

**PENGEMBANGAN PRODUK TPT(Tekstil Dan Produk Tekstil)
MEMASUKI ERA GLOBAL
Oleh : Noor Fitrihana,ST
Jurusan PKK FT – UNY**

Pendahuluan

Kompleksitas permasalahan industri tekstil dan produk tekstil (TPT) nasional sangat beragam. Begitu banyak permasalahan itu, sampai-sampai kalau dipetakan pun sulit. Kendati begitu, dari berbagai sumber yang kami hubungi, setidaknya ada 9 point permasalahan TPT yang mendesak dan memerlukan penanganan sesegera mungkin. Kesembilan pokok permasalahan tersebut meliputi permasalahan manajemen kuota TPT; bahan bakar dan minyak, perpajakan (PPh), impor ilegal, transportasi dan infra struktur, keuangan, keamanan, otonomi daerah dan restrukturisasi mesin. (*Indonesian Tekstil Magazine, 2002*)

Disaat era perdagangan bebas sudah dimulai kondisi industri tekstil malah semakin terpuruk , disaat tingkat persaingan yang makin tinggi industri tekstil Indonesia malah dirundung berbagai persoalan. Dipicu dengan datangnya krisis moneter beberapa tahun lalu yang tak jua kunjung berakhir sampai saat ini ditambah lagi penghapusan kuota tekstil dipasar dunia semakin membuat redup pasar tekstil Indonesia. Seperti diketahui selama ini industri tekstil kita sebagian besar hanyalah sebagai pemegang lisensi merk-merk ternama didunia artinya mereka memproduksi didalam negeri namun produknya dilabeli dengan label luar negeri yang telah dikenal. Dan tak bisa dipungkiri Industri tekstil kita selama ini masih tertolong dengan adanya aturan kuota tekstil dunia sehingga industri tekstil kita masih mampu bertahan karena mendapat limpahan order dari negara negara yang telah kelebihan kuota. Ditinjau dari sisi bisnis mungkin dirasa lebih *save* oleh para pelaku industri. Namun disaat aturan kuota dihilangkan yang akan dimulai tahun 2005 maka Industri tekstil sangat dimungkinkan tidak kelimpahan order yang berarti habislah bisnis mereka..

Oleh karena perlu segera menciptakan dan mengembangkan produk TPT nasional yang inovatif agar dapat diterima dipasar global. Dengan demikian kita harus mampu melakukan

penetrasi pasar dengan produk sendiri artinya harus mampu menghasilkan dan memasarkan produk dengan brand/merk sendiri. Konsekuensinya produk TPT kita harus memiliki keunggulan dibanding produk dari negara lain untuk mampu bersaing di era global. Yang jadi masalah adalah bagaimana mengembangkan produk TPT Indonesia agar mampu bersaing dipasar global disaat kondisi perekonomian negara dililit banyak masalah ?

Pengembangan Produk Tekstil Di Era Global

Secara umum alur produksi pembuatan produk tekstil dapat dijelaskan seperti tabel berikut berikut :

Table .Pembuatan Produk Tekstil

Proses Produksi	Teknologi		Produk Tekstil
	Mekanik	Kimia	
Pembuatan Serat Alam	Pertanian (kapas, yute, linen), Peternakan (sutera, wool)	Polymerisasi /polimer alam (Rayon Viskosa, Rayon Acetat)	Serat alam seperti sutera, kapas, wool, yute, linen, sisal, serat rayon
Pembuatan Serat Sintetis	Pemintalan leleh, kering atau basah	Polymerisasi senyawa senyawa kimia .	Filamen (Benang) dan staple serat polyester , nilon dll
Pembuatan Benang	Pemintalan	Tidak membutuhkan proses kimia secara signifikan	Benang kapas, benang polyester, benang campuran (kapas dan polyester) dll
Pembuatan Kain tenun/rajut	Mesin Persiapan Tenun, Mesin Tenun, Mesin Rajut	Penganjian untuk benang lusi yang akan ditenun	Kain tenun Kain rajut
Pembuatan Kain Non Woven	Mesin kempa (mesin pres)	Teknologi kimia Tekstil (Resin, kimia analisis, kimia organic, Polimer dsb)	Kain non woven Seperti kulit sintetis , Matras, Jas hujan, bahan parasit, terpal dsb
Pewarnaan Tekstil (Celup dan Cap)	Mesin celup, Mesin printing (Cap)	Teknologi Kimia Tekstil (zat warna, obat Bantu, kimia fisika, kimia analisis dsb)	Kain berwarna merah hijau kuning dsb, Kain dengan motif/gambar tertentu
Finishing (penyempurnaan bahan sehingga memiliki sifat khusus)	Mesin penyempurnaan (Mesin bakar bulu, desizing, bleaching, scouring, mercerisasi ,mesin sanforis, spreading, heat setting, anti air, anti susut dsb)	Teknologi Kimia Tekstil (Resin, bioteknologi, kimia organic, kimia fisika, kimia analisis, polimer)	Kain halus, berkilau , langsai, kain untuk tujuan khusus seperti anti api, anti air dsb
Pakaian (Garmen)	Mesin jahit, pasang kancing, mesin potong, mesin pres	Tidak ada proses kimia secara signifikan	Pakaian , kemeja , celana dsb.

Untuk menghasilkan produk tekstil yang memiliki daya saing yang tinggi di era global maka perlu kiranya dilakukan pengembangan pengembangan di beberapa bidang sebagai berikut:

a. Pengembangan Disain

. Perencanaan produk tekstil berawal dari pembuatan design tekstil (jenis serat, nomer benang, anyaman, warna, motif). Permainan warna dan kreativitas motif yang ada pada bahan tekstil adalah hasil kreasi seni. Dari sentuhan kreasi seni inilah kita bisa menikmati baju dengan komposisi warna yang bagus, kita dapat memiliki kain dengan motif yang indah. Hasil karya para designer tekstil ini diolah/diterjemahkan oleh para *engineer* tekstil dalam bahasa mesin pintal, mesin tenun, mesin celup, mesin cap, mesin finishing sehingga design - design tersebut dapat diproduksi dengan mesin-mesin tekstil dan menghasilkan bahan tekstil yang indah dan berkualitas dan nyaman dipakai sesuai fungsi penggunaannya. Kemudian lewat sentuhan seni para praktisi mode jadilah busana yang indah, mewah dan nyaman dikenakan.

Pengembangan disain dapat dilakukan dengan mengangkat kekayaan ragam budaya Indonesia dari sabang sampai merauke. Dimana setiap budaya memiliki tekstil tradisional yang memiliki motif motif yang sangat unik dan etnik. Jika motif motif tradisional ini mampu diangkat di pasar modern melalui pengembangan motif dengan diberi sentuhan gaya modern tanpa harus menghilangkan makna filosofi yang menyertainya serta memperluas penggunaannya tidak hanya sekedar untuk bahan sandang misalnya untuk desain interior rumah, mobil, pesawat dsb tentulah akan menambah nilai seni dan nilai jualnya.

b. Penerapan IPTEK

Selain pengembangan disain, yang sangat diperlukan adalah dukungan teknologi untuk mewujudkan disain-disain yang indah menjadi produk tekstil yang berkualitas. Salah satu permasalahan industri tekstil adalah mesin mesin industrinya sebagian besar adalah mesin mesin lama yang umurnya lebih dari 15 tahun seperti yang diungkapkan oleh Direktur Tekstil Depperindag Subagio(2003) Sekitar 3,1 juta unit mesin tekstil berumur 15 tahun ke atas

mendapat prioritas segera diganti karena mesin-mesin tersebut sudah sangat tua dan tidak mungkin diandalkan lagi untuk bersaing dalam mutu dan kuantitas. Upaya restrukturisasi mesin-mesin tekstil yang diutamakan sudah berusia di atas 15 tahun itu sebagai antisipasi menghadapi pasar bebas AFTA 2003, APEC 2010 dan ditiadakannya quota pada tahun 2004. Dukungan mesin mesin modern yang sudah serba komputerise dengan sistem otomasi dan otonomasi sangat diperlukan agar meningkatkan produktivitas dan mampu menghasilkan produk tekstil dengan kualitas yang tinggi.

c. Penciptaan Trend Mode

Bahan tekstil sebagian besar difungsikan sebagai bahan sandang (pakaian). Berbicara pakaian tentu bicara mode oleh karena itu para praktisi mode harus mampu mengangkat tekstil Indonesia melalui karya karya busana yang indah mempesona sehingga laku dipasar internasional. Disamping itu para praktisi mode Indonesia diharapkan memberikan masukan melalui ide ide kreatifnya dan mampu membaca trend mode yang memiliki visibilitas pasar dimata para pelaku industri sehingga para pelaku industri tekstil memproduksi bahan bahan tekstil sesuai dengan kualitas yang diharapkan oleh para perancang agar mampu melakukan penetrasi pasar tekstil dunia.

d. Pengembangan SDM

Bahwa untuk menghasilkan produk yang berkualitas tentulah tidak lepas dari dukungan SDM dibidang tekstil. SDM yang memiliki produktivitas dan kreativitas yang tinggi sehingga mampu menghasilkan inovasi inovasi produk tekstil. Dukungan SDM ini tentunya lembaga pendidikan harus berperan dengan baik dari tingkat dasar, menengah hingga pendidikan tinggi terutama di bidang tekstil. Saat ini telah cukup banyak berkembang pendidikan tekstil baik ditingkat menengah seperti SMK tekstil di Pekalongan, Yogyakarta, Kendal dan Klaten. Demikian juga di tingkat pendidikan tinggi telah ada pendidikan tinggi tekstil seperti di Bandung, Jakarta, Surabaya, Solo dan Yogyakarta. Didukung banyaknya sekolah sekolah mode dan pendidikan tata busana di universitas eks IKIP. Tentunya output dari lembaga lembaga

pendidikan ini sangat diharapkan untuk mampu menjawab tantangan pasar global pertekstilan dunia.

e. Inovasi Produk Melalui Penerapan IPTEkS

Seiring perkembangan IPTEKS penggunaan bahan tekstil pun tidak hanya untuk produk sandang saja. Namun juga telah digunakan untuk sektor sektor lain seperti industri, militer, kesehatan, kontruksi. Dibidang industri, bahan tekstil yang dibuat khusus untuk menjadi conveyor belt peralatan industri, dibidang kontruksi kita kenal adanya geotekstil dimana bahan tekstil berfungsi sebagai reinforcemen untuk struktur tanah yang labil. Dibidang militer kita kenal adanya rompi anti peluru, dibidang olahraga kita juga mengenal pakaian balap yang mampu melindungi tubuh si pembalap walaupun terjatuh dalam kecepatan tinggi namun tidak lecet sedikitpun, dibidang renang pada olympiade Sydney beberapa tahun diperkenalkan pakaian renang berbahan serat lycra dan campurannya yang memiliki daya luncur yang bagus diatas air sehingga mampu mendongkrak kecepatan renang sipemakai. Kalau anda menyaksikan tayangan tayangan “TV Media” kita bisa mendapatkan pakaian yang mampu memperindah bentuk bagian bagian tubuh tertentu. Dibidang disain interior bahan bahan tekstil pun dimanfaatkan untuk dekorasi ruangan, interior mobil , pesawat dsb. Demikian luasnya penggunaan tekstil berarti luas pula pangsa pasarnya.

Oleh karena itu dalam mengembangkan produk tekstil tidak hanya secara konvensional pada bidang sandang saja namun juga harus membidik pangsa pasar tekstil –tekstil berbasis teknologi. Artinya pengembangan tekstil tidak hanya sekedar mengembangkan dalam bentuk keindahan, kenyamanan dan kemewahan berbusana sebagai fungsi konvensional bahan tekstil namun harus dikembangkan pula nilai tambah fungsi tekstil seiring kemajuan zaman dan perkembangan IPTEKS .

f. Political Will

Memasuki pasar global tentulah produk yang dikembangkan harus memiliki daya saing yang tinggi. Bicara daya saing tentu harus bicara kualitas. Kualitas tentulah mempengaruhi

harga. Penentuan harga tidak lepas dari biaya produksi. Komponen produksi tentulah terkait dengan banyak hal seperti pajak, tenaga kerja, bahan baku, dsb. Komponen - komponen produksi terkait dengan kebijakan ekonomi secara makro maupun mikro dari pemerintah termasuk stabilitas politik. Oleh karena itu pemerintah harus turut berperan dalam menciptakan stabilitas POLEKSOSBUDHANKAM di negara ini untuk iklim usaha yang kondusif. Beberapa perusahaan telah memindahkan kegiatan produksi ke negara tetangga seperti ke Malaysia dan Vietnam karena negara negara tersebut mampu memberikan iklim usaha yang baik. Untuk itu pemerintah perlu melakukan langkah langkah strategis dimasa krisis yang tidak kunjung berakhir ini untuk mengembangkan sektor tekstil melalui kebijakan kebijakan yang menyegarkan iklim usaha tekstil seperti penurunan suku bunga , penurunan pajak impor kapas, penurunan harga BBm untuk industri , stabilitas hankam dsb.

h. Membangun *brand image*

Sangat diperlukan penumbuhan kesadaran cinta produk dalam negeri, namun harus diikuti dengan pengembangan *image* bahwa produk dalam negeri memiliki kualitas yang lebih dibanding produk asing. Tanpa bukti nyata melalui perbaikan kuliatas/mutu dan *image* produk dalam negeri maka cinta produk dalam negeri hanyalah akan menjadi slogan belaka. Untuk mampu melakukan penetrasi pasar dengan baik pemilahan/segmentasi pasar produk tekstil menjadi sangat penting. Artinya kita harus mampu menentukan kemana produk kita akan dijual (sasaran konsumen), apa keinginan konsumen, bagaimana tingkat daya beli konsumen, siapa pesaing kita dan bagaimana strategi pemasaran yang tepat.

Upaya upaya pencitraan *image* produk Indonesia di dalam negeri maupun dunia internasional harus segera dibangun jika produk TPT kita tidak ingin terlindas oleh serbuan produk dari luar negeri . Kita perlu mengembangkan produk dengan merk dalam negeri. Seperti karya Itang Yunas salah seorang perancang Indonesia telah memproduksi blazer (pakain kerja wanita) dengan merk Tatum yang telah memiliki omzet yang cukup tinggi. Hal ini perlu segera diikuti oleh para perancang lainnya melalui kerja sama dengan industri garmen untuk dapat

melakukan penetrasi pasar . Selama ini kebanyakan perusahaan tekstil kita hanya sebagai pemegang lisensi merk –merk luar negeri akibatnya walaupun seluruh produk tersebut dibuat di Indonesia namun dipasar harganya selangit .

Untuk membuat produk TPT agar mampu mencapai “*Superbrand*” dibutuhkan proses (waktu) serta inovasi terus menerus. Oleh karena itu jalinan kemitraan beberapa pihak yang terkait dengan industri TPT harus saling bekerjasama secara terus menerus hingga mampu memenuhi kriteria *superbrand* yaitu mampu mendominasi pasar, mendapatkan kepercayaan pelanggan, memiliki pelanggan yang setia, mampu bertahan sepanjang waktu, serta diterima dihati pelanggan.

g. Promosi Terus menerus

Industri sebagai pelaku ekonomi tentulah harus memperoleh keuntungan dari produk yang dihasilkannya. Untuk dapat memperoleh keuntungan tentulah produknya harus laku. Untuk dapat laku sebuah produk harus dikenal dimasyarakat dan untuk dikenal tentu harus dipromosikan. Media promosi yang sangat efektif adalah melalui media cetak dan elektronik. Demikian juga dalam pengembangan produk tekstil peran serta media cetak dan elektronik sangat diperlukan dalam memasarkan produk tekstil dalam negeri minimal untuk pangsa pasar domestik yang cukup potensial dimana Indonesia termasuk negara berpenduduk terbesar didunia. Selain itu penyebaran produk ke luarnegeri juga sangat diperlukan sehingga masyarakat internasional mengenal aneka produk tekstil Indonesia. Disamping itu pemasaran melalui masyarakat Indonesia yang bermukim diluar negeri juga dapat sangat efektif dalam mengenalkan produk Indonesia.

Dewasa ini sedang tren pemasaran sebuah produk dikemas dalam acara fashion show yang menawan. Kita ingat beberapa waktu yang lalu sebuah merek handphone(Siemen) meluncurkan produk barunya yang dikemas dalam fashion show dimana produk sebuah merek HP tersebut dibawa berlenggak lenggok oleh model yang mengenakan busana dengan rancangan yang disesuaikan dengan *image* produk HP tersebut. Sebuah pameran perlengkapan

interior kamar tidur mewah (Merk Da Vinci) juga dibumbui dengan fashion show dari perancang kenamaan di Indonesia yang diharapkan mampu meningkatkan *image* produk tempat tidur tersebut . Artinya dari gejala promosi ini maka kalangan industri tekstil dan perancang mode dapat mempromosikan produk tekstil/rancangan busananya bersama misi misi dagang produk Indonesia lainnya yang bisa dikemas jadi satu sehingga efektif dan efisien.

Strategi pengembangan tersebut harus dilakukan melalui sinergi kerjasama antara pihak pihak terkait seperti industri tekstil, pemerintah, lembaga pendidikan, praktisi mode,dan media cetak dan elektronik dalam membangun *merk/brand* dalam negeri dimana semua aspek diatas harus dilakukan bersama saling mengisi kekurangan satu dengan yang lain untuk menghasilkan produk yang unggul(berkualitas).

Kesimpulan

Kreativitas seni (Pengembangan disain) ,penerapan IPTEK, penciptaan trend mode , Inovasi produk tekstil, SDM yang profesional, peningkatan entrepreneurship para Investor (Pelaku industri) , Stabilitas Poleksosbudhankam , serta promosi melalui media menjadi kunci pokok dalam membangun “image” produk TPT Indonesia di era global. Untuk itu memasuki era global perlu sinergi yang baik melalui pola kemitraan antara industri, pemerintah, lembaga pendidikan dan para praktisi mode serta media cetak dan elektronik.

Melalui pengembangan produk tekstil yang inovatif dan berkualitas maka Industri tekstil kita akan tetap eksis dipasar global dan tetap menjadi primadona ekspor non migas. Produk produk tekstil inovatif Indonesia akan membawa industri tekstil kembali bersinar dipasar global dan industri tekstil tidak menjadi *sunset* industri dimasa mendatang seperti yang dikhawatirkan selama ini.