

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Sebelumnya yang Relevan

1. Hastuti, Jurnal, Mei 2022, Vol. 2, No. 12. Judul: Metodologi untuk Memfasilitasi Usaha kecil dan menengah untuk Menjual Sarung Tenun Buton. Dalam penelitian ini, digunakan metode kualitatif dan analisis SWOT. Metode observasi, wawancara, dan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data. Menurut temuan penelitian ini, perajin memperoleh modal dari dua sumber yaitu modal mandiri dan modal koperasi. Kurangnya fasilitas atau wadah pasar yang luas, faktor peluang atau kesempatan, ketersediaan sumber daya manusia, dan faktor ancaman adanya sarung tenun Buton palsu merupakan kelemahan pengrajin kain tenun Buton. Cara memperluas penjualan sarung tenun khas Buton dengan memanfaatkan hiburan virtual adalah sesuai dengan perkembangan zaman dan zaman. Kemiripan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan para ahli sama-sama menyelidiki bagaimana perkembangan bisnis dan teknik periklanannya. Fakta bahwa penelitian ini mengkaji tentang Strategi Agar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Bisa Berjualan Sarung Tenun Buton Biasa membedakannya dengan penelitian peneliti. Kajian Strategi Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif Pada Pengrajin Tenun di Desa Lontoi Kabupaten Buton Selatan menjadi pokok bahasan penelitian peneliti.
1. Nur Sabariah, Roro Retno Wulan, dan Mohammad Isa Pramana Koesoemadinata, 2. Jurnal Vol. 1 Tahun 2021, Judul: Pengembangan Ragam Produk Kain Tenun Buton Untuk Merevitalisasi Budaya Buton Penelitian kualitatif ini menggunakan analisis deskriptif untuk mengkaji fenomena budaya yang berkaitan dengan pemanfaatan kain tenun khas Buton. Observasi online, kajian literatur, dokumentasi, dan

wawancara mendalam digunakan untuk mengumpulkan data pendukung dalam sebuah jaringan. Teori penelitian ini terkait dengan kain tenun Buton, dimulai dari sejarah tenun Buton dan berkembang melalui filosofi dan penerapannya. Saat ini pemanfaatan tema menjadi berbagai karya masih berpusat pada unsur-unsur gaya, namun yang mendasar tidak hanya menggunakan tema, tetapi juga memasukkan berbagai penjelasan atau penggambaran dari setiap tema sebagai karya untuk memajukan dan melestarikan tekstur tenun Buton rata-rata. Untuk menyesuaikan diri dengan era saat ini, pemasaran produk secara online dan desain produk yang mengikuti trend adalah langkah yang tepat. Fakta bahwa mereka mengembangkan usaha kerajinan anyaman dengan memproduksi motif-motif cantik yang sedang trend saat ini menjadi salah satu kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian lainnya. Berkembangnya Ragam Produk Kain Tenun Buton dalam upaya menghidupkan kembali budaya Buton menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian peneliti. Sementara itu, saya meneliti cara memulai usaha penjualan kerajinan tenun di Desa Lontoi Kabupaten Buton Selatan.

2. Nur Afika, Skripsi 2022. Judul: Desa Callia, Kabupaten Buton Tengah, Sulawesi Tenggara, memiliki pengrajin sarung tenun buton. Tujuan penelitian kualitatif berbasis narasi ini adalah untuk mengungkap motivasi para pengrajin sarung tenun di Desa Pangilia Kabupaten Buton Tengah. Masyarakat desa Pangilia sendiri menjadi informan penelitian ini. Ketiga metode pengumpulan data tersebut adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan temuan penelitian ini, sejumlah perajin yang masih menenun sarung tenun berusaha melestarikan tradisi warisan nenek moyang mereka dengan berbagai cara. Karena sarung tenun merupakan bagian dari identitas masyarakat Buton, khususnya yang ada di desa Pangilia, ketersediaannya memberikan dampak positif bagi

desa Pangilia. Orang yang lebih tua memperoleh pertumbuhan ekonomi melalui produksi sarung tenun. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti usaha kerajinan tenun yang ada di Buton sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu penelitian ini hanya meneliti tentang eksistensi pengrajin tenun di Buton sedangkan saya meneliti tentang bagaimana cara mengembangkan usaha kerajinan tenun yang ada di Buton.

3. Nalis Hendrawan, Sultan Hady, Azlin Rosnayati. Jurnal Informatika, Volume 10, No.1, Juni 2021 - ISSN Online 2528-0090. Judul: Penerapan Sistem Informasi Pada Penjualan Sarung Tenun Buton Berbasis Android. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data dengan metode observasi, metode wawancara dan metode kepustakaan kemudian analisis data yang digunakan dengan menggunakan jenis data Kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah berupa aplikasi penjualan sarung tenun Buton yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran bagi penun untuk menjual produk tenunnya secara online, sehingga dapat menghasilkan lebih banyak. Kemiripan antara eksplorasi ini dan pemeriksaan yang dilakukan para analis sama-sama menyelidiki kemajuan produk kain tenun untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu penelitian ini meneliti tentang penerapan Sistem Informasi Pada Penjualan Sarung Tenun Buton Berbasis Android. Sedangkan penelitian peneliti adalah meneliti tentang strategi pengembangan Ekonomi Kreatif Studi Pada Pengrajin Tenun di Desa Lonto Kabupaten Buton Selatan.
4. Nova Lia. Skripsi 2022, Judul: Strategi Pengembangan Produk Kain Tenun Rongkong Untuk Meningkatkan Nilai Budaya dan Pendapatan Masyarakat Kabupaten Rongkong Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dokumentasi,

wawancara, dan observasi adalah semua metode pengumpulan data. Kajian tersebut menunjukkan bahwa sangat mungkin untuk mengembangkan produk berbahan kain tenun untuk meningkatkan nilai budaya. Namun, konsumen belum memahami makna nilai-nilai yang terkandung dalam kain tenun karena belum cukup inovasi untuk memperkenalkannya. Meskipun dalam pengembangan barang-barang tekstur tenun untuk meningkatkan pendapatan, khususnya proses pembuatan yang menggunakan bahan-bahan mentah berkualitas, penjualan langsung melalui ritel, pertukaran verbal dan kemajuan online, dan pengembangan lebih lanjut kualitas bantuan. Kemiripan antara eksplorasi ini dan pemeriksaan yang dilakukan para analis sama-sama menyelidiki kemajuan produk kain tenun untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Perbedaan penelitian Nova Lia meneliti di Kecamatan Rongkong sedangkan Lokasi penelitian yang peneliti lakukan adalah Desa Lontoi di Kecamatan Siompu Kabupaten Buton Selatan.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini dalam pengumpulan data strategi pengembangannya menggunakan 7 indikator keberlangsungan ekonomi kreatif yaitu, Produksi, Pasar dan pemasaran, Manajemen dan keuangan, Kebijakan pemerintah, Kondisi ekonomi, Lingkungan dan Kemitraan usaha.

2.2. Landasan Teori

Beberapa konsep yang menjadi landasan teori penelitian ini adalah Penjelasan tentang ekonomi kreatif dimana kerajinan tenun masuk dalam sub sektor ekonomi kreatif yang dianggap sebagai jenis kriya.

2.2.1. Ekonomi Kreatif

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

John Howkins pertama kali memperkenalkan konsep ekonomi kreatif dalam bukunya tahun 2001 *Ekonomi Kreatif*,

Bagaimana Orang Menghasilkan Uang dari Ide. Kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas, warisan budaya, dan lingkungan sebagai fondasi masa depan disebut sebagai ekonomi kreatif. Ekonomi mendapatkan nilai melalui proses penambahan nilai berdasarkan kreativitas, budaya, dan lingkungan. Intinya adalah orang-orang kreatif yang mengandalkan keterampilan ilmiahnya menghasilkan lebih banyak (Carunia, 2017). Ekonomi Kreatif adalah ide baru yang mengandalkan ide dan pengetahuan sumber daya manusianya sebagai faktor utama produksi, mengintensifkan informasi dan kreativitas. (Hasanah, 2015). Kemampuan masyarakat dalam mengembangkan keterampilan sebagai modal utama untuk menghasilkan barang dan jasa yang bernilai ekonomi inilah yang melahirkan ekonomi kreatif. Karakteristik budaya, sumber daya alam, bahkan geografi sebagai ciri masyarakat negara (tempat tinggal) mendukung keterampilan masyarakat. (Afni, 2019).

Ekonomi kreatif, secara keseluruhan, mengacu pada interaksi rumit antara budaya, ekonomi, dan teknologi dalam menghadapi dunia global yang didominasi oleh simbol, teks, inspirasi, dan imajinasi. Kreativitas ekonomi dapat dipecah menjadi tiga konsep utama berdasarkan definisi ini:

1. Kreativitas ekonomi melibatkan penciptaan sesuatu dari ketiadaan.
2. Kolaborasi produksi sesuatu yang lama dengan cara baru mengarah pada kreativitas ekonomi.
3. Menurut Suryana (2013), kreativitas ekonomi adalah pemanfaatan sesuatu untuk menciptakan sesuatu yang lebih sederhana atau unggul.

Industri kreatif yang melakukan proses penciptaan melalui penelitian dan pengembangan (research and development) merupakan inti dari ekonomi kreatif. Penelitian dan pengembangan untuk produk dan layanan baru yang relevan secara komersial adalah kekuatan industri kreatif. UNESCO mendefinisikan industri kreatif sebagai salah satu yang menggabungkan penciptaan,

produksi, dan komersialisasi produk alam budaya dan tidak berwujud. Menurut Suryana (2013), industri kreatif adalah industri yang memanfaatkan bakat, kreativitas, dan keterampilan untuk berpotensi menghasilkan kekayaan dan lapangan kerja.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia melakukan studi pemetaan industri kreatif pada tahun 2007 “Industri yang bersumber dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan kerja melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreatif dan kreativitas individu” adalah definisi dari industri kreatif.

Menurut Ananda (2018), industri kreatif bertumpu pada bakat, keterampilan, dan kreativitas yang merupakan karakteristik mendasar dari setiap individu.

Menurut (Rakib, 2018), Elemen utama dari industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan bakat yang memiliki potensi untuk meningkatkan kesejahteraan melaluis penawaran ciptaan intelektual. (Hudaya, 2014), menambahkan bahwa industri kreatif adalah industri yang dibangun dari pemanfaatan bakat, keterampilan, dan kreativitas individu masyarakat untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan kerja dengan memaksimalkan daya kreatif manusia (human capital).

Perkembangan ekonomi kreatif dianggap sebagai model Ekonomi Gelombang Keempat abad ini. Ekonomi pertanian adalah gelombang ekonomi pertama, diikuti oleh ekonomi informasi dan ekonomi industri. Periode kreativitas ekonomi ini ditandai dengan ciri-ciri berikut:

- 1). munculnya semangat gotong royong.
- 2). sebagai modal utama, ide-ide kreatif.
- 3). terbentuknya kantong-kantong komunitas kreatif.
- 4). awal dari sebuah perusahaan atau organisasi yang gesit dan ramping.
- 5). penghapusan hambatan ke pasar lokal atau perbatasan.
- 6). Produk yang lebih individual dan berdasarkan nilai.

7). Perubahan cepat. (2014, Hudaya)

Menurut Noviana (2016), ekonomi kreatif merupakan konsep pengembangan berbasis aset yang berpotensi mendorong pertumbuhan dan pembangunan ekonomi.

Menurut Mauled (2010), ekonomi kreatif didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang membangun kreativitas, budaya, warisan budaya, dan lingkungan sebagai landasan masa depan. Menurut beberapa pandangan di atas, Ekonomi Kreatif adalah era ekonomi baru yang menekankan kreativitas dan informasi dengan mengandalkan ide dan pengetahuan sumber daya manusia (stock of knowledge) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi.

2. Sektor-sektor dalam Ekonomi Kreatif

16 Bidang Ekonomi Kreatif: Aplikasi dan Game Development, Arsitektur, Desain Produk, Fashion, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Seni Pertunjukan, Film, Animasi dan Video, Fotografi, Kerajinan Tangan, Kuliner, Musik, Penerbitan, Periklanan, Seni Rupa , Televisi, dan Radio adalah 16 Sektor Ekonomi Kreatif yang sedang Berkembang.

Penerapan dan pengembangan game: Aktivitas yang melibatkan kreativitas dan pengembangan, produksi, dan distribusi game komputer dan video yang mempromosikan ketangkasan, pendidikan, dan hiburan.

Arsitektur: Kegiatan yang bersifat kreatif dan berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, pelestarian bangunan bersejarah, dan pengawasan konstruksi secara menyeluruh dari level makro hingga mikro (misal: Arsitektur taman, desain interior, dll. (Mauled, 2010).

Merancang produk: Tangan terampil desain produk yang menggabungkan unsur ekonomi dan sintesis adalah tempat kita dapat menemukan hasil dari subsektor ini. Misalnya, saat mendesain produk, setidaknya satu orang memiliki akses ke aplikasi Corel Draw, yang dapat menyempurnakan desain dan membantu pemasaran media sosial. Setelah itu, jika mereka sudah

memiliki produk, mereka harus pandai melihat peluang untuk membuat desain produk menjadi lebih menarik saat dipromosikan untuk meningkatkan penjualan.

Fashion: Fashion merupakan subsektor industri kreatif yang sangat dinamis dan mengikuti tren setiap tahunnya. Menurut Mauled (2010), fashion adalah usaha kreatif yang meliputi perancangan pakaian, alas kaki, dan aksesoris fesyen lainnya, produksinya, konsultasi produk fesyen, dan distribusi produk.

Desain untuk interior: Kemampuan menata ruang dan furnitur sangat penting untuk desain interior, sebuah subbidang. Dalam hal ini, langkah pertama yang harus dilakukan adalah mempelajari tema desain interior. Mulai dari interior rumah, plafon PVC, pernak pernik kamar, wallpaper dinding, dan lain sebagainya.

Desain untuk komunikasi visual: Subsektor desain komunikasi visual mencakup materi iklan untuk produk. Kemajuan ini dapat ditularkan melalui rekaman di YouTube atau rekaman melalui hiburan berbasis web seperti Instagram dan Facebook. Oleh karena itu, ketika mempelajari tentang desain komunikasi visual, video bukan hanya sekedar media untuk memperkenalkan suatu produk. Namun, video juga bisa menjadi item.

Seni dan kerajinan: usaha kreatif yang berkaitan dengan pembuatan konten, produksi pertunjukan (seperti balet, tari, drama, musik tradisional, musik teater, dan opera, termasuk tur konser), desain dan produksi pakaian pertunjukan, penataan pengaturan panggung, dan pencahayaan (Noviana, 2016).

Video, film, dan animasi: Banyak generasi melek visual dapat ditelusuri kembali ke film, animasi, dan video. Film, animasi, dan video ini adalah contoh tren menarik di bidang produksi animasi atau video. Selain itu, integrasi video dengan media sosial dan menghasilkan uang, bersifat mendidik dan tidak diragukan lagi melanggar etika bisnis Islam.

Fotografi: Meningkatnya minat anak muda saat ini terhadap dunia fotografi mendukung tumbuhnya industri fotografi. Meningkatnya popularitas platform media sosial dan penurunan biaya kamera adalah penyebabnya. Ketika fotografi didukung oleh media digital menjadi menarik. Bisnis prewedding, foto balita, hingga pengemasan karya foto yang mampu memberikan pelayanan ke berbagai segmen membuat dunia fotografi menjadi sangat menarik. Mempelajari fotografi, teknik pencahayaan, spot foto, bahkan desain interior di ruang foto merupakan hal penting dalam bisnis fotografi.

Kerajinan tangan: Kerajinan tangan mencakup apa saja dan segala sesuatu yang terbuat dari kayu, logam, kulit, keramik, kaca, atau tekstil. Indonesia adalah bangsa yang kaya akan seni dan kerajinan. Banyak kerajinan yang diekspor ke luar negeri selain dijual di dalam negeri. Sementara itu, industri ini kerap terkendala dengan ketersediaan bahan baku. Modal juga merupakan masalah teladan lainnya. Kita bisa belajar bagaimana mengolah bambu, kayu, bahkan barang bekas menjadi produk yang bisa dijual melalui kerajinan ini. Bahkan di Lampung ada kerajinan seperti patung gajah kayu, lampu bambu, dan gantungan kayu.

Kuliner: kuliner memiliki banyak potensi untuk berkembang. Menurut data Bekraf, industri ini menyumbang 30% dari sektor pariwisata dan ekonomi kreatif secara keseluruhan. Akses perizinan satu pintu, pedoman usaha, dan perizinan, serta pendampingan hukum dalam proses membuka usaha, menjadi beberapa hal yang masih menjadi perhatian pemerintah.

Musik: Hak cipta rekaman, promosi musik, penulis lirik, penulis lagu atau musik, pertunjukan musik, penyanyi, dan komposisi musik adalah semua aspek aktivitas kreatif yang dikenal sebagai musik. Musik juga mencakup kreasi, produksi, distribusi, dan ritel rekaman suara. Proliferasi platform sederhana dan murah untuk membeli musik digital, yang mengurangi pembajakan, merupakan perkembangan terbaru dalam industri musik.

Iklan: Penyajian konten yang menyampaikan pesan persuasif kepada masyarakat umum untuk mempromosikan barang atau jasa dikenal sebagai iklan. Konten iklan biasanya dibuat oleh sekelompok individu yang dikenal sebagai biro iklan. Periklanan merupakan subsektor industri kreatif dengan daya sebar terbesar, menurut Bekraf. Sinergi dengan para kapitalis yang memasarkan barang-barang Indonesia tidak lepas dari hal tersebut. Periklanan bisa belajar dari selebriti di media sosial yang menggunakan media digital untuk mempromosikan produk. Proses menciptakan, memproduksi, dan mendistribusikan iklan yang dihasilkan merupakan contoh kegiatan kreatif yang berhubungan dengan jasa periklanan. riset pasar, perencanaan iklan, iklan luar ruang, produksi bahan iklan, kampanye hubungan masyarakat, promosi, tampilan iklan di media cetak dan elektronik, pemasangan berbagai poster dan gambar, distribusi selebaran, pamflet, edaran, brosur, dan iklan lain yang serupa, distribusi dan pengiriman materi atau sampel iklan, dan penyewaan kolom iklan adalah contoh dari jenis kegiatan ini.

(Mauled, 2010).

Kesenian: Seni rupa telah berkembang cukup baik di Indonesia. Tercatat beberapa pameran seni rupa digelar secara rutin, antara lain OK Video Festival, Jakarta Biennale, Jogja Biennale, dan Art Jog. Dalam hal ini, seni rupa lebih kepada melihat karya seni yang dimiliki untuk dipublikasikan. Karya seni siswa ditampilkan di festival, acara, atau festival berskala besar. Hal ini terlihat dari kehidupan sehari-hari mahasiswa yang memposting hasil karyanya di media sosial untuk memastikan keasliannya. Terlepas dari kelangkaannya, seni rupa ini dapat menunjukkan lingkungan yang menguntungkan bagi para seniman.

Radio, Televisi, dan usaha kreatif yang berkaitan dengan usaha pembuatan, pengemasan, dan produksi acara televisi (seperti: game, kuis, reality show, infotainment, dan lain-lain), menyiarkan dan mentransmisikan konten dari radio dan televisi, termasuk radio

dan siaran televisi dari kegiatan relai stasiun (pemancar ulang)(Mauled, 2010).

Dalam pengembangan ekonomi kreatif terdapat 7 indikator keberlanjutan ekonomi kreatif seperti produksi, pasar dan pemasaran, manajemen dan keuangan, kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, kemitraan usaha, dan lingkungan, agar dapat terus berkembang. (2019, Achiria). Tujuh indikator tersebut merupakan instrumen pengembangan usaha yang digunakan untuk melihat pengembangan usaha kerajinan tenun berkembang dan bertahan.

Penelitian saya berada di subsektor seni kriya, salah satu subsektor tersebut di atas. Karena penelitian saya berfokus pada seni dan kerajinan tekstil pembuatan kerajinan dengan menggunakan material fleksibel yang terbuat dari tenunan benang. Tekstil dibentuk dengan cara penyulamann penjahitan, pengikatan, dan cara "pressing" yang menghasilkan kerajinan tenun seperti sarung, baju, tas dan lain sebagainya. (Mauled, 2010).

3. Peran Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif memberikan kontribusi terhadap perekonomian suatu bangsa dalam beberapa hal, antara lain penciptaan pendapatan (income generation), penciptaan lapangan kerja (job creation), perluasan pendapatan ekspor (export earning). , kemajuan teknologi (technology development), perluasan kekayaan intelektual (intellectual property), dan fungsi sosial lainnya. Akibatnya, pertumbuhan dan pembangunan ekonomi suatu bangsa dapat dikaitkan dengan peran ekonomi kreatif sebagai mesin. Konsep ekonomi kreatif yang berbasis aset berpotensi untuk mendorong pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Sesuai dengan Suryana (2013) Faktor-faktor berikut berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui potensi ekonomi kreatif:

- 1) Ekonomi Kreatif berpotensi untuk meningkatkan pendapatan ekspor, penciptaan lapangan kerja, dan pendapatan. Ekonomi kreatif juga dapat membantu mengembangkan sumber daya manusia, keragaman budaya, dan aspek sosial (seperti inklusi sosial).
- 2) Aspek ekonomi, budaya, dan sosial dari teknologi, kekayaan intelektual, dan tujuan wisata semuanya didorong oleh ekonomi kreatif.
- 3) Merupakan kumpulan informasi yang didasarkan pada kegiatan ekonomi dan memiliki komponen pembangunan, serta tingkat makro dan mikro yang terkait dengan ekonomi secara keseluruhan.
- 4) Ini adalah opsi pembangunan yang layak yang dapat mendorong respons kebijakan, tindakan antar kementerian, dan inovasi multidisiplin.
- 5) Industri kreatif merupakan pusat ekonomi kreatif (Suryana, 2013).

Gagasan bahwa kreativitas dapat digunakan sebagai metrik untuk proses sosial adalah cara lain untuk melihat perannya. Kreativitas berpotensi meningkatkan nilai ekonomi seperti pendapatan, kesempatan kerja, dan kesejahteraan, yang pada gilirannya berpotensi mengurangi masalah sosial seperti kemiskinan, pengangguran, pendidikan yang tidak memadai, kesehatan, ketimpangan, dan masalah lain yang menyebabkan ketidakstabilan sosial. Oleh karena itu, dari sudut pandang ekonomi, terdapat hubungan yang dekat tetapi tidak terlalu berbeda antara kreativitas dan perkembangan sosial ekonomi. Ekonomi kreatif berpotensi mendatangkan kesejahteraan karena dapat membuka lapangan kerja dan menurunkan angka pengangguran, mengurangi ketimpangan, mendorong pembaharuan, dan memanfaatkan bahan-bahan yang bersumber dari lokal. (Suryana, 2013).

2.2.2. Usaha kerajinan tenun

1. Usaha

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan bisnis sebagai suatu kegiatan yang menggunakan pikiran atau badan seseorang untuk mencapai suatu tujuan. Istilah “bisnis” juga dapat diartikan sebagai suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang pengusaha dalam rangka memaksimalkan keuntungan yang diperoleh perusahaan. selanjutnya. Kasmere, 2017) Setiap orang memiliki kecenderungan atau keinginan alami untuk berjuang mencapai tujuan hidupnya. Orang berjuang untuk kehidupan yang lebih baik untuk memuaskan keinginan ini. Manusia mampu membangun berbagai bisnis yang sukses melalui usaha ini. Bisnis dapat mengakibatkan terciptanya dunia usaha, yang menghasilkan barang dan jasa dengan memuaskan kebutuhan manusia. Kasmere, 2017) Usaha tenun adalah usaha yang tujuannya adalah untuk menghasilkan uang, membayar karyawan, atau menghasilkan uang dengan menjalankan usaha tersebut. Sederhananya, wirausahawan adalah seseorang yang mandiri secara mental, berani mengambil risiko, dan tidak menyerah pada rasa takut atau kecemasan bahkan dalam keadaan yang tidak pasti. Dimungkinkan untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan sendiri atau dengan orang lain. Kasmere, 2017) Usaha tenun adalah segala kegiatan yang dilakukan secara teratur dan terus menerus dengan maksud untuk menghasilkan keuntungan. Bisa dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang berbadan hukum. didirikan dan bertempat tinggal di suatu wilayah suatu bangsa. Menurut definisi Kasmere (2017, Kasmere), “bisnis” dapat didefinisikan sebagai “suatu kegiatan yang menggunakan energi, pikiran, dan tubuh untuk mencapai suatu tujuan dan mencakup produksi dan distribusi.”

2. Kerajinan Tenun

Salah satu kerajinan Indonesia yang paling berharga adalah tenun. Wiyadi (1991) mendefinisikan kerajinan sebagai “segala kegiatan dalam bidang industri atau pembuatan suatu barang”. Seseorang yang tekun, ulet, terampil, dan kreatif akan melaksanakan seluruh proses pencapaian kerajinan tersebut.

a. Kerajinan tenun

Untuk melestarikan seni tenun, itu diajarkan kepada generasi mendatang sebagai kerajinan tangan turun temurun. Semua orang akan merasa bangga dan bahagia. memperkenalkan tenun dari desa sendiri karena motif tenun yang dikenakan seseorang akan dikenali sebagai tanda suku atau pulaunya (Kasmir, 2017).

b. Tenun sarung

Tenun sarung adalah produk kerajinan yang terbuat dari kain yang terbuat dari benang (kapas, sutera, dll) dengan cara memasukkan pakan secara melintang ke dalam lusi. (Kasmir, 2017)

Sarung adalah sebuah kain yang berbentuk kotak yang dan mempunyai beragam motif seperti kotak, kupu-kupu, daun, batik, polos, bendera dan lain-lain. Sarung sendiri sudah menjadi tradisi masyarakat Indonesia. Kain sarung dibuat dari bermacam-macam bahan yaitu, katun, sutera dan poliester. Bahan dasar kain tenun sarung dimulai dari dari penyiapan benang dan pembuatan pewarna kain. Yang pertama adalah membuat benang dengan cara kuno dengan pemberat berbentuk atas yang diputar dengan jari di buat dari terakota atau kayu yang dalam istilah bahasa buton kagantara. Adapun bahan dasar membuat benang antara lain, kapas. Kemudian pembuatan zat warna yang alami di ambil dari kulit kayu, bunga, buah, kunyit dan daun yang terdiri dari warna Hujau, Kuning, Merah, coklat dan putih.

Ada banyak jenis peralatan tenun. Beberapa linguistik. Buton disebut Tapua, baida, kakuti, dopi, talikundo, kusoli, dan masih banyak nama alat yang dipakai saat menenun. Berikut penjelasan dari nama-nama alat yang disebutkan di atas.

Tapua adalah bagian depan alat tenun yang posisi berdiri membentuk segi panjang disebelah kiri dan kanan. Baida adalah alat yang berfungsi untuk menenun berupa batangan kayu panjang berbentuk pipi dan berujung agak lancip. Ujung baida dikondisikan

sedemikian rupa supaya memudahkan penenun memasukan dan mengeluarkan alat tersebut ke dalam pakan benang yang sedang ditenun. Kakuti adalah dua buah kayu berbentuk balok berukuran panjang yang mengapit posisi duduk penenun dan bagian depan kakuti ini adalah tempat menggulung hasil tenunan yang sudah berbentuk kain. Dopi adalah tempat penggulangan benang yang sudah dipintal yang siap di tenun, Talikundo berbentuk memanjang yang berbentuk badan penenun berfungsi untuk menahan badan penenun. Kusoli adalah alat yang digunakan untuk melilitkan benang yang berasal dari pemintalan. Ketika penenun menambahkan benang selama proses menenun, alat ini sangat berguna. (Rukmana, 2016)

Di pulau Buton tenun sarung dipakai dalam kegiatan adat pada acara pekaombo (Pingitan perempuan dewasa), Akikah (mencukur rambut bayi), Sunat (khitan), sementara dalam kehidupan sehari-hari. Fungsi tenun sarung juga antara lain. (Rukmana, 2016)

- a. Fungsi Sosial dan Budaya Mendeskripsikan ketunggalan budaya lokal dengan berperan sebagai unsur seremonial (dalam upacara budaya), seperti praktik perkawinan dan peralihan hak.
- b. Tujuan Ekonomi Misalnya, sarung bisa dijual untuk menambah penghasilan.

2.2.3. Strategi pengembangan usaha tenun berdasarkan 7 indikator Keberlangsungan ekonomi kreatif

1. strategi

berasal dari kata Yunani "stratus", yang berarti "memimpin" dan "militer". Panglima perang adalah gabungan dari dua kata tersebut. Di zaman kuno, sering terjadi perang; akibatnya, seorang pemimpin harus memahami strategi untuk melawan musuh. (John, 2017) Strategi juga dapat dipahami sebagai kemampuan untuk menangani suatu situasi atau peristiwa. Strategi, yang merupakan panduan untuk mengalokasikan sumber daya organisasi dan

menjelaskan bagaimana lingkungan yang dipilih mempengaruhi arah bisnis, sering diterapkan dalam dunia bisnis. Akan semakin banyak cara untuk memasarkan produk masing-masing produsen semakin banyak pula strategi yang dikembangkan untuk memenangkan pasar bisnis. John, 2017) Manajer mendefinisikan strategi (Strategi) sebagai strategi jangka panjang yang komprehensif untuk menghadapi lingkungan persaingan guna mencapai tujuan perusahaan. Rencana permainan perusahaan disebut sebagai strategi. Strategi perusahaan mencerminkan kesadarannya tentang bagaimana, kapan, dan terhadap siapa ia kompeten, serta tujuan kompetensinya. Yohanes, 2017)

Sebagai aturan umum, sistem terkait dengan perkembangan cara mencapai suatu tujuan. Chandler menegaskan bahwa Tujuan jangka panjang perusahaan, rencana tindak lanjut, dan prioritas alokasi sumber daya semuanya dapat dicapai melalui strategi. Sementara itu, Stephene (2017) mengatakan, strategi adalah proses mencari tahu rencana pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi dan menghasilkan rencana atau upaya untuk mencapainya. (2018 Husein)

Menurut Johnson dan Scholes strategi ialah arah dan ruang lingkup dari sebuah organisasi atau lembaga dalam jangka panjang, yang mencapai keuntungan melalui konfigurasi dari sumber daya dalam lingkungan yang menantang, demi memenuhi kebutuhan pasar dan suatu kepentingan. (Nurul, 2017)

Menurut (Marrus, 2005), strategi didefinisikan sebagai prosedur untuk mengetahui rencana pimpinan puncak yang difokuskan pada tujuan jangka panjang organisasi dan membuat strategi atau upaya untuk mencapainya.

2. strategi pengembangan usaha

strategi pertumbuhan bisnis Memilih dan mengevaluasi pasar sekelompok orang yang ingin dijangkau perusahaan serta mengembangkan bauran bisnis yang memenuhi kebutuhan pasar sasaran adalah bagian dari strategi pengembangan bisnis. Bagi

produsen dan pedagang komoditas yang sama, dunia bisnis bagaikan medan perang, sehingga mengembangkan strategi pengembangan bisnis sangat penting untuk memenangkan perang ini. Idris, 2015)

Menurut (Prahardja, 1995), Ada dua belas metodologi yang digunakan oleh organisasi sebagai alasan untuk mencapai tujuan jangka panjang. Namun, manajemen biasanya menggunakan kombinasi dari pendekatan ini dalam praktiknya. Kedua belas metode. Berikut ini adalah contohnya:

A. Konsentrasi

Ketika opsi ini dipilih, perusahaan memusatkan semua sumber daya, uang, dan usahanya untuk menghasilkan produk yang diantisipasi akan menguntungkan, beroperasi di pasar tertentu, dan memanfaatkan keunggulan teknologi tertentu. Ada beberapa alasan dipilihnya strategi ini, antara lain:

1. Bahayanya relatif sedikit.
2. Kapasitas perusahaan masih dibatasi oleh penambahan modal dan staf.
3. Berdasarkan kemampuan yang telah dimiliki perusahaan, produk utama dipilih.
4. Memperoleh peringkat pelanggan yang menguntungkan akan memudahkan untuk menangkap pangsa pasar. Namun, investor mungkin menganggap strategi konsentrasi kurang menarik karena biasanya menghasilkan keuntungan yang lebih rendah dan ekspansi perusahaan yang lebih lambat.

a. Pengembangan produk

Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan baik dengan menyempurnakan produk yang sudah ada atau memodifikasinya. Ketika pesaing mampu menawarkan produk yang lebih baik dan penjualan produk mulai menurun, tahap ini selesai. Metodologi ini umumnya dilakukan dengan tiga macam

latihan, yaitu khusus mengirim barang baru, menumbuhkan sifat barang lama dan mengubah barang lama.

b. Pengembangan pasar

Menjual produk utama perusahaan ke pasar baru adalah pengembangan pasar. Pengembangan pasar biasanya melibatkan perluasan ke kota-kota baru dan bahkan terlibat dalam pemasaran global. Perluasan pasar ini bertujuan untuk memperluas distribusi produk. Saluran distribusi produk dan media periklanan digunakan dalam upaya membantu pelanggan dan menarik minat mereka. Pengusaha di industri tenun memperluas pasar mereka dengan meningkatkan pengenalan produk dan promosi.

c. Inovasi baru

Inovasi produk baru diperlukan seiring dengan kemajuan teknologi, kesadaran masyarakat, dan perkembangan zaman. Perkembangan baru dituntut untuk terus bersaing dan tidak ditinggalkan oleh pelaku bisnis lainnya. Menawarkan produk baru, memanfaatkan teknologi mutakhir, mengembangkan target pasar baru, dan sebagainya adalah contoh-contoh inovasi.

Pengusaha di industri tenun sarung hadir dengan desain, motif, kualitas, dan warna baru yang sedang banyak diminati.

d. Integrasi Horizontal

Strategi jangka panjang ini menekankan pertumbuhan dengan mengakuisisi bisnis lain pada tahap manufaktur dan distribusi yang sama. Tujuan mengadopsi ini adalah untuk memperluas ke pasar baru dan menghilangkan saingan. Misalnya, dalam hal sebuah pabrik tekstil mengakuisisi pabrik tekstil lainnya. Integrasi Vertikal Strategi ini dapat dibagi menjadi dua:

- 1) Strategi vertikal ke atas, khususnya ketika pemasok material diperoleh untuk diproses lebih lanjut.
- 2) Strategi vertikal di bawah, dimana produk diproduksi lebih dekat dengan pasar setelah perusahaan diakuisisi.

e. Usaha bersama

Tujuan dari rencana ini adalah untuk menyatukan beberapa bisnis menjadi satu. karena tidak mampu bersaing dengan perusahaan besar, hal ini dilakukan demi kenyamanan. (2010 Husein)

f. Diversifikasi Konsentris

Menambahkan produk terkait adalah strategi yang dikenal sebagai diversifikasi terkonsentrasi. Strategi ini dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan nilai saham perusahaan, mempercepat kecepatan perusahaan, meningkatkan produktivitas di tempat kerja untuk meningkatkan pendapatan, dan memperkenalkan produk baru jika produk yang sudah ada tidak lagi melayani kepentingan publik.

g. Diversifikasi Konglomerat

Strategi ini melibatkan penambahan produk baik jasa maupun barang yang tidak terkait satu sama lain. Ketika tidak ada lagi peluang bisnis dan industri sedang menurun hubungannya dengan itu, strategi ini digunakan. Strategi ini membutuhkan modal, akurasi, dan manajemen yang cukup besar.

h. Pengurangan Aktivitas

Kegiatan ini dikerjakan ketika perusahaan kalah terhadap inovasi yang diciptakan oleh pesaing atau mengalami kemunduran akibat persaingan yang semakin ketat. Biaya dan aset perusahaan dapat ditekan untuk mengurangi aktivitas.

i. Penafian masalah Keuangan

Intinya adalah titik di mana puncak organisasi memilih untuk menjual sebagian atau seluruh bagian organisasi. Ketika strategi pengurangan aktivitas gagal mencapai keadaan yang diinginkan, ini dilakukan. Pelepasan kepentingan bisnis berpotensi memperbaiki situasi pendapatan usaha, mengurangi hutang, dan mengurangi pajak.

j. Strategi penjualan aset

Strategi likuidasi melibatkan penjualan semua aset terukur perusahaan. Ketika bisnis tidak dapat terus beroperasi, ini

dilakukan. Investor dapat mengurangi kerugian dengan menjual semua aset. (2010) Husein)

3. Pengembangan usaha tenun berdasarkan 7 Indikator Ekonomi Kreatif

Industri Kreatif Kerajinan Anyaman Indikator Umur Panjang Ekonomi Kreatif adalah sebagai berikut:(Deni, 2013)

a. Produksi

Menurut teori konvensional, produksi bertujuan untuk menjelaskan bagaimana bisnis membeli dan menggunakan input untuk produksi, serta menjual output atau produk.

b. Pasar dan Pemasaran

Pasara dalah lokasi di mana individu yang ingin membeli atau menjual sesuatu bertemu secara langsung. Ekonom mendefinisikan pasar sebagai kumpulan pembeli dan penjual yang memperdagangkan produk atau kelompok produk tertentu.(Phillip, 2008).

Pemasaran, di sisi lain, adalah sistem operasi bisnis yang mencakup semua yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, memasarkan, dan mendistribusikan barang yang memuaskan kebutuhan pelanggan dan membantu perusahaan mencapai tujuan dan target pasarnya. (Nana, 2015).

c. Manajemen dan Keuangan

Manajemen keuangan adalah kombinasi ilmu dan seni yang meneliti bagaimana seorang manajer keuangan memanfaatkan semua sumber daya perusahaan untuk mengumpulkan uang, mengelola uang, dan mendistribusikan uang dengan tujuan menghasilkan uang bagi pemegang saham dan menjaga perusahaan tetap bertahan.Manajemen keuangan adalah perpaduan ilmu dan seni yang melihat bagaimana seorang manajer keuangan menggunakan semua sumber daya perusahaan untuk mengumpulkan uang, mengelola uang, dan mendistribusikan uang dengan tujuan menghasilkan uang bagi pemegang saham dan menjaga perusahaan tetap bertahan. Irham (2010).

d. Kebijakan pemerintah

Pemerintah adalah organisasi dengan kekuatan untuk menjalankan negara. Pemerintah yang dimaksud terdiri dari pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang keduanya memiliki peran substantif dan administratif dalam pertumbuhan ekonomi kreatif. Hal ini karena perkembangan teknologi, politik, sosial, dan budaya merupakan komponen dari perluasan industri kreatif. (Mauled, 2010).

e. Kondisi Ekonomi

Pembangunan daerah pada masa yang akan datang harus berbeda dari wujud perekonomian daerah sebelum terjadinya krisis, maka diperlukan beberapa ketentuan sebagai dasar berpijak dan landasan bagi kerangka pembangunan ekonomi daerah, yaitu:

- 1) Diciptakan dan dilaksanakan sesuai dengan sistem ekonomi kerakyatan dengan maksud untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat secara merata dan merata.
- 2) Berdasarkan tumbuhnya partisipasi masyarakat secara nyata dan otonomi daerah.
- 3) Meningkatkan daya saing dan memperkuat landasan pembangunan berkelanjutan dengan menerapkan prinsip-prinsip efisiensi yang didukung oleh peningkatan kemampuan teknologi dan sumber daya manusia.
- 4) diarahkan pada pertumbuhan kegiatan ekonomi global dalam skala global dengan tetap mengutamakan kepentingan ekonomi kawasan.
- 5) Untuk menghadapi meningkatnya ketidakpastian akibat globalisasi, perekonomian daerah dikelola secara besar-besaran secara hati-hati, disiplin, dan bertanggung jawab.
- 6) Berdasarkan kebijakan yang dibuat sedemikian rupa sehingga masyarakat, pemerintah, dan manajemen masyarakat dapat dimintai pertanggung jawabannya. Pemerintah daerah harus tidak memihak dalam hal ini dan menjaga jarak dari bisnis dan organisasi. (Sulistyo, 2010).

f. Kemitraan usaha

dalam bisnis adalah strategi bisnis yang digunakan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu yang telah ditentukan untuk mencapai keuntungan bersama berdasarkan kebutuhan dan pertumbuhan bersama. (Tutut, 2013).

g. Lingkungan

Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Bisnis harus mampu bertahan agar terus berkembang. Kemampuan tersebut dapat dilihat pada kemampuan sosial perusahaan, seperti kemampuannya untuk aktif melakukan kegiatan sosial, memperhatikan peningkatan kepuasan pelanggan, memberikan pertumbuhan laba yang layak bagi investor, mengendalikan dampak lingkungan melalui penggunaan tenaga kerja dan lingkungan sekitar. pabrik (Nana, 2015). Penghijauan dan penanggulangan pencemaran udara dan tanah merupakan dua tanggung jawab perusahaan kepada pelaku yang peduli terhadap lingkungan. (Nana, 2015).

2.2.3. Kerangka pikir

Diantisipasi salah satu pilihan yang sangat penting untuk meningkatkan perekonomian masyarakat adalah tumbuhnya kerajinan dari sarung tenun. Seni menenun sarung, misalnya, mulai populer di kalangan warga Desa Lontoi, Kecamatan Siompu, Kabupaten Buton Selatan. Kerajinan tenun sarung merupakan suatu kegiatan pengolahan atau pengubahan bentuk dimana benang diolah menjadi kain tenun kemudian dibentuk menjadi kain sarung. Metode perubahan bentuk tersebut diharapkan dapat meningkatkan sumber pendapatan. Berdasarkan produksi, pasar dan pemasaran, manajemen dan keuangan, kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, kemitraan usaha, dan lingkungan di Desa Lontoi Kecamatan Siompu Kabupaten Buton Selatan, kerajinan tenun sarung sebenarnya berpotensi membangun perekonomian masyarakat. Langkah pertama dalam penelitian ini adalah menemukan objek yang berhubungan dengan masalah tersebut. Pengamatan aspek

lingkungan dapat digunakan untuk menemukan subjek penelitian. Baik secara internal maupun eksternal, perkembangan kerajinan tenun sarung dapat dipengaruhi oleh lingkungan yang merupakan faktor penting. Cari variabel faktor lingkungan internal dan eksternal jika faktor internal dan eksternal diketahui. Pemasaran, bahan baku, tenaga kerja, dan variabel eksternal seperti teknologi, kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, dan pesaing adalah contoh variabel internal.

Gambar 1.1. Kerangka Pikir

