

Pemberdayaan Masyarakat Untuk Pelestarian Kain Tenun Cagcag Sebagai Warisan Budaya di Desa Pejeng Kangin Gianyar Bali

Agus Darma Yoga Pratama¹ | I Gusti Ayu Agung Dian Susanthi¹ | Ni Made Rai Juniariani¹

1. Universitas Warmadewa, Denpasar, Bali-Indonesia

Korespondensi:

Agus Darma Yoga Pratama, Universitas Warmadewa, Denpasar, Bali-Indonesia
agusdarmayoga85@yahoo.com

Abstrak. Tenun Cagcag adalah salah satu warisan budaya khas Bali yang memiliki nilai estetika, historis, dan spiritual yang tinggi. Produksi tenun ini dilakukan secara tradisional menggunakan alat tenun bukan mesin (ATBM) serta diwariskan turun-temurun, utamanya oleh perempuan Bali. Adanya modernisasi dan pergeseran minat generasi muda mengancam kelangsungan keterampilan menenun. Salah satu kelompok yang masih aktif melestarikannya adalah Kelompok Perajin Tenun Merak Mas di Desa Pejeng Kangin, Gianyar. Kelompok ini menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan inovasi produk, pemasaran yang masih konvensional, hingga manajemen keuangan yang belum tersusun dengan baik. Di sisi lain, muncul peluang pasar dari tren global terhadap produk etnik berbasis budaya lokal. Untuk menjawab tantangan dan memanfaatkan peluang tersebut, kegiatan PKM dilakukan melalui pendekatan pemberdayaan, yang mencakup pelatihan diversifikasi produk, pembuatan katalog visual, peningkatan literasi digital, serta pelatihan pencatatan arus kas dan promosi pemasaran secara dwibahasa. Program ini mendukung pelestarian budaya lokal serta mendorong penguatan ekonomi masyarakat melalui inovasi dan strategi promosi berbasis budaya. Hasil pelaksanaan program ini yaitu peningkatan dalam aspek produksi dengan peningkatan penjualan sebesar 40%, peningkatan dalam aspek pemasaran yaitu penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dengan menampilkan katalog produk, serta aspek manajemen usaha dengan adanya arus kas penjualan hasil produksi. Penerapan teknologi dan inovasi, baik yang bersifat hard maupun soft terbukti relevan dan dapat diaplikasikan langsung oleh mitra. Dengan demikian, warisan budaya seperti tenun cagcag tidak hanya tetap lestari, tetapi juga mampu beradaptasi dan bersaing dalam dinamika pasar modern.

Kata Kunci: Arus_Kas; ATBM; cagcag; kain_tenun; promosi

Pendahuluan

Kerajinan Tenun merupakan salah satu warisan budaya terkenal yang ada di Bali [1]. Tidak hanya menjadi kebutuhan sandang, kain tenun juga dijadikan sebagai unsur penting dalam upacara adat dan keagamaan dalam masyarakat [1]. Di Bali, terdapat berbagai jenis kain tenun dengan corak yang memiliki keindahan estetika yang berbeda-beda dan diwariskan secara turun-temurun. Salah satu jenis kain tenun khas Bali yang masih eksis sampai sekarang dan dilestarikan karena memiliki nilai budaya yang tinggi adalah Tenun Cagcag [2]. Berdasarkan informasi dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI, Tenun Cagcag berasal dari Kabupaten Jembrana Provinsi Bali [2]. Awal mulanya berkaitan erat dengan masa kejayaan Kerajaan Jembrana pada awal abad ke-17. Ketika Raja I Gusti Gede Seloka menjabat, beliau membangun pusat pemerintahan baru yang dikenal sebagai Puri Agung Negeri atau Puri Agung Negara [2].

Pada masa itu, para perajin yang membuat tenun cagcag diberi kepercayaan oleh pihak kerajaan untuk menghasilkan kain-kain yang bernilai tinggi, baik digunakan dalam upacara adat maupun sebagai pakaian untuk keluarga kerajaan. Para ahli menenun pun mendapat jabatan yang tinggi dan sangat dihormati oleh raja. Kemampuan menenun dianggap sangat bernilai karena memiliki peran besar dalam kehidupan masyarakat, baik secara sosial maupun spiritual. Seiring waktu, teknik menenun yang awalnya sederhana mulai berkembang pesat, terutama pada masa kejayaan kerajaan. Saat itu, gadis Bali, khususnya menjelang masa remaja, sudah dididik untuk menenun karena kegiatan ini berkaitan erat dengan tradisi dan keyakinan masyarakat Bali. Seiring berjalannya waktu, beberapa ibu rumah tangga menjadikan kegiatan menenun sebagai pekerjaan utama untuk menghidupi keluarga mereka. Tenun tradisional Bali bukan hanya ekspresi artistik, tetapi juga menjadi identitas budaya dan simbol status sosial dalam masyarakat Bali [8].

Sejalan dengan kemajuan zaman, tradisi menenun ini terus diwariskan dan tidak hanya di Jembrana yang sebagai tempat asal Tenun Cagcag, namun juga menyebar ke berbagai wilayah di Bali. Upaya menjaga warisan budaya ini dibuktikan dengan masih aktifnya kelompok penenun dalam meneruskan tradisi ini. Salah satu kelompok yang masih melestarikan tenun cagcag adalah kelompok Perajin Tenun Merak Mas di Banjar Pengembungan, Desa Pejeng Kangin, Kecamatan Tampaksiring, Kabupaten Gianyar. Kelompok ini dipimpin oleh Ni Made Murniawati sebagai ketua kelompok. Didirikan sejak tahun 2019 dan hingga kini tercatat memiliki anggota sejumlah 23 orang. Hasil produksi kelompok ini berupa kain tenun cagcag yang diproduksi dengan ATBM dan proses pemasaran hasil produksi ini hanya bersifat lokal. Menurut sejarahnya pada tahun 1988, masyarakat di daerah tersebut sudah aktif memproduksi kain tenun cagcag yang dibuktikan dengan prasasti peresmian Balai Karya dari Yayasan Tiara Indah.

Berdasarkan keterangan yang disampaikan oleh ketua kelompok, anggota kelompok yang merupakan para perajin ini sempat vakum menenun karena sebagian besar anggotanya memilih bekerja di sektor pariwisata. Perajin kembali aktif menenun pada tahun 2019 karena adanya dukungan yang kuat dari Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Gianyar yang secara perlahan membina para perajin dan puncaknya ada pada masa Covid-19 yang mengakibatkan sebagian besar perajin diberhentikan dari sektor pariwisata dan melanjutkan pekerjaan sebagai perajin kain tenun cagcag. Meskipun telah aktif kembali dalam kurun waktu 6 tahun, Kelompok Perajin Merak Mas masih menghadapi berbagai tantangan dalam menjaga eksistensi kain tenun cagcag, terutama dalam aspek produksi dan pemasaran. Produksi kain tenun cagcag masih bersifat terbatas karena para perajin hanya menenun ketika ada pesanan dari konsumen saja.

Seiring perkembangan zaman dan produksi massal kain tenun tiruan dari mesin, popularitas kain tenun cagcag ini menurun, walaupun Pemkab Gianyar telah memiliki peraturan perlindungan kebudayaan daerah dan kekayaan intelektual [4] [5]. Ini menyebabkan keterbatasan stok kain yang siap didistribusikan ke konsumen. Selain itu, kelompok ini juga belum memiliki katalog produk yang dapat ditunjukkan kepada calon pembeli. Proses menenun yang membutuhkan waktu berminggu-minggu hingga berbulan-bulan ini semakin menghambat potensi pemasaran, terlebih karena kain tenun tiruan dapat diproduksi hanya dalam hitungan hari. Selain tantangan pada sisi produksi, aspek pemasaran juga menjadi kendala utama. Penjualan selama ini masih bersifat konvensional dan lokal, hanya mengandalkan pesanan dari pelanggan tetap atau relasi terdekat. Dari sisi pasar, preferensi masyarakat terhadap produk *fashion* modern dan instan turut menggeser posisi tenun tradisional dalam pasar domestik [9]. Kelompok perajin hingga saat ini belum memiliki strategi promosi yang terarah, khususnya dalam pemanfaatan media digital seperti media sosial yang sebenarnya sangat potensial untuk memperluas jangkauan pasar. Tidak adanya tim khusus yang menangani promosi membuat aktivitas pemasaran cenderung pasif, hanya mengandalkan pelanggan lama yang sudah mengenal produk sebelumnya. Kondisi ini menyebabkan kelompok belum mampu menjangkau target pasar yang lebih luas, terutama generasi muda dan wisatawan yang memiliki ketertarikan tinggi terhadap produk lokal yang autentik dan bernilai budaya. Padahal tren global menunjukkan meningkatnya minat terhadap produk berbasis budaya lokal yang memiliki nilai autentik dan *handmade*, termasuk dalam sektor *fashion* etnik [10]. Ini membuka peluang

revitalisasi tenun cagcag sebagai produk budaya dengan nilai ekonomi tinggi jika dikemas secara inovatif.

Nyatanya, promosi digital yang dikemas secara menarik dapat menjadi daya tarik tersendiri sekaligus memperkuat citra produk tenun cagcag sebagai warisan budaya yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Konten kreatif ini tidak hanya menjadi bentuk promosi tetapi juga media pembelajaran bagi generasi penerus sehingga warisan budaya ini tidak punah [11].



Gambar 1. Kain Tenun Cagcag

Permasalahan lainnya terletak pada manajemen keuangan. Hingga saat ini, kelompok perajin belum memiliki sistem pencatatan arus kas yang baik. Semua transaksi keuangan masih dilakukan secara manual tanpa dokumentasi yang rapi, sehingga menyulitkan dalam melakukan evaluasi usaha secara profesional. Tidak adanya pencatatan keuangan juga menjadi hambatan dalam menetapkan harga produk secara kompetitif dan transparan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, ada tiga solusi utama untuk mengatasi permasalahan. Pertama, diversifikasi produk dengan memanfaatkan kain tenun cagcag menjadi produk modern. Kedua, pendokumentasian produk melalui katalog visual yang berisi foto, nama motif, filosofi, dan harga, yang bisa digunakan untuk promosi secara daring maupun luring. Ketiga, pengembangan konten kreatif berupa video edukatif yang menampilkan proses menenun, pemilihan warna, dan cara perawatan kain. Konten ini bisa dipublikasikan di media sosial sekaligus menjadi media pembelajaran bagi generasi muda.

Selain itu, untuk mendukung proses promosi, perlu adanya pelatihan dalam penggunaan bahasa iklan yang menarik dan komunikatif. Pelibatan generasi muda juga menjadi penting agar konten promosi yang dibuat lebih sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini. Penggunaan bahasa Indonesia dan Inggris dalam setiap konten diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar, termasuk menjangkau wisatawan mancanegara.

Program ini tidak hanya bertujuan melestarikan warisan budaya lokal, tetapi juga memperkuat kapasitas ekonomi masyarakat mitra. Pelaksanaan PKM ini turut mendukung capaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi, yaitu IKU 2 (mahasiswa memperoleh pengalaman di luar kampus) dan IKU 3 (dosen berkegiatan di luar kampus melalui tridharma pengabdian kepada masyarakat), serta sejalan dengan program Kampus Berdampak [12] [13].

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui lima tahapan utama sebagai berikut:

Tahap Survei dan Identifikasi Masalah

Tahap ini dimulai dengan melakukan observasi lapangan dan wawancara terhadap Kelompok Perajin Tenun Cagcag. Hasil survei digunakan untuk:

Memetakan kondisi eksisting mitra

Mengidentifikasi tantangan dalam hal inovasi produksi, sistem pemasaran, dan pengelolaan keuangan

Menyusun rencana aksi yang berbasis kebutuhan lapangan

Tahap Sosialisasi dan Penyusunan Rencana Kegiatan

Pada tahap ini dilakukan kegiatan sosialisasi mengenai urgensi pelestarian kain tenun cagcag, pentingnya diversifikasi produk, serta strategi pemasaran digital. Mitra diberikan

pemahaman awal melalui diskusi interaktif mengenai manfaat kegiatan dan kontribusi yang akan mereka berikan selama proses berlangsung. Penyusunan jadwal, pembagian tugas, dan penyamaan persepsi antara mitra dan tim pelaksana dilakukan secara transparan.

Tahap Pelatihan dan Pendampingan Teknis

Tahap pelatihan dilaksanakan melalui tiga aspek berikut:

Aspek Produksi

Pelatihan diversitas produk berbasis tenun cagcag.

Pendampingan teknis tentang dokumentasi produk berupa foto dan video.

Aspek Pemasaran

Pendampingan pembuatan akun sosial media *Facebook*, *Instagram*, dan *Tiktok*.

Pelatihan penulisan bahasa iklan menarik dan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi.

Pelatihan penerjemahan deskripsi produk ke dalam Bahasa Inggris.

Pendampingan teknis pengeditan konten menggunakan *Canva*, *PicsArt*, dan *VN*.

Aspek Manajemen

Pelatihan pencatatan arus kas.

Tahap Implementasi dan Evaluasi Lapangan

Mitra mulai mengimplementasikan hasil pelatihan dengan menghasilkan produk diversifikasi, mengelola akun media sosial, serta menerapkan pencatatan keuangan. Evaluasi dilakukan dengan memantau hasil kerja mitra secara berkala, memberi umpan balik, dan mendampingi praktik langsung di lapangan. Data hasil implementasi menjadi acuan untuk perbaikan strategi dan penguatan berkelanjutan.

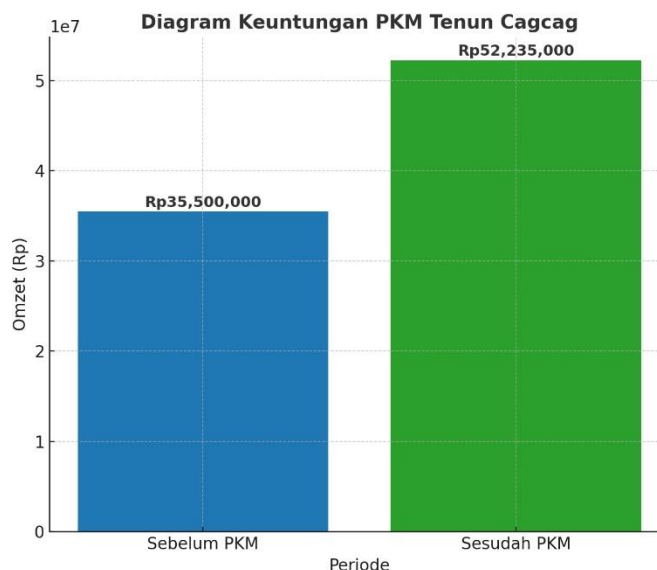
Tahap Pelaporan, Publikasi, dan Keberlanjutan

Monitoring dan evaluasi mitra terhadap dampak dari pelaksanaan PKM dilakukan secara berkala untuk mengetahui perkembangan mitra setelah program resmi berakhir.

Hasil dan Pembahasan

Setelah melaksanakan kegiatan selama beberapa bulan, pelaksanaan kegiatan PKM di Kelompok Perajin Tenun Cagcag Merak Mas memberikan hasil yang positif. Pendampingan dan solusi yang diberikan dapat mengatasi permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra. Pelaksanaan kegiatan PKM yang berfokus pada pelestarian dan pemberdayaan Kelompok Perajin Tenun Cagcag Merak Mas di Desa Pejeng Kangin, Gianyar, Bali telah berlangsung selama enam bulan dengan hasil yang menggembirakan. Kegiatan ini berhasil menjawab tantangan utama yang sebelumnya dihadapi mitra dalam aspek produksi, pemasaran, dan manajemen usaha.

Dalam aspek produksi, pelatihan dan pendampingan yang diberikan telah mendorong munculnya inovasi melalui diversifikasi produk. Diversifikasi produk telah menunjukkan hasil yang signifikan karena volume peningkatan produksi mencapai 40% dibandingkan sebelumnya sesuai dengan pencatatan arus kas. Perajin berhasil memodifikasi kain tenun cagcag menjadi berbagai produk *fashion*. Produk-produk ini tetap mempertahankan unsur budaya dan motif khas tenun cagcag, tetapi dikemas dalam bentuk yang lebih modern dan sesuai dengan selera pasar saat ini. Upaya ini menjadi langkah strategis dalam menanggapi menurunnya popularitas kain tenun cagcag yang sebelumnya dianggap terbatas hanya untuk kebutuhan adat. Selain itu, perajin telah berhasil melakukan dokumentasi visual berupa foto dan video proses produksi, teknik menenun, kombinasi warna, hingga perawatan kain. Dokumentasi ini disusun dalam bentuk katalog digital yang dilengkapi dengan narasi filosofis motif kain tenun.



Gambar 2. Diagram Keuntungan PKM Tenun Cag-Cag

Di sisi pemasaran, mitra telah menunjukkan kemajuan signifikan dalam menguasai strategi promosi berbasis digital. Melalui pelatihan penggunaan bahasa iklan dan penerjemahan konten ke dalam Bahasa Inggris, mitra kini mampu menyusun narasi promosi yang lebih menarik dan komunikatif. Mereka juga telah mengenal dan mempraktikkan penggunaan media sosial sebagai alat promosi dengan membuat konten kreatif yang dipublikasikan melalui platform seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok*. Kehadiran akun resmi media sosial menjadi terobosan penting dalam memperluas jangkauan pasar, tidak hanya secara lokal, tetapi juga menarget wisatawan dan pembeli dari luar daerah.

Dalam aspek manajemen, pelatihan pencatatan arus kas dan penetapan harga produk telah membawa perubahan signifikan. Kelompok perajin yang sebelumnya belum memiliki sistem pencatatan keuangan kini mampu menyusun arus kas sederhana yang mencatat pemasukan dan pengeluaran secara berkala. Kemampuan dalam menetapkan harga jual juga meningkat, karena kini perajin mampu menghitung biaya produksi, biaya kerja sama dengan penjahit, dan menetapkan margin keuntungan secara rasional. Hal ini menciptakan sistem pengelolaan usaha yang lebih profesional dan akuntabel.

Secara keseluruhan, kegiatan ini telah meningkatkan kapasitas kelompok perajin tidak hanya dalam menghasilkan produk inovatif, tetapi juga dalam memasarkan dan mengelola usahanya secara mandiri dan profesional. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan yang menyentuh hulu-hilir usaha perajin mampu meningkatkan daya saing produk lokal sekaligus mendukung pelestarian warisan budaya dalam bentuk yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

Simpulan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) telah dilaksanakan sesuai dengan rencana dan mencapai hasil yang menggembirakan. Seluruh rangkaian program yang mencakup aspek produksi, pemasaran, dan manajemen telah berhasil meningkatkan kapasitas Kelompok Perajin Tenun Merak Mas sebagai mitra sasaran. Dalam aspek produksi, perajin mampu menghasilkan diversifikasi produk berupa busana adat dan busana modifikasi yang tetap menonjolkan kekhasan motif kain tenun cagcag. Pada aspek pemasaran, mitra telah berhasil membuat katalog produk dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi digital, lengkap dengan konten visual yang menarik dan narasi iklan dalam dua bahasa. Dari sisi manajemen, mitra kini telah memiliki pencatatan arus kas sederhana dan mampu menetapkan harga produk secara rasional. Penerapan teknologi dan inovasi, baik yang bersifat *hard* (produk katalog) maupun *soft* (konten digital, sistem pencatatan, dan panduan harga), terbukti relevan

dan dapat diaplikasikan langsung oleh masyarakat mitra. Kegiatan ini juga berhasil meningkatkan penjualan mitra sebesar 40% dibandingkan dengan periode sebelum pelaksanaan kegiatan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya mendukung pelestarian warisan budaya lokal, tetapi juga mendorong peningkatan produktivitas ekonomi kreatif masyarakat.

Daftar Pustaka

- [1]. Widiastuti, N. M. (2016). *Kain Tenun Tradisional Bali dan Nilai Budaya di Dalamnya*. Denpasar: Balai Pelestarian Nilai Budaya Bali.
- [2]. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2021). *Data Indikasi Geografis: Tenun Cagcag Jembrana*. Jakarta: Kementerian Hukum dan HAM RI.
- [3]. Republik Indonesia. (2019). *Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara.
- [4]. Peraturan Bupati Gianyar Provinsi Bali Nomor 86 tahun 2021 tentang Perlindungan Kebudayaan Daerah dan Kekayaan Intelektual.
- [5]. Suardana IW, Muka IK, Suparta IM, Suardina IN, Laba IN, Seramasara IGN, et al. *Sejarah Tenun Gianyar*
- [6]. Disperindag Kabupaten Gianyar. 2019. 103 p. Available from:
- [7]. <https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseysociety.com/downloads/reports/Educa>
- [8]. BAPPENAS. (2022). *Rencana Aksi Nasional Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB/SDGs) Indonesia 2020–2024*. Jakarta: Kementerian PPN/Bappenas.
- [9]. UN SDGs. (2024). *Goal 4: Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all*. Retrieved from <https://sdgs.un.org/goals/goal4>
- [10]. Artayasa, I. B. (2019). *Estetika Motif Tenun Tradisional Bali*. Denpasar: Pustaka Saraswati.
- [11]. Nuryanti, T. (2020). “Preferensi Konsumen Terhadap Produk Fesyen Tradisional di Era Digital.” *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 7(1), 65–78.
- [12]. Wijaya, A. (2022). “Tren Global Etnik Fashion dan Peluang Produk Lokal.” *Jurnal Industri Kreatif Nusantara*, 9(3), 88-102.
- [13]. N. Breliana and Ade Kusuma, “Strategi Pemasaran Media Sosial Royale Durian di Instagram”, *TMIT*, vol. 3, no. I, pp. 90–95, Mar. 2024.
- [14]. Balimall.id. *Blouse Endek Modifikasi Size XL*. Retrieved from Bali Mall Website: <https://balimall.id/shima-boutique/blouse-endek-modifikasi-size-xl?state=search>
- [15]. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. *Buku Panduan Indikator Kinerja Utama Perguruan Tinggi Negeri*. 1–42 p. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. *Buku Panduan Merdeka Belajar Kampus Merdeka*. 2020;42