan memperoleh penerimaan sebesar Rp 1,5. Hal ini menunjukkan bahwa usaha Kre Alang yang dilakukan oleh pengrajin efisien, menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.



## Saluran Pemasaran Kre Alang

Saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang dari produsen sampai kekonsumen atau pemakai industri (Basu, 1999).

Pengrajin Kre Alang dalam memasarkan hasil produksi melalui empat saluran pemasaran tenun yaitu:



Gambar 1. Pola Saluran Pemasaran Tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Sumbawa Kabupaten Sumbawa

Pada saluran pemasaran I, pengrajin langsung mendatangi Pedagang Pengumpul Desa untuk menjual tenun Kre Alang, pada tahap ini biasanya pengrajin meminta bahan baku untuk membuat Kre Alang dikarenakan tidak memiliki modal untuk membeli, dan setelah membuat Kre Alang pengrajin akan menjual ke pedagang pengumpul desa.

Pada saluran II, pedagang pengumpul juga mendatangi pengrajin langsung untuk membeli tenun Kre Alang, pada tahap ini Kre Alang sudah dibuat. Setelah kain selesai dibuat pedagang pengumpul menjual Kre Alang tersebut ke pedagang pengecer.

Pada saluran III, pedagang pengecer akan membeli langsung tenun Kre Alang dari pengrajin. Pedagang pengecer rutin memesan setiap sebulan sebab ada beberapa pedagang pengecer yang menjual Kre Alang dengan sistem arisan.

Pada saluran IV, konsumen langsung mendatangi pengrajin untuk membeli Kre Alang. Pada tahap ini biasanya Kre Alang belum diproduksi oleh pengrajin dikarenakan konsumen sendiri yang akan memilih warna, motif, banyaknya benang dan lain-lain.

### Analisis Efisiensi Pemasaran Kre Alang

Tabel 3. Margin Pemasaran, Share Pengrajin, dan Distribusi Keuntungan Usaha Tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa Tahun 2023

No.	Uraian	Saluran Pemasaran			
		Saluran I	Saluran 2	Saluran 3	Saluran 4
1	Pengrajin				
	Harga Jual (Rp)	1.350.000	1.325.000	1.500.000	1.500.000
2	PPD (Pedagang Pengumpul Desa)				
	Harga Beli (Rp)	1.350.000			
	Biaya Pemasaran (Rp)				
	a. Biaya Transp (Rp)	13.333			
	b. Biaya Tenaga Kerja	0			
	Total Biaya Pemasaran (Rp)	13.333			
	Harga Jual (Rp)	1.500.00			
	Margin Pemasaran (Rp)	150.000			
	Keuntungan Pemasaran (Rp)	136.667			
	$\pi/c$	10,3			
3	PPKab (Pedagang Pengumpul Kabupaten)				
	Harga Beli (Rp)		1.325.000		
	Biaya Pemasaran (Rp)				
	a. Biaya Transp (Rp)		13.333		
	b. Biaya Tenaga Kerja (Rp)		5.000		
	c. Biaya Sewa (Rp)		15.000		
	Total Biaya Pemasaran (Rp)		33.333		
	Harga Jual		1.500.000		
	Margin Pemasaran (Rp)		175.000		
	Keuntungan Pemasaran (Rp)		141.667		
	$\pi/c$		4		
4	PP (Pedagangan Pengecer)				
	Harga Beli (Rp)		1.500.000	1.500.000	
	Biaya Pemasaran (Rp)				
	Biaya Transp (Rp)		18.000	18.000	
	Biaya Tenaga Kerja (Rp)		0	0	
	Total Biaya Pemasaran (Rp)		18.000	18.000	
	Harga Jual (Rp)		1.600.000	1.600.000	
	Margin Pemasaran (Rp)		100.000	100.000	
	Keuntungan Pemasaran (Rp)		82.000	82.000	
	$\pi/c$		4,6	4,6	
5	Konsumen Akhir				
	Harga Beli (Rp)	1.500.000	1.600.000	1.600.000	1.500.000
6	Total Biaya Pemasaran (Rp)	13.333	51.333	18.000	
7	Total Margin Pemasaran (Rp)	150.000	275.000	100.000	
8	Total Keuntungan Pemasaran (Rp)	136.667	223.667	82.000	
9	Distribusi Keuntungan	1	0,9	1	
10	Share Pengrajin (%)	90	83	94	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 3. dapat dilihat margin pemasaran, share pengrajin, dan distribusi keuntungan pada setiap saluran pemasaran berbeda-beda. Terdapat total margin pada saluran pemasaran I sebesar Rp 150.000, pada pemasaran II sebesar Rp 275.000, pada pemasaran III sebesar Rp 100.000. Semakin kecil nilai margin pemasaran, maka saluran pemasaran dikatakan efisien. Untuk share pengrajin tertinggi yang diterima oleh pengrajin yaitu 100 % berada pada saluran IV, diikuti oleh saluran pemasaran III yaitu sebesar 94 %, kemudian pada saluran pemasaran I sebesar 90 % dan pada saluran pemasaran II yaitu sebesar 83 %, share pengrajin pada keempat saluran pemasaran dikatakan efisien karena lebih dari 60 %. Distribusi keuntungan pada keempat saluran pemasaran yaitu merata atau efisien

karena nilai distribusi keuntungannya pada saluran pemasaran I sebesar 1, saluran pemasaran II sebesar 0,9, saluran pemasaran III sebesar 1.

### **Kendala yang dihadapi Pengrajin Tenun Kre Alang**

Dalam setiap usaha pasti mempunyai suatu kendala selama menjalankan usaha tidak terkecuali pada usaha tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. Rinciannya disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. Kendala yang dihadapi Pengrajin Tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa Tahun 2023

No	Jenis Kendala	Orang	Persentase (%)
1	Kurangnya Modal	5	23
2	Persaingan Produk Serupa	6	27
3	Tidak Menjadi Pekerjaan Utama	11	50
Total		22	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

#### *Kurangnya Modal*

Terdapat 5 orang atau 23% pengrajin mengalami keterbatasan atau kurangnya modal untuk memenuhi kebutuhan produksi. Ketika pengrajin tidak mempunyai bahan baku, maka pengrajin akan mengambil bahan baku ke pedagang pengumpul desa dan ketika tenun selesai dibuat maka hasilnya akan diberikan ke pedagang pengumpul dengan potongan harga karena telah mengambil bahan baku terlebih dahulu.

#### *Persaingan Produk Serupa*

Terdapat 6 orang atau 27% pengrajin mengalami kendala dalam persaingan produk yang serupa, karena dengan adanya produk yang serupa dengan harga yang ditawarkan lebih dan waktu pembuatan yang lebih cepat menyebabkan konsumen beralih ke produk tersebut dengan motif yang sama.

#### *Tidak Menjadi Pekerjaan Utama*

Terdapat 11 orang atau 50% pengrajin merupakan pekerjaan utama sebagai petani dan pekerjaan membuat tenun Kre Alang menjadi pekerjaan sampingan. Ketika pekerjaan sebagai petani selesai maka barulah pengrajin tersebut melanjutkan menenun Kre Alang tersebut, sehingga menyebabkan waktu

pengerjaan Kre Alang ini bisa mencapai satu bulan hingga dua bulan untuk satu kali produksi.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Rata-rata keuntungan tenun Kre Alang yang diterima oleh pengrajin sebesar Rp 950.846/proses produksi atau Rp 11.420.478/tahun.
2. Terdapat empat bentuk saluran pemasaran tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa, yaitu (1) Pengrajin/produsen – Pedagang Pengumpul Desa (PPD) – Konsumen. (2) Pengrajin – Pedagang Pengumpul Kabupaten (PPKab) – Pedagang Pengecer (PP) – Konsumen. (3) Pengrajin – Pedagang Pengecer (PP) – Konsumen. (4) Pengrajin – Konsumen.
3. Tingkat efisiensi pemasaran usaha kerajinan tenun Kre Alang di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa pada saluran pemasaran I memiliki margin pemasaran sebesar Rp 150.000, share pengrajin sebesar 90 % dengan distribusi keuntungan 1 yaitu adil atau merata, pada saluran pemasaran II memiliki margin pemasaran sebesar Rp 275.000, share pengrajin sebesar 83 % dengan distribusi keuntungan sebesar 0,9 yaitu adil atau merata, pada saluran pemasaran III memiliki margin pemasaran sebesar Rp 100.000, share pengrajin sebesar 94 % dengan distribusi keuntungan sebesar 1 yaitu adil atau merata dan
4. Kendala yang dihadapi oleh pengrajin adalah kurangnya modal, persaingan produk yang serupa, dan sebagian pengrajin memiliki pekerjaan utama yaitu sebagai petani.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Bagi pemerintah atau instansi terkait untuk memberikan bantuan baik berupa fasilitas peralatan atau bahan-bahan untuk menenun, memberikan pelatihan,

membantu dan mendukung dalam mempromosikan Kre Alang ke masyarakat lokal maupun masyarakat luar, memberikan pengawasan izin produksi yaitu memperbanyak hasil produksi Kre Alang sehingga dapat bersaing.

2. Bagi pengrajin diharapkan lebih meningkatkan produktivitas dan mampu mengatasi kendala yang dihadapi dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan melalui kegiatan pelatihan yang di adakan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Amrin. 2019. Desa Wisata Poto Kecamatan Moyo Hilir. Jadesta. Sumbawa.

Basu S. 1999. Saluran Pemasaran: Konsep dan Strategi Analisis Kuantitatif, BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.

Creswell. John W. 2009. Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed). Pustaka Belajar. Yogyakarta.

Fajar L. 2008. Manajemen Pemasaran. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Gitosudarmo I. 1994. Manajemen Pemasaran. BPFE UGM. Yogyakarta.

Kartiwa S. 1980. Kain Songket Indonesia. Songket Waving in Indonesia. Djambatan. Jakarta.

Masniadi R. 2019. Analisis Pendapatan Usaha Home Industri Kain Tenun (Kre Alang) di Dusun Sameri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa Tahun 2019. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Samawa.

Nazir M. 1998. Metode Penelitian. Ghalia Indonesia. Jakarta.

Nurahmi H. 2012. Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi. Suska Press. Pekanbaru.

Nurul H & Eki R. 2019. Pemetaan dan Analisis Kompetensi Inti Pada Value Chain Kre Alang Sebagai Produk Khas Sumbawa. Jurnal Tambora Volume 3: 115-116.

Philip & Armstrong. 2004." Dasar-dasar Pemasaran". Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.

- Rahim A. dan Hastuti D. 2008. Pengantar, Teori dan Kasus Ekonomi Pertanian. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rosada & Sinta P. 2018. Motif Dan Corak Kre Alang Dalam Perspektif Nilai Budaya. Jurnal Kajian. Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah. Vol 3: 15.
- Saefuddin. A. 1981. Metode Analisis Pemasaran Komoditi Pertanian. Departemen Pertanian. Jakarta.
- Soekartawi. 1995. Ilmu Usahatani dan Penelitian Untuk Perkembangan Petani Kecil. UI-Press. Jakarta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sunaryo T. 2001. Ekonomi Manajerial. Erlangga. Jakarta.
- Sutarno. 2012. Serba-Serbi Manajemen Bisnis. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Swastha. B. 1984. Azas Azas Marketing. Liberty. Kota Malang.
- Wahyuni S. D. 2009. Analisis Efisiensi Usaha dan Pemasaran Tenun Gedogan di Kecamatan Raba Kota Bima. Fakultas Pertanian. Universitas Mataram.