

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK TENUN ULAP DOYO OLEH KELOMPOK TENUN DI DESA TANJUNG ISUY KECAMATAN JEMPANG KABUPATEN KUTAI BARAT

Jales Tumbelaka ¹

Abstrak

Industri kreatif di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya, dan kerajinan yang menjadi subsector memberikan kontribusi banyak pada pendapatan domestik bruto (PDB) di Indonesia. Salah satu kerajinan yang meupakan industri kreatif Di Kalimantan Timur yaitu Tenun Ulap Doyo, Ulap Doyo merupakan salah satu industri produk hijau di Indonesia dengan nama latin (Curliglia Latifolia). Dengan pindahnya Ibu Kota Negara Indonesia ke Kalimantan Timur hal ini mnejadi sebuah tantangan baru sekaligus menjadi keuntungan bagi industri kreatif di Kalimantan Timur secara khusus Tenun Ulap Doyo.

Peneliitian ini yang berjudul Strategi Pengembangan Produk Tenun Ulap Doyo Oleh Kelompok Tenun Di Desa Tanjung Isuy bertujuan untuk mengetahui respon, tindakan atau jawaban yang diambil oleh masyarakat di Desa Tanjung Isuy terhadap masa depan dari industri kreatif kerajinan di Kalimantan Timur. Melalui strategi-strategi yang digunakan dan dengan hasil yang diperoleh dengan strategi itu. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif Deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi Hasil penelitian ini ditemukan Kelompok Tenun melakukan Strategi Branding, Pemasaran, dan peletarian Budaya yang ketiganya merupakan strategi pengembangan produk Tenun Ulap Doyo. Menjelaskan bagaimana strategi kelompok tenun dilakukan serta mendeskripsikannya.

Kata kunci: *Strategi Pengembangan, Tenun Ulap Doyo, Kelompok Tenun*

¹ Mahasiswa Program Studi Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: jtumbalaka@gmail.com

Pendahuluan

Industri kreatif nasional pertumbuhannya mengalami peningkatan setiap tahunnya. Saat ini, peningkatan pertumbuhan industri kreatif nasional mencapai 7 % (Husin, 2021). Tahun 2015 sampai sekarang kontribusi yang besar dari industri kreatif berperan dalam peningkatan produk domestik bruto (PDB) nasional, sejak munculnya di tahun 2007. Pada tahun 2015 tercatat Rp. 852 triliun.

Penyumbang terbanyak PDB nasional adalah subsektor kerajinan, selanjutnya subsektor fashion dan disusul oleh subsektor periklanan. Sub sektor kerajinan dalam beberapa tahun belakangan tetap bertahan sebagai penyumbang terbanyak PDB nasional karena sumber daya alam pendukung untuk pembuatan kerajinan masih banyak tersedia.

Salah satu kerajinan yang meupakan industri kreatif Di Kalimantan Timur yaitu Tenun Ulap Doyo, Ulap Doyo merupakan salah satu industri produk hijau di Indonesia dengan nama latin (*Curliglia Latifolia*). Ulap Doyo merupakan produk asli daerah Kalimantan Timur yang hanya ada di daerah Kutai Barat dan Kutai Kartanegara. Alasan mengapa Ulap Doyo hanya berada di dua daerah tersebut yaitu di dalam pitutur alkisah ketika penduduk suku Dayak Benuaq bermigrasi ke Kalimantan Selatan dan membawa tanaman Doyo tersebut ternyata tanaman tersebut tidak bisa tumbuh. Akhirnya penduduk suku Dayak Benuaq kembali dan menanam di daerah asal mula tanaman Doyo berasal, dan membudidayakan sebagai tanaman yang digunakan untuk membuat sebuah kain dan hanya ditemui di kedua daerah tersebut. Dengan alasan historis, itu lah mengapa Ulap Doyo di sebut sebagai tanaman regiosentris khas daerah Kalimantan Timur.

Di kecamatan Jempang budidaya Tenun Doyo masih dilakukan dari orang tua hingga anak muda, sebagai warisan budaya dan mata pencaharian masyarakat. Dari banyak potensi lokal yang ada di Kecamatan Jempang, tenun ulap doyo merupakan salah satu potensi lokal yang harus dioptimalkan dari aspek budaya maupun ekonomi. Tenun Doyo Benuaq desa Tanjung Isuy telah dikenal oleh nenek moyang suku Dayak Benuaq sebagai bahan baku pakaian dan masih tetap bertahan hingga saat ini, karena berakar pada warisan budaya masyarakat Dayak Benuaq khususnya masyarakat Tanjung Isuy dan sekitarnya yang diproduksi secara turunturun. selain untuk penopang ekonomi keluarga, kegiatan menenun juga merupakan bentuk pendidikan keterampilan dari sesepuh masyarakat benuaq kepada generasi berikutnya dalam menjaga keberlanjutan budaya menenun.

Dahulu Ulap Doyo di produksi masing-masing oleh masyarakat namun sekarang ada kelompok Tenun yang bersama-sama menenun dan Menjual hasilnya, dulu juga Tumbuhan Doyo masih dicari sendiri oleh penenun namun sekarang banyak masyarakat menjual benang jadi yang yang diolah dari daun doyo yang kemudian dibeli oleh penenun. Hal ini dikarenakan banyaknya permintaan pasar, menanggapi hal tersebut beberapa orang mengolah benang dari daun doyo dengan tujuan mendapatkan uang dan mempercepat produksi tenun.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi masyarakat atau kelompok tenun dalam mengembangkan potensi lokal Ulap Doyo sehingga pendapatan meningkat. Berdasarkan uraian diatas maka judul penelitian adalah Strategi Pengembangan Poensi Lokal Tenun Ulap Doyo Oleh Kelompok Tenun Di Desa Tanjung Isuy Kecamatan Jempang Kabupaten Kutai Barat.

Kerangka Dasar Teori

Strategi Pengembangan

Kotler dan Amstong (2014) mendefinisikan bahwa strategi pengembangan produk merupakan suatu strategi untuk pengembangan dari produk orisinil, peningkatan produk, dan merk baru melalui usaha R&D Strategi pengembangan produk menjadi salah satu strategi usaha dalam suatu perusahaan untuk mencapai keberhasilan dalam meningkatkan volume 17 penjualan maupun laba perusahaan.

Branding

Branding merupakan adalah proses mendesain, merencanakan, dan menkomunikasikan nama serta identitas dengan tujuan membangun dan mengelola reputasi. Anholt (2003). Branding bisa juga diartikan sebagai upaya memasarkan suatu merek atau produk dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang besar serta menanamkan kredidibilitas suatu produk kepada komsumen. Dalam hal branding merupakan suatu hal penting dalam marketing dan memasarkan suatu produk dikarenakan diperlukan sebuah strategi untuk mendapatkan keuntungan yang besar.

Pemasaran

Pemasaran sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendsitribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial (Stanton, 1997). Pemasaran adalah suatu proses analisis, perencanaan, implementasi, koordinasi dan pengendalian program pemasaran yang meliputi kebijakan produk, harga, promosi, dan distribusi dari produk, jasa dan ide yang ditawarkan untuk menciptakan dan meningkatkan pertukaran manfaat dengan pasar sasaran dalam upaya pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan (Boyd, et al., 1998).

Pelestarian Budaya

Menurut Koentjaraningrat pada Triwardani (2014: 103) pelestarian budaya ialah sebuah sistem yang besar sehingga melibatkan masyarakat masuk ke pada subsistem kemasyarakatan serta mempunyai komponen yang saling terhubung antar sesama. sebagai akibatnya pelestarian budaya ini bukanlah kegiatan yang mampu dilakukan secara individu menggunakan dalih memelihara suatu kebudayaan supaya tidak punah serta hilang dengan berkembangnya zaman.

Ulap Doyo

Sejak zaman dulu suku Dayak Benuaq yang tinggal dekat sungai ohong lebih dikenal sebagai perajin Tenun Doyo. Tetapi tidak diketahui hingga sekarang mulai dari tahun berapa mereka mengembangkan ulap doyo ini sampai ke desa Tanjung Isuy, Kutai Barat. Beberapa sumber mengatakan bahwa tenun Doyo sebelumnya pernah berkembang Di dalam suku Ot Danum dari Kalimantan Selatan (Achmad, 1994/1995:12).

Doyo adalah jenis tanaman liar yang tumbuh di hutan maupun di ladang milik Penduduk di Kalimantan Timur. Tanaman Doyo saat ini semakin sukar didapatkan dikarenakan adanya pembukaan lahan pertambangan dan perkebunan di Kutai Barat sejak tahun 1990-an.

Kelompok Tenun

Kelompok Tenun Ulap Doyo adalah kelompok yang dibentuk dengan tujuan sebagai wadah masyarakat untuk mengembangkan usaha secara khusus tenun ulap doyo dan juga sebagai wadah masyarakat yang ingin memulai belajar menenun dengan tujuan memberdayakan, di Desa Tanjung Isuy kelompok tenun atau kelompok pengerajin sudah ada sejak jaman dulu, dan turunkan kepada anak cucu anggota kelompok tenun.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. metode penelitian kualitatif ini sangat relevan dengan penelitian ini, dikarenakan tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan potensi lokal dengan optimal yaitu budidaya tenun Ulap Doyo di desa Tanjung Isuy kecamatan Jempang kabupaten Kutai barat.

Fokus dalam penelitian ini adalah Strategi Pengembangan Produk Tenun Ulap Doyo Yang Dilakukan Oleh Kelompok Tenun

Hasil Penelitian

Desa Tanjung Isuy merupakan dasa kecamatan Jempang yang luas wilayah 95,46 km², Penduduk Asli Desa Tanjung Isuy adalah Etnis/suku dayak

Benuaq. Mayoritas penduduk desa Tanjung Isuy adalah Etnis/suku Dayak Benuaq. Namun sebagian masyarakatnya adalah masyarakat pendatang dari daerah lain. Desa Tanjung Isuy memiliki 13 rukun tetangga (RT), dengan jumlah penduduk 3346 Jiwa. Jumlah Penduduk LakiLaki 1720 Jiwa, dan Jumlah penduduk Perempuan 1626 Jiwa dengan kepadatan penduduk 35,05. desa Tanjung Isuy Merupakan Pusat pemerintahan dari Kecamatan Jempang. waktu tempuh perkotaan menuju Desa Tanjung Isuy adalah ± 2 jam. akses jalan dari Perkotaan menuju Desa Tanjung Isuy cukup baik namun hanya sampai jalan masuk menuju Desa tanjung Isuy yang masih rusak.

Desa Tanjung memiliki dua kelompok tenun yang besar dan masih aktif hingga pada saat ini yaitu kelompok tenun seputak dan kelompok tenun tunas mekar batu bura yang kedua kelompok masih memiliki anggota aktif lebih dari sepuluh. Alan memilih kedua kelompok tenun ini sebagai subjek penelitian adalah kedua kelompok memiliki dua cara yang berbeda dalam menjual tenun ulap doyo dan kedua kelompok melakukan afiliasi yang berbeda. Tunas mekar batu bura berkerja sama dengan swasta sedangkan seputak bekerja sama dengan pemerintah. Kedua cara ini dapat diketahui bagaimana strategi-strategi yang dilakukan oleh kedua kelompok tersebut.

Strategi Pengembangan;

1. Branding

Strategi branding yang dilakukan oleh Kelompok Tenun desa Tanjung Isuy berfokus pada bagaimana Kelompok Tenun mempromosikan produk, inovasi produk dan memodifikasi produk dengan tujuan mengikuti pasar modern dan upaya membangun citra produk pada konsumen luar. Berikut beberapa Strategi Branding yang Dilakukan oleh Kelompok Tenun Desa Tanjung Isuy;

1) Video promosi dan Brand Ambassador

Kelompok Tenun Di Desa Tanjung Isuy melakukan kerjasama kepada pemerintah Kabupaten Kutai Barat, yaitu dengan membuat video profil Tenun Ulap Doyo yang bertujuan sebagai promosi kepada masyarakat luas bagaimana Tenun Ulap doyo dibuat dan bagaimana sejarah dari Ulap Doyo ini sendiri. Pembuatan video profil dilakukan oleh seluruh pengerajin yang berada Di Desa Tanjung Isuy. Pembuatan video profil Ulap Doyo dilakukan bersama dengan Ibu Yayuk Seri Rahayu Yapan sebagai ketua Dewan Kerajinan Daerah Nasional Kutai Barat (Dekranesda) dan juga Ibu Yayu menjadi Brand Ambassador yang berfungsi sebagai Brand Awareness untuk mengenalkan produk Tenun Ulap Doyo pada Komsumen luar dan meningkatkan aktivitas marketing serta mendorong penjualan. Dengan adanya usaha pembuatan video profil tersebut, tentunya memiliki dampak yang cukup besar terhadap pengasilan

kelompok, baik berupa materi uang maupun citra ulap doyo yang mulai dikenal oleh masyarakat luar atau konsumen yang di luar kutai barat.

2. *Pemasaran*

Strategi Pemasaran berfokus pada bagaimana kelompok Tenun Di desa Tanjung Isuy proses memasarkan produk serta Sistem penjualan produk Tenun Ulap Doyo hingga sampai pada konsumen. Strategi pemasaran yang dilakukan kelompok tenun Seputak yaitu adalah berkerjasama dengan pemerintah Kabupaten Kutai Barat, Strategi Pengembangan oleh kelompok Tenun seputak dalam memaksimalkan pemasaran dengan ikut serta dalam festival budaya Tanjung Isuy Ehad dan festival budaya ulang tahun Kutai Barat Dahau yang diadakan setiap tahun. Kelompok tenun dan anggota kelompok tiap tahun mengikuti event tersebut, dengan memaksimalkan pemasaran kelompok tenun Seputak dapat mendapatkan hasil yang diinginkan. Tidak hanya berkontribusi dalam event tersebut kelompok dan anggota kelompok memaksimalkan pemasaran dengan menjual produk Ulap Doyo dengan online, memanfaatkan era digital commerce kelompok Tenun Seputak mendapatkan hasil yang diinginkan.

Sedangkan untuk kelompok tenu Tunas Mekar Batu Bura yaitu melakukan kerja sama dengan swasta, Galeri Rumah Rakuji yang berada di Jakarta Pusat. Kerjasama yang dilakukan yaitu kelompok tenun tunas Mekar Batu Bura sebagai penyuplai utama tenun Ulap Doyo yang kemudian akan dijual dan dipamerkan oleh Galeri.

3. *Pelastarian Budaya*

Strategi pelastarian budaya yang dilakukan oleh kelompok tenun di Desa Tanjung Isuy ada 4 antara lain;

Program pengajaran Tenun Ulap doyo di sekolah, strategi ini dilakukan oleh seluruh kelompok tenun yang berada di Desa Tanjung Isuy, tenun ulap doyo masuk dalam mata pelajaran sekolah muatan local yang dimana anak-anak sekolah menengah pertama diajarkan dasar dalam menennun serta pengenalan bahan baku tenun ulap doyo.

Bantuan alat tenun modern, Pemerintah kutai barat memberikan bantuan berupa alat tenun modern yang bertujuan agar proses produksi Tenun Ulap Doyo Di desa Tanjung Isuy bisa lebih massif. Dan mempermudah para pengerajin dalam menenun dikarenakan sitem penenunan menggunakan mesin menggunakan roda jadi penenunan bisa lebih cepat dibandingkan menenun dengan cara lama. Namun berdasarkan pernyataan Informan bahwa mesin tersebut tidak efektif dan masyarakat juga kurang familiar pada hal baru, serta benang yang cepat putus disebabkan benang dari Ulap Doyo merupakan serat alami dari daun

tumbuhan lemba memiliki bentuk yang tipis sehingga tidak mampu menahan beban dari alat tenun tersebut.

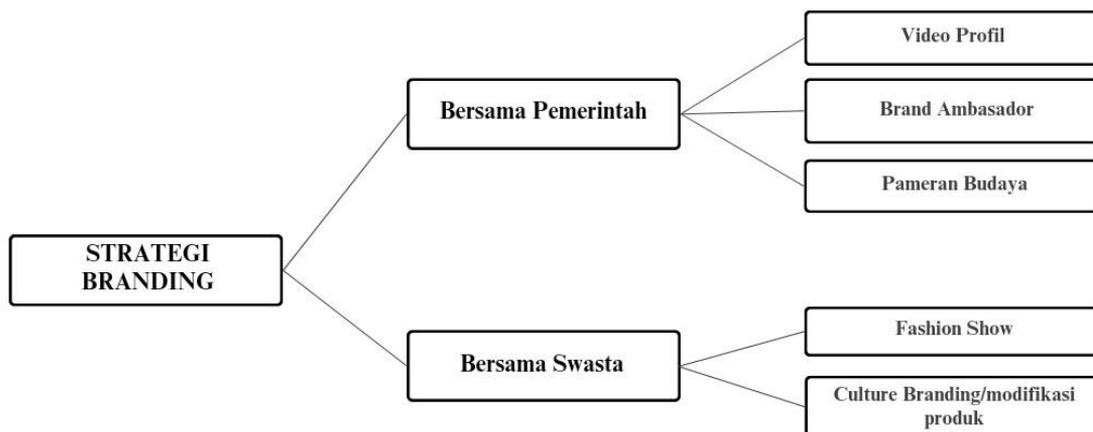
Penanaman bahan baku pembuatan tenun ulap doyo, dengan cara menanam tumbuhan doyo walaupun masih sebagian kecil Pengerajin yang melakukan namun ini adalah langkah awal dari salah satu unsur pelestarian budaya oleh kelompok tenun dan Pengerajin Desa Tanjung Isuy. Penanaman tumbuhan doyo ini telah dilakukan lebih dari sepuluh tahun yang lalu dan diikuti oleh masyarakat desa tanjung isuy yang tidak tergabung dalam kelompok tenun atau pengerajin individu.

Mewariskan budaya tenun pada anak pengerajin, Berdasarkan observasi peneliti Di desa Tanjung Isuy para Pengerajin mengajarkan dan melatih anak mereka sendiri dalam menenun Ulap Doyo, hal ini dapat dijumpai pada rumah pengerajin Di Tanjung Isuy. Dengan mewariskan Tenun Ulap Doyo pada generasi selanjutnya Ulap Doyo akan selalu ada eksistensinya. Selain bahan baku Ulap Doyo yang dilestarikan namun pelaku dari kegiatan tenun atau Pengerajin perlu dilestarikan juga keberadaannya agar pengerajin dimasa akan datang tidak hilang.

Strategi Branding Pada Pengembangan Produk Tenun Ulap Doyo Oleh Kelompok tenun Di Desa Tanjung Isuy, Kecamatan Jempang

Strategi Branding yang dilakukan oleh kelompok tenun di Desa Tanjung Isuy cukup beragam, dari inovasi produk, fashion show, hingga pembuatan video profil sebagai pengenalan produk dan sarana promosi. dengan dilakukannya branding produk Ulap Doyo lebih dikenal oleh masyarakat luas, seta nilai budaya yang tidak hilang dalamnya.

Strategi Branding memiliki pengaruh pada pengasilan kelompok tenun secara khusus Pengerajin Ulap Doyo. Dari mulai dikenalnya produk Ulap Doyo pada masyarakat luas melalui Strategi Branding pengasilan yang didapat oleh Pengerajin juga bertambah, dari pesanan online oleh konsumen luar Kalimantan Timur hingga permintaan produk dari dalam daerah meningkat.

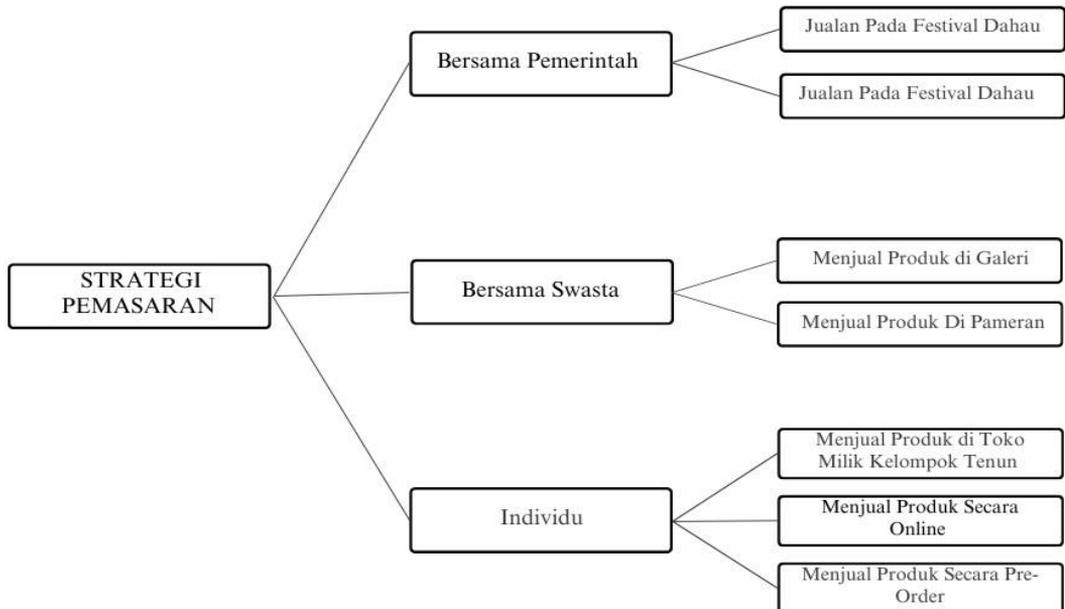


Melalui bantuan Pemerintah dalam memfasilitasi dan edukasi kepada Pengerajin dan kelompok tenun Strategi Branding dapat dilakukan. Membantu proses pembuatan video profil dan memberi edukasi marketing atau pemasaran produk Tenun Ulap Doyo. Kelompok tenun Desa Tanjung Isuy memanfaatkan bantuan yang telah diberikan serta berkerjasama dengan Pemerintah dalam memajukan industri kreatif di Kabupaten Kutai Barat.

Selain dari pengasilan Strategi Branding juga berpengaruh pada budaya kearifan lokal masyarakat yang dulunya Ulap Doyo merupakan pakaian adat untuk acara-acara adat suku Dayak hingga menjadi sebuah produk Fashion yang masih memiliki nilai khas didalamnya, serta inovasi produk yang dulunya hanya sebatas pakaian sekarang bisa dijumpai dengan beragam jenis produk seperti tas, dompet, topi, dan selendang. Dengan Fashion Show memakai pakaian Yang tebuat Ulap Doyo yang Dilakukan pada sebuah galeri mempengaruhi hasil penjualan serta menarik komsumen lain dan juga menanmbahkan nilai Fashion dalam Produk Tenun Ulap Doyo.

Strategi Pemasaran Pengembangan Produk Tenun Ulap Doyo Oleh Kelompok Tenun Di Desa Tanjung Isuy, Kecamatan Jempang

Pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari berbagai kegiatan bisnis atau usaha yang diditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga barang atau jasa, mempromosikannya dan mendistribusikannya kepada konsumen.



Bedasarkan diagram diatas kelompok tenun di Desa Tanjung Isuy strategi marketing atau pemasaran lebih dioptimalkan yaitu dengan melakukan kerjasama bersama pemerintah pusat dan kampung, dengan cara yaitu pada saat event atau acara-acara besar seperti dahau (ulang tahun kabupaten kutai barat) dan ehad (festival budaya kecamatan jempang) kelompok sepatuk ikut langsung

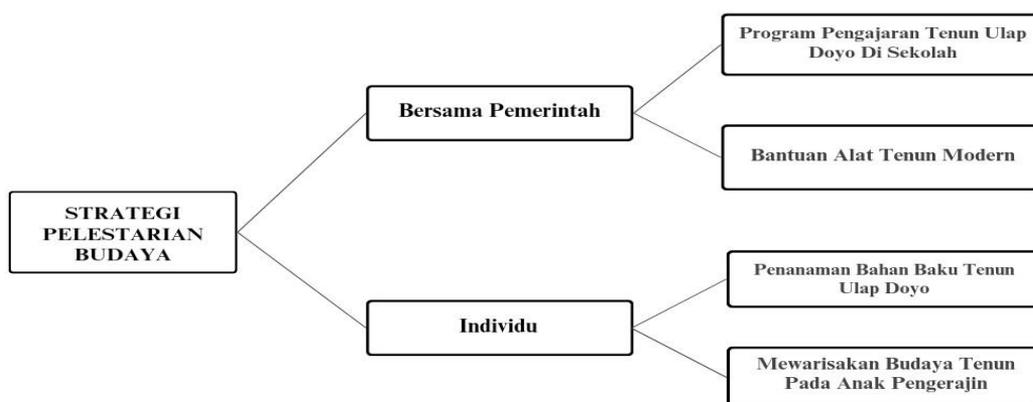
berkontribusi dalam event tersebut berkontribusi di ehad yaitu bersama dengan pemerintah desa dalam festival budaya yang disertai olahraga tradisioanal dan pameran berbagai jenis barangbarang khas dayak yang salah satunya ulap doyo. Kelompok tenun sepatuk berkontribusi langsung dengan mengikuti

pameran ehad. Dengan hasil penjualan setelah mengikuti ehad yang cukup besar. Festival Dahau atau ulang tahun kabupaten Kutai Barat sangat besar baik dari pengunjung yang datang hingga pameran yang dilaksanakan, dan desa Tanjung Isuy dikenal sering menjadi kontribusi terbanyak dalam dahau dari kategori peserta pameran. Dengan hal itu pemerintah kabupaten mewadahi tempat pameran dan berjualan di Dahau. Dengan mengikuti Dahau kelompok tenun Desa Tanjung Isuy mendapatkan pendapatan yang besar, berkali-kali liat dari pendapatan bulanan dan acara pameran lainnya.

Kelompok tenun di Desa Tanjung Isuy tidak hanya mengoptimalkan pemasaran melalui acara-acara besar atau festival budaya di desa, namun kelompok tenun sepatuk juga mengoptimalkan penjualan dengan berjualan online yang dilakukan via facebook dan pre order whatsapp. Dengan memanfaatkan era digital commerce kelompok mengoptimalkan penjualan. Dari cara ini kelompok dan anggota kelompok mendapat kan hasil yang cukup besar.

Strategi Pelestarian Budaya Pada Pengembangan Produk Tenun Ulap Doyo Oleh Kelompok tenun Di Desa Tanjung Isuy, Kecamatan Jempang

Strategi Pelestarian Budaya adalah upaya melastarikan budaya yang ada dengan menggunakan cara-cara yang telah dipersiapkan. Kelompok tenun di Desa Tanjung Isuy melakukan Pelestarian Budaya dengan melalui pewarisan budaya yang dimana Tenun Ulap Doyo Merupakan salah satu produk kebudayaan di Indonesia.



Bedasarkan diagram diatas diketahui Kelompok Tenun Di desa Tanjung Isuy mengenalkan Tenun Ulap Doyo pada generasi berikutnya dengan melalui sekolah dan individu masing-masing pengerajin pada anak-anak mereka. Pemerintah Kutai Barat juga memberikan bantuan dengan tujuan membantu Pengerajin selain menjadi sarana menenun namun juga menjadi sarana pembelajaran bagi anak-anak di Desa Tanjung Isuy.

Selain melestarikan Tenun Ulap Doyo dengan mengenalkan dan mengajari anak muda bertenun, Pengerajin Dan kelompok tenun di Desa Tanjung Isuy juga melastarikan dengan menanan bahan baku pembuata Ulap Do.yo yaitu daun Lemba atau Doyo. Yang dulunya daun Doyo dianggap sebagai gulma bagi petani di Desa Tanjung Isuy namun kini daun doyo mulai ditanam dengabn tujuan agar aset kebudayaan tidak hilang, mengingat menurut cerita Daun Doyo hanya bisa tumbuh di Desa Tanjung Isuy dan Tenggarong alasan geografis menjadi penyebabnya.

Hasil dari Strategi Pelestarian Budaya ini mengasilakan sumber bahan baku yang melimpah bagi Pengerajin serta tidak hilangnya aset Kebudayaan asli Kalimantan Timur. Dengan Strategi Pelastarian Budaya Kelompok tenun dan Pengerajin di Desa Tanjung Isuy bisa mempersiapkan untuk masa depan yang dimana Ibu Kota Negara Indonesia akan pindah ke Kalamantan Timur, Tenun Ulap Doyo yang merupakan salah satu industri kreatif dan menjadi ikon produk budaya dari Kalimantan Timur. Tanjung Isuy mendapatkan privilege menjadi Desa yang mengasilkan Ulap Doyo Selain Kota Tenggarong hal ini lah yang menjadi pentingnya Pelestiarian Budaya yang dilakukan oleh Kelompok Tenun di Desa Tanjung Isuy.

Kesimpulan

Strategi pengembangan yang dilakukan oleh kelompok tenun Seputak dan Tunas Mekar Batu Bura sukses memaksimalkan penghasilan yang ingin dicapai oleh para pengerajin dengan adanya bekerjasama dengan pemerintah dan swasta penjualan dan pemasaran dapat dioptimalkan. Serta adanya kesadaran para pengerajin mengenail bahan baku Tenun Ulap Doyo sehingga banyak cara yang dilakukan untuk membuat bahan baku tetap ada salah satunya yaitu dengan menanan Doyo pada kebun pengerajin. Para pengerajin juga mewariskan cara bertenun pada anak-anak mereka sejak dini agar para pengerajin ulap doyo tetap ada existensinya hingga masa mendatang. Startegi yang dilakukan oleh kedua kelompok merupakan strategi yang berhasil, bekerjasama dengan Lembaga swasta pengasilan yang didapat jauh lebih besar dibandingkan dengan berkerjasama dengan pemerintah. Dengan membandingkan hasil yang didapat oleh masing-

masing kelompok pendapatan kelompok Tunas Mekar Batu Bura jauh lebih besar dibandingkan Kelompok tenun Seputak. Namun keduanya masih memiliki keuntungan yang sama yaitu, pameran yang dilakukan oleh pemerintah jagan memiliki impact yang besar pada terkenalnya Tenun Ulap Doyo di Kalimantan Timur. Pendapatan kelompok tenun merupakan satu-satunya pembeda dari strategi yang dilakukan oleh kedua kelompok.

Rekomendasi

kelompok Tenun harus lebih mengayomi anggota kelompok lain agar kompak dalam upaya melestarikan budaya terutama untuk penanaman tumbuhan doyo. Pengerajin di Desa Tanjung Isuy yang tidak tergabung dalam kelompok tenun atau yangpun yang tergabung harus lebih aktif lagi dalam mengikuti acara-acara pameran agar pendapatan meningkat dan melestarikan aset kebudayaan Pemerintah desa Tanjung Isuy dan pemerintah pusat Kabupaten Kutai Barat harus lebih aktif lagi dalam memberikan bantuan ataupun kerjasama pada pengerajin Tenun Ulap Doyo Di Desa Tanjung Isuy dan Pengerajin Tenun Ulap Doyo yang luar, agar pengasilan para pengerajin lebih meningkat lagi.

Daftar Pustaka

- Abdul Malik, Sungkowo Edy Mulyono (2017). *Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal melalui Pemberdayaan Masyarakat*. Journal of Nonformal Education and Community Empowerment Volume 1 (1): 87-101
- Alaydrus, Ali. Z.A. (2022). Value Added Analysis and Business Development Strategy for Ulap Doyo (*Curculigo latifolia*) in Loa Ipuh district , Kutai Kartanegara Regency. *Sinta Journal*, 3 (2), 57-68.
- Anggito & Setiawan (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat. CV Jejak
- Basu Swastha dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2003), 29-30)
- Dita Andansari, Darius Shyafary (2021). *Peluang Inovasi Produk Tas Wanita Berbahan Ulap Doyo Berdasarkan Preferensi Masyarakat Di Kalimantan*

Timur. *Desain Produk Industri dan Arsitektur*. Vol. 9 No. 2, Oktober 2021
pp. 174 - 180

Dr. Herning Indriastuti, Se., M M (2021). *Ulap Doyo: Produk Regiosentris Kalimantan Timur*

Lisyawati Nurcahyani (2018). *Strategi Pengembangan Produk Kain Tenun Ikat Sintang*. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, Vol. 3, Nomor 1, Juni 2018

Mita Purbasari, Anita Rahardja (2018). *Warna Tenun Doyo Sebagai Ekspresi Masyarakatnya (Tanjung Isuy – Kutai Barat)*. *Dimensi* Vol.14- No.2

Siti Zuliyah (2010). *Strategi Pemberdayaan Masyarakat Desa Dala Menunjang Pembangunan Daerah*. *Journal of Rural and Development* Volume I No. 2