

Strategi Pengembangan UMKM Industri Kerajinan Sarung Khas Buton Pasca Covid 19

La Harjoprawiro¹, Nitri Mirosea², Asriyani Mulia Basri³

¹Program Studi S1 Manajemen, Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia

²Program Studi S1 Akuntansi, Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia

³Program Studi S1 Pendidikan Akuntansi, Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 25-11-2023

Direvisi 08-01-2024

Diterbitkan 17-04-2024

Keyword:

covid 19
industry craft
woven sarong

ABSTRACT

The craft industry is the activity of processing raw materials into semi-finished materials or semi-finished goods. The craft industry studied focuses on the typical Buton woven sarong industry, which is one of the MSME affected by Covid-19 in Buton Regency. The aim of this research is to determine and analyze the strengths and weaknesses as well as threats and opportunities of the Buton woven cloth craft industry. The samples used were 30 typical Buton woven cloth craft MSME. This research was analyzed using SWOT analysis. SWOT analysis can produce several alternatives that can be developed after Covid 19 so that they can develop and adapt to the business environment. In the SWOT analysis diagram, the craft industry is in quadrant I position so that it has strengths and opportunities. Novelty in this research is a strategy used after Covid-19, namely strengthening creative craft branding through multimedia and social media.

Corresponding Author:

La Harjoprawiro,
Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Haluoleo,
Kampus Hijau Bumi Tridharma, Kota Kendari, 93231, Indonesia,
Email: la.harjoprawiro@uho.ac.id

Pendahuluan

Globalisasi ekonomi adalah sebuah fenomena yang mendunia dan memasuki hampir seluruh aspek kehidupan manusia dalam sektor ekonomi. Globalisasi ekonomi membuka pasar internasional yang membuka peluang lebih besar bagi tiap negara untuk lebih berkembang (Astuti, 2005). Hal itu disebabkan karena pasar global menyediakan akses yang lebih mudah pada modal, teknologi, manusia, pasar ekspor yang lebih besar, dan impor yang lebih murah. Menjadi bagian di pasar global, sebuah negara akan menjadi bagian atas produksi internasional dan rantai pasokan yang menjadi saluran utama perdagangan (Jane, 2012).

Munculnya wabah global covid-19 telah membawa perubahan terhadap dunia dengan berbagai tantangan yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya. Di Indonesia, covid-19 telah menjangkiti lebih dari 1,3 juta orang sejak kasus pertama diumumkan pada bulan Maret 2020, setidaknya 35.000 orang telah meninggal dunia (Smeru, 2021) dalam (Priangani, 2023). Menghadapi krisis ekonomi ini, Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan sejumlah paket stimulus fiskal skala besar melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Aspek jumlah anggaran pemerintah yang diperuntukkan untuk mengurangi dampak negatif dari pandemi covid-19, Indonesia berada pada peringkat lima besar dari negara-negara di wilayah Asia Pasifik.

Indonesia terus melakukan sejumlah upaya perbaikan dalam memperkuat berbagai program perlindungan sosialnya untuk menangani krisis setelah pandemi covid-19. Program-program perlindungan sosial ini telah diperluas untuk melindungi masyarakat miskin terhadap guncangan ekonomi, dan juga masyarakat berpenghasilan menengah kebawah yang jumlahnya terus meningkat namun menjadi rentan terhadap risiko jatuh miskin di kemudian hari. Selain itu, usaha-usaha kecil juga menerima bantuan pemerintah

seiring dengan upaya mereka untuk terus bertahan di tengah penurunan perekonomian dan pembatasan kegiatan masyarakat setelah pandemi covid-19 (Rezki & Yunus, 2021).

Kabupaten Buton adalah salah satu daerah otonom yang ada di Sulawesi Tenggara memiliki Visi RPJMD “Terwujudnya Kabupaten Buton sebagai daerah Kawasan Bisnis dan Budaya Terdepan (Perda No. 1 Tahun 2018). Melalui visi itu kemudian dituangkan dalam misi pembangunan lima tahun yaitu: (1) Peningkatan kualitas sumber daya manusia, (2) Pembangunan daya saing yang berkelanjutan, (3) pelestarian dan pengembangan nilai asset budaya, dan (4) Reformasi birokrasi. Upaya mewujudkan visi dan upaya percepatan pemulihan ekonomi nasional dan daerah, kebijakan ekonomi yang diharapkan dapat menghadapi kelesuan ekonomi saat ini adalah dengan mengembangkan dan menggiatkan usaha-usaha ekonomi baru dimasyarakat, terutama usaha ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif kini telah menjadi salah satu tren ekonomi dunia bahkan dalam untuk masa yang akan datang. Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang dapat mendorong perekonomian nasional maupun lokal di saat pertumbuhan ekonomi dunia tengah melambat. Sektor ini telah teruji memiliki daya tahan dalam menghadapi krisis, memiliki potensi cukup besar, keunggulan kompetitif serta berpeluang mendatangkan devisa yang tinggi.

Untuk mencapai proyeksi tersebut Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM) memerlukan dukungan dari pemerintah terutama akses pendanaan tambahan. Hal ini dikarenakan kebijakan kredit usaha rakyat (KUR) yang difasilitasi pemerintah belum cukup efektif dalam mendorong UMKM karena hanya diberikan kepada usaha perdagangan, bukan usaha produksi (Aristanto, 2019). Mengembangkan ekonomi kreatif, faktor terpenting adalah sumber daya manusianya (*human capital* atau *intellectual capital*) disamping teknologi, institusi, pemasaran dan pembiayaan (Smeru, 2021) dalam (Mirosea et al., 2022). Hal ini dikarenakan ekonomi kreatif lebih dominan hasil kreasi ide/gagasan orisinal dan tidak terlalu membutuhkan banyak ruang maupun modal fisik (Arifianti dan Alexandri, 2017). Dari sisi inilah ekonomi kreatif di Kabupaten Buton memiliki peluang cukup besar untuk berkembang karena Kabupaten ini memiliki SDM yang cukup handal. Permasalahan justru pada sisi bagaimana meningkatkan peran industri kreatif yang perkembangannya sampai saat ini masih belum tertata sehingga memerlukan dorongan serta kebijakan pemerintah untuk bertumbuh lebih pesat (Samparadja, et., all., 2023).

Permasalahan yang seringkali dijumpai di lapangan dalam pengembangan UMKM yang tangguh adalah menyangkut regulasi, persoalan internal dan eksternal UMKM. Beberapa persoalan yang dihadapi oleh pelaku UMKM diantaranya adalah persyaratan administratif yang harus dipenuhi oleh UMKM baik yang terkait dengan persoalan perijinan, retribusi atau kewajiban lainnya yang dikeluarkan baik oleh Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Daerah (Amri, 2015). Adakalanya beberapa peraturan dimaksud diantaranya tumpah tindih atau tidak terkoordinasi, sehingga pada akhirnya membebani UMKM untuk memulai atau mengembangkan usahanya.

Selain itu permasalahan lain yang dihadapi oleh UMKM adalah akses kredit ke lembaga perbankan terutama kewajiban pemenuhan berbagai persyaratan dokumen antara lain Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Problem-problem tersebut turut mempersulit pelaku UMKM untuk tumbuh kembang dalam menunjang perekonomian khususnya di Kabupaten Buton. Pelaku sektor UMKM di Kabupaten Buton juga menghadapi permasalahan yang sama dengan UMKM di daerah lain. Disamping kendala, UMKM juga memiliki potensi yang dapat dikembangkan untuk pembangunan ekonomi di Kabupaten Buton. Hal tersebut juga terjadi pada salah satu UMKM Industri Kerajinan Sarung Tenun Khas Buton khususnya di Desa Wabula. Sarung tenun sendiri merupakan hasil tenun yang diproduksi secara manual menggunakan tangan. Masalah lainnya adalah sudah banyaknya industri sarung tenun khas Buton menggunakan mesin yang dijual dengan harga murah di pasaran, hal ini juga dapat memberikan ancaman kepada kelompok UMKM industri sarung tenun khas Buton.

Strategi peningkatan branding melalui multimedia dan media dan media sosial juga dikembangkan agar produk yang dihasilkan dapat sesuai kebutuhan konsumen serta peningkatan pelayanan juga diperhatikan dan ditingkatkan secara berkala. Sehingga pelaku bisnis harus mampu menentukan analisis SWOT. Serta pelaku usaha dapat menentukan strategi bisnis yang tepat yaitu dengan menggunakan analisis SWOT sehingga dapat diketahui faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan atau keunggulan (*Strengths*), dan kelemahan (*Weakness*) dan dapat mempertimbangkan faktor eksternal usaha yang dijalani yaitu peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) sehingga usaha dapat mengadaptasi dan mengetahui secara objektif kondisi faktor internal dan eksternal sehingga bisnis dapat cepat beradaptasi dan mengendalikan jika terjadi perubahan dari luar dan mampu meningkatkan mengembangkan produk sarung tenun khas Buton secara signifikan. Diketahui bahwa pentingnya menjaga kualitas akan sarung tenun produksi serta memanfaatkan media sosial dalam melakukan promosi dalam mempengaruhi pengembangan UMKM. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM industri kerajinan sarung tenun khas Buton.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan deskriptif. Populasi penelitian adalah UMKM industri sarung tenun khas Buton sebanyak 30 responden yang bertempat di Desa Wabula Kecamatan Wabula Kabupaten Buton Sulawesi Tenggara sebagai pemilik UMKM sarung tenun khas Buton yang diproduksi secara manual menggunakan tangan. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi, observasi dan pustaka. Teknik analisis data menggunakan Analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan antara faktor eksternal berupa peluang dan ancaman dengan faktor internal yang terdiri atas kekuatan dan kelemahan. Faktor internal dimasukkan ke dalam matriks yang disebut sebagai matriks faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Element Analysis Summary*). Faktor-faktor eksternal strategis dikumpulkan dalam sebuah matriks yang dikenal sebagai matriks *External Factors Analysis Summary*. Ketika matriks faktor strategis internal dan eksternal disintesiskan, maka hasilnya dimasukkan ke dalam model kuantitatif, yaitu matriks SWOT untuk membentuk strategi kompetitif perusahaan (Ali, 2019). Kemudian dilakukan dengan memberikan bobot dan pemeringkatan masing-masing komponen menggunakan matriks IFAS dan EFAS dengan skala 0,0 (tidak penting) sampai dengan 1,0 (paling penting). Langkah selanjutnya adalah membuat diagram analisis dimana pada kuadran 1 merupakan situasi yang sangat menguntungkan, kuadran 2 merupakan situasi dimana organisasi mengalami ancaman, kuadran 3 merupakan situasi organisasi menghadapi peluang yang sangat besar dan kuadran 4 merupakan situasi organisasi sangat tidak menguntungkan. Terakhir yang dilakukan dengan menyilangkan lima komponen dari hasil pemeringkatan matriks IFAS dan EFAS untuk menghasilkan strategi pengembangan (Fatmala et al., 2023).

Hasil dan Pembahasan

Kabupaten Buton saat ini merupakan salah satu kabupaten yang memiliki potensi dan kekayaan alam yang melimpah juga kekayaan budaya, pariwisata dan perindustrian serta potensi pertambangan terbesar di dunia. Sehingga banyak orang berkunjung dan menetap di kabupaten Buton. Tingginya mobilitas masyarakat di Kabupaten Buton menjadi salah satu faktor perkembangan perekonomian pada sektor industri kerajinan.

Penyusunan strategi pengembangan dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap. Tahap pertama adalah menentukan faktor-faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Tahap kedua dilakukan dengan memberikan bobot dan pemeringkatan masing-masing komponen menggunakan matriks IFAS dan EFAS dengan skala 0,0 (tidak penting) sampai dengan 1,0 (paling penting). Selanjutnya, tahap ketiga dilakukan dengan menyilangkan lima komponen dari hasil pemeringkatan matriks IFAS dan EFAS untuk menghasilkan strategi pengembangan (Fatmala et al., 2023). Adapun tabel nilai pengukuran IFAS dan EFAS (Fatmala et al., 2023) pada tabel berikut :

Tabel 1. Peringkat Kekuatan dan Kelemahan

Deskripsi Peringkat Kekuatan (S)	Deskripsi Peringkat Kelemahan (W)
4 = gaya yang sangat kuat	4 = kelemahan mudah diperbaiki
3 = kekuatan posesif yang sangat kuat	3 = kelemahan mudah diperbaiki
2 = resistansi rendah	2 = kelemahan sulit diperbaiki
1 = resistansi agak lemah	1 = kelemahan yang sulit dipecahkan

Tabel 2. Keterangan Kriteria Kekuatan dan Kelemahan

Bobot	Keterangan
>0,20	Sangat kuat
0,11-0,20	Kekuatan diatas rata-rata
0,6-0,10	Kekuatan rata-rata
0,1-0,5	Kekuatan dibawah rata-rata

Tabel 3. Peringkat Peluang dan Ancaman

Deskripsi Peringkat Peluang	Deskripsi Peringkat Ancaman
4 = peluang sangat mudah ditangkap	4 = ancaman mudah dikelola
3 = peluang mudah ditangkap	3 = manajemen ancaman mudah
2 = peluang sulit diperoleh	2 = ancaman sulit diatasi
1 = sangat tidak mungkin mendapatkan peluang	1 = ancaman sangat sulit diatasi

Tabel 4. Keterangan Kriteria Peluang dan Ancaman

Bobot (O)	Keterangan (T)
>0,20	Sangat kuat
0,11-0,20	Kekuatan diatas rata-rata
0,6-0,10	Kekuatan rata-rata
0,1-0,5	Kekuatan dibawah rata-rata

Dari hasil analisis dalam penelitian ini dengan mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal pada industri kerajinan dapat disajikan dalam tabel 5 dan tabel 6 di bawah ini:

Tabel 5. Faktor Strategi Internal Analisa SWOT Industri Kerajinan Kabupaten Buton tahun 2022

No	Aspek Kekuatan (<i>Strength/S</i>)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1	SDM Potensial	0.1	3	0.3
2	Posisi strategis sebagai daerah pertambangan, industri, perdagangan dan pariwisata	0.05	4	0.2
3	Kerajinan yang turun temurun	0.15	4	0.6
4	Pemanfaatan limbah (daur ulang)	0.05	3	0.15
5	Memiliki potensi pasar nasional dan ekspor	0.14	3	0.42
6	Potensi penghasilan cukup besar	0.1	4	0.4
	Sub Total	0.59		2.07
	Aspek kelemahan (<i>Weakness</i>)			
1	Kreativitas Tenaga Kerja Terbatas	0.1	3	0.3
2	Kemampuan manajerial rendah	0.13	2	0.26
3	Bahan baku dasar semakin mahal	0.08	2	0.16
4	Permintaan secara masal teknologi/mesin yang memadai	0.1	1	0.1
	Sub Total	0.41		0.82
	Total	1.00		2.89

Sumber : data diolah (2022)

Tabel 5 menunjukkan faktor strategi internal yang dimiliki oleh Industri kerajinan di Kabupaten Buton. Faktor internal ini meliputi kekuatan dan kelemahan UMKM di Kabupaten Buton. Faktor internal berdasarkan variabel kekuatan yang utama dengan nilai bobot tertinggi sebesar 0,6 adalah kerajinan yang turun temurun. Nilai 0,6 menunjukkan bahwa sarung industri kerajinan tangan sarung Buton memiliki kekuatan rata-rata jika dilihat berdasarkan klasifikasi nilai berdasarkan tabel 2.

Tingginya bobot skor tersebut membuktikan bahwa industri kerajinan yang turun temurun inilah yang menjadi modal utama bagi industri kerajinan di kabupaten Buton dalam mempertahankan eksistensinya. Keterampilan diperoleh oleh warisan turun temurun dari orang tua mereka sehingga tetap eksis (Hastuti, 2022). Tetapi kalau dilihat dari sisi kelemahan utama industri kerajinan di Kabupaten Buton yaitu kreatifitas terbatas dengan bobot sebesar 0,3. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada kreatifitas atau inovasi dalam menciptakan karya baru. Keterampilan mereka didapat dari warisan orang tua turun temurun tanpa melalui pelatihan-pelatihan formal. Meskipun sudah ada juga pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh pemerintah terutama di Kecamatan Wabula sebagai pusat industri kreatif. Selanjutnya adalah analisis peluang dan ancaman yang terlihat pada tabel 6 berikut:

Tabel 6. Faktor Strategi Eksternal Analisa SWOT Industri Kerajinan Sarung Khas Buton Tahun 2022

No	Aspek Peluang/ <i>Opportunity</i>	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1	Potensi pemasaran cukup luas	0.1	3	0.3
2	Adanya sentra kerajinan	0.19	3	0.57

3	Pemanfaatan media internet sebagai media pemasaran	0.15	4	0.6
4	Mendapatkan dukungan dari lembaga keuangan	0.1	2	0.2
	Sub Total	0.54		1.67
	<i>Aspek Ancaman/Threatment</i>			
1	Kurang memahami standar mutu di pasar global	0.1	3	0.3
2	Masuknya produk serupa dari luar daerah	0.15	2	0.3
3	Banyaknya usaha yang serupa	0.08	2	0.16
4	Kurangnya pemanfaatan Teknologi Terbaru	0.08	1	0.08
5	Persaingan dalam harga produksi kerajinan	0.05	2	0.1
	Sub Total	0.46		0.94
	Total	1.00		2.61

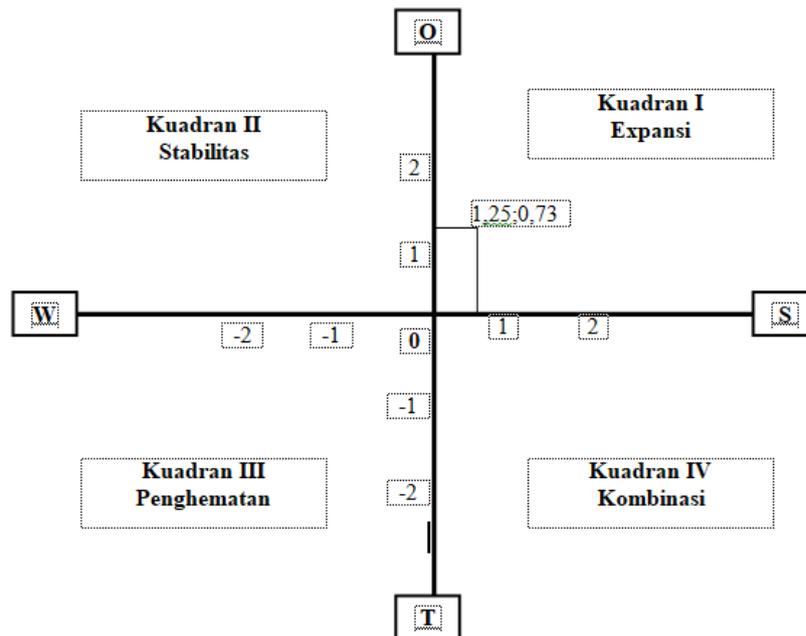
Sumber : data diolah (2022)

Tabel 6 menunjukkan faktor strategi eksternal yang dimiliki oleh industri kerajinan di Kabupaten Buton. Faktor eksternal ini meliputi peluang dan ancaman *industry* kerajinan di Kabupaten Buton. Faktor eksternal berdasarkan variabel peluang yang utama dengan nilai bobot tertinggi sebesar 0,6 adalah pemanfaat media internet sebagai media pemasaran. Nilai 0,6 menunjukkan bahwa sarung undustri kerajinan tangan sarung Buton memiliki kekuatan rata-rata jika dilihat berdasarkan klasifikasi nilai berdasarkan tabel 4.

Tingginya bobot skor tersebut membuktikan bahwa peluang Idustri kerajinan dalam memanfaatkan media internet menjadi modal utama bagi indutri kerajinan di Kabupaten Buton dalam mempertahankan memasarkan produknya. Sedangkan dari analisis ancamannya yaitu Kurang memahami standar mutu di pasar global dengan bobot sebesar 0,3. Hal ini menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan media internet dalam memasarkan produk industri kerajinan dapat meningkatkan perkembangan usaha tetapi juga harus didukung oleh kemampuan dalam memahami standar mutu pasar global. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawan et al., (2018) yang menemukan bahwa peningkatan penjualan sarung tenun dapat ditingkatkan melalui pemanfaatan media internet.

Setelah dilakukan pembobotan dan penentuan strategi yang di tentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal maka akan ditentukan strategi utama dengan analisis SWOT, Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Penentuan strategi utama ini di lakukan untuk mengetahui strategi paling utama pada saat perusahaan ada pada kuadran 1, kuadran 2, kuadran 3, atau pada kuadran 4 seperti pada Gambar 1.

Dari hasil pembobotan penentuan strategi diketahui kekuatan sebesar 2,07, kelemahan sebesar 0,82, peluang sebesar 1,67, ancaman sebesar 0,94, maka dapat disimpulkan untuk penentuan strategi utama sektor kerajinan masuk pada kuadaran 1 yaitu kuandran ekspansi. Pada posisi ini Strategi UMKM industri kerajinan yang diterapkan dalam kondisi ini adalah dengan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).Setelah dilakukan penentuan kuadran maka selanjutnya menyusun alternatif dari analisis SWOT. Matriks SWOT dapat dilihat pada tabel 3.



Gambar 1. Pemetaan faktor internal dan eksternal dalam diagram SWOT

Tabel 3. Matrik SWOT Industri Sektor Kerajinan Sarung Khas Buton

Internal	Kekuatan (Strengths):		Kelemahan (weakness) :	
	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki potensi pasar nasional dan export. Posisi strategis sebagai daerah perdagangan dan pariwisata. Kerajinan yang turun temurun. Pemanfaatan Limbah. SDM Potensial. Potensi Penghasilan yang cukup besar. 		<ol style="list-style-type: none"> Kemampuan managerial rendah. Kreatifitas tenaga kerjaa yang terbatas. Bahan baku dasar yang semakin mahal. Permintaan masal dan teknologi mesin yang memadai. 	
Eksternal	Peluang (opportunity):		Alternatif Strategi (WO):	
	<ol style="list-style-type: none"> Adanya sentra kerajinan. Potensi pemasaran yang cukup luas. Pemanfaatan media internet sebagai media pemasaran. Mendapat dukungan dari lembaga keuangan. 		<ol style="list-style-type: none"> Fasilitasi akses modal, matchmaking pembiayaan Fasilitasi moderinasi teknologi Membuat standarisasi kompetensi pengrajin Kreatif 	
	Tantangan (Treaths):		Alternatif Strategi (ST):	
	<ol style="list-style-type: none"> Masuknya Produk serupa dari luar daerah. Kurang memahami standart mutu di pasar global. Banyaknya usaha yang serupa. Persaingan dalam harga produksi kerajinan. Kurangnya pemanfaatan teknologi terbaru 		<ol style="list-style-type: none"> Fasilitasi kemitraan kerajinan kreatif Fasilitasi HKI Kerajinan kreatif Penigkatan iklim usaha kreatif kompetitif 	
			Alternatif Strategi (WT):	
			<ol style="list-style-type: none"> Fasilitasi pembetulan komunitas kerajinan kreatif Memperbanyak Sentra Industri kerajinan kreatif Fasilitasi dan bantuan alat kerajinan kreatif 	

Sumber : data diolah (2022)

Matriks SWOT menunjukkan alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM Industri Kerajinan Sarung Khas Buton pasca Covid 19 sebagai berikut: Strategi Kekuatan-Peluang (SO) diantaranya : Peningkatan SDM melalui Diklat Kerajinan Kreatif, Peningkatan Branding kerajinan kreatif melalui multimedia dan media sosial serta Membuat *market center* kerajinan kreatif. Strategi Kelemahan-Peluang (WO) diantaranya berupa fasilitas akses modal, *matchmaking* pembiayaan, fasilitasi *moderinasi* teknologi, serta membuat standarisasi kompetensi pengrajin kreatif. Strategi Kekuatan-Ancaman (ST) berupa fasilitasi kemitraan industri kreatif, fasilitasi HKI kerajinan kreatif serta penigkatan iklim usaha kreatif kompetitif. Strategi Kelemahan-Ancaman (WT) diantaranya fasilitias pembentukan komunitas kerajinan kreatif, memperbanyak sentra industri kerajinan kreatif, fasilitasi dan bantuan alat kerajinan kreatif

Adapun hasil penyusunan matriks SWOT sektor kerajinan sarung tenun khas Buton juga memiliki kekuatan dan memiliki peluang dengan strategi utama yaitu peningkatan branding kerajinan kreatif melalui multimedia dan media sosial. Strategi promosi menggunakan media digital dan produk multimedia lebih menjanjikan karena mampu menarik calon konsumen untuk mendapatkan informasi mengenai produk dan transaksi yang dijual melalui internet (Alicia & Laulita, 2023). Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Abidin Achmad et al., 2020). Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia yang dapat membantu pemasaran produk industri kreatif sarung khas Buton.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Arivetullatif & Ardina, 2022) menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM kerajinan sarung tenun sidan dapat dilakukan dengan promosi media sosial dan penguatan HAKI. Penelitian yang juga dilakukan oleh (Prasetyo et al., 2023) menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM industri kerajinan kain tenun dengan adanya kolaborasi antara pemerintah lembaga yang terkait dan komunitas pengrajin, sehingga pengolahan kerajinan tangan sarung tenun. Pada penelitian ini yang berfokus pada UMKM kerajinan sarung tenun Buton strategi pengembangannya dilakukan dengan peningkatan branding melalui multimedia dan media sosial. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indusri sarung tenun masing-masing daerah memiliki pola strategi pengembangan tersendiri dalam upaya pengembangan produknya.

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah bahwa kekuatan yang dimiliki oleh industri kreatif sarung khas Buton diantaranya memiliki potensi pasar nasional dan ekspor, Posisi strategis sebgai daerah perdagangan dan pariwisata, Kerajinan yang turun temurun, Pemanfaatan Limbah, SDM Potensial, Potensi Penghasilan yang cukup besar. Sedangkan dari segi kelemahan yang dimiliki antara lain kemampuan managerial rendah, kreatifitas tenaga kerja yang terbatas, bahan baku dasar yang semakin mahal, permintaan masal dan teknologi mesin yang memadai. UMKM *industry* kreatif memiliki beberapa peluang diantaranya adanya sentra kerajinan, potensi pemasaran yang cukup luas, pemanfaatan media internet sebagai media pemasaran, mendapat dukungan dari lembaga keuangan. Sedangkan ancaman yang dimiliki berupa masuknya produk serupa dari luar daerah, kurang memahami standar mutu di pasar global, banyaknya usaha yang serupa, persaingan dalam harga produksi kerajianan, Kurangnya pemanfaatan teknologi terbaru.

Rekomendasai hasil penelitian ini ditujukan Kepada Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perindustrian dan perdagangan Kabupaten Buton perlu melakukan bimbingan, pelatihan dan pendampingan secara massif dan terstruktur serta berkesinambungan kepada para pelaku usaha mikro kecil untuk meningkatkan penjualannya seperti pemasaran berbasis web, perhitungan harga pokok produk, pencatatan laporan keuangan, ekspo kerajinan rakyat, mengadakan festival tenun dan pengurusan hak paten untuk produk UMKM kerajinan. Penelitian selanjutnya diharapkan melakukan analisis strategi pengembangan UMKM pada bidang usaha lainnya misalnya warung makan, bengkel

dan pedangang sembako. Sebagai tindak lanjut dari penelitian ini juga bisa digunakan sebagai bahan untuk pengabdian kepada masyarakat.

Referensi

- Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhillah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>
- Ali, M. (2019). Analisis SWOT Dalam Merumuskan Strategi Pemasaran Pada Grand Celino Hotel di Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 1–9.
- Alicia, A., & Lailita, N. B. (2023). Pembuatan Produk Multimedia Dan Strategi Promosi Melalui Media Digital Pada Warung Miso Medan. *Prima: Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 146–150. <https://doi.org/10.55047/prima.v2i1.541>
- Amri, F. (2015). Permasalahan UMKM: Strategi Dan Kebijakan. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Pluralisme Dalam Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(9), 368–380.
- Arifianti, R., & Alexandri, M. B. (2017). Activation of Creative Sub-Economic Sector in Bandung City. *Jurnal AdBispreneur*, 2(3), 201–209.
- Aristanto, E. (2019). Kredit Usaha Rakyat (KUR) : Pilihan Kebijakan Afirmatif Mendorong Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Indonesia. *Journal of Banking and Finance*, 1(1), 1–12.
- Arivetullatif, A., & Ardina, G. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Pariaman. *Ensiklopedia of Journal*, 4(4), 364–371. <https://doi.org/10.33559/eoj.v4i4.888>
- Dewi Astuti. (2005). Kajian Bisnis Franchise Makanan Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1), pp.83-98. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/16108>
- Fatmala, W., Sari, M., Yunarsi, Y., & Rahman, N. (2023). Pengembangan Ekonomi Lokal melalui Budidaya Rumput Laut sebagai Sumber Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2), 471. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1099>
- Hastuti. (2022). Strategi Pemberdayaan UMKM Penjualan Sarung Tenun Khas Buton. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(12), 4037–4046.
- Jane, D. O. (2012). Proses Internasionalisasi Perusahaan : Desain Strategi & Organisasi (Studi kasus UKM di Kota Bandung). *Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Katolik Prahayangan*, 1–55.
- Mirosea, N., Hasrul, Y., Tamburaka, I., Aya, W., & Lestari, Y. (2022). *Pembentukan Propaktani di Desa Lambusa untuk Memperkuat Pemasaran Hasil Penelitian*. 444–456.
- Prasetyo, B., Rahmah, S., Toba, R., Noviana Noor, W., & Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, U. (2023). Pengolahan Kerajinan Tangan Sarung Tenun Samarinda Sebagai Sumber Pendapatan Warga. *Widya Noviana Noor SIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Juli, 1(2), 2023. <https://journal.uinsi.ac.id/index.php/SIMAS/index>
- Priangani, A. (2023). Memperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsan*, 2(4), 1–9.
- Rezki, A., & Yunus, N. R. (2021). Kemosototan Ekonomi Negara Sebagai Dampak Pembatasan Sosial Covid 19 di Indonesia. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 8(6), 2111–2122. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v8i6.23393>
- Samparadja, N., Jayadi, K., & Satriadi. (2023). Studi Terhadap Kain Tenun Buton (Proses, Makna Motif dan Penggunaannya). *Seni Rupa Dan Desain*, 2(2), 267–279.
- Setiawan, G., Achmadi, F., & Vitasari, P. (2018). Analisis Peningkatan Penjualan Produk Kain Tenun Ikat dengan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri*, 4(1), 10–13. <https://doi.org/10.36040/jtmi.v4i1.199>
- Smeru. (2021). Ringkasan Eksekutif: Dampak Sosial Ekonomi COVID-19 terhadap Rumah Tangga dan Rekomendasi Kebijakan Strategis untuk Indonesia. *SMERU Research Institute*, 1–7.