

BAB IV UPAYA PEMERINTAH KOTA TEGAL MELALUI DINAS PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN DAN KOPERASI DI KOTA TEGAL DALAM MENDORONG EKSPOR KAIN SARUNG TENUN 2015-2017

Arab Saudi, tepatnya Dubai, merupakan sasaran utama bagi para produsen kain sarung Indonesia. Minat dan tingginya permintaan akan pasokan kain sarung dari negara tersebut membuat para produsen berlomba untuk mengeksport barang-barang produksinya. Akan tetapi, adanya konflik di Yaman yang terjadi pada akhir tahun 2014 banyak menyita perhatian dan menyebabkan turut campurnya negara Arab Saudi yang berdampak pula bagi kegiatan ekspor, tak terkecuali kain sarung. Hal ini menyebabkan terhentinya pasokan ekspor sarung ke wilayah tersebut yang merupakan target pemasaran utama bagi produsen kain sarung, termasuk PT Asaputex Jaya yang terletak di kota Tegal. Hal tersebut membuahkan dampak negatif yang sangat besar dan tentunya berpengaruh pula pada Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi serta Pemerintah Kota Tegal. Banyak industri sarung yang besar maupun kecil turut merasakan guncangan dan imbas dari konflik Yaman tersebut. Dan tidak sedikit pula yang tutup karena tidak dapat bertahan dari keterpurukan pemasukan.

Melihat penurunan pemasaran ekspor yang sangat besar, Pemerintah Kota Tegal pun turun tangan dalam membantu menangani permasalahan tersebut. Berbagai upaya seperti mengadakan pendataan, memberikan saran-saran dan solusi permasalahan pada para produsen kain sarung, hingga mempromosikannya baik dalam lingkup lokal dan internasional, telah dilakukan oleh pemerintah kota Tegal dalam rangka untuk membantu meningkatkan kembali pemasaran ekspor serta omset bagi para produsen kain sarung yang masih bertahan.

Salah satu produsen kain sarung besar di kota Tegal yang masih dapat bertahan dalam menghadapi konflik Yaman adalah PT Asaputex Jaya. Dengan bantuan, saran dan peranan dari Pemerintah Kota Tegal, yang tergabung dalam Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kota (Disperindagkop), PT Asaputex Jaya pun akhirnya bangkit dari keterpurukan dan berusaha melakukan berbagai upaya peningkatan pemasaran ekspor kain sarung.

A. Upaya PT Asaputex Jaya Dalam Meningkatkan Ekspor Kain Sarung Tenun

PT Asaputex Jaya merupakan salah satu produsen kain sarung yang berhasil memasarkan hasil produksinya ke luar negeri yakni ke Arab Saudi, Somalia, Afrika, dan Yaman. Sasaran utama penjualan kain sarung hasil produksinya adalah pada negara Saudi Arabia, yaitu tepatnya di kota Dubai. Minat pembelian meningkat pada tahun 2012 yang dapat dibuktikan dengan meningkatnya pula omset PT Asaputex Jaya di tahun tersebut. Dan semakin meningkat di tahun berikutnya. Hingga akhirnya di tahun 2014 pada bulan September, terjadi konflik Yaman yang menyebabkan berbagai dampak negatif bagi para produsen kain sarung, dan PT Asaputex Jaya menjadi salah satunya. Penurunan omset dalam jumlah besar serta hilangnya mitra dagang di Arab Saudi yang saat itu turut serta dalam konflik Yaman, menjadi masalah serius bagi industri tersebut. Berbagai macam upaya pun dilakukan agar bisa bertahan, diantaranya adalah:

1. Menjalin mitra dagang dengan negara-negara diluar konflik.

Semenjak tahun 1938 PT. Asaputex Jaya telah memiliki hubungan dagang dengan

negara Timur Tengah. Hubungan dagang ini pun terjalin dengan baik dan saling menguntungkan. Konsumen di kawasan Timur Tengah merasa puas akan hasil produksi kain sarung dari PT. Asaputex Jaya karena dianggap lebih nyaman dipakai di berbagai cuaca, dan untuk PT. Asaputex Jaya sendiri tentu merasa diuntungkan dari segi omset yang besar dan terus meningkat. Hal ini menyebabkan PT. Asaputex Jaya lebih memilih mempertahankan dan mengutamakan sasaran dagangnya di kawasan Timur Tengah yang dapat dibuktikan dari kestabilan bahkan peningkatan penjualan.

Akan tetapi, konflik yang terjadi di Yaman pada akhir tahun 2014 yang telah membuat negara Arab Saudi ikut andil dalam permasalahan tersebut, secara tidak langsung telah menurunkan omset dari PT. Asaputex Jaya karena dibatasinya jumlah impor yang juga menjadi salah satu dampak dari konflik tersebut. Tidak hanya pada kawasan Timur Tengah, negara Afrika yang juga merupakan sasaran dagang dari PT Asaputex Jaya juga tidak dapat mengimpor kain sarung hasil produksi dari industri tersebut. Hal itu dikarenakan pengiriman ekspor kain sarung dari PT Asaputex Jaya ke Afrika dilakukan melalui perantara negara Arab Saudi, tepatnya pada kota Dubai. Hal tersebut menyebabkan PT. Asaputex Jaya mengalami penurunan omset dalam skala besar mengingat kawasan Timur Tengah dan Afrika merupakan sasaran utama ekspor sarung dari industri tersebut. Dalam hal ini, PT. Asaputex Jaya segera

mengadakan evaluasi dan melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kembali omset industri kain sarungnya dengan cara menjalin hubungan dagang dengan negara-negara diluar konflik. Dalam hal ini, negara alternatif yang menjadi sasaran ekspor produk kain sarung PT Asaputex Jaya adalah Malaysia dan Singapura.

Malaysia telah menjadi negara alternatif dari PT Asaputex Jaya untuk mengekspor produksinya. Hal ini dikarenakan dari segi geografis, negara Malaysia merupakan negara yang dekat dengan negara Indonesia. Namun, disamping itu ada beberapa alasan lain yang menyebabkan PT Asaputex Jaya memilih negara Malaysia untuk dijadikan sebagai mitra dagang baru selama adanya konflik, yaitu:

1. Kesesuaian selera konsumen Malaysia dengan produk Indonesia.

Adanya kesesuaian selera masyarakat Malaysia dengan produk kerajinan, fashion, dan produk lifestyle Indonesia, tak terkecuali produk sarung asal Indonesia yang memiliki motif khas dan unik yang sangat digemari oleh konsumen di Malaysia. Hal tersebut menjadi kunci utama bagi perusahaan kain sarung tenun di Indonesia untuk bisa meningkatkan ekspor di Malaysia.

2. Daya beli masyarakat Malaysia yang tinggi.

Daya beli masyarakat Malaysia yang tinggi ditambah dengan harga yang ditetapkan oleh produsen sarung di Indonesia, cocok dengan harga yang diinginkan oleh konsumen di Malaysia menyebabkan banyaknya produksi sarung khas Indonesia yang diekspor kesana.

3. Minat beli yang tinggi dari masyarakat Malaysia terhadap kain sarung Indonesia.

Regulasi terkait kebijakan impor kain sarung di Malaysia dikenal lumayan rumit. Hal itu dikarenakan Malaysia sangat ingin melindungi produk lokal sarung buatan negaranya. Akan tetapi, tidak menutup fakta bahwa sarung produksi di Indonesia lebih diminati dan berhasil menguasai sekitar 60-70 persen di Malaysia¹.

4. Banyaknya Tenaga Kerja Indonesia (TKI) di Malaysia.

Banyaknya Tenaga Kerja Indonesia (TKI), baik kalangan ekspatriat yang bekerja di

¹<https://lifestyle.kompas.com/read/2012/05/16/10533725/tertarik.meraup.untung.dari.pasar.malaysia> diakses tanggal 16 Mei 2015

perusahaan multinasional hingga pekerja di perkebunan dan kilang, telah menjadikan produk Indonesia bisa lebih dikenal di Malaysia. Dengan kata lain, TKI bisa menjadi "duta" produk Indonesia di Malaysia. Selain menjadi potensi pasar yang besar, TKI di Malaysia juga bisa dilibatkan untuk pemasaran produk Indonesia, tentu dengan skema kerjasama yang tepat.

5. Bukan merupakan negara konflik

Terhentinya hubungan dagang antara PT Asaputex Jaya dengan negara kawasan Timur Tengah yang disebabkan oleh konflik yang terjadi di Yaman, membuat PT Asaputex Jaya mengambil langkah untuk mengadakan mitra dagang baru dengan negara-negara di luar konflik. Langkah tersebut diambil dengan maksud untuk menaikkan dan menstabilkan kembali omset PT Asaputex Jaya, sekaligus mengembangkan mitra usaha agar tidak hanya bergantung pada negara kawasan Timur Tengah yang saat itu terlibat konflik Yaman.

Seperti layaknya negara Malaysia, negara Singapura juga telah menjadi negara alternatif tujuan ekspor PT Asaputex Jaya. Ini

dikarenakan adanya kesamaan faktor diantara kedua negara tersebut yang telah menjadi alasan bagi PT Asaputex Jaya untuk mengeksport produksinya. Faktor pertama adalah baik negara Singapura dan Malaysia merupakan negara yang secara geografis letaknya berdekatan dengan Indonesia. Kedua, negara Singapura dan Malaysia memiliki minat yang tinggi terhadap produk-produk khas Indonesia, tak terkecuali sarung tenun asli buatan Indonesia. Ketiga, negara Singapura dan Malaysia merupakan negara-negara di luar konflik yang menjadi sasaran strategi ekspansi marketing agar PT Asaputex Jaya tidak hanya bergantung pada mitra dagang sebelumnya yaitu kawasan Timur Tengah dan Afrika.

Pada masa sebelum konflik Yaman, PT Asaputex Jaya menggunakan hubungan relasi (saudara) dari pemilik PT Asaputex Jaya yang memiliki industri di negara kawasan Timur Tengah dalam menjalin hubungan dagang. Akan tetapi, pada saat terjadinya konflik Yaman yang menyebabkan kawasan Timur Tengah membatasi kegiatan ekspor impor, menyebabkan hubungan dagang dengan industri di kawasan tersebut sempat terhenti. Hal itulah yang mendorong PT Asaputex Jaya bertekad untuk bangkit dan mencari mitra usaha baru dengan negara di luar konflik. Adapun cara yang digunakan oleh PT Asaputex Jaya dalam menjalin kerjasamabaru dengan negara Malaysia dan Singapura, dilakukan dengan mengirim utusan untuk melakukan negosiasi dengan industri

dari negara terkait yang telah ditargetkan oleh PT Asaputex Jaya untuk menjadi mitra usaha baru.

Meredanya konflik yang terjadi di Yaman tidak membuat hubungan yang terjalin antara Indonesia dengan negara Malaysia dan Singapura terhenti, melainkan semakin bertambahnya komoditi yang diekspor oleh PT Asaputex Jaya ke negara tersebut yang menjadikan PT Asaputex Jaya memiliki negara tujuan ekspor baru selain di kawasan Timur Tengah dan Afrika.

2. Meningkatkan kualitas dan inovasi produksi

Dengan terjadinya konflik di Yaman, membuat PT Asaputex Jaya kehilangan mitra dagang tetapnya yang berada di kawasan Timur Tengah dan Afrika, khususnya di negara Arab Saudi. Hal tersebut memaksa PT Asaputex Jaya untuk kembali berjuang dari awal. Berbagai macam cara pun telah dilakukan. Salah satu cara yang menjadi fokus dalam rangka meningkatkan omset dagangnya adalah dengan meningkatkan kualitas produksinya. PT Asaputex Jaya mulai membuat produk-produk kain sarung serta produk tambahan berbahan dasar kain sarung dengan sentuhan baru dan unik yang bertujuan untuk meningkatkan minat konsumen dalam pembelian produk-produknya tersebut. Adapun macam-macam jenis kain sarung dengan sentuhan baru yang dibuat oleh PT Asaputex Jaya adalah:

1. Kain sarung dengan motif nusantara

PT Asaputex Jaya telah dikenal dan banyak diminati dengan produksi sarung goyornya yang dianggap nyaman dipakai diberbagai cuaca. Sarung goyor inilah yang merupakan produk unggulan dan produk khas dari PT Asaputex Jaya tersebut. Akan tetapi, dalam rangka meningkatkan kualitas produksi dan inovasi perusahaan, PT Asaputex Jaya memilih untuk mengembangkan variasi produksi kain sarung dengan memberikan sentuhan-sentuhan nusantara.

Kain sarung dengan motif timbul songket merupakan inovasi pertama yang dilakukan oleh PT Asaputex Jaya dalam usahanya untuk meningkatkan daya beli para konsumen. Kain sarung dengan motif ini berhasil mendapatkan perhatian dari para konsumen, karena dianggap unik dan berbeda. Yang pada akhirnya dapat meningkatkan omset penjualan meskipun belum mencapai target yang diinginkan.

Inovasi kain sarung lainnya yaitu kain sarung dengan motif balian. PT Asaputex Jaya menjadikan motif balian ini

menjadi salah satu motif andalan dikarenakan motif balian memiliki paduan warna yang unik dan motif yang tergolong khas yang tentunya dapat menarik minat beli para konsumen.

2. Kain sarung tanpa motif (polos)

Maraknya produksi kain sarung dengan berbagai motif menjadikan PT Asaputex Jaya memikirkan inovasi lain yang dapat menarik perhatian konsumen. Salah satu cara yang dilakukan adalah memproduksi kain sarung tanpa motif (polos). Adapun sasaran penjualan produk kain sarung tanpa motif ini adalah pada bulan Ramadhan yang konsumennya bertujuan membeli kain sarung tanpa motif tersebut yang akan digunakan pada sholatled.

3. Kain sarung trendi

Dinamakan dengan kain sarung trendi karena memiliki motif garis-garis yang lebih cocok apabila dikenakan bagi para remaja. Kain sarung trendi ini dibuat dengan paduan warna yang simpel dan modern.

4. Kain sarung dengan motif bunga

Karena dianggap unik dan berbeda dari motif lainnya, kain sarung dengan motif bunga banyak diminati dan dipesan oleh beberapa negara. Perpaduan kain sarung polos dengan motif bunga di tengah, serta perpaduan kain sarung songket dengan warna kalem dan motif bunga yang timbul, menjadi daya tarik yang tinggi di pasar internasional.

5. Sorban

Dalam rangka mengembangkan jenis-jenis produksi, PT Asaputex Jaya memilih sorban menjadi salah satu jenis barang produksinya. Keunikannya adalah sorban buatan PT Asaputex Jaya menggunakan kain dan motif layaknya sarung.

6. Peci

Karena sorban buatan PT Asaputex Jaya dianggap laris di pasaran, industri tersebut kembali menciptakan ide baru dengan memproduksi peci. Selain bertujuan untuk menambah variasi dalam pasar ekspor, penjualan peci juga ditujukan untuk masyarakat lokal yang dianggap tinggi minat belinya terhadap peci.

7. Pakaian

Merambah pada produksi selain kain sarung, PT Asaputex Jaya kembali mencoba peruntungannya di bidang pakaian. Meskipun belum dapat menyaingi omset penjualan kain sarung, produk pakaian yang dibuat oleh PT Asaputex Jaya ini termasuk salah satu produk yang menghasilkan.

3. Promosi

Berbagai macam cara telah dilakukan oleh PT Asaputex Jaya dalam tujuannya untuk menaikkan omset perusahaan. Tidak terkecuali melalui jalan promosi yang tentunya akan dapat membuat PT Asaputex Jaya lebih dikenal dan dapat dengan mudah mempromosikan berbagai hasil produksinya.

1. Promosi melalui Pekan Produk Budaya NusantaraExpo dan Forum 2016

Selain melakukan promosi melalui iklan di televisi, PT Asaputex Jaya juga mempromosikan barang produksinya dengan cara mengikuti Pekan Produk Budaya Nusantara Expo dan Forum 2016 yang diadakan oleh Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan dan Kementerian dalam Negeri Republik Indonesia. Adapun tujuandari

acara ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pelestarian Warisan Budaya baik benda dan tak benda Indonesia dan Kota Pusaka serta memamerkan kekuatan produk budaya Indonesia dari berbagai daerah dan Komunitas kepada masyarakat luas².

Salah satu inti acara dari Pekan Produk Budaya Nusantara Expo dan Forum 2016 adalah memperkenalkan produk-produk unggulan Kota Tegal agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. Acara ini dimanfaatkan oleh PT Asaputex Jaya sebagai media untuk mengenalkan produk-produk buaatannya ke masyarakat baik dalam negeri maupun luar negeri. Dalam acara ini, PT Asaputex Jaya dapat dikatakan berhasil dalam memasarkan produknya. Hal ini terbukti dari banyaknya jumlah pengunjung yang mendatangi standsarung buatan PT Asaputex Jaya.

2. Promosi melalui situs Online.

Promosi berikutnya yang dilakukan oleh PT Asaputex Jaya adalah dengan melalui situs online. Pilihan ini dilakukan

²<http://tegalkota.go.id/v2/index.php/berita-2/2178-pekan-produk-budaya-nusantara-expo-dan-forum-2016>

dengan pertimbangan bahwa minat beli masyarakat pada masa sekarang ini lebih banyak tertuju pada produk-produk yang dipasarkan melalui media online.

3. Promosi dengan sponsor ship

Dalam hal ini, kegiatan yang mengikutsertakan masyarakat dalam jumlah besar dan berkaitan dengan negara lain menjadi sasaran promosi pula bagi PT Asaputex Jaya. Industri kain sarung ini mengadakan persetujuan dengan pihak terkait kegiatan untuk bisa mempromosikan produk-produknya di dalam acara tersebut, dengan cara menjadi donatur.

B. Upaya Pemerintah Kota Tegal Dalam Meningkatkan Ekspor Kain Sarung Tenun

1. Melakukan Pendataan terhadap Perusahaan Kain Sarung Tenun di Kota Tegal

Konflik Yaman yang terjadi pada akhir tahun 2014 sangat berimbas pada kegiatan ekspor Indonesia. Salah satu yang terkena dampaknya adalah industri-industri kain sarung tenun yang telah banyak mengadakan kerjasama dengan negara-negara di kawasan Timur Tengah. Banyaknya industri-industri kecil dan menengah yang terpaksa gulung tikar dan industri-industri besar yang mengalami penurunan omset secara drastis, menyebabkan pemerintah kota Tegal

tergerak untuk turun tangan secara langsung dalam menanganinya.

Permasalahan tersebut tentu memiliki dampak negatif pula bagi pemerintah, yaitu seperti menurunnya devisa, bertambahnya pengangguran, bertambahnya biaya sosial, dan hilangnya kerjasama dengan mitra dagang luar negeri. Oleh karena itu, dengan maksud untuk membantu industri-industri kain sarung tenun tersebut keluar dari keterpurukan, pemerintah kota Tegal melalui Disperindagkop, mengadakan pendataan di kota Tegal. Pendataan ini digunakan oleh pemerintah kota Tegal sebagai bahan dalam membuat kebijakan yang terkait dengan permasalahan tersebut.

2. Membantu Mengarahkan Produsen Kain Sarung Tenun untuk Menjalin Hubungan Dagang dengan Negara di Luar Daerah Konflik

Selain mengadakan pendataan yang diperuntukkan bagi industri-industri yang terkena dampak dari adanya konflik Yaman, pemerintah kota Tegal juga mengarahkan industri-industri tersebut untuk tetap mengadakan kegiatan ekspor yang dilakukan dengan negara-negara di luar konflik.

Mengingat akan minat beli yang tinggi akan produk-produk Indonesia yang mengandung

unsur budaya yang khas, membuat pemerintah kota Tegal memberi alasan positif dan saran pada industri-industri kain sarung di kota Tegal yang telah terkena dampak dari konflik Yaman tersebut agar tidak menyerah dan terus berjuang mengembangkan industrinya dan tetap menjadi sarana dalam membawa nama baik kota Tegal di kancan internasional. Dalam hal ini pemerintah kota Tegal memberikan pandangan bahwa masih banyak negara-negara lain yang memiliki minat tinggi akan produk-produk buatan Indonesia, tak terkecuali kain sarung tenun.

Tidak hanya sekedar memberikan semangat pada para produsen kain sarung tenun tersebut, Pemerintah kota Tegal juga ikut andil memberi saran dalam menentukan negara mana saja yang dianggap tepat untuk dijadikan mitra usaha. Dalam hal ini, pemerintah kota Tegal dapat dikatakan berhasil dalam memberikan semangat terhadap beberapa industri kain sarung tenun tersebut, dan saran yang diberikan pun didengarkan oleh beberapa produsen. PT Asaputex Jaya termasuk menjadi salah satu produsen kain sarung tenun yang mengikuti saran dari pemerintah kota Tegal dalam mengadakan hubungan dagang dengan negara di luar konflik. Dalam hal ini, pemerintah kota Tegal memberikan saran akan pandangannya untuk mengadakan hubungan dagang dan menjalin mitra usaha dengan Malaysia dan Singapura. Pemerintah Kota Tegal menganggap bahwa Malaysia dan Singapura merupakan negara yang paling cocok untuk dijadikan mitra usaha karena negara-negara tersebut memiliki letak geografis yang dekat dengan Indonesia.

Gambar 3



Selain itu, negara-negara tersebut juga memiliki daya beli yang tinggi, minat masyarakatnya yang mencintai produk khas dari Indonesia, dan merupakan negara dengan jumlah TKI yang besar. Atas dukungan, saran, serta arahan dari pemerintah kota Tegal, maka terjalinlah hubungan dagang antara PT Asaputex Jaya dengan negara-negara tersebut.

3. Menggandeng BEKRAF Memperkuat Industri di Kota Tegal

Gambar 4.1³

³<http://www.bekraf.go.id/profil> diakses pada 10 Maret 2018



BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif) merupakan lembaga baru non kementerian yang dibentuk oleh Presiden Joko Widodo pada 20 Januari 2015, melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015. Badan ini memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia. Bekraf bertugas membantu presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan di bidang ekonomi kreatif⁴.

Di dalam Perpres Nomor 6 Tahun 2015 juga tertera bahwasanya dalam struktur organisasi, Bekraf diketuai oleh kepala badan yang dibantu seorang wakil, sekretaris utama, dan para deputy. Disamping itu, Bekraf juga mempunyai enam deputy yang terdiri dari Deputy Akses Permodalan; Deputy Pemasaran; Deputy Riset, Edukasi, dan Pengembangan; Deputy Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual dan Regulasi; Deputy Infrastruktur; dan Deputy Hubungan Antar Lembaga Dan Wilayah.

⁴*ibid*

Adapun visi Bekraf adalah untuk membangun negara Indonesia menjadi salah satu negara kekuatan ekonomi dunia dalam ekonomi kreatif pada 2030 nanti. Untuk mencapai visi tersebut, Bekraf merancang enam misi besar, yaitu:

1. Menyatukan seluruh aset dan potensi kreatif Indonesia untuk mencapai ekonomi kreatif yang mandiri.
2. Menciptakan iklim yang kondusif bagi pengembangan industri kreatif.
3. Mendorong inovasi di bidang kreatif yang memiliki nilai tambah dan daya saing di dunia internasional.
4. Membuka wawasan dan apresiasi masyarakat terhadap segala aspek yang berhubungan dengan ekonomi kreatif.
5. Membangun kesadaran dan apresiasi terhadap hak kekayaan intelektual, termasuk perlindungan hukum terhadap hak cipta.
6. Merancang dan melaksanakan strategi yang spesifik untuk menempatkan Indonesia dalam peta ekonomi kreatif dunia⁵.

Bekraf juga menetapkan ada 16 subsektor dari industri kreatif yang menjadi fokus untuk dikelola dan dikembangkan. Setiap deputi kemudian menerjemahkan visi dan misi di atas melalui berbagai program unggulan yang bisa diimplementasikan dalam konteks 16 subsektor tersebut. Terbentuknya Bekraf merupakan optimisme pemerintah bahwa ekonomi kreatif

⁵*ibid*

pasti akan menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Inilah awal tonggak baru ekonomi kreatif Indonesia⁶.

Dalam kaitannya dengan Kota Tegal, pada akhir tahun 2014, industri-industri kain sarung di Kota Tegal mengalami keterpurukan yang disebabkan oleh adanya konflik Yaman. Bahkan beberapa pengrajin sarung tidak dapat bertahan dari omset yang menurun drastis yang merupakan dampak dari konflik Yaman.

Gambar 4.2⁷



Oleh karena itu, wali kota Tegal yang menjabat pada saat itu memutuskan untuk menggandeng Bekraf dalam rangka meningkatkan dan menggali potensi-potensi yang ada di tiap-tiap industri, serta dapat mengembangkan kreativitas agar dapat lebih optimal dan dapat bersaing di pasar dunia. Dalam hal ini, Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) menggelar acara Focus Group

⁶*ibid*

⁷ <http://www.tegalkota.go.id/v2/index.php/berita-2/2526-bekraf-gelar-fgd-penguatan-dan-pengembangan-potensi-ekraf-kota-tegal>

Discussion (FGD) Penguatan dan Pengembangan Potensi Ekonomi Kreatif di Kota Tegal yang dihadiri oleh Wakil Ketua Komisi X DPR RI Abdul Fikri Faqih, Kasubdit Hubungan Antar Lembaga Rita Dwi Kartika Utami, Walikota Tegal KMT. Hj. Siti Masitha Soeparno yang diwakili oleh Plt. Sekda Dyah Kemala Shinta dan juga mengundang para pelaku ekonomi kreatif Kota Tegal termasuk para produsen kain sarung agar bisa kembali mengembangkan usahanya lebih optimal lagi⁸.

4. Mengikutsertakan Produsen Kain Sarung Tenun dalam Pekan Produk Budaya Nusantara Expo dan Forum 2016

Gambar 5⁹



Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pelestarian Warisan Budaya baik benda dan tak benda Indonesia dan Kota Pusaka

⁸ *ibid*

⁹ <http://pariwisata.tegalkota.go.id/index.php/wisata-belanja/2-uncategorised/35-pekan-produk-budaya-nusantara-expo-dan-forum-2016>
diakses Mei 2018

serta memamerkan kekuatan produk budaya Indonesia dari berbagai daerah dan Komunitas kepada masyarakat luas maka Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan dan Kementerian dalam Negeri Republik Indonesia mengadakan Pekan Produk Budaya Nusantara Expo dan Forum 2016. Selain untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pelestarian Warisan Budaya, tujuan lain dari pemerintah kota Tegal akan pengikutsertaan dalam kegiatan ini adalah dalam rangka memperkenalkan produk-produk unggulan kota Tegal agar dapat dikenal oleh masyarakat luas baik dalam negeri maupun luar negeri¹⁰. Salah satu produk unggulan di kota Tegal yang telah mendapatkan nama dan tempat, baik dalam pasar nasional maupun internasional adalah produk kain sarung tenun. Dalam hal ini pemerintah kota Tegal yang tergabung dalam Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kota Tegal mempercayakan pada PT Asaputex Jaya untuk menjadi bagian dalam ikut sertanya acara Pekan Produk Budaya Nusantara Expo dan Forum 2016, karena dianggap sebagai sebuah industri kain sarung tenun yang telah membawa nama baik khususnya untuk kota Tegal baik di kancah nasional maupun internasional.

Sebelumnya, Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kota Tegal telah menggunakan beberapa cara dalam kaitannya untuk membantu produsen yang memiliki produk-produk unggulan di Kota Tegal dalam meningkatkan dan mempromosikan produk-

¹⁰ *Ibid*

produk unggulan mereka. Seperti mengadakan pameran budaya lokal di Tegal, mengadakan pasar kuliner khas Tegal, membuat event lomba Fashion Show dengan mengenakan produk-produk pakaian buatan produsen Tegal. Meskipun acara tersebut dapat dikatakan sebagai acara yang sukses karena diminati dan dihadiri oleh masyarakat luas dalam jumlah banyak, akan tetapi pemerintah kota Tegal belum merasa puas. Hal tersebut dikarenakan tujuan promosi dan pemasaran hanya terealisasi terbatas pada masyarakat lokal dan dalam lingkup nasional saja. Oleh karena itu, dengan adanya Pekan Produk Budaya Nusantara Expo dan Forum 2016, pemerintah kota Tegal melalui Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kota Tegal berusaha merealisasikan tujuannya dalam programnya mengenalkan sekaligus mempromosikan produk-produk unggulan kota Tegal di kancah Internasional.

5. Menjalin Kerjasama Dengan Kemenperin Untuk Mengembangkan Potensi Industri Kota Tegal

Gambar 6



Kerajinan kain sarung tenun merupakan salah satu produk unggulan Kota Tegal yang berhasil menembus pasar dunia. Tingginya jumlah sarung yang diekspor ke beberapa negara di kawasan Timur Tengah dan Afrika tidak hanya mengharumkan nama Kota Tegal di kancah internasional melainkan juga memiliki dampak yang positif untuk membantu perekonomian di Kota Tegal. Konflik di Yaman telah menimbulkan depresi berat bagi para produsen kain sarung tenun di Kota Tegal yang akhirnya berujung pada bangkrutnya sebagian produsen kain sarung tenun di Kota Tegal. Gulung tikarnya para produsen kain sarung tenun di Kota Tegal yang cukup tergolong banyak, menyebabkan Pemerintah Kota Tegal, bersama Disperindagkop, berjuang dalam mencari berbagai macam solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut serta untuk meningkatkan kembali ekspor kain sarung tenun pasca terjadinya konflik di Yaman. Salah satu strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Tegal yaitu dengan menjalin kerjasama dengan Kemenperin untuk meningkatkan potensi industri di Kota Tegal agar bisa bersaing di pasar dunia. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan membantu para produsen kain sarung tenun untuk melakukan pemasaran produk, seperti memperbanyak kegiatan melalui bazar, seperti bazar murah, bazar ramadhan dan lainnya. Selain itu, program lain yang digagas oleh Direktur dan Dirjen Kemenperin adalah pemberian pelatihan bagaimana pengemasan produk lebih baik sehingga meningkatkan nilai jual produk agar menjadi layak jual tidak hanya dalam pasar domestik melainkan juga di pasar luar negeri.