



Komunikasi Pembangunan dan Ketahanan Ekonomi Perempuan Penenun: Analisis Kontribusi terhadap Tujuan SDGs di Kabupaten Sikka

INFO PENULIS	INFO ARTIKEL
Intan Mustafa Universitas Nusa Nipa intanmustafa15@gmail.com Elisabeth Imelda Kevin Liwu Universitas Nusa Nipa Elmaliwu371@gmail.com Yanuarius Tibo Universitas Nusa Nipa oyentibo@gmail.com	ISSN: 2808-1307 Vol. 5, No. 3, Desember 2025 https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh

© 2025 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Mustafa, I., Liwu, E. I. K., & Tibo, Y. (2025). Komunikasi Pembangunan dan Ketahanan Ekonomi Perempuan Penenun: Analisis Kontribusi terhadap Tujuan SDGs di Kabupaten Sikka. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5 (3), 4742-4749.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi pembangunan dalam memperkuat ketahanan ekonomi perempuan penenun serta kontribusinya terhadap pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) di Kabupaten Sikka. Latar belakang penelitian berangkat dari kondisi perempuan penenun yang memiliki peran strategis dalam menjaga ekonomi keluarga dan melestarikan budaya lokal, namun masih menghadapi keterbatasan akses informasi, modal, dan kesempatan ekonomi akibat struktur sosial yang patriarkis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi terhadap perempuan penenun, fasilitator pemberdayaan, tokoh komunitas, serta pihak terkait lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pembangunan berperan sebagai katalis transformasi yang meningkatkan kapasitas perempuan penenun melalui penyuluhan, pelatihan, pendampingan, dan perluasan jejaring pemasaran. Proses komunikasi yang dialogis, partisipatif, dan sensitif budaya terbukti mampu membuka akses informasi, mendorong inovasi produk, serta memperkuat posisi tawar perempuan dalam ekonomi rumah tangga. Ketahanan ekonomi perempuan penenun tercermin dari kemampuan mereka menjaga stabilitas pendapatan, melakukan diversifikasi usaha, serta mengelola risiko dalam kondisi ekonomi yang fluktuatif. Penelitian ini juga menemukan bahwa aktivitas menenun memberikan kontribusi nyata terhadap pencapaian SDG 1 (Tanpa Kemiskinan), SDG 5 (Kesetaraan Gender), SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), dan SDG 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab). Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi pembangunan yang efektif dapat memperkuat ketahanan ekonomi perempuan penenun dan memberikan dampak signifikan terhadap pembangunan berkelanjutan di Kabupaten Sikka.

Kata kunci: komunikasi pembangunan, ketahanan ekonomi, perempuan penenun, pemberdayaan, SDGs, Kabupaten Sikka

Abstract

This study aims to analyze the role of development communication in strengthening the economic resilience of women weavers and its contribution to achieving the Sustainable Development Goals (SDGs) in Sikka Regency. The research is grounded in the context of women weavers who play a strategic role in sustaining household economies and preserving local cultural heritage, yet continue to face limited access to information, capital, and economic opportunities due to prevailing patriarchal social structures. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through in-depth interviews, observations, and document analysis involving women weavers, empowerment facilitators, community leaders, and related stakeholders. The findings reveal that development communication acts as a catalyst for transformation by enhancing the capacity of women weavers through training, counseling, mentoring, and the expansion of marketing networks. Dialogic, participatory, and culturally sensitive communication practices effectively open access to information, stimulate product innovation, and strengthen women's bargaining position in household economic decision-making. Economic resilience among women weavers is reflected in their ability to maintain income stability, diversify economic activities, and manage risks amid fluctuating economic conditions. The study also identifies the significant contribution of weaving activities to the achievement of SDG 1 (No Poverty), SDG 5 (Gender Equality), SDG 8 (Decent Work and Economic Growth), and SDG 12 (Responsible Consumption and Production). Thus, the study concludes that effective development communication plays a crucial role in reinforcing the economic resilience of women weavers and contributes meaningfully to sustainable development in Sikka Regency.

Keywords: development communication, economic resilience, women weavers, empowerment, SDGs, Sikka Regency

A. Pendahuluan

Ketimpangan peran perempuan dan laki-laki di wilayah Nusa Tenggara Timur (NTT) tidak hanya dapat dipahami melalui kacamata gender, tetapi juga melalui dinamika komunikasi dan struktur ekonomi keluarga yang membentuk relasi kekuasaan dalam kehidupan sehari-hari. Budaya patriarki yang kuat di banyak komunitas NTT masih menempatkan laki-laki sebagai figur dominan dalam ruang publik, pengambil keputusan, dan pemilik otoritas, sementara perempuan dibakukan dalam peran domestik, sekalipun kenyataannya mereka memikul beban kerja yang jauh lebih besar dari apa yang tampak secara formal. (Dodalwa et al 2025).

Perspektif gender membantu menunjukkan bahwa pembagian kerja tersebut bukan berasal dari kodrat biologis, tetapi dari konstruksi sosial dan budaya yang diwariskan lintas generasi. Karena struktur rumah tangga dan peran gender, perempuan terutama di rumah tangga miskin dan rumah tangga kepala perempuan seringkali menanggung beban sosial-ekonomi yang lebih berat, membatasi akses mereka ke layanan dasar dan peluang. Hal ini turut berpengaruh signifikan dan sejalan dengan data BPS pada September tahun 2024 yang menyebut bahwa Persentase penduduk miskin di NTT berada pada level tinggi 19,0%.

Ketimpangan ini semakin tampak ketika meninjau bagaimana perempuan berkomunikasi dalam lingkup sosial dan budaya. Di Kabupaten Sikka Provinsi NTT, perempuan menjalankan peran komunikasi yang bersifat informal—seperti bertukar informasi di kelompok tenun, pasar, atau pertemuan adat—namun tidak selalu terlibat dalam ruang komunikasi formal komunitas, seperti musyawarah desa atau forum pengambilan keputusan adat. Keterbatasan ruang berbicara ini menunjukkan bahwa pola komunikasi institusional cenderung lebih ramah terhadap laki-laki, yang lebih bebas bergerak dan diasosiasikan sebagai pihak yang layak mewakili keluarga dan komunitas. Kesenjangan dalam akses dan kapasitas komunikasi ini berimplikasi langsung pada partisipasi perempuan dalam pembangunan. (Kasim, A. M., et al 2024).

Perempuan penenun misalnya, sering kali memiliki keterampilan teknis yang tinggi, namun kurang mendapat informasi mengenai harga pasar, peluang promosi, atau pelatihan digital. Ketimpangan informasi ini adalah bentuk ketidakadilan komunikasi (*communication inequality*), yaitu kondisi ketika satu kelompok memiliki akses dan kapasitas komunikasi yang lebih rendah dibanding kelompok lain, sehingga mereka berada dalam posisi yang kurang menguntungkan secara sosial maupun ekonomi. 68% perempuan penenun di wilayah pedesaan NTT mengandalkan aktivitas menenun sebagai sumber pendapatan tambahan, namun hanya 27% yang memperoleh pendapatan reguler per bulan. (Kaka, A. I., & Sabu, Ob2025).

Dalam konteks NTT, ketidaksetaraan komunikasi ini memperpanjang siklus kemiskinan dan ketergantungan ekonomi perempuan. SDG 5 menargetkan penghapusan segala bentuk diskriminasi terhadap perempuan serta memastikan partisipasi setara dalam keluarga, pendidikan, ekonomi, dan politik. Namun di NTT, konstruksi sosial masih sangat dipengaruhi budaya patriarki yang menempatkan laki-laki pada posisi otoritas dan perempuan pada peran domestik. (Anto, R. P., Harahap, et al 2023)

Dalam agenda global pembangunan berkelanjutan, *Sustainable Development Goals (SDGs)* menegaskan pentingnya kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan, serta pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. (Sudirman, F. A., & Susilawaty, F. T 2022). Salah satu tantangan utama di banyak komunitas lokal adalah bagaimana memastikan bahwa perempuan khususnya yang berada di sektor informal atau ekonomi berbasis kerajinan tradisional mendapatkan akses yang adil terhadap kesempatan ekonomi, serta mampu berkontribusi secara nyata pada kesejahteraan keluarga dan komunitas. Ekonomi kreatif dan kerajinan tradisional, seperti tenun, menawarkan potensi besar: sebagai sumber pendapatan alternatif dan cara untuk mempertahankan serta mempromosikan identitas budaya lokal.

Kajian empiris menunjukkan betapa kerajinan tradisional — ketika digerakkan oleh perempuan — bisa menjadi salah satu pilar ketahanan ekonomi keluarga dan komunitas. Dalam konteks ini, peran komunikasi pembangunan (*development communication*) menjadi krusial. Komunikasi pembangunan — baik dalam bentuk penyuluhan, pelatihan, pendampingan, maupun strategi pemasaran — dapat menjadi jembatan untuk mengatasi keterbatasan struktural yang dihadapi perempuan penenun: seperti kurangnya informasi pasar, terbatasnya akses modal, rendahnya pengetahuan pemasaran, hingga kurangnya jaringan distribusi.

Penelitian dalam konteks UMKM dan kerajinan perempuan menunjukkan bahwa komunikasi — termasuk komunikasi pemasaran dan penggunaan media digital — dapat memperluas akses pasar dan meningkatkan kemandirian perempuan pelaku usaha. Sebagai contoh, studi di kawasan pesisir dan pedesaan dengan kelompok perempuan pengrajin menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan melalui kerajinan menghasilkan peningkatan pendapatan dan memperkuat posisi ekonomi keluarga. (Chatra, A., et al 2025).

Sementara itu, penelitian yang memfokuskan pada komunikasi pembangunan dalam konteks masyarakat (termasuk komunitas perempuan dan usaha tenun) menggarisbawahi bahwa komunikasi yang efektif — baik internal komunitas maupun eksternal (pemasaran, promosi) — dapat memperkuat daya guna sosial dan ekonomi dari kerajinan tersebut.

B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi deskriptif-kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam proses komunikasi pembangunan serta dinamika ketahanan ekonomi perempuan penenun di Kabupaten Sikka dalam kerangka tujuan *Sustainable Development Goals (SDGs)* (Fatoni, M. (2023). Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya menggali makna, pengalaman, serta persepsi para penenun mengenai peran komunikasi pembangunan terhadap peningkatan kapasitas ekonomi mereka. Sikka, Provinsi Nusa Tenggara Timur

Penelitian dilaksanakan di Komunitas Tenun Ikat Mbola So di Kabupaten Sikka, daerah ini dipilih karena memiliki tradisi tenun ikat yang kuat, menjadi bagian penting dari identitas budaya lokal, serta memiliki kontribusi signifikan terhadap penghidupan ekonomi rumah tangga perempuan.

Subjek dalam penelitian ini adalah perempuan penenun yang aktif melakukan kegiatan produksi tenun dan terlibat dalam aktivitas ekonomi rumah tangga. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam untuk menggali pengalaman perempuan penenun terkait akses informasi dan komunikasi pembangunan, perubahan kapasitas ekonomi, peran jaringan komunikasi dalam pemberdayaan (Semiawan, C. R. 2010). Selain itu, pengumpulan data juga menggunakan observasi untuk melihat secara langsung proses produksi tenun, pola interaksi kelompok penenun serta mekanisme komunikasi antara penenun. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles & Huberman yang meliputi Reduksi Data, menyeleksi Data, menyeleksi, memfokuskan dan menyederhanakan data lapangan untuk menemukan tema dan kategori penting seperti pola komunikasi pembangunan, bentuk kontribusi ekonomi, dan hubungan dengan tujuan SDGs, Penyajian

Data Menyajikan data dalam bentuk narasi, tabel, atau bagan sehingga memudahkan peneliti dalam melihat keterkaitan antarkomponen dan Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Menyusun interpretasi dan menarik kesimpulan atas temuan, kemudian memverifikasi hasil melalui triangulasi data. (Sari, I. N 2022).

C. Hasil dan Pembahasan

1. Dinamika Komunikasi Pembangunan dalam Kehidupan Perempuan Penenun

Temuan penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pembangunan memiliki peran signifikan dalam meningkatkan kapasitas perempuan penenun di Komunitas Mbola So, Kabupaten Sikka. Namun, pola komunikasi yang berlangsung selama ini masih bersifat informal dan belum sepenuhnya mendukung pemberdayaan perempuan secara optimal. Hal ini sejalan dengan gambaran dalam dokumen yang menegaskan bahwa perempuan sering berada pada posisi yang kurang memiliki akses informasi, terutama terkait pasar, pelatihan, dan strategi pengembangan usaha

Akses Informasi yang Terbatas

Akses informasi yang masih terbatas menjadi salah satu tantangan struktural yang dihadapi komunitas tenun ikat, khususnya pada kelompok perempuan penenun seperti komunitas Mbola So. Keterbatasan ini bukan hanya menyangkut minimnya ketersediaan informasi, tetapi juga melibatkan hambatan-hambatan sosial, budaya, geografis, serta keterbatasan infrastruktur yang menghambat arus pengetahuan masuk maupun keluar dari komunitas tersebut. Berdasarkan hasil wawancara kepada sejumlah narasumber, maka peneliti dapat mengkaji bahwa, dalam aktivitas keseharian, para penenun masih sangat mengandalkan informasi yang diperoleh melalui pola komunikasi tradisional, yakni informasi lisan dari sesama penenun atau dari orang tua. Proses pewarisan teknik menenun, pemilihan warna, motif, hingga perhitungan harga sebagian besar tidak terdokumentasi. Hal ini membuat pengetahuan bersifat eksklusif dan tidak mudah diadaptasi pada perkembangan baru di bidang pemasaran, desain, maupun teknologi.

Ketika dilakukan observasi lapangan, terlihat bahwa sebagian besar penenun masih mengacu pada “cara lama” dalam menentukan kualitas benang atau motif tertentu, tanpa mendapatkan tambahan wawasan dari luar yang bisa memperkaya inovasi mereka. Kebiasaan ini membuat ruang kreatif para penenun berjalan di tempat dan sulit berkembang mengikuti tren pasar.

Minimnya Akses Terhadap Teknologi Informasi

Keterbatasan kepemilikan perangkat digital—seperti *smartphone* yang memadai, atau akses terhadap media sosial—menjadi hambatan signifikan. Dalam wawancara, beberapa penenun menyampaikan bahwa keterbatasan literasi digital, sehingga mereka kesulitan mengakses informasi tentang harga pasar, permintaan konsumen, tren desain, ataupun kesempatan pelatihan dari pemerintah maupun lembaga nonpemerintah. Deskripsi lapangan menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil anggota komunitas yang aktif menggunakan *WhatsApp* atau *Facebook* sebagai sarana komunikasi. Bahkan ketika tersedia gawai, tidak semua penenun mampu mengoperasikannya, baik karena faktor usia maupun kurangnya literasi digital.

Dari hasil wawancara, tampak jelas bahwa akses informasi mengenai pasar masih terkonsentrasi di tangan segelintir pihak, seperti pengepul atau pihak perantara. Hal ini menciptakan ketimpangan informasi antara produsen (penenun) dan pelaku pasar yang lebih besar. Penenun tidak memperoleh informasi yang memadai mengenai, harga standar kain tenun di pasar kabupaten maupun provinsi, permintaan motif yang sedang meningkat, peluang kerja sama dengan galeri atau UMKM kreatif di Maumere serta mekanisme pengiriman produk ke luar daerah. Akibatnya, penenun sering menjual hasil karya mereka di bawah harga pasar, karena tidak memiliki informasi pembanding yang memadai. Ketergantungan pada pengepul juga memperlemah posisi tawar mereka sebagai produsen utama.

Walaupun beberapa program pemberdayaan pemerintah telah menyentuh komunitas tenun, sebagian besar pelatihan bersifat sesekali dan tidak disertai pendampingan berkelanjutan. Informasi mengenai jadwal pelatihan, program bantuan, atau peluang pameran tidak merata diterima oleh semua anggota. Banyak penenun mengaku “tidak tahu” atau “terlambat mengetahui” program pemberdayaan tersebut.

Observasi di lokasi penelitian menunjukkan bahwa perempuan penenun lebih mengandalkan komunikasi informal antarsesama penenun, seperti bertukar pengalaman saat menenun bersama. Mereka saling berbagi informasi mengenai motif, waktu produksi, hingga kesulitan bahan baku. Namun, pola komunikasi informal ini belum mampu membuka akses pada peluang yang lebih besar, misalnya pemasaran digital atau distribusi luar daerah. Sesuai temuan dokumen, komunikasi informal yang dijalankan perempuan penenun belum memberikan ruang

representasi yang kuat dalam komunikasi formal seperti musyawarah desa atau forum pembangunan lokal.

2. Ketahanan Ekonomi Perempuan Penenun dan Kontribusinya terhadap SDGs

Peran Tenun sebagai Pilar Ekonomi Rumah Tangga

Data lapangan menunjukkan bahwa hampir 75% perempuan penenun di Kabupaten Sikka mengandalkan tenun sebagai sumber pendapatan tambahan. Hasil wawancara dengan salah satu penenun, Mama Agustina, menyebutkan:

"Uang dari tenun itu biasanya untuk kebutuhan anak sekolah dan dapur. Walaupun tidak banyak, tapi sangat membantu."

Informasi ini sejalan dengan hasil analisis peneliti bahwa kerajinan tradisional seperti tenun merupakan salah satu pilar ketahanan ekonomi keluarga dan komunitas perempuan. Ekonomi kreatif berbasis tenun tidak hanya menopang kebutuhan sehari-hari tetapi juga menjaga keberlanjutan budaya lokal. Namun, hambatan utama dalam pencapaian SDG 5 masih terkait kultur patriarki yang kuat di Sikka, sebagaimana juga ditekankan dalam bahwa perempuan sering tidak terlibat dalam ruang pengambilan keputusan formal

3. Efektivitas Komunikasi Pembangunan bagi Pemberdayaan Perempuan Penenun

Minimnya Pelatihan dan Pendampingan

Dari wawancara dengan perangkat desa, ditemukan bahwa program pelatihan untuk penenun masih terbatas. Sebagian besar pelatihan berfokus pada teknik menenun, sementara pelatihan pemasaran digital, branding, dan manajemen keuangan masih jarang. Padahal dalam dokumen teoretis disebutkan bahwa komunikasi pembangunan melalui penyuluhan, pelatihan, dan strategi pemasaran sangat penting untuk meningkatkan kapasitas ekonomi perempuan

Peran Media Digital Masih Rendah

Observasi menunjukkan bahwa sebagian besar penenun belum memanfaatkan media sosial secara optimal. Hanya beberapa penenun muda yang mulai menggunakan Facebook dan WhatsApp untuk mempromosikan hasil tenun. Kendala utama adalah rendahnya literasi digital dan kurangnya pendampingan berkelanjutan.

Wawancara dengan penenun muda, Nona L., mengungkapkan:

"Sebenarnya kalau ada yang ajar kami foto barang dan posting, mungkin kain kami bisa cepat dijual. Tapi kami tidak terlalu tahu bagaimana membuatnya menarik."

Meskipun perkembangan teknologi informasi semakin pesat dan pemasaran digital menjadi kanal penting dalam distribusi produk kerajinan, pemanfaatan media digital oleh perempuan penenun masih tergolong rendah. Kondisi ini berpengaruh langsung terhadap keterbatasan akses pasar, rendahnya visibilitas produk, serta lambatnya transformasi pemasaran dari pola tradisional menuju pola modern. Dalam konteks komunitas tenun, rendahnya peran media digital disebabkan oleh sejumlah faktor struktural maupun kultural yang saling berkaitan.

4. Peran Jaringan Sosial dalam Distribusi Tenun

Peran jaringan sosial merupakan salah satu elemen penting yang menentukan efektivitas distribusi tenun dalam komunitas penenun. Dalam konteks perempuan penenun—khususnya di wilayah seperti Kabupaten Sikka—jaringan sosial berfungsi sebagai modal sosial yang menghubungkan penenun dengan pedagang, pembeli, serta aktor-aktor pendukung lainnya. Jaringan ini bukan hanya berperan sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai mekanisme ekonomi yang mengatur arus barang, harga, kepercayaan, dan peluang pasar.

Jaringan Sosial sebagai Sumber Informasi Pasar

Jaringan sosial menjadi saluran utama bagi penenun untuk memperoleh informasi mengenai harga, permintaan pasar, tren motif, dan kualitas bahan baku. Sebagian besar informasi tersebut diperoleh melalui interaksi sehari-hari, hubungan kekerabatan, serta komunikasi antaranggota kelompok tenun. Hal ini sejalan dengan konsep modal sosial menurut Coleman (1988) yang menekankan bahwa jaringan sosial menyediakan informasi yang mempermudah tindakan ekonomi. Jaringan menawarkan arus informasi yang murah, cepat, dan dapat dipercaya.

Dalam wawancara, salah satu penenun di Desa Mbola So menjelaskan:

"Biasanya kami tahu harga tenun terakhir itu dari mama-mama yang datang kumpul menenun atau dari pengepul yang datang beli. Jadi informasi itu cepat sekali menyebarnya, tinggal tanya saja."

(Wawancara, YR, Penenun, 12 November 2025).

Informasi yang diperoleh melalui jaringan informal ini membantu penenun menentukan pola produksi dan harga jual yang kompetitif.

Jaringan Sosial sebagai Penghubung Pasar dan Pintu Distribusi

Pada praktiknya, distribusi tenun banyak bergantung pada jaringan sosial berbasis kepercayaan. Pedagang pengumpul, pengecer lokal, serta pembeli dari luar daerah umumnya memiliki hubungan jangka panjang dengan kelompok penenun. Kepercayaan ini menjadi modal penting dalam transaksi yang sebagian besar tidak melibatkan kontrak tertulis. Granovetter (1985) menyebut fenomena ini sebagai *embeddedness*, yaitu perilaku ekonomi yang melekat dalam relasi sosial. Distribusi tenun berjalan efektif karena dilandasi hubungan personal yang terbangun selama bertahun-tahun.

Seorang pengepul lokal mengungkapkan:

"Kami sudah biasa ambil tenun dari kelompok ini. Mereka percaya kami bayar tepat waktu, dan kami juga percaya kualitas mereka. Jadi hubungan ini sudah seperti keluarga." (Wawancara, DS, Pengepul, 15 November 2025).

Jaringan seperti ini memungkinkan produk tenun bergerak dari desa ke pasar di Maumere, Kupang, Bali, bahkan Jakarta melalui koneksi dagang yang terjalin secara organik.

Jaringan Sosial sebagai Mekanisme Kolaborasi dan Pemenuhan Pesanan Besar

Ketika ada pesanan berskala besar, jaringan antarpenenun sangat berperan dalam kolaborasi produksi. Sistem kerja kolektif muncul karena adanya kedekatan sosial dan norma saling membantu yang kuat. Bourdieu (1986) menekankan bahwa modal sosial tidak hanya berupa jaringan, tetapi juga berupa kewajiban dan solidaritas yang dihasilkan dari relasi tersebut. Hal ini diperkuat oleh pernyataan ketua kelompok penenun:

"Kalau ada pesanan banyak, biasanya kami saling bagi pekerjaan. Ada yang buat motif, ada yang siapkan benang. Kalau kurang orang kami panggil kelompok lain untuk bantu." (Wawancara, MN, Ketua Kelompok Penenun, 18 November 2025).

Koordinasi melalui jaringan sosial ini memungkinkan pemenuhan pesanan jarak jauh maupun permintaan mendadak tanpa mengorbankan kualitas produksi.

Peran Aktor Eksternal dalam Memperluas Jaringan Distribusi

Selain jaringan internal antar penenun, aktor eksternal seperti pemerintah, LSM, pelaku UMKM, dan komunitas kreatif juga berperan dalam memperluas distribusi. Mereka menjadi jembatan menuju pasar modern, pameran, serta platform digital. Penelitian oleh Nuryanti (2021) menunjukkan bahwa keterlibatan lembaga pendamping dapat meningkatkan keterhubungan produsen tenun dengan pasar nasional melalui program branding dan digital marketing.

Seorang pendamping UMKM menyampaikan:

"Kami bantu ibu-ibu ini ikut pameran dan buka toko online. Setelah itu jaringan pembeli mulai bertambah, banyak pesanan dari luar Sikka."

(Wawancara, AB, Pendamping UMKM, 20 November 2025).

Hal ini menunjukkan bahwa jaringan sosial yang kuat dapat mempercepat integrasi penenun dengan ekosistem pemasaran yang lebih modern.

Tantangan: Ketergantungan pada Jaringan Tertentu

Meski jaringan sosial memberi manfaat besar, ketergantungan yang berlebihan pada jaringan tertentu dapat menciptakan ketimpangan. Misalnya, penenun yang hanya bergantung pada satu pengepul cenderung tidak mengetahui harga pasar yang lebih tinggi, sehingga posisi tawarnya menjadi lemah. Penelitian oleh Sila & Febrian (2020) menyebut bahwa dalam industri kerajinan tradisional di NTT, jaringan yang tertutup sering menciptakan relasi patron–klien yang merugikan produsen kecil.

Seorang penenun mengungkapkan:

"Kadang kami mau jual ke tempat lain, tapi karena sudah biasa dengan pengepul lama, kami kadang ikut harga yang ada saja meskipun kurang."

(Wawancara, NR, Penenun, 19 November 2025).

Hal ini menunjukkan perlunya pembukaan jaringan baru agar penenun tidak terjebak dalam lingkaran ketergantungan ekonomi.

5. Peran Media Digital Masih Rendah

Meskipun perkembangan teknologi informasi semakin pesat dan pemasaran digital menjadi kanal penting dalam distribusi produk kerajinan, pemanfaatan media digital oleh perempuan penenun masih tergolong rendah. Kondisi ini berpengaruh langsung terhadap keterbatasan akses pasar, rendahnya visibilitas produk, serta lambatnya transformasi pemasaran dari pola tradisional menuju pola modern. Dalam konteks komunitas tenun, rendahnya peran media digital disebabkan oleh sejumlah faktor struktural maupun kultural yang saling berkaitan.

Rendahnya Literasi Digital Penenun

Salah satu faktor utama adalah keterbatasan literasi digital. Sebagian besar penenun tidak terbiasa menggunakan perangkat digital seperti smartphone untuk aktivitas pemasaran, selain untuk komunikasi dasar seperti telepon atau pesan singkat. Ketidakmampuan dalam mengoperasikan media sosial, platform marketplace, hingga fitur kamera dan pengeditan foto menjadi hambatan awal dalam memanfaatkan digital marketing.

Seorang penenun mengungkapkan:

“Kami sebenarnya punya HP, tapi tidak tahu cara jual di internet. Kami cuma biasa pakai WA untuk komunikasi.”

(Wawancara, DN, Penenun, 10 November 2025).

Temuan wawancara ini sejalan dengan penelitian Nurhayati (2020) yang menyebut bahwa pelaku UMKM tradisional di daerah rural sering mengalami hambatan penggunaan teknologi karena kurangnya pelatihan dan pendampingan.

Akses Internet dan Infrastruktur Teknologi yang Terbatas

Keterbatasan infrastruktur digital juga menjadi alasan mengapa pemanfaatan media digital masih rendah. Di beberapa desa penghasil tenun, akses jaringan internet tidak stabil, kuota internet dianggap mahal, dan perangkat gawai yang digunakan masih berkapasitas rendah. Hal ini membuat penggunaan platform seperti Instagram, TikTok, atau marketplace tidak dapat dilakukan secara konsisten.

Salah satu ketua kelompok penenun menjelaskan:

“Kalau mau unggah foto atau video, biasanya susah karena jaringan lambat. Kadang harus tunggu sampai malam.”

(Wawancara, MN, Ketua kelompok, 12 November 2025).

Keterbatasan infrastruktur ini memperlambat proses adopsi pemasaran digital dan membuat penenun bergantung pada sistem distribusi tradisional melalui pengepul lokal.

Ketergantungan pada Jaringan Sosial Konvensional

Karena media digital belum sepenuhnya dimanfaatkan, distribusi tenun masih bergantung kuat pada jaringan sosial konvensional, seperti pedagang pengumpul, kerabat, atau pembeli tetap dari luar daerah yang sebelumnya telah terhubung dengan komunitas penenun. Ketergantungan ini menyebabkan penenun merasa tidak perlu memanfaatkan media digital secara maksimal.

Dalam wawancara, seorang pengepul mengatakan:

“Mama-mama di sini biasanya langsung jual ke kami. Mereka bilang tidak usah ribet pakai online karena sudah ada yang beli.”

(Wawancara, DS, Pengepul, 14 November 2025).

Secara sosiologis, kondisi ini memperkuat pola *embeddedness* (Granovetter, 1985), di mana perilaku ekonomi melekat pada hubungan sosial yang sudah mapan, sehingga perubahan menuju sistem digital berjalan lambat. (Estede, S 2025).

Kurangnya Pendampingan dan Pelatihan Digital Marketing

Peran pendampingan lembaga pemerintah atau LSM di bidang digital marketing masih belum merata. Sebagian penenun belum pernah mengikuti pelatihan cara memotret produk, mengunggah konten, menulis deskripsi produk, ataupun menggunakan marketplace seperti Shopee dan Tokopedia. Penelitian oleh Lestari (2022) menyatakan bahwa kurangnya program pelatihan digital secara berkelanjutan membuat UMKM kerajinan kesulitan beradaptasi dengan pasar digital meskipun memiliki potensi produk yang kuat.

Seorang pendamping UMKM mengungkapkan:

“Kami pernah adakan pelatihan, tapi tidak semua bisa ikut. Selain itu, pelatihan harus berulang supaya mereka terbiasa. Kalau hanya sekali, biasanya cepat lupa.”

(Wawancara, AB, Pendamping UMKM, 15 November 2025).

Ketiadaan pendampingan jangka panjang ini menyebabkan digitalisasi pemasaran tidak berjalan optimal.

D. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan diatas, maka kesimpulan yang dapat diberikan adalah:

1. komunikasi pembangunan terbukti memainkan peran strategis dalam meningkatkan kapasitas, literasi, dan partisipasi perempuan penenun. Pola komunikasi yang berbasis pemberdayaan—melalui penyuluhan, pelatihan, pendampingan, dan jaringan kolaboratif—mampu membuka akses informasi yang sebelumnya terbatas. Melalui proses komunikasi interpersonal antara fasilitator, tokoh adat, dan kelompok perempuan, serta komunikasi kelompok dalam komunitas tenun, perempuan penenun memperoleh pengetahuan baru

terkait teknik produksi, manajemen keuangan, pemasaran digital, hingga inovasi desain. Hal ini menandai bahwa komunikasi pembangunan bukan sekadar proses penyampaian informasi, tetapi juga mekanisme transformasi sosial yang meningkatkan kepercayaan diri, partisipasi publik, dan kemandirian perempuan penenun.

2. ketahanan ekonomi perempuan penenun di Kabupaten Sikka menunjukkan peningkatan melalui diversifikasi produk, penguatan jejaring usaha, serta peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran. Meskipun perempuan penenun masih menghadapi hambatan seperti akses modal yang terbatas, ketidakstabilan harga bahan baku, dan peran ganda domestik, mereka mampu membangun strategi adaptif. Ketahanan ekonomi terlihat dari kemampuan mempertahankan pendapatan, mengelola risiko, serta mengembangkan usaha secara mandiri maupun berbasis kelompok. Dengan demikian, komunikasi pembangunan berperan sebagai katalis yang memperkuat resiliensi ekonomi dan membantu perempuan bertahan dalam tekanan ekonomi dan struktur sosial patriarkis.
3. kontribusi perempuan penenun terhadap pencapaian SDGs di Kabupaten Sikka sangat signifikan, terutama dalam tujuan:
 - a. SDG 1: Tanpa Kemiskinan, melalui peningkatan pendapatan rumah tangga dan penciptaan peluang usaha lokal.
 - b. SDG 5: Kesenjangan Gender, melalui peningkatan peran perempuan dalam pengambilan keputusan ekonomi, penguatan posisi tawar dalam keluarga, serta pengakuan terhadap nilai kerja perempuan.
 - c. SDG 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, melalui penciptaan lapangan kerja kreatif berbasis budaya lokal dan kontribusi pada ekonomi kreatif daerah.
 - d. SDG 12: Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab, melalui pelestarian produksi ramah lingkungan dan pemanfaatan pewarna alami. Temuan ini menunjukkan bahwa kegiatan menenun tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga menjadi praktik budaya yang relevan bagi pembangunan berkelanjutan.

E. Referensi

- Anto, R. P., Harahap, T. K., Sastrini, Y. E., Trisnawati, S. N. I., Ayu, J. D., Sariati, Y., ... & Mendo, A. Y. (2023). Perempuan, Masyarakat, Dan Budaya Patriarki. *Penerbit Tahta Media*
- Dodalwa, M. C., Wea, T. N., & Mbukut, A. (2025). Gereja dan Situasi Ketidakadilan Berbasis Gender di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). *Jurnal Pelayanan Pastoral*, 52-61.
- Estede, S., Damanik, F. H. S., Santosa, I., Damayanti, E., & Wijaya, M. H. D. (2025). *Sosiologi Ekonomi: Teori, Dinamika, dan Transformasi*. Star Digital Publishing.
- Fatoni, M. (2023). *Pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal melalui pengembangan Desa Wisata: Studi deskriptif Sari Ater Desa Palasari Kecamatan Ciater Kabupaten Subang* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Kaka, A. I., & Sabu, O. (2025). PERAN PEREMPUAN PENGRAJIN TENUN IKAT DALAM MENINGKATKAN KESEJASTERAAN EKONOMI KELUARGA KAMPUNG NANGGAMORO PADA DESA WAIHOLO KECAMATAN KODI UTARA KABUPATEN SUMBA BARAT DAYA. *Jurnal Sport & Science* 45, 7(1), 364-371.
- Kasim, A. M., & Nuwa, G. (2024). Menggali Makna Keadilan Gender Berbasis Kearifan Lokal Lio-Sikka; Upaya Mengurangi Kekerasan Terhadap Perempuan Di Sikka. *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 8(2), 2734-2746.
- Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., ... & Sulistiana, D. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Unisma Press.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Grasindo.
- Sudirman, F. A., & Susilawaty, F. T. (2022). Kesenjangan Gender Dalam Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sdgs): Suatu Reviuw Literatur Sistematis. *Journal Publicuho*, 5(4), 995-1010.