

Sosialisasi Strategi Pengembangan UMKM Industri Sarung Buton Pasca Covid-19***Socialization MSME Development Strategy of Buton Sarong Industry After Covid-19*****La Sudarman^{1*}, Abel Haryanto¹, Muhammad Tasjiddin Teheni², Ratih Nurwanti²,
Ramad Arya Fitra³, La Harjo Prawiro⁴**¹Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Baubau 93721²Program Studi D3 Farmasi, Politeknik Baubau 93721³Program Studi S1 Pendidikan Biologi Universitas Sembilanbelas November Kolaka 93517⁴Program Studi S1 Manajemen, Universitas Halu Oleo 93231

*Email: sudarmanla132@gmail.com

(Diterima 30-03-2024; Disetujui 22-06-2024)

ABSTRAK

Sarung Buton merupakan sarung tenun khas Buton yang biasanya ditenun secara manual menggunakan tangan manusia. Sarung ini dilestarikan oleh masyarakat Buton pada umumnya secara turun-temurun dengan mempertahankan ciri dan khas yang dimiliki oleh sarung yang ditenun. Seiring berjalannya waktu, sarung Buton kini mulai diproduksi menggunakan mesin sehingga dapat mengancam eksistensi penenun yang masih menggunakan cara manual. Pengabdian bertujuan untuk mitra mencoba menyusun analisis SWOT. Kegiatan dilaksanakan di Desa Wabula Kecamatan Wabula Kabupaten Buton dimana mitra sasaran sebanyak 30 orang. Metode pelaksanaan kegiatan secara sistematis antara lain analisis kebutuhan, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi kegiatan. Hasil pengabdian ditemukan bahwa perlu adanya 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. Kegiatan pengabdian ini dapat disimpulkan bahwa peserta sangat antusias mengikuti kegiatan ini. Dari hasil evaluasi diperoleh informasi bahwa sebagian besar peserta masih dalam kategori kurang paham dalam menyusun analisis SWOT Strategi Pengembangan UMKM Industri Kerajinan Sarung Buton.

Kata kunci: Covid 19, Industri Kerajinan, Sarung Buton

ABSTRACT

Buton sarongs are typical Buton woven sarongs which are usually woven manually using human hands. This sarong has been preserved by the Butonese people in general from generation to generation by maintaining the characteristics and characteristics of the woven sarong. As time goes by, Buton sarongs are now starting to be produced using machines, which can threaten the existence of weavers who still use manual methods. The aim of the service is for partners to try to compile a SWOT analysis. The activity was carried out in Wabula Village, Wabula District, Buton Regency, where the target partners still used manual methods to produce Buton sarongs. The number of target partners is 30 people. Methods for implementing activities systematically include needs analysis, activity implementation and activity evaluation. The results of the service found that there was a need to increase branding of creative crafts through multimedia and social media. Promotional strategies using digital media and multimedia products are more promising because they are able to attract potential consumers to get information about products and transactions sold via the internet. It can be concluded from this service activity that the participants were very enthusiastic about taking part in this activity. From the evaluation results, information was obtained that the majority of participants were still in the category of not understanding enough in preparing a SWOT analysis of the MSME Development Strategy for the Buton Sarong Craft Industry.

Keywords: Covid 19, Industry Craft, Buton Sarong

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 ke bawah 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).

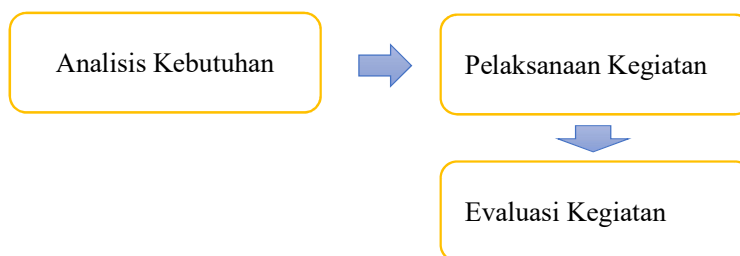
Permasalahan yang seringkali dijumpai di lapangan dalam pengembangan UMKM yang tangguh adalah menyangkut regulasi, persoalan internal dan eksternal UMKM. Beberapa persoalan yang dihadapi oleh pelaku UMKM diantaranya adalah persyaratan administratif yang harus dipenuhi oleh UMKM baik yang terkait dengan 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.

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan tim pengabdian masyarakat dan hasil temuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sabariah et al., 2021) menemukan bahwa saat ini pemanfaatan motif menjadi beragam produk masih berfokus pada unsur estetis saja, namun demikian dibutuhkan tidak hanya sekedar pemanfaatan motif saja, tetapi juga perlu dilengkapi penjelasan atau deskripsi yang berbeda-beda dari setiap motif sebagai upaya untuk mempromosikan serta melestarikan kain tenun khas Buton. Adapun pemasaran produk secara online serta perancangan produk yang mengikuti tren merupakan langkah yang tepat untuk menyesuaikan era sekarang. Temuan tersebut yang mendasari tim

abdimas untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat untuk memberikan edukasi terkait pemahaman strategi pengembangan UMKM industri Kerajinan Sarung Buton.

BAHAN DAN METODE

PkM ini dilaksanakan pada bulan Februari - Maret 2024. Pelaksanaan kegiatan pada tanggal 20 Februari 2024. Tempat pelaksanaan pada Desa Wabula Kec. Wabula Kabupaten Buton. Metode pelaksanaan pada kegiatan pengabdian ini menggunakan metode edukasi. Edukasi bisa disebut juga pendidikan adalah suatu proses perubahan perilaku yang dinamis, dimana perubahan tersebut bukan sekedar proses transfer materi atau teori dari seseorang ke orang lain dan bukan pula seperangkat prosedur, akan tetapi perubahan tersebut terjadi karena adanya kesadaran dari dalam individu, kelompok, atau masyarakat sendiri (Sari, 2013). Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Wabula Kec. Wabula Kabupaten Buton yang diikuti oleh 30 orang pemilik UMKM Kerajinan Sarung tenun khas Buton. Adapun langkah-langkah pengabdian dalam kegiatan ini adalah seperti gambar berikut:



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Abdimas Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Sarung Tenun Buton

Analisis kebutuhan dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan oleh pengabdian di lapangan (Kirana & Wahdaniyah, 2018) dalam (Sudarman et al., 2022). Pelaksanaan kegiatan Strategi Pengembangan UMKM Industri Kerajinan Sarung Buton dimulai dengan registrasi peserta, sambutan Kepala Desa Wabula, dan materi yang disampaikan oleh tim Abdimas. Evaluasi secara umum dapat diartikan sebagai proses sistematis untuk menentukan nilai sesuatu (ketentuan, kegiatan, keputusan, unjuk-kerja, proses, orang, objek dan yang lainnya) berdasarkan kriteria tertentu melalui penilaian. Untuk menentukan nilai sesuatu dengan cara membandingkan dengan kriteria, evaluator dapat langsung membandingkan dengan kriteria umum, dapat pula melakukan pengukuran terhadap sesuatu yang dievaluasi kemudian membandingkan dengan kriteria tertentu (Hamzah B, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan dilaksanakan pada tanggal 15 Februari 2024 bersama kepala desa. Hasil analisis kebutuhan diperoleh beberapa informasi, diantaranya: 1) Waktu pelaksanaan program pengabdian dilaksanakan pada tanggal 20 Februari 2024; 2) pelaksanaan kegiatan di balai desa setempat yang diikuti oleh 30 orang pemilik industri kerajinan sarung Buton; dan 3) konsumsi disediakan oleh tim pengabdian serta kegiatan dimulai pada pukul 09:00 WITA.



Gambar 2. Dokumentasi Analisis Kebutuhan Bersama Kepala Desa

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dimulai dengan registrasi peserta, sambutan Kepala Desa Wabulam dan materi yang disampaikan oleh tim Abdimas.



Gambar 3. Peserta Pelaksanaan Kegiatan

Materi yang disampaikan berupa hasil penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Faktor Strategi Internal Analisa SWOT Industri Kerajinan Sarung Khas Buton

No	Aspek Kekuatan (<i>Strength/S</i>)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1	SDM potensial	0,10	3	0,30
2	Posisi strategis sebagai daerah pertambangan, industri, perdagangan dan pariwisata	0,05	4	0,20
3	Kerajinan yang turun temurun	0,15	4	0,60
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	0,10	4	0,40
	Sub Total	0,59		2,07
	Aspek kelemahan (<i>Weakness</i>)			
1	Kreativitas tenaga kerja terbatas	0,10	3	0,30
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	0,10	1	0,10
	Sub Total	0,41		0,82
	Total	1,00		2,89

Sumber: data diolah (2023)

Hasil perhitungan tersebut kemudian dianalisis menggunakan tabel skor pemeringkatan di bawah ini.

Tabel 2. Peringkat Kekuatan dan Kelemahan

Deskripsi Peringkatan Kekuatan (S)	Deskripsi Peringkatan 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 3. Keterangan Kriteria Kekuatan dan Kelemahan

Bobot	Keterangan
>0,20	Sangat kuat
0,11-0,20	Kekuatan di atas rata-rata
0,6-0,10	Kekuatan rata-rata
0,1-0,5	Kekuatan di bawah rata-rata

Tabel 1 di atas 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 undustri 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 indutri 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 kreativitas terbatas dengan bobot sebesar 0,3. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada kreativitas 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 4 berikut:

Tabel 4. Faktor Strategi Eksternal Analisa SWOT Industri Kerajinan Sarung Khas Buton

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
Aspek Ancaman/<i>Threath</i>				
1	Kurang memahami standar mutu di pasar global	0.1	3	0.3
2	Masuknnya 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 (2023)

Hasil perhitungan tersebut kemudian dianalisis menggunakan tabel skor pemeringkatan sebagai berikut:

Tabel 5. Peringkat Peluang dan Ancaman

Deskripsi Peringkatan Peluang	Deskripsi Peringkatan 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 6. Keterangan Kriteria Peluang dan Ancaman

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

Tabel 4 di atas menunjukkan faktor strategi eksternal yang dimiliki oleh industri kerajinan di Kabupaten Buton. Faktor eksternal ini meliputi peluang dan ancaman industri kerajinan di Kabupaten Buton. Faktor eksternal berdasarkan variabel peluang yang utama dengan nilai bobot tertinggi sebesar 0,6 adalah pemanfaatan 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 industri 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 penentuan kuadran maka selanjutnya menyusun alternatif dari analisis SWOT. Matriks SWOT dapat dilihat pada tabel 7 di bawah ini:

Tabel 7. Matrik SWOT Industri Sektor Kerajinan Sarung Khas Buton

Internal	Kekuatan (<i>Strenghts</i>):	Kelemahan (<i>weakness</i>) :
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki potensi pasar nasional dan ekspor. 2. Posisi strategis sebagai daerah perdagangan dan pariwisata. 3. Kerajinan yang turun temurun. 4. Pemanfaatan limbah. 5. SDM potensial. 6. Potensi penghasilan yang cukup besar. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan managerial rendah. 2. Kreatifitas tenaga kerja yang terbatas. 3. Bahan baku dasar yang semakin mahal. 4. Permintaan masal teknologi mesin yang memadai.
Eksternal	Alternatif Strategi (SO)	Alternatif Strategi (WO):
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan SDM melalui Diklat Kerajinan Kreatif 2. Peningkatan Branding kerajinan kreatif melalui multimedia dan media social 3. Membuat <i>market center</i> kerajinan kreatif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitasi akses modal, <i>matchmaking</i> pembiayaan 2. Fasilitasi modernisasi teknologi 3. Membuat standarisasi kompetensi pengrajin kreatif
	Alternatif Strategi (ST):	Alternatif Strategi (WT):
<p style="text-align: center;">Tantangan (<i>Treath</i>):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masuknya produk serupa dari luar daerah. 2. Kurang memahami standar mutu di pasar global. 3. Banyaknya usaha yang serupa. 4. Persaingan dalam harga produksi kerajanaan. 5. Kurangnya pemanfaatan teknologi terbaru 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitasi kemitraan kerajinan kreatif 2. Fasilitasi HKI kerajinan kreatif 3. Penigkatan iklim usaha kreatif kompetitif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitasi pembetulan komunitas kerajinan kreatif 2. Memperbanyak sentra industri kerajinan kreatif 3. Fasilitasi dan bantuan alat kerajinan kreatif

Sumber: data diolah (2023)

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: fasilitasi akses modal, *matchmaking* pembiayaan, fasilitasi modernisasi teknologi, serta membuat standarisasi kompetensi pengrajin kreatif. Strategi Kekuatan-Ancaman (ST)

berupa fasilitasi kemitraan industri kreatif, fasilitasi HKI kerajinan kreatif serta peningkatan iklim usaha kreatif kompetitif. Strategi Kelemahan-Ancaman (WT) diantaranya fasilitasi 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 & Lulita, 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 industri sarung tenun masing-masing daerah memiliki pola strategi pengembangan tersendiri dalam upaya pengembangan produknya.

Evaluasi Kegiatan

Adapun hasil evaluasi kegiatan yang diisi oleh 30 orang peserta dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Strategi Pengembangan UMKM Kerajinan Sarung Khas Buton

No	Indikator	Sangat Kurang Paham (%)	Kurang Paham (%)	Paham (%)	Cukup Paham (%)	Sangat Paham (%)
1	Mampu menyusun berbagai aspek kekuatan (<i>strength</i>)	-	10 (33.3%)	15 (50%)	5 (16,7%)	-
2	Mampu menyusun berbagai aspek	-	15 (50%)	10 (33.3%)	5 (16,7%)	-

	kelemahan (<i>weakness</i>)					
3	Mampu menyusun berbagai aspek peluang (<i>opportunity</i>)	-	10 (33,3%)	5 (16,7%)	15 (50%)	-
4	Mampu menyusun berbagai aspek ancaman (<i>threatment</i>)	-	10 (33,3%)	15 (50%)	5 (16,7%)	-

Dari hasil evaluasi kegiatan di atas diperoleh informasi bahwa dari 30 orang peserta yang mampu menyusun berbagai aspek kekuatan (*strength*) sebanyak 10 orang atau 33,3% masih kurang paham, sebanyak 15 oarang atau 50% sudah paham, dan yang cukup paham sebanyak 5 orang atau 16,7%. Mampu menyusun berbagai aspek kelemahan (*weakness*) sebanyak 15 orang atau 50% masih kurang paham, sebanyak 10 orang atau 33,3% sudah paham, dan sebanyak 5 orang peserta atau 16,7% yang sudah cukup paham.

Mampu menyusun berbagai aspek peluang (*opportunity*) sebanyak 10 orang atau 33,3% masih kurang paham, sebanyak 5 orang atau 16,7% sudah paham, dan sisanya 15 orang atau 50% sudah cukup paham. Mampu menyusun berbagai aspek ancaman (*threath*) sebanyak 10 orang atau 33,3% masih kurang paham, sebanyak 15 orang atau 50% sudah paham, dan sebanyak 5 orang atau 16,7% sudah paham.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan pengabdian ini dapat disimpulkan bahwa perlu adanya peningkatan *branding* kerajinan kreatif melalui multimedia dan media sosial serta peserta sangat antusias mengikuti kegiatan ini. Dari hasil evaluasi diperoleh informasi bahwa sebagian besar peserta masih dalam kategori kurang paham dalam menyusun analisis SWOT Strategi Pengembangan UMKM Industri Kerajinan Sarung Buton.

Saran setelah pelasaksanaan kegiatan ini bahwa perlu adanya pendampingan penggunaan internet dan media sosial kepada para pengrajin sarung Buton.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhilah 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>
- 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.

- Arifiandi, 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>
- Hamzah B, N. M. (2019). Evaluasi dalam Proses Pembelajaran. *Evaluasi Dalam Proses Pembelajaran*, 2, 344.
- 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). Kemerostan 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>
- Sabariah, N., Wulan, R. R., & Pramana, M. I. (2021). Pengembangan Ragam Produk Kain Tenun Buton sebagai Upaya Revitalisasi Kebudayaan Buton. *SANDI: Seminar Nasional Desain*, 1, 300–306. <https://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandi-dkv/article/view/154>
- Samparadja, N., Jayadi, K., & Satriadi. (2023). Studi Terhadap Kain Tenun Buton (Proses, Makna Motif dan Penggunaannya). *Seni Rupa Dan Desain*, 2(2), 267–279.
- Sari, I. P. T. P. (2013). Pendidikan Kesehatan Sekolah Sebagai Proses Perubahan Perilaku Siswa. *Jurnal Pendidikan Jasmani Indonesia*, 9(2), 141–147. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jpji/article/viewFile/3017/2510>
- 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.
- Sudarman, L., Jejen, L., Lelawatty, P., Teheni, M. T., Sari, M., Ode, W., & Azriani, F. (2022). Application Development and It ' s Aplicated in Yasmin Store of Buton Sentral Distric. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Borneo*, 6(3), 233–240.