

Strategi Penguatan Pemasaran Kelompok Tenun Ikat Di Rumah Galeri Desa Hambapraing Kecamatan Kanatang

¹Fransiskus Landu Nau, ²Sifra Varah Veronika Lena
^{1,2}Universitas Kristen Wira Wacana Sumba

ancislandunau@gmail.com, sifralena@gmail.com

ABSTRAK

Strategi penguatan pemasaran kelompok tenun ikat di Rumah Galeri Desa Hambapraing, sebuah inisiatif lokal yang bertujuan untuk mempromosikan warisan budaya dan ekonomi lokal melalui seni tradisional tenun ikat. Penelitian dilakukan di Desa Hambapraing Kecamatan Kanatang, yang merupakan lokasi pusat industri tenun ikat di wilayah tersebut. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam dengan anggota kelompok tenun ikat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Galeri Desa Hambapraing memiliki potensi besar untuk meningkatkan pemasaran produk tenun ikat. Namun, tantangan-tantangan seperti keterbatasan akses pasar, kurangnya pemahaman tentang pemasaran modern, dan persaingan dengan produk serupa memerlukan strategi yang tepat.

Dalam merespon temuan tersebut, penelitian ini menyarankan beberapa strategi penguatan pemasaran, termasuk pengembangan identitas merek yang kuat, peningkatan kualitas produk melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan, produk, peningkatan akses pasar melalui pemanfaatan teknologi digital dan media sosial, serta kemitraan dengan pelaku industri dan lembaga pemerintah terkait. Implementasi strategi-strategi ini diharapkan dapat membantu meningkatkan daya saing kelompok tenun ikat dalam pasar lokal maupun global, serta memberikan kontribusi positif bagi pembangunan ekonomi dan pelestarian budaya lokal.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, penguatan pemasaran, tenun ikat, Rumah Galeri Desa Hambapraing, Kecamatan Kanatang, kerajinan tradisional, diverifikasi produk, promosi media sosial, jaringan distribusi.

PENDAHULUAN

Provinsi Nusa Tenggara Timur memiliki ciri khas yang istimewa di setiap wilayahnya, dan salah satunya di Kabupaten Sumba Timur, khususnya di Kecamatan Kanatang, Desa Hambapraing, yang terkenal dengan kreativitas dalam kerajinan tenun ikatnya. Tenun ikat tidak hanya dipandang sebagai warisan budaya tradisional, tetapi juga sebagai sumber inspirasi untuk menciptakan beragam produk tenun ikat dengan desain dan motif yang berbeda. Bentuk ragamnya tercermin melalui desain dan motif yang dapat dijumpai di rumah Galeri di Desa Hambapraing, Sumba Timur yang juga berperan sebagai tujuan wisata menarik bagi pengunjung. Selain itu, tenun ikat ini secara kuat dipengaruhi oleh praktik budaya lokal dan mencerminkan warisan motif atau gambar budaya khas daerah tersebut sehingga menghasilkan kain tenun dengan karakteristik yang sangat Istimewa di Rumah Galeri (Febriandi Jesua Tsang1, 2022).

Desa Hambapraing memiliki potensi yang menarik dalam produksi tenun ikat. Desa ini dapat dikaitkan dengan keberagaman tradisi tenun ikat, bahan baku yang tersedia, atau keterampilan lokal yang unik dan ada tantangan khusus dalam pemasaran produk tenun ikat di Rumah Galeri Desa Hambapraing. Melalui penelitian ini, dapat memberikan kontribusi terhadap

pemberdayaan ekonomi lokal di Desa Hambapraing dengan meningkatkan strategi pemasaran kelompok tenun ikat. Hal ini bisa membantu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat setempat khususnya di Rumah Galeri. Kelompok tenun ikat di Rumah Galeri Desa Hambapraing memiliki peran yang signifikan dalam melestarikan warisan budaya dan seni tradisional sehingga dapat membantu mendokumentasikan, melindungi, dan meningkatkan nilai produk tenun ikat secara keseluruhan (*Strategi penguatan pemasaran kelompok tenun ikat di Rumah Galeri Desa Hambapraing Kecamatan Kanatang, 2023*). Beberapa motif yang sangat terkenal dalam kain tenun Sumba mencakup pola kuda, pasola, udang, manusia, mamuli, rumah menara, dan lain sebagainya. Kain tenun Sumba juga sering disebut sebagai "tenun ikat," yang mengacu pada metode tradisional yang digunakan dalam pengrajin, terutama dalam penggunaan teknik pewarnaan alami (Oentoro, 2021).

Pengrajin kain tenun ikat di Rumah Galeri Desa Hambapraing menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) memerlukan lebih banyak waktu dan melibatkan prosedur yang lebih rumit, yang akhirnya menyebabkan harga kain tenun tersebut menjadi lebih tinggi. Berdasarkan pengamatan awal wawancara di lapangan dengan penanggung jawab Rumah Galeri, terlihat bahwa dalam prosesnya, ada kelompok yang tetap bersatu tetapi mereka bekerja secara mandiri sehingga pemasaran tenun ikat Rumah Galeri menurun, bukan dalam kolaborasi kelompok agar pemasaran meningkat. Kegiatan perencanaan bersama, baik dalam situasi kelompok maupun individu, yang disesuaikan dengan kebutuhan dan potensi yang tersedia, sering melibatkan dialog dan diskusi yang melibatkan kelompok. Namun, beberapa kelompok terkadang terpengaruh oleh faktor-faktor yang menyebabkan ketidakseimbangan dan mengakibatkan pekerjaan yang seharusnya dikerjakan secara kolektif menjadi dikerjakan secara individual. Situasi ini dipicu oleh penurunan pendapatan yang dialami oleh penenun, bahkan ada yang kehilangan sumber pendapatan mereka. Hal ini berdampak pada daya beli masyarakat secara umum, terutama bagi pekerja individu (*Strategi penguatan pemasaran kelompok tenun ikat di Rumah Galeri Desa Hambapraing Kecamatan Kanatang, 2023*).

Sektor usaha mikro kecil menengah (UMKM) memiliki peran penting dan strategis dalam pencapaian keberhasilan pembangunan ekonomi di Rumah Galeri Desa Hambapraing, karena sektor ini mampu meningkatkan pendapatan masyarakat kecil, membuka banyak lapangan kerja, dan mampu menunjang kehidupan masyarakat sehari-hari karena dapat memenuhi kekurangan barang-barang konsumsi (Hanja et al., 2023). Upaya meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, dalam banyak hal dipengaruhi oleh kondisi lingkungan dunia usaha. Dalam konteks ini, pengembangan bisnis usaha mikro kecil dan menengah masih menghadapi kendala klasik yaitu permodalan. Inti permasalahannya adalah kondisi internal usaha menengah kecil dan mikro yang belum memenuhi persyaratan dan prosedur.

Berdasarkan informasi latar belakang di atas, masalah yang dihadapi dalam penelitian ini adalah kelompok pengrajin yang bekerja secara individu dan tidak bekerja secara kelompok, sehingga pemasaran di Rumah Galeri menurun, perlu strategi penguatan untuk meningkatkan pemasaran pengrajin kelompok tenun ikat di Rumah Galeri Desa Hambapraing Kecamatan Kanatang. Berdasarkan latar belakang masalah penelitian, persoalan penelitian ini terfokus pada eksplorasi strategi penguatan pemasaran yang tepat bagi pengrajin tenun ikat di Rumah Galeri. Tujuan utamanya adalah untuk meraih manfaat teoritis dengan pemahaman mendalam terkait strategi pemasaran yang efektif, sekaligus mendapatkan manfaat praktis dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis para pengrajin tenun ikat di Rumah Galeri. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi penguatan pemasaran kelompok tenun ikat dapat meningkatkan dan memberdayakan penguatan pemasaran kelompok tenun ikat, khususnya para pengrajin tenun ikat di Rumah Galeri Desa Hambapraing, Kecamatan Kanatang, Kabupaten Sumba Timur. Penelitian ini diharapkan dapat menyumbang kepada pengembangan teori atau pemahaman di bidang yang bersangkutan, mungkin terkait dengan manajemen pemasaran kelompok dalam konteks industri tenun ikat. Ini berarti penelitian ini dapat membuka wawasan baru, konsep, atau kerangka pemahaman yang dapat menjadi dasar bagi pengetahuan lebih lanjut di bidang tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2018), rangkaian pandangan dan pola pikir terkait strategi pemasaran secara mendalam mencakup penetapan pasar sasaran, bauran pemasaran, dan alokasi anggaran pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran. Strategi pemasaran juga mencakup rencana untuk mencapai kesuksesan bisnis dengan mengelola faktor internal seperti biaya, periklanan, desain produk, dan pemahaman pasar untuk memaksimalkan peluang (Tjiptono, 2015). Strategi pemasaran terdiri dari serangkaian kebijakan, aturan, sasaran, dan tujuan yang menjadi pedoman bagi perusahaan atau organisasi bisnis untuk menghadapi perubahan lingkungan termasuk persaingan (Assauri, 2017). Analisis terhadap lingkungan perusahaan diperlukan karena perubahan lingkungan terjadi dengan cepat, sehingga analisis yang sistematis menjadi penting. Memahami kondisi lingkungan perusahaan yang bisa menjadi ancaman atau peluang menjadi faktor kunci, sehingga perusahaan dapat beroperasi secara lebih efektif dan efisien serta mengenali lingkungan dengan lebih baik (Wahyudi, 2014).

Strategi Penguatan

Strategi dapat didefinisikan sebagai serangkaian langkah yang mengharuskan manajemen tingkat atas untuk membuat keputusan dan mengalokasikan sumber daya yang signifikan dari perusahaan. Oleh karena itu, strategi memiliki dampak yang luas dan kompleks, serta harus memperhitungkan berbagai faktor yang memengaruhi perusahaan, baik yang bersifat internal maupun eksternal (Budiana Setiawan, 2014). Manajemen strategi adalah rangkaian proses yang melibatkan perencanaan, pengaturan, organisasi, dan pengendalian seluruh keputusan dan langkah-langkah strategis perusahaan, dengan tujuan mencapai keunggulan kompetitif. (Wijaya & Surabaya, 2021). Berdasarkan Rangkuti (2015), strategi pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi tiga tipe:

1. Strategi Manajemen: Meliputi strategi yang dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, seperti pengembangan produk atau penetapan harga.
2. Strategi Investasi: Aktivitas yang berorientasi pada investasi, misalnya strategi pertumbuhan yang agresif atau upaya penetrasi pasar.
3. Strategi Bisnis: Sering disebut juga sebagai strategi bisnis secara fungsional karena berfokus pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, seperti strategi pemasaran atau produksi.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa dalam manajemen SDM, UMKM perlu menjaga jumlah tenaga kerja yang memadai dengan keterampilan yang sesuai, serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Dalam hal manajemen produksi, UMKM disarankan untuk mempertahankan kualitas kemasan produk yang higienis dan menarik, serta memastikan kelancaran proses produksi. Dalam aspek pemasaran, UMKM sebaiknya menjaga harga produk agar terjangkau oleh berbagai kalangan, sebagai strategi untuk memperluas pangsa pasar dan segmen. Selain itu, UMKM perlu mempertahankan dan meningkatkan kerjasama pemasaran dengan pihak eksternal. Dalam manajemen keuangan, (Ezizwita et al., 2020).

Kelompok Tenun Ikat

Menurut Fitri, (2023) Pemberdayaan adalah suatu upaya di mana masyarakat diajarkan untuk mengembangkan potensi mereka secara penuh sehingga mereka dapat berpartisipasi aktif dalam proses pembangunan. Dinamika kelompok adalah gabungan dari dua kata, yaitu "dinamika" dan "kelompok." Dinamika mengacu pada cara individu-individu dalam suatu kelompok mempengaruhi satu sama lain melalui proses saling berpengaruh. Ini mencakup interaksi serta ketergantungan antara individu-individu dalam kelompok serta antara individu dengan seluruh kelompok secara keseluruhan. Kelompok, di sisi lain, merupakan kumpulan

individu atau entitas sosial yang memiliki hubungan saling memengaruhi satu sama lain. Kelompok terbentuk karena manusia memiliki beragam kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi oleh diri sendiri, sementara sumber daya individu terbatas.

METODE PENELITIAN

Informan dan Teknik Informan

Dalam konteks penelitian, informan adalah sekelompok individu atau subjek yang memiliki karakteristik atau kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, informan kunci adalah para pelaku yang terlibat dalam kelompok tenun ikat di Rumah Galeri Desa Hambapraing, Kecamatan Katanang. Penentuan informan dilakukan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti, yaitu:

1. Usaha tenun ikat sudah berjalan minimal selama satu tahun atau lebih.
2. Pengusaha tenun ikat tersebut berlokasi di Desa Hambapraing, Kecamatan Katanang.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui metode wawancara mendalam dengan pemilik Rumah Galeri Desa Hambapraing di Kecamatan Katanang. Wawancara adalah proses tanya jawab atau pertemuan dengan individu untuk berbicara. Wawancara adalah metode pengumpulan data yang melibatkan dialog antara peneliti dan informan atau individu yang memiliki pengetahuan tentang pengembangan berbasis masyarakat dalam kelompok usaha tenun ikat di Desa Hambapraing.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, digunakan metode analisis data yang memiliki sifat deskriptif kualitatif, dengan tujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan objek penelitian melalui data yang telah terkumpul, termasuk informasi yang diperoleh langsung di lapangan. Sesuai dengan jenis penelitian ini, teknik analisis yang diterapkan adalah Teknik analisis model interaktif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Rumah Galeri Desa Hambapraing berdiri sejak tahun 2018 di pimpin oleh Siprianus Remidau dan dibantu sponsor. Rumah Galeri terletak di Desa Hambapraing, Kecamatan Katanang. Sejak awal berdirinya Rumah Galeri memiliki kelompok pengrajin tenun ikat dengan perkembangan usaha kelompok yang cukup sangat di percayakan sampai pada saat ini berjumlah 12 orang dalam 1 kelompok.

Karakteristik Responden

Tabel 4.2 Karakteristik Responden

No	Nama	J/K	Umur (Tahun)	Pekerjaan	Lama berusaha (Tahun)	Pendidikan
1	Siprianus Remidau	L	35 thn	Ketua Kelompok Pengrajin Tenun Ikat	10 thn	S1
2	Karanja Nemba	P	80 thn	Pengrajin	35 thn	SD
3	Tawuru May	P	64 thn	Pengrajin	46 thn	SD
4	Tomas Tay Ranjawali	L	57 thn	Pengrajin	15 thn	SD
5	Maria Babang Noti	P	52 thn	Pengrajin	37 thn	SD
6	Pura Takadunu	L	50 thn	Pengrajin	35 thn	SD
7	Tince Tawuru May	P	48 thn	Pengrajin	33 thn	SD

No	Nama	J/K	Umur (Tahun)	Pekerjaan	Lama berusaha (Tahun)	Pendidikan
8	Anggreni Ngguna Ihu	P	45 thn	Pengrajin	30 thn	SD
9	Ester Day Ngana	P	40 thn	Pengrajin	25 thn	SMP
10	Margareta May Ataroni	P	37 thn	Pengrajin	22 thn	SMA
11	Okta Andunara	L	34 thn	Pengrajin	10 thn	SMA
12	Yublina Yoyi Mbali	P	37 thn	Pengrajin	17 thn	S1

Sumber: Data Rumah Galeri, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa informan yang di wawancarai lebih banyak perempuan dan usia semua informan 32-80 tahun, lama berusaha 10-46 tahun yang sesuai pekerjaan semua pengrajin kelompok tenun ikat dan tingkat pendidikan dari informan 7 orang tamat SD, 1 tamat SMP, 2 orang lulus SMA, dan 2 orang S1.

Jenis Kain

Rumah Galeri memproduksi kain yang terdiri beberapa jenis kain berdasarkan pemanfaatan untuk di pakai sehari-hari, dipakai untuk urusan adat dan kebutuhan pernikahan atau cendramata/ ole-ole ikat dan ada juga yang produksi sesuai pesesanan. Adapun jenis kain tersebut yaitu kain kambu (warna merah) dan kain kawuru (warna biru) ada juga selendang kambu, selendang kawuru dan termasuk sarung kambu, sarung kawuru.

Bentuk Kain

Bentuk kain yang diproduksi pada Rumah Galeri tenun ikat terdiri dari beberapa bentuk yaitu kotak persegi panjang yang berukuran besar (renggi/selimut) yang dipakai oleh pria, dan berukuran kecil (tera/selendang) digunakan oleh pria dan Wanita dan bulat persegi panjang (lawu/sarung) yang dipakai oleh wanita, hal yang mendasari 2 bentuk kain tersebut renggi dan lawu dengan kegunaan dan pemanfaatannya, apabila kain tersebut dipakai untuk kebutuhan sehari-hari, maka bentuk kain yang diproduksi lebih sempit dan pendek sedangkan apabila digunakan untuk kebutuhan adat atau pernikahan maka bentuk kain yang dihasilkan lebih besar dan lebih Panjang. Jenis motif yang dipakai pada Rumah Galeri ada beberapa bentuk motif diambil dari gambar binatang, seni manusia, dan hewan motif ini sudah menjadikan ciri khas dari nenek moyang sehingga mewariskan untuk melestarikan motif tersebut. Hasil yang diwawancarai dari informan, kendala yang dihadapi oleh Rumah Galeri ada beberapa kendala di temukan antara lain:

1. Kendala Dari segi penjual
Hal ini diakibatkan karena masi banyak pengunjung atau pembeli yang belum mengetahui tentang Rumah Galeri Desa Hambapraing
2. Kendala dari Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)
Tingkat ketrampilan anggota kelompok mulai awal produksi sampe kain tidak merata selain itu kurangnya kerja sama kelompok pengrajin yang bekerja secara kelompok tetapi bekerja individu, sehingga pemasaran di Rumah Galeri menurun
3. Kendala Dari Segi Bahan Baku
Bahan baku kain adalah bahan pewarna dalam penentuan kualitas kain yang di hasilkan bahan pewarna menjadi sangat penting karena berpengaruh langsung pada kualitas kain yang di hasilkan, kurang bahan baku organik di sebabkan karena bahan baku terbatas
4. Kendala Dari Segi Alat Produksi
Alat produksi yang digunakan masi tradisional dan berdampak pada lama memproduksi kain yang memakan waktu empat sampe lima bulan.

Pembahasan

Dengan pendekatan kualitatif yang mengembangkan ketrampilan berorientasi pada konteks lokal, kelompok tenun ikat Rumah Galeri Desa Hambapraing dapat meningkatkan visibilitas merek mereka, memperluas pangsa pasar, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dalam bisnis tenun ikat mereka.

Strategi Penguatan Pada Aspek Produk

Strategi ini melibatkan pengembangan produk baru atau modifikasi produk yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Ini bisa meliputi peningkatan fitur, kinerja, atau desain produk. Rumah Galeri perlu terus melakukan riset pasar untuk memahami tren dan preferensi pelanggan. Harga produk memainkan peran penting dalam pemasaran. Rumah Galeri perlu terus melakukan riset pasar untuk memahami tren dan preferensi pelanggan. Harga produk memainkan peran penting dalam pemasaran. Strategi harga dapat mencakup penetapan harga yang bersaing, penetapan harga premium untuk produk dengan nilai tambah yang tinggi, atau penetapan harga yang disesuaikan dengan siklus hidup produk. Strategi branding yang sukses dapat meningkatkan citra merek dan membantu produk mencapai kesuksesan jangka Panjang, dengan Penempatan produk melibatkan cara produk disajikan dan dijual kepada pelanggan. Ini mencakup distribusi produk melalui saluran penjualan yang tepat, penempatan produk di lokasi yang strategis, dan upaya untuk membuat produk mudah diakses oleh target pasar

Strategi penguatan Pada Kelompok Tenun Ikat Rumah Galeri

Kelompok Tenun Ikat Rumah Galeri Desa Hambapraing berkolaborasi warna produk motif kain tenun ikat untuk meningkatkan merek melalui penggunaan kemasan yang menarik. Fokus pada peningkatan kualitas produk tenun ikat, baik dari segi bahan baku yang digunakan maupun teknik pembuatannya. Produk yang berkualitas tinggi akan meningkatkan kepercayaan pelanggan dan meningkatkan daya saing di pasar. selain itu, menjalin jaringan dengan komunitas lokal, pelaku usaha dapat membantu dalam memperluas pasar dan mendapatkan dukungan dan mengikuti pameran, bazaar, atau event seni dan budaya baik di tingkat lokal maupun nasional untuk memperkenalkan produk tenun ikat Desa Hambapraing kepada lebih banyak orang.

Strategi pengembangan, peluang dan potensi

Para perajin untuk mengembangkan tenun ikat Rumah Galeri dimulai dari upaya penyediaan bahan baku yang murah dan mudah diperoleh, diversifikasi (pengayaan) produk, pengembangan teknologi pembuatan, peningkatan organisasi pengelolaan, sampai dengan upaya pemasarannya, yang dinilai dapat meningkatkan hasil yang lebih baik. Dalam menjalankan strateginya dengan baik. Informasi yang diperoleh bahwa produktivitas kerja pengrajin dan pemungut bahan baku pewarna alam belum optimal sehingga perlu ditingkatkan.

Strategi Penguatan Pada Aspek Penetapan Harga

Penetapan harga di Rumah Galeri dilakukan dalam mencapai pasar sasaran masalah yang menjadi landasan dan penetapan harga kain tersebut, Adapun alasan yang dilakukan Rumah Galeri dalam penetapan harga yang di tawarkan sebelum menentukan harga dasar kain yang akan dijual agar harganya bersaing, dan pertimbangan biaya produksi

1. Meningkatkan Volume Penjualan
Dengan membuat kain sesuai keinginan pelanggan dan menunjukkan motif warna dan ukuran yang diinginkan dan kemudian memberikan kredit kepada pelanggan
2. Membertahankan dan Meingkatkan pangsa Pasar
Dalam mempertahankan dan meningkatkan harga pasar cukup puas dalam pencapaian yang mereka raih saat ini
3. Stabilitas Harga
Stabilitas Harga di tentukan oleh kualitas produk dan tempat menjual produk untuk meningkatkan laba serta mencapai pasar maksimal sehingga modal menambah

Strategi Penguatan Dari Aspek Promosi

Pada umum sesuai dengan konsepnya, Rumah Galeri berkerja sama dengan pihak sponsor untuk menjual tenun ikat diberbagai tempat antara lain, hotel dan diluar dari Sumba Timur agar hasil produk mudah ditemukan oleh para konsumen luar. Adapun kemudahan aspek seluruh distribusi Dengan menggunakan saluran distribusi yang beragam dan efisien, produk kain tenun ikat Rumah Galeri dapat mencapai lebih banyak konsumen di berbagai lokasi. Hal ni membuka peluang untuk meningkatkan pangsa pasar dan penjualan, Saluran distribusi yang dipilih dapat mendukung merek produk dapat memberikan kesan kredibilitas dan kualitas yang lebih tinggi kepada merek.

KESIMPULAN

Terdapat potensi pasar yang cukup besar untuk produk tenun ikat di desa hambapraing, menunjukkan minat masyarakat terhadap produk lokal dan kearifan lokal. Keterlibatan komunitas dalam pengembangan dan pemasaran produk tenun ikat sangat penting untuk meningkatkan keberlanjutan industri tersebut. Kualitas produk tenun ikat desa hambapraing telah diakui, namun terdapat ruang untuk peningkatan dalam hal desain, inovasi, dan standar produksi. Pemasaran produk tenun ikat perlu ditingkatkan melalui berbagai strategi yang sesuai dengan karakteristik pasar dan kebutuhan konsumen. Kerja sama dengan pihak-pihak terkait seperti pemerintah daerah, institusi pendidikan, dan pelaku industri kreatif dapat memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan aksesibilitas produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada tempat mengabdikan kami di universitas Kristen Wirawacana Sumba yang sudah memberikan motivasi terhadap kami dan terima kasih kepada keluarga kami yang paling kami sayangi dan cintai.

REFERENSI

- Babang, K. R. (2008). *Penguatan Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Tradisional (Studi Kasus Di Desa Hambapraing, Kecamatan Haharu, Kabupaten Sumba Timur, Provinsi Nusa Tenggara Timur)*.
- Budiana Setiawan, R. R. N. S. (2014). *Provinsi Nusa Tenggara Timur Strategi For Development of Kupang Ikat Woven*. 353–367.
- Ezizwita, Srihasnita, R., & Maivalinda. (2020). Strategi Penguatan Manajemen Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Industri Pengolahan Makanan Ringan Di Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam Sumbar. *Menara Ilmu*, 14(02), 23–37.
- Febriandi Jesua Tsang1), V. D. A. (2022). *Eksplorasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Promosi Produk (Studi Pada Usaha Tenun Ikat Kampera Di Kelurahan Lambanapu*. 2(2), 193–210.
- Fitri, D. N. (2023). *Pengaruh Peran Bundo Kanduang dan Budaya Lokal dalam Perkembangan Kelompok Tenun Padi Sarumpun Nagari Sungai Jambur Kabupaten Solok*. 4(2).
- Hanja, H. M., Putu, N., Mahadewi, E., Studi, P., Industri, S., Wisata, P., Pariwisata, F., & Udayana, U. (2023). *Strategi pemasaran kerajinan tenun ikat sumba sebagai produk industri kreatif pendukung pariwisata di sumba timur*. 11(1), 32–40.
- Strategi penguatan pemasaran kelompok tenun ikat di Rumah Galeri Desa Hambapraing Kecamatan Kanatang, (2023).

- Murniati, & Takandjandji, M. (2016). Analisis Usaha Tenun Ikat Berbasis Pewarna Alam Di Kabupaten Sumba Timur: Kasus di Kecamatan Kampera dan Umalulu Pendahuluan Masyarakat Sumba Timur telah sejak lama membuat, dan memperdagangkan kain tenun ikat yang dikenal dengan Kain atau Selimut Sumba. *Dinamika Kerajinan Dan Batik*, 33(June 2014), 67–84.
- Oentoro, K. (2021). Strategi Pengembangan Usha Kerajinan Tenun Sumba di Desa Anajiaka, Kabupaten Sumba Tengah. *Prosiding Seminar Nasional Desain Sosial (SNDS)*, Query date: 2022-03-14 21:03:42, 455–461. <https://ojs.uph.edu/index.php/SNDS/article/view/3355>
- Punju, A. K., & Adindarena, V. D. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Kerajinan Tenun Ikat Di Kelurahan Mauliru Kecamatan Kampera Kabupaten Sumba Timur. *Transformatif*, 11(1), 14. <https://doi.org/10.58300/transformatif.v11i1.312>
- Rifai, Junaidin, & Irfadat, T. (2022). Kebijakan Pengembangan Usaha Kelompok Tenun Tradisional di Desa Monta Baru Kecamatan Lambu Kabupaten Bima. *Sawala : Jurnal Administrasi Negara*, 10(1), 129–139. <https://doi.org/10.30656/sawala.v10i1.4777>
- Wijaya, U., & Surabaya, P. (2021). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*. 5(3), 161–172.