

---

**STRATEGI PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH  
TERHADAP PENJUALAN SARUNG TENUN KHAS BUTON**

Oleh  
Hastuti

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Buton, Baubau  
Sulawesi Tenggara 93728, Indonesia  
E-mail: [tutie977@gmail.com](mailto:tutie977@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah terhadap penjualan sarung tenun khas Buton. Objek penelitian ini adalah usaha mikro kecil dan menengah di Kelurahan Sulaa Kecamatan Betoambari Kota Baubau. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan menggunakan Analisis SWOT. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini bahwa pengrajin memperoleh modal dari dua sumber yakni modal mandiri dan modal kerja sama, kelemahan para Pengrajin kain tenun khas Buton yaitu kekurangan wadah atau sarana pasar yang tidak luas, oppotuniti atau faktor peluang, ketersediaan sumber daya manusia sudah ada dan faktor ancaman yang bersifat eksternal bagi perkembangan penjualan sarung tenun khas Buton adalah adanya sarung tenun khas Buton yang palsu. Strategi meningkatkan penjualan sarung tenun khas buton menggunakan media sosial sesuai dengan perkembangan teknologi dan zaman.

**Keywords: Strategi, Pemberdayaan, Usaha Mikro Kecil Dan Menengah & SWOT**

**PENDAHULUAN**

Definisi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai batasan yang bervariasi. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dalam perekonomian dan pembangunan nasional (Rochjadi Hafiluddin & Saleh, 2014). Eksistensi Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) terbukti mampu bertahan dan menjadi penggerak ekonomi.

Dalam mewujudkan kondisi perekonomian secara makro yang maju dan berkualitas di suatu negara khususnya Indonesia diperlukan pembangunan perekonomian mikro di berbagai wilayah

secara merata dan stabil (Ariwibowo, 2017). Namun disisi lain, UMKM juga menghadapi banyak sekali permasalahan, seperti sumber daya manusia yang rendah, terbatasnya modal kerja, minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi dan terbatasnya pemasaran. Kelemahan yang dihadapi oleh para pengrajin atau kelompok UMKM dalam meningkatkan kemampuan usaha mereka meliputi berbagai indikator yang mana salah satu dengan yang lainnya saling berkaitan. Serta adanya persaingan yang kurang sehat antar kelompok UMKM serta desakan ekonomi dalam keluarga sehingga mengakibatkan ruang lingkup usaha menjadi sempit dan terbatas. Namun, kendala lain yang dihadapi yaitu keterkaitan dengan prospek usaha yang kurang jelas serta perencanaan, visi dan misi yang belum mantap di dalam ruang lingkup kelompok UMKM.

Dalam menghadapi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasarat untuk

meningkatkan daya saing UMKM. Agar dapat menguasai pasar, maka UMKM perlu mendapatkan informasi dengan mudah dan cepat, baik informasi mengenai pasar produksi maupun pasar faktor produksi (Latisia, 2019). Masalah yang dihadapi dan menjadi kelemahan kelompok UMKM adalah kurangnya akses informasi, khususnya yaitu informasi pasar. Ini menjadi kendala karena dengan terbatasnya akses informasi pasar tersebut dapat mengakibatkan rendahnya peninjauan pasar sehingga dapat menyebabkan melemahnya daya saing. Minimnya informasi mengenai pemasaran dapat menjadikan kelompok UMKM tidak dapat mengembangkan usahanya ke arah yang jelas dan matang, sehingga perkembangannya dapat tidak mampu bergerak. Selain itu juga faktor sumber daya manusia di dalamnya juga memiliki andil tersendiri.

Oleh sebab itu perlu adanya upaya berupa strategi yang tepat sehingga UMKM dapat berkembang. Para pelaku usaha harus merumuskan berbagai macam strategi penjualan agar dapat bersaing guna mempertahankan usahanya.

Penelitian ini kemudian memusatkan perhatian pada Sektor UMKM di kampung tenun Kelurahan Sulaa Kecamatan Betoambari Kota Baubau. Berdasarkan hasil observasi kelompok UMKM di kelurahan Sulaa kota Baubau diidentifikasi terdapat 10 kelompok Pengrajin tenun dimana masing-masing kelompok terdiri dari satu ketua kelompok dan 5 anggota kelompok. Awal terbentuknya kelompok pengrajin tenun ini diawali oleh pemerintah Kota Baubau yang terus mengembangkan potensi kerajinan tenun khas Buton. Salah satu wujudnya adalah didirikannya Galeri tenun dan Bangsal tenun, sehingga masyarakat tersebut membentuk 10 kelompok pengrajin tenun lalu didirikan nya 10 bangsal untuk masing-masing kelompok tenun tersebut.

Berdasarkan deskripsi diatas penulis melakukan penelitian dengan judul Strategi

Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Terhadap Penjualan Sarung Tenun Khas Buton.

## LANDASAN TEORI

### Konsep Strategi

Merumuskan sebuah strategi bukanlah pekerjaan yang mudah. Kendala utamanya adalah komitmen internal atas segala hal yang telah dirumuskan sebagai konsekuensi strategi (Maulana et al., 2021). Strategi yaitu cara dimana suatu kelompok akan mencapai tujuannya sesuai dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternal dan internal yang dihadapi oleh perusahaan (Jatmiko, 2003).

Sarana organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuannya diartikan sebagai program utama dari tindakan dan komitmen atas pemahaman dan penempatan produk ke arah pencapaian tujuan menyeluruh berdasarkan kekuatan internal dan peluang yang ada. Makna penting dari pemahaman strategi sebagai sebuah usaha untuk mengambil tindakan yang berbeda dari perusahaan lain atau pesaing dalam satu industri yang sama guna mencapai posisi yang lebih baik (Hamili, 2016).

Fokus utama strategi menekankan memaksimalkan sumber daya produktivitas, misalnya, strategi pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan penelitian dan pengembangan. Proses pengambilan keputusan strategi akan selalu berkaitan dengan pengembangan visi, misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan.

Menurut Hendro (2011) adapun strategi lainnya yang dapat digunakan dalam mengembangkan produk ialah sebagai berikut:

#### 1) Strategi pengembangan pasar

Strategi pengembangan pasar adalah strategi untuk memasarkan produk atau jasa saat ini kepada konsumen di segmen pasar atau wilayah geografis pasar yang baru.

#### 2) Strategi pengembangan produk

Strategi pengembangan produk adalah strategi untuk memperluas pangsa pasar

yang lebih besar dengan menggunakan tambahan pilihan atau varian produk baru.

### 3) Strategi inovasi

Strategi inovasi adalah strategi yang berkaitan dengan penciptaan dan penerimaan pelanggan atau produk baru.

### Konsep Pemberdayaan

Pemberdayaan merupakan upaya membangun daya (masyarakat) dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkan (Sunariani et al., 2017). Pemberdayaan masyarakat harus dilakukan melalui 3 (tiga) jalur, yaitu: (1) Menciptakan iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (Enabling); (2) Menguatkan potensi dan daya yang dimiliki masyarakat (Empowering); (3) Memberikan perlindungan (Protecting).

Konsep pemberdayaan dalam wacana pembangunan biasanya selalu dikaitkan dengan konsep kemandirian, partisipasi, jaringan kerja, dan keadilan. Menurut Nugroho (2007), partisipasi merupakan komponen terpenting dalam upaya pertumbuhan kemandirian dan proses pemberdayaan. Strategi pemberdayaan menempatkan partisipasi masyarakat sebagai isu pertama pembangunan saat ini.

Konsep pemberdayaan yang dilakukan bertujuan pada pemberdayaan bidang ekonomi dan bidang sosial, dengan maksud kelompok sasaran dapat mengelola usahanya, kemudian memasarkan dan membentuk siklus pemasaran yang relatif stabil dan agar kelompok sasaran dapat menjalankan fungsi sosialnya kembali sesuai dengan peran dan tugas sosialnya.

### Usaha Mikro Kecil Dan Menengah

Pengertian usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berdasarkan Undang-Undang No. 20 tahun 2008 adalah sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. UMKM merupakan usaha yang masih dikategorikan

usaha kecil dan menengah. Adapun kriteria dari UMKM dilihat dari besarnya modal yang dimiliki dapat dilihat pada Tabel berikut.

**Tabel 1. UMKM Dilihat Dari Besarnya Modal**

Usaha	Aset	Omset
Usaha mikro	Maksimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	Lebih dari 50 Juta sampai 500 Juta	Lebih dari 300 juta sampai 2,5 Miliar
Usaha Menengah	Lebih dari 500 Juta sampai 10 Miliar	Lebih dari 2,5 Miliar sampai 50 Miliar

Sumber: (Maulana et al., 2021)

### METODE PENELITIAN

Dalam menjalankan usaha tentu tidak terlepas dari adanya kendala ataupun hambatan-hambatan. Kendala atau hambatan-hambatan tersebut bisa datang dari internal maupun eksternal. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Objek penelitian ini adalah UMKM di Kelurahan Sulaa Kecamatan Betoambari Kota Baubau.

Oleh karena itu pendekatan yang harus dilakukan dalam menjalankan UMKM yaitu dengan pendekatan Analisis SWOT agar dapat mengetahui faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) maupun faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman). Kemudian setelah dapat diketahui faktor internal maupun faktor eksternal tersebut diharapkan menciptakan strategi alternatif yang tepat dalam meningkatkan pemberdayaan penjualan sarung tenun khas Buton.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi kepada pemilik UMKM di Kelurahan Sulaa Kecamatan Betoambari Kota Baubau. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang terdiri atas tahapan pengumpulan data,

reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis SWOT

Analisis SWOT yaitu identifikasi berbagai faktor dengan secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi bisnis. Analisis SWOT ini didasarkan pada logika agar dapat memaksimalkan faktor-faktor yang dimiliki seperti faktor kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), dan secara bersamaan dapat meminimalisir kelemahan (*weakness*) serta ancaman (*threats*). Pengambilan keputusan strategis ini berkaitan dengan pengembangan misi, strategi, tujuan, serta kebijakan yang diterapkan pada suatu bisnis. Dengan demikian perencanaan strategi harus dengan menganalisis faktor-faktor strategis bisnis seperti:

#### Kekuatan (*Strength*)

Strength atau faktor kekuatan merupakan faktor internal atau faktor yang berasal dari dalam perusahaan yang dapat mendukung perkembangan bisnis secara optimal. Adapun faktor kekuatan yang dimiliki oleh para Pengrajin sarung tenun khas Buton di Kelurahan Sulaa adalah sebagai berikut:

##### 1. Modal Usaha

Pengrajin sarung tenun khas Buton di Kelurahan Sulaa memperoleh modal usaha berupa benang pewarna alam. Pengrajin memperoleh modal ini dari dua sumber yakni modal mandiri dan modal kerja sama.

##### 1) Modal mandiri

Modal mandiri ini pengrajin merakit sendiri benang yang akan di gunakan untuk proses pembuatan sarung.

##### 2) Modal Kerja Sama

Modal kerja sama ini dimaksud para kelompok pengrajin tenun bisa memperoleh modal berupa benang pewarna alam di galeri tenun Sulaa.

##### 2. Awet atau Tahan Lama

Sarung tenun khas buton Sulaa original, proses pembuatan sarung secara manual per helai benang dengan menggabungkan secara

memanjang dan melintang. Dengan kata lain bersilangnya antara benang lusi dan pakan secara bergantian. Terbuat dari benang asli tanpa pewarna pakaian sehingga tidak luntur, semakin dicuci maka kain tenun khas Buton ini semakin awet atau tahan lama.

#### Kelemahan (*Weakness*)

Para Pengrajin kain tenun Khas Buton di Sulaa pun memiliki beberapa kelemahan, yakni Wadah atau sarana pasar tidak luas. Sulaa memiliki sumber daya manusia yang berdaya saing tinggi, akan tetapi kurangnya wadah atau akses informasi pasar untuk menampung hasil kerajinan dari pengrajin tersebut. Dalam hal ini pengrajin akan menenun jika ada pesanan dari pelanggan yang mencari sarung tenun khas Buton.

Dengan adanya peristiwa ini peneliti memanfaatkan kelemahan ini dengan menghidupkan kembali Bangsal tenun dengan menjadikan Bangsal sebagai wadah untuk menyimpan hasil tenunan ke masing-masing Bangsal tenun yang nantinya mempermudah pengunjung yang datang ke Sulaa mencari sarung tenun dan memanfaatkan media sosial seperti facebook, instagram dan shoope sebagai media tambahan untuk mempromosikan atau menjual hasil kerajinan mereka.

#### Peluang (*Opportuniti*)

Opportuniti atau faktor peluang merupakan faktor eksternal perusahaan dalam bisnis yang akan menjadi kesempatan bagi perusahaan bisnis untuk berkembang secara optimal. Beberapa peluang yang dimiliki oleh para Pengrajin sarung tenun khas Buton adalah sebagai berikut:

##### 1. Ketersediaan Sumber Daya Manusia

Masyarakat di kelurahan Sulaa Kecamatan Betoambari kota Baubau pada umumnya merupakan nelayan untuk kaum laki-laki, dan penenun untuk kaum perempuan. Menenun di Sulaa merupakan warisan turun temurun sehingga pengrajin tenun di Kelurahan Sulaa mudah di temukan.

Berdasarkan penelitian terlihat bahwa sumber daya manusia sudah ada namun

kurangnya akses penjualan menjadi salah satu faktor pendukung turunnya minat menenun oleh para pengrajin di Kelurahan Sulaa. Salah satu strategi penting dalam pembangunan adalah pentingnya pemberdayaan sumber daya manusia. Pemberdayaan pada masyarakat adalah salah satu kekuatan yang sangat vital. Kekuatan yang dimaksud dapat dilihat dari berbagai aspek seperti aspek fisik, ekonomi, aspek materil dan kelembagaan, aspek pendapatan, kekuatan kerja sama, serta kekuatan intelektual agar dapat mematuhi dan menerapkan prinsip pemberdayaan. Arti pentingnya pemberdayaan sumber daya manusia adalah menciptakan kemandirian agar masyarakat mampu berbuat, memahami serta mengaplikasikan dalam berbagai kegiatan pembangunan.

## 2. Sarung Tenun Khas Buton Sudah di Kenal Oleh Masyarakat Lokal.

Tenun khas Buton selain sebagai perekat sosial bagi masyarakat Buton, juga sebagai identitas diri masyarakat dan sosial. Bagi orang Buton pakaian tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tubuh dari terik matahari dan dinginnya angin pada malam hari, tetapi juga berfungsi sebagai identitas diri masyarakat dan sebagai stratifikasi sosial. Dengan melihat pakaian yang digunakan oleh wanita Buton misalnya, dapat diketahui wanita tersebut sudah menikah atau belum menikah, termasuk golongan awam atau bangsawan. Misalnya motif "kasopa" motif ini biasa dipakai oleh kaum perempuan, sedangkan motif "kumbaea" yang didominasi oleh benang emas atau benang perak biasanya dipakai oleh golongan bangsawan yang bergelar La Ode atau Wa Ode di Buton.

Berdasarkan penelitian terlihat bahwa sarung tenun khas Buton memang sudah di kenal oleh masyarakat lokal terlihat dengan adanya masyarakat yang memegang teguh tradisi adat masyarakat Buton yang tetap menggunakan sarung tenun khas Buton untuk segala kegiatan dalam lingkungan masyarakat Kota Baubau. Masyarakat yang tetap

memegang tradisi Buton menjadi peluang oleh para pengrajin sarung tenun khas Buton di Kelurahan Sulaa untuk tetap membuat kerajinan sarung tenun khas Buton.

## Ancaman (*Threats*)

Adapun faktor ancaman yang bersifat eksternal bagi perkembangan penjualan sarung tenun khas Buton oleh pengrajin tenun di Kelurahan Sulaa adalah adanya sarung tenun khas Buton yang palsu (proses pembuatannya menggunakan mesin dan pewarna pakaian).

Berdasarkan hasil penelitian ancaman yang di hadapi oleh pengrajin sarung tenun khas Buton yaitu adanya sarung tenun khas buton yang palsu yang proses pembuatan sarungnya menggunakan mesin dan pewarna pakaian. Untuk menghadapi ancaman tersebut pengrajin tenun khas Buton di Kelurahan Sulaa menggunakan kekuatan internal yaitu sarung tenun khas Buton yang asli lebih tahan lama atau awet. Meski terbilang lebih mahal di banding dengan sarung tenun khas Buton yang palsu namun kualitas dari yang asli lebih baik, warna tidak luntur dan kualitas bahan tebal namun tetap nyaman di pakaidan bisa di gunakan hingga bertahun-tahun tergantung perawatan penggunaannya.

## 2. Strategi Eksplorasi Layanan Permodalan

Pada dasarnya kebutuhan modal untuk melakukan usaha bisnis terdiri dari dua jenis yaitu modal investasi dan modal kerja. Modal investasi ini dapat digunakan untuk jangka panjang serta dapat digunakan berulang-ulang. Biasanya lebih dari satu tahun. Penggunaannya adalah untuk pembelian aktiva tetap seperti gedung, bangunan atau tanah, mesin, peralatan, kendaraan, serta inventaris lainnya. Sedangkan modal kerja adalah modal yang dapat digunakan untuk membiayai operasional perusahaan bisnis pada saat perusahaan sedang beroperasi. Jenis modal tersebut biasanya bersifat jangka pendek, dan biasanya hanya digunakan untuk sekali atau beberapa kali proses produksi kerja. Modal kerja digunakan



untuk keperluan membayar gaji karyawan, membeli bahan baku, dan biaya lain-lainnya.

Berdasarkan penelitian terlihat bahwa layanan permodalan kelompok tenun Kelurahan Sulaa berupa benang pewarna alam. Modal ini bisa diperoleh di galeri tenun Kelurahan Sulaa.

Berdasarkan hasil penelitian strategi layanan permodalan kelompok tenun di Kelurahan Sulaa terlihat cukup baik untuk mendukung kelompok penenun. Layanan permodalan yang didapatkan yakni berupa benang. Benang tersebut di peroleh dengan pengrajin meminjam benang ke galeri tenun dan terkadang ada pula batuan dari Kelurahan Sulaa berupa alat tenun untuk pengrajin tenun tersebut.

### **Peningkatan Kreatifitas**

Strategi peningkatan kreatifitas yaitu suatu proses atau cara yang dilakukan oleh para perajin tenun dalam upaya mempertahankan atau meningkatkan hasil kerajinan mereka, seperti peningkatan kemampuan bersaing dan sekaligus bekerja sama antar perajin tenun. Adapun strategi yang dilakukan oleh perajin meliputi seluruh aktivitas produksinya, mulai dari penyediaan bahan baku, organisasi pengelolaan, sampai dengan pemasarannya. Untuk menjaga kesinambungan usaha bisnis, para perajin tenun juga mewariskan pengetahuan dan keterampilan mereka kepada anak keturunannya atau orang lain yang berminat untuk menenun.

Penjelasan dari masing-masing unsur strategi bisnis yang dilakukan oleh para perajin tenun dapat di lihat sebagai berikut:

#### 1) Penyediaan bahan baku

Untuk penyediaan bahan merupakan modal awal dari para perajin sarung tenun, tanpa adanya modal awal bahan yaitu bahan baku, proses pembuatan sarung tenun tidak akan dapat berjalan. Bagi perajin sarung tenun khas Buton tidak terdapat kesulitan di dalam menyediakan bahan baku. Saat ini mereka bisa memperoleh benang di galeri tenun.

#### 2) Diversifikasi Produk

Untuk mempertahankan kesinambungan produksi kain tenun, perajin tenun di tuntut untuk bergerak kreatif dan inovatif menciptakan bentuk-bentuk baru agar tetap diminati konsumen. Namun, kreativitas dan inovasi yang ada seringkali memerlukan campur tangan pihak lain untuk sebagai motivator atau motor penggeraknya.

Kerajinan sarung tenun khas Buton yang dihasilkan hanya berupa kain sarung khas Buton, baju dan selendang. Namun, dalam perkembangannya, tidak hanya dibuat menjadi sarung, baju dan selendang, tetapi juga barang-barang lainnya yang bisa dibuat dengan adanya sentuhan tenun Buton seperti : tas, taplak meja, hiasan dinding, kipas untuk keperluan souvenir, dan lainnya. Dalam hal ini para pengrajin sarung tenun khas Buton lah yang berperan sebagai motor penggerak kreativitas dan inovasi mereka.

#### 3) Organisasi Pengelolaan

Di samping bersaing untuk memperebutkan peluang pasar, sesama perajin tenun di Kelurahan Sulaa juga saling membantu dan bekerja sama. Agar dapat saling membantu antar sesama perajin tenun, setiap usaha dapat membentuk suatu organisasi. Dalam hal ini organisasi tersebut sudah di bentuk menjadi 10 kelompok tenun yakni Tunas maju, walet, serba usaha, mawar, merpati, nirwana 1, nirwana 2, nuri, cendrawasih dan tenun harapan. Fungsi utama dari kelompok yang dibentuk adalah untuk membantu permodalan dan strategi pemasaran produknya.

#### 4) Pemasaran

Pemasaran adalah tahap yang sangat berperan penting menentukan keberlangsungan suatu jenis kerajinan usaha. Para perajin sarung tenun khas Buton mempunyai dua cara untuk memasarkan. Pertama adalah menjual kepada sentral-sentral sarung tenun khas Buton dan yang kedua menjual sendiri sarung tenun khas Buton tersebut oleh para perajin dengan harga yang lebih murah.

Harga sarung tenun khas Buton bervariasi. Misalnya, sebuah sarung tenun sederhana dijual dengan harga yang cukup murah yaitu, Rp 250.000,-, harga bisa mencapai Rp 800.000,-. Tingkatan harga sarung tenun khas Buton tersebut berdasarkan pada kualitas benang yang digunakan, motif sarung semakin sulit maka semakin mahal harga sarung tersebut, dan ukuran panjang dan lebar kain menentukan harga kisaran sarung tenun.

#### 5) Kesenambungan Usaha

Para perajin tenun harus melakukan regenerasi untuk meneruskan usaha tenun tersebut. Regenerasi dilakukan dengan memberikan pengetahuan dan keterampilan mereka kepada generasi muda, khususnya anak-anak mereka. Akan tetapi, sebagian perajin tenun mengalami kesulitan, karena generasi muda tidak berminat untuk menggeluti jenis kerajinan seperti menenun tersebut dan memilih bekerja dibidang lain yang dianggap lebih menguntungkan.

Untuk mengatasi kesulitan tersebut, diperlukan peranan pemerintah untuk meningkatkan kecintaan masyarakat terhadap tenun khas Buton. Kecintaan terhadap tenun khas Buton ini akan berdampak dari semakin meningkatnya permintaan kain tenun khas Buton oleh masyarakat kepada para perajin.

#### 6) Peran pemerintah Daerah

Peranan pemerintah daerah, melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Baubau dalam pembinaan terhadap industri tenun tradisional Buton dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis, yakni :

##### a) pendidikan dan pelatihan

Program pendidikan dan latihan dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Baubau kepada para perajin kain tenun khas Buton. Dengan demikian, diharapkan para perajin dapat membuat inovasi dan meningkatkan kreativitas pada seni hiasnya, sehingga karya mereka dapat diminati oleh masyarakat lokal ataupun interlokal. Program yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan terhadap

perajin kain tenun khas Buton adalah dengan melakukan pelatihan dan pendampingan, antara lain membuat diversifikasi produk berbahan dasar tenunan; pengembangan program anggota UKM; pengembangan kemitraan; dan pengembangan pasar untuk kain tenun khas Buton.

##### b) Pemberian Bantuan Alat Produksi

Bantuan alat produksi, antara lain diberikan kepada perajin tenun khas Buton. Bantuan alat dan bahan yang diberikan kepada para perajin kain tenun khas Buton adalah beberapa buah alat tenun dan benang di 10 kelompok di Kelurahan Sulaa.

##### c) Pengikut Sertaan Dalam Pameran

Pemerintah daerah juga senantiasa mengikut sertakan beberapa orang perajin dari beberapa kelompok tenun yang ada di kelurahan Sulaa Kota Baubau ke dalam kegiatan pameran secara rutin setiap tahunnya, baik di provinsi, ataupun antar provinsi. Pameran dimaksudkan disini untuk memperoleh peluang pasar penjualan. Dengan keikutsertaan pemerintah sebagai pameran bukan berarti usaha para perajin tergantung pada pemerintah daerah. Pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah hanya sebagai ajang untuk mengembangkan jaringan pasar. Dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Baubau hanya bertindak selaku fasilitator. Selanjutnya, perajin sendiri yang harus mampu berperan aktif mempromosikan dan memasarkannya produk hasil tenunan.

##### d) Peningkatan Kecintaan Masyarakat

Upaya untuk meningkatkan kecintaan masyarakat terhadap produk kerajinan dari daerah mereka sendiri merupakan bagian dari peranan pemerintah daerah. Dalam hal ini Pemerintah Kota Baubau mewajibkan setiap Aparatur Sipil Negara (ANS) di lingkungan instansi pemerintah untuk memakai pakaian dari bahan tenun Khas Buton pada setiap hari Kamis dan Jumat. Di samping itu, pemerintah daerah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata merencanakan program Gerakan

Cinta Seni dan Pariwisata. Gerakan ini dimaksudkan agar masyarakat lebih menghargai karya seni dari daerah nya masing-masing.

### Akses Penjualan Melalui Media Sosial

Promosi yang efektif dan efisien sesuai dengan perkembangan teknologi dan zaman adalah menggunakan media sosial. Tidak hanya membuat halaman facebook dan instagram untuk promosi, perlu juga dibentuk sebuah tim yang fokus (*concern*) untuk mengurus akun di media sosial. Tujuannya agar akun di media sosial tidak terbengkalai. *Up date* atau tidaknya sebuah media sosial juga menjadi catatan bagi publik untuk peka (*aware*) terhadap informasi yang disampaikan oleh akun tersebut. Untuk itu perlu dibentuk semacam *official team* yang bekerja fokus pada urusan promosi dan publikasi.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Analisis SWOT didasarkan pada perencanaan strategi, dengan menganalisis faktor-faktor strategis seperti Strength atau faktor kekuatan, adapun faktor kekuatan yang dimiliki oleh para Pengrajin sarung tenun khas Buton di Kelurahan Sulaa adalah pengrajin sarung tenun khas Buton di Kelurahan Sulaa memperoleh modal usaha berupa benang pewarna alam. Pengrajin memperoleh modal ini dari dua sumber yakni modal mandiri dan modal kerja sama. Kelemahan (*Weaknees*) yaitu para Pengrajin kain tenun Khas Buton di Sulaa pun memiliki beberapa kelemahan, yakni wadah atau sarana pasar tidak luas. *Opportuniti* atau faktor peluang, ketersediaan sumber daya manusia sudah ada namun kurangnya akses penjualan menjadi salah satu faktor pendukung turunnya minat unutup menenun. Adapun faktor ancaman yang bersifat eksternal bagi perkembangan penjualan sarung tenun khas Buton oleh pengrajin tenun di Kelurahan Sulaa adalah adanya sarung tenun khas Buton yang palsu.

Strategi meningkatkan penjualan sarung tenun khas buton menggunakan promosi yang efektif dan efisien sesuai dengan perkembangan teknologi dan zaman menggunakan media sosial. Tidak hanya membuat halaman facebook dan instagram saja untuk mempromosikan hasil tenun khas Buton, dibentuk semacam *official team* yang bekerja fokus pada urusan promosi dan publikasi.

### Saran

Beberapa Bangsal tenun yang tutup atau dijadikan pergudangan, bisa di jadikan wadah oleh masing-masing kelompok untuk menampung semua hasil kerajinan mereka, sehingga pengunjung yang datang pun bisa langsung ke galeri atau kebangsal-bangsals tenun untuk memilih sarung tenun khas Buton sesuai kebutuhan pengunjung. Dalam hal ini bermaksud menghidupkan kembali bangsal-bangsals yang tutup dengan mengembalikan fungsi ketua, sekretaris, bendahara ataupun anggota-anggota kelompok tenun.

Pengrajin tenun di Kelurahan Sulaa hanya membuat berupa sarung Khas Buton, dengan memanfaatkan keatifitas dan bakat yang dimiliki oleh penenun bisa membuat kerajinan berupa barang-barang lainnya yang bisa dibuat dengan adanya sentuhan tenun Buton seperti: tas, taplak meja, hiasan dinding, kipas untuk keperluan souvenir, dan lainnya.

Memanfaatkan media sosial seperti facebook, instagram dan shoope sebagai media tambahan untuh mempromosikan atau menjual hasil kerajinan mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ariwibowo, P. (2017). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Pengentasan Kemiskinan dan Pembangunan Perekonomian di Indonesia. *JABE (Journal of Applied Business and ...*, 173–183.  
<https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/JABE/article/view/1398/1111>



- [2] Latisia, S. (2019). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Kediri. *Jurnal Mediasosian : Jurnal Ilmu Sosial Dan Administrasi Negara*, 1(2), 62–75. <https://doi.org/10.30737/mediasosian.v1i2.202>
- [3] Hamali, A. Y. (2016). Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan. *Jakarta: Prenadamedia Group*.
- [4] Hendro, I. (2011). *Dasar-dasar kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- [5] Jatmiko, Rammad Dwi. 2003. *Manajemen Stratejik*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- [6] Maulana, H. A., Niaga, J. A., & Bengkalis, P. N. (2021). JMK ( Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan ) Lejo Sebauk pada Masa Pandemi COVID-19. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6(1), 11–25. <https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/ManajemenKewirausahaan/index>
- [7] Nugroho, Trilaksono. (2007) *Paradigma, Model, Pendekatan Pembangunan, dan Pemberdayaan Masyarakat di Era Otonomi Daerah*. Malang, FIA. Universitas Brawijaya.
- [8] Rochjadi Hafiluddin, M., & Saleh, C. (2014). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis “Community Based Economic Development” (Studi pada pelaku UMKM di Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo). *Wacana, Sosial Dan Humaniora*, 17(2), 68–77. <https://wacana.ub.ac.id/index.php/wacana/article/view/305/255>
- [9] Sunariani, N. N., Suryadinata, A. O., & Mahaputra, I. I. R. (2017). Pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) melalui program binaan di provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 1–20.
- [10] Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN