

**PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK UMKM PENGRAJIN SUTERA
KECAMATAN TANASITOLO KABUPATEN WAJO
(Studi Kasus pada Pengrajin Sutera Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo)**

**Andi Nurtriska Puspasari, Hasnawi Haris, Aris Baharuddin, Andi Aslinda,
Muhammad Darwis**

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Makassar

Email : andinurtriskapuspasari@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil, dan Menengah Pengrajin Sutera Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo, dan apa saja Faktor Internal dan Eksternal Peningkatan Daya Saing Usaha Mirko Kecil, dan Menengah Pengrajin Sutera Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. Adapun informan dalam penelitian ini adalah Pengrajin Sutera atau Pengusaha Sutera Losari Silk, Family Silk, Adenny Sutera dan Mega Sutera. Teknik pengumpulan data melalui observasi, metode wawancara, dan metode dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik reduksi data (pengurangan data), *display data* (penyajian data), dan menarik kesimpulan/verifikasi. Dalam mendeskripsikan hasil penelitian digunakan matriks SWOT dengan menganalisis faktor internal dan eksternal dari peningkatan daya saing yang dilakukan dengan memberikan gambaran umum mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari peningkatan daya saing yang dilakukan perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pihak pengrajin sutera Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo menggunakan lima bentuk peningkatan daya saing, yaitu keunikan produk, biaya/harga, kualitas produk, pengalaman pelanggan, dan kemudahan konsumen. Berdasarkan hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil, dan Menengah Pengrajin Sutera Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo belum berjalan secara optimal. Saran peneliti agar pengrajin sutera harus lebih aktif dalam hal mempromosikan produknya baik lewat internet atau iklan.

Kata kunci : Peningkatan Daya Saing

ABSTRACT

This research is a qualitative descriptive research that aims to find out the Improvement of Competitiveness of Small Micro Enterprises, and Medium Silk Craftsmen Tanasitolo District Wajo, and what are the Internal and External Factors of Improving The Competitiveness of Small Mirko Businesses, and Medium Silk Craftsmen Tanasitolo District Wajo. The informants in this study are Silk Craftsmen or Silk Entrepreneurs Losari Silk, Family Silk, Adenny Sutera and Mega Sutera. Data collection techniques through observation, interview methods, and documentation methods. Data analysis techniques in this study use data reduction techniques (data reduction), display data (presentation of data), and draw conclusions / verification. In describing the results of the study, swot matrix is used by analyzing internal and external factors of increased competitiveness by providing an overview of the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of increased competitiveness by the company. The results of this study showed that the silk craftsmen of Tanasitolo Subdistrict Wajo Regency use five forms of increased competitiveness, namely product uniqueness, cost / price, product quality, customer experience, and

consumer convenience. Based on the results of SWOT analysis shows that the Improvement of Competitiveness of Small Micro Enterprises, and Medium Silk Craftsmen Tanasitolo District Wajo district has not run optimally. Researchers advice that silk craftsmen should be more active in terms of promoting their products either through the internet or advertising.

Keywords : Increased Competitiveness

Copyright © 2022 Universitas Negeri Makassar. This is an open access article under the CC BY license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang kaya akan produk-produk yang kayak bersaing di pasar internasional, salah satunya adalah Sarung Sutera. Sarung Sutera yang selama ini menjadi kebanggaan masyarakat Kabupaten Wajo masih tetap dipilih setiap orang yang berkesempatan berkunjung atau sekedar memesan cendera mata yang berasal dari Kota Sengkang.

Di masa lampau, kain tenun sengkang hanya dibuat terbatas untuk keperluan pribadi. Biasanya digunakan untuk menghadiri hajatan atau pernikahan. Selain itu, kain tenun juga banyak digunakan saat hari raya lebaran dan kebiasaan ini pun masih berlangsung hingga sekarang. Kain tenun sengkang juga berperan dalam tradisi masyarakat Bugis untuk mendidik anak perempuan mereka zaman dahulu, karena ada sebuah anggapan bahwa jika orang Bugis tidak pandai menenun, maka dianggap belum sempurna.

Kain tenun sengkang hadir dengan beragam motif yang khas. Mulai dari cobo, makkalu, balo tettong, balo renni, ukiran Toraja, dan aksara Bugis. Aneka motif ini tentunya dirangkai menggunakan benang sutera dengan warna yang cukup mencolok. Tentunya, warna tersebut memiliki makna yang berbeda-beda. Warna tersebut biasa digunakan untuk membedakan apakah si pemakai kain tenun sengkang merupakan perempuan dan laki-laki lajang, atau sudah menikah.

Hingga saat ini, sutera menjadi kain unggulan Kabupaten Wajo, dengan kombinasi kehalusan, kelembutan, dan kecemerlangan warnanya yang memukau untuk fashion karena kualitas serta motifnya yang menarik dan artistik. Dari jumlah penduduk Wajo yang bekerja sebagai perajin kain, yang harganya bisa mencapai Rp. 600 ribu per lembar.

Melihat tantangan permasalahan tersebut maka diperlukan upaya dari segenap stakeholder persuteraan yang ada baik pengrajin atau pengusaha maupun instansi pemerintah dan lembaga pemberdayaan lainnya untuk berkomitmen dalam mencari solusi pemecahan permasalahan tersebut dengan mengutamakan kepentingan persuteraan dan nama baik kabupaten sebagian daerah penghasil produk sutera yang berkualitas.

METODE

Jenis penelitian menggunakan deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Tanasitolo, Kabupaten Wajo yang sekaligus merupakan salah satu lokasi yang masih kental dengan kain tenun sutera yaitu Kampoeng Sutera BNI. Kegiatan pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan melakukan observasi langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh hasil wawancara dari para informan yang telah dipilih secara langsung oleh peneliti. Metode yang digunakan adalah observasi, wawancara dan mengumpulkan dokumen-dokumen. Observasi mengamati secara langsung, merekam atau mencatat fenomena atau aktifitas yang sehubungan dengan program peningkatan daya saing pengrajin sutera. Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dari responden, berdialog dengan *face to face* terhadap orang lain. Mengumpulkan dokumen, informasi juga bisa diperoleh lewat fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cendera mata, jurnal kegiatan dan sebagainya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Peningkatan Daya Saing Produk Pada Pengrajin Sutera Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo.

1. Keunikan Produk

Menurut Saroso, (2004 p.38) keunikan produk adalah nilai tambah yang membuat produk tampil beda dibanding dengan pesaing lain. Keunikan produk suatu perusahaan menjadi penting dan harus selalu ditingkatkan. Dengan terus mengembangkan keunikan suatu produk, maka akan berbentuk image produk yang menjadi pembeda diantara produk yang ada dipasaran.

Berkaitan dengan data yang diperoleh di lokasi penelitian bahwa keunikan akan ciri khas produk juga membantu produk bertahan dan bersaing dengan produk lain dipasaran. Misalkan mematenkan 15 Balo (Motif) kain sutera dan pengembangan motif. Memberikan ciri khas berbagai corak warna, dan desain. Pemasaran penjualan dilakukan sangatlah bervariasi, tidak bergantung pada satu jenis produk saja, agar terdapat banyak pilihan bagi konsumen dalam membeli produk hasil buatan local Kabupaten Wajo.

2. Biaya/Harga

Menurut Fandy Tjiptono, (2008 p.151) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Berkaitan dengan data yang diperoleh di lokasi penelitian bahwa pengrajin sutera Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo dalam menetapkan harga untuk produk sutera belum dilaksanakan oleh pemerintah Wajo dan diserahkan sepenuhnya pada persaingan

pasar. Jadi harga sutera bisa saja murah di berbagai tempat tergantung pada kesepakatan penjual dan pembeli.

3. Kualitas Produk

Kotler dan Armstrong, (2008 p.347) menyatakan bahwa “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk yang melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya”. Bila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik.

Berkaitan dengan data yang diperoleh di lokasi penelitian bahwa pengrajin sutera Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo menggunakan kualitas produk yang hampir semua sama, tetapi untuk kualitas benang para pengrajin sutera menggunakan benang yang berkualitas. Menggunakan benang sutera local dan impor, kualitas benang impor lebih unggul dibandingkan benang sutera local. Kelebihan dari sutera yaitu terkenal awet dan tahan lama hingga bertahun tahun, kemampuan menyerap dengan baik dan tiak mudah rusak.

4. Pengalaman Pelanggan

Pentingnya pengalaman pelanggan untuk meningkatkan kinerja bisnis berarti bahwa *retailer* harus memahami bagaimana memastikan pengalaman pelanggan secara online yang baik secara optimal, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Rose et Al, 2012)

Berkaitan dengan data yang diperoleh di lokasi penelitian bahwa pengrajin sutera Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo dalam pengalaman pelanggan menggunakan sistem pemesanan atau jual langsung, dan memanfaatkan media sosial dan beberapa e-commerce seperti shopee yang menyediakan pelayanan pelanggan via telepon, serta selalu membantu konsumen secara sopan.

5. Kemudahan Konsumen

Sebuah sistem *online* yang sering digunakan dapat menunjukkan bahwa sistem *online* tersebut lebih mudah dikenal, lebih mudah dioperasikan serta lebih mudah digunakan oleh penggunanya (Adam, et Al, 2000)

Berkaitan dengan data yang diperoleh di lokasi penelitian bahwa pengrajin sutera Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo untuk kemudahan konsumen menyediakan media sosial seperti Instagram, facebook dan berbagai media sosial lainnya, dan juga menyediakan toko offline apabila konsumen ingin melihat produk secara langsung.

B. Analisis SWOT Pada Pengrajin Sutera Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo

1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan/*Strength* yang dimiliki para pengrajin sutera yaitu dengan menawarkan produk yang berkualitas dan mutu terjamin. Manajemen yang baik. Melakukan promosi melalui internet atau sosial media. Selalu menyediakan pelayanan kepada konsumen yang maksimal serta harga lebih kompetitif dari pesaing.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Para pengrajin sutera selain memiliki kekuatan tentunya memiliki kelemahan. Kelemahan dari pengrajin sutera yaitu kurangnya bahan baku, kapasitas produksi yang terbatas dan resiko penurunan pendapatan yang tinggi.

3. Peluang (*Opportunity*)

Peluang yang dimiliki Pengrajin Sutera yaitu kemampuan menangkap pangsa pasar yang baik, meningkatkan permintaan sutera akibat workshop yang sering diadakan, lokasi usaha yang mudah dijangkau dan daya beli masyarakat cenderung konsumtif.

4. Ancaman (*Treath*)

Ancaman/*Treath* yang dimiliki para Pengrajin Sutera yaitu tingkat persaingan usaha yang tinggi, banyaknya bisnis sutera sehingga strategi bisnis mudah ditiru, dan dalam keadaan sekarang keadaan ekonomi yang belum stabil.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Peningkatan Daya Saing Produk UMKM Pengrajin Sutera Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo, peneliti menyimpulkan bahwa :

1. Pada keunikan produk, para pengrajin sutera dan Dinas Koperasi UMKM Kabupaten Wajo menggunakan strategi differensiasi dan memiliki nilai lebih tinggi. Ciri strategi yang mengedepankan keunikan/kekhasan produk dalam pasar yang jadi sasarannya.
2. Pada Biaya/Harga, Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Wajo menggunakan strategi keunggulan biaya tapi tidak begitu tercapai. Pada strategi ini yang mengedepankan produktivitas organisasi dengan melihat biaya sebagai faktor penting untuk mencapai tujuan belum mampu diterapkan.
3. Untuk menghasilkan produk yang berkualitas Dinas Koperasi Kabupaten Wajo memfasilitasi tempat masyarakat penenun dan memotivasi agar menghasilkan produk-produk yang berkualitas. Menjamin kebersihan dan keamanan produk
4. Pelanggan yang memiliki pengalaman positif akan memberikan review yang positif pada belanja online. Dalam melayani pelanggan harus bersikap proaktif agar pelanggan memberikan feedback yang bagus.
5. Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Wajo mengadakan event pameran setiap tahun sebelum adanya Covid-19, namun ditengah Covid-19 ini banyak pelaku UMKM menggunakan media sosial sebagai alat untuk promosi dan menggunakan berbagai e-commerce seperti shopee, Lazada dll.
6. pengrajin sutera Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo tersebut terdiri dari internal dan eksternal. Internal terdiri Faktor kekuatan diantaranya : dengan menggunakan produk yang berkualitas dan mutu terjamin, menajamen yang baik, serta pelayanan kepada konsumen yang maksimal. Faktor kelemahan antara lain : kurangnya bahan baku. Eksternal terdiri Faktor peluang antara lain : kemampuan

menangkap pangsa pasar yang baik. Faktor ancaman antara lain : tingkat persaingan usaha yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Haubl, G. (2000). Consumer decision-making in online shopping environments: The effects of interactive decision aids. *Marketing Science*, 19(1), 4–21.
- Adytia dan Yuniawati. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Di The Trans Luxury Hotel Bandung. *Tourism And Hospitality Essential Journal*, 5(1), 1–6.
- Arnold, C., Hax, & Nicholas, S. M. (1991). *The Strategy Process and Concept*. Prentice.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Wajo. (2012). *Wajo Dalam Angka 2012*. BPS kabupaten Wajo 2012.
- Bharadwaj, & Supranoto. (2019). Indikator Keunggulan Bersaing. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Bryson, J. M. (2007). *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*. Pustaka Pelajar.
- Dahlia. (2019). Strategi pemasaran Berbasis Elektronik Dalam Membangun Keunggulan Bersaing Pada Usaha Kecil (Studi Kasus Pada Adenny Sutera di Kabupaten Wajo). *Journal of Ekonomi*.
- David. (2011). Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata di Desa Katapang Raya Kecamatan Keruak, Lombok Timur. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Dimas Hendika Wibowo. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajang Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29 (1).
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi.
- Fredy Rangkuti. (2009). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler dan Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12, Jilid 1*. Erlangga.
- Kriyantono, & Moleong. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *Duta.Com*, 9(September), 43–54. <https://doi.org/2086-9436>
- Kuncoro. (2007). Manajemen Kompetensi Guru dalam Meningkatkan Daya Saing. *Journal of Management in Education (JMIE)*, 1(1), 94–106.
- Longenecker, Moore, & Pretty. (2013). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing. *Journal of Asia Business Studies*, 1–5.
- Moleong. (2004). *metodologi penelitian. i*, 16–28.
- Pasolong, H. (2012). Manajemen Kinerja Organisasi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Pekanbaru. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Pearce, & Robinson. (2008). Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Porter, M. . (2008). *Competitive Advantage*. Tim Penerbit.
- Pustaka, K., Pemikiran, K., & Hipotesis, D. A. N. (2008). “Orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam market place yang sama”. 1994, 17–37.
- Rose, S., Clark M., Samouel, P ., and Hair, N. (2012). Online Customers Experience in e-Retailing: An Emperial Model Of Antecedent of Antecedent and Outcomes. *Journal Of Retailing*, 88(2), 308–322.
- Salusu, J. (2003). *Pengambilan Keputusan Strategik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*. PT. Grasindo.
- Saputra, B. Y. (2015). *Strategi Daya Saing Pengrajin Sutera Kabupaten Wajo*. 2015. <http://weekly.cnbnews.com/news/article.html?no=124000>
- Saroso. (2004). *Manajemen Stratejik*. pt erlangga.
- Sondang P. Siagian. (2000). *Manajemen Stratejik*. PT Bumi Aksara.
- Stoner, Freeman, & Jr, G. (2001). *SKRIPSI Analisis Strategi Bisnis PO. Selera Masa Dalam Menghadapi Persaingan*. 1–8.
- Sugiyono. (2012). Pengaruh jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri rajutan binong jati bandung. *Artikel Ilmiah*, 14–15.
- Vliet, & Vincent, V. (2015). Penerapan Value Discipline Strategy Pada Bank Kaltim. *Sebatik*, 18(1), 5–9. <https://jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/view/84/75>
- Wajo, D. P. K. (2020). *Wajo Dalam Angka 2016*. Dinas Perindustrian Kabupaten Wajo.

