

PERAN PEMERINTAH DAERAH TERHADAP PEMASARAN PRODUK TENUN IKAT LOKAL DI KABUPATEN KEPULAUAN TANIMBAR

Clautilda Cornelia Nanaryain ¹, Paulus Laratmase ², Krispina Fenanlampir ³.
clautildananaryain@gmail.com, laratmasep@gmail.com, fenanlampirkrispina@gmail.com
Universitas Lelemuku Saumlaki,

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Peran Pemerintah Daerah Terhadap Pemasaran Tenun Ikat Lokal di Kabupaten Kepulauan Tanimbar Peran pemerintah sangatlah penting dalam tercapainya pemasaran tenun ikat sementara Produksi tenun ikat sangat membutuhkan peran dari pemerintah dalam membantu proses pemasaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Pengambilan sampel. Data dikumpulkan melalui hasil wawancara yang dilakukan kepada 2 orang pegawai pemerintah dan 2 orang masyarakat pengrajin tenun ikat. Hasil penelitian terbagi menjadi dua yaitu data umum dan data khusus, data umum menunjukkan bahwa pemerintah daerah memiliki peran penting dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan dan pemasaran tenun ikat lokal. Secara khusus menyatakan bahwa peran pemerintah daerah sangat penting dalam pemasaran produk terutama dalam pemberian bantuan baik bantuan usaha berupa modal.

Kata Kunci: Peran Pemerintah Daerah, Pemasaran

A. PENDAHULUAN

Pemerintah daerah memiliki peran strategis dalam pemasaran produk tenun ikat lokal, terutama di Kabupaten Kepulauan Tanimbar. Tenun ikat merupakan warisan budaya yang kaya dan memiliki nilai ekonomi tinggi. Produk ini tidak hanya mencerminkan identitas budaya masyarakat setempat, tetapi juga memiliki potensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagai penggerak utama dalam pengembangan ekonomi lokal, pemerintah daerah dapat berfungsi sebagai fasilitator dan pendukung bagi para pengrajin tenun ikat. Upaya ini meliputi: Promosi dan Pemasaran.

Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang pemerintah daerah merupakan Kepala Daerah sebagai unsur penyelenggaraan pemerintahan Daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom. Pemerintah daerah memperoleh pelimpahan wewenang pemerintahan umum dari pusat, yang meliputi wewenang mengambil setiap tindakan untuk kepentingan rakyat berdasarkan peraturan perundangan yang berlaku. Urusan pemerintahan umum yang dimaksud sebagian berangsur-angsur diserahkan kepada pemerintah daerah sebagai urusan rumah tangga daerahnya, kecuali yang bersifat nasional untuk menyangkut kepentingan umum yang lebih luas. Pemberdayaan masyarakat dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang pemberdayaan masyarakat desa adalah “upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran, serta memanfaatkan sumber daya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan dan pendampingan yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat desa”. Industri kecil di Indonesia merupakan bagian penting dari sistem perekonomian nasional,

karena berperan dalam mempercepat pemerataan pertumbuhan ekonomi melalui misi penyediaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat dan berperan dalam peningkatan perolehan devisa serta memperoleh struktur industri nasional (Jumhur, 2001 : 55). Pemerintah daerah dapat mengadakan pameran, festival, dan kegiatan promosi lainnya untuk memperkenalkan produk tenun ikat kepada pasar yang lebih luas. Pelatihan dan Pengembangan Keterampilan: Melalui program pelatihan, pemerintah dapat meningkatkan keterampilan pengrajin, sehingga produk yang dihasilkan lebih berkualitas dan sesuai dengan permintaan pasar. Infrastruktur dan Akses Pasar: Penyediaan infrastruktur yang memadai, seperti jalan dan akses transportasi, sangat penting untuk mendukung distribusi produk. Dukungan dalam hal akses ke pasar lokal dan global juga dapat membuka peluang baru bagi pengrajin. Kebijakan dan Regulasi. Indonesia adalah negara yang kaya akan produk-produk yang layak bersaing di pasar internasional, salah satunya adalah tenun ikat. yang selama ini menjadi kebanggaan masyarakat Kabupaten Kepulauan Tanimbar masih tetap dipilih setiap orang yang berkesempatan berkunjung atau sekedar memesan cendera mata yang berasal dari Kota Saumlaki . Hal ini tidaklah berlebihan karena memang sejak dulu, produk tenun ikat dikenal memiliki ciri khas dan kualitas yang istimewa. Keunggulan Kabupaten tidaklah terlepas dari para pelaku usaha persuteraan yang memiliki prinsip yaitu mempertahankan tradisi secara dinamis tetapi tetap mem buka diri untuk menerima inovasi teknis yang dianggap berguna yang dilandasi ketekunan dan pantang menyerah dalam menjalankan profesinya. Pemerintah daerah perlu mengeluarkan kebijakan yang mendukung pengembangan industri tenun, seperti insentif pajak bagi pengrajin dan perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual. Kerjasama dengan Pihak Ketiga: Membangun kemitraan dengan pihak swasta, lembaga non-pemerintah, dan universitas dapat membantu mempromosikan dan mendistribusikan produk tenun ikat. Dengan demikian, peran aktif pemerintah daerah sangat krusial dalam mengoptimalkan pemasaran produk tenun ikat lokal di Kabupaten Kepulauan Tanimbar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan perekonomian dan melestarikan budaya lokal. Warisan Budaya: Tenun ikat merupakan bagian integral dari budaya masyarakat Tanimbar. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana pemerintah daerah dapat berperan dalam pelestarian budaya tersebut. Potensi Ekonomi: Produk tenun ikat memiliki potensi ekonomi yang signifikan. Menganalisis peran pemerintah dalam pemasaran dapat mengidentifikasi langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kesejahteraan pengrajin. Keterlibatan Pemerintah: Pemerintah daerah memiliki tanggung jawab dalam pengembangan ekonomi lokal. Penelitian ini ingin mengeksplorasi sejauh mana pemerintah daerah telah berkontribusi dalam mendukung industri tenun. Kondisi Spesifik Kawasan: Kabupaten Kepulauan Tanimbar memiliki karakteristik geografis dan sosial yang unik, sehingga penelitian ini dapat memberikan wawasan yang relevan untuk konteks lokal. Pentingnya Penelitian Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat: Dengan memahami peran pemerintah dalam pemasaran, diharapkan dapat dihasilkan rekomendasi yang dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat lokal.

Pemerintah daerah dapat mengadakan pameran, festival, dan kegiatan promosi lainnya untuk memperkenalkan produk tenun ikat kepada pasar yang lebih luas. Pelatihan dan Pengembangan Keterampilan: Melalui program pelatihan, pemerintah dapat meningkatkan keterampilan pengrajin, sehingga produk yang dihasilkan lebih berkualitas dan sesuai dengan permintaan pasar. Infrastruktur dan Akses Pasar: Penyediaan infrastruktur yang memadai, seperti jalan dan akses transportasi, sangat penting untuk mendukung distribusi produk. Dukungan dalam hal akses ke pasar lokal dan global juga dapat membuka peluang baru bagi pengrajin. Kebijakan dan Regulasi.

Penelitian ini berkontribusi dalam upaya pelestarian budaya lokal Dengan mempromosikan produk tenun ikat, identitas budaya masyarakat dapat tetap terjaga. Pengembangan Kebijakan: Hasil penelitian dapat menjadi dasar bagi pembuatan kebijakan yang lebih efektif dalam mendukung industri kreatif dan ekonomi lokal. Peningkatan Daya Saing: Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran produk dapat membantu pengrajin untuk lebih bersaing di pasar yang semakin global. Kontribusi terhadap Penelitian Akademis: Penelitian ini juga akan menambah khazanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi kreatif dan pembangunan daerah. Dengan mempertimbangkan alasan dan pentingnya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan baik bagi masyarakat lokal maupun bagi pengembangan ilmu pengetahuan secara umum. Pemasaran produk tenun ikat lokal di Kabupaten Kepulauan Tanimbar merupakan isu yang sangat relevan dalam konteks pengembangan ekonomi dan pelestarian budaya.

B. LANDASAN TEORI

Dalam penelitian ini peneliti mempunyai dasar teori untuk menguatkan penelitian yang dilakukan. Oleh karena itu dasar teori dari beberapa sumber untuk mengetahui lebih tentang arti dari peran pemerintah daerah terhadap pemasaran produk tenun ikat lokal. Maka peneliti menuangkan dasar teori dan koonsep yang sudah diperoleh dari beberapa sumber, sebagai berikut :

1. Peran

Infestor merujuk pada entitas yang berinvestasi dalam suatu industri atau produk. Dalam konteks ini, pemerintah daerah sebagai infestor dapat dilihat melalui dukungan finansial dan sumber daya yang dialokasikan untuk pengembangan industri tenun ikat. Menurut Warren Buffett infestor adalah menekankan kesabaran dan fokus pada bisnis jangka panjang, sementara. Peranan (role) merupakan proses dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Keduanya tidak dapat dipisah-pisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya (Soekamto, 2009:212-213).

2. Pemasaran

Pemasaran adalah proses yang melibatkan serangkaian kegiatan untuk memahami, menciptakan, dan menyampaikan nilai kepada konsumen. Tujuan utama pemasaran adalah untuk menarik perhatian konsumen, membangun hubungan yang baik, dan mendorong penjualan produk atau layanan. Ini mencakup berbagai elemen, termasuk riset pasar, segmentasi pelanggan, pengembangan produk, promosi, distribusi, dan layanan purna jual. Menurut Peter Drucker “ Drucker, seorang ahli manajemen, menyatakan bahwa "tujuan pemasaran adalah untuk membuat penjualan yang tidak perlu." Dia menekankan pentingnya memahami kebutuhan pelanggan dan menciptakan produk yang sesuai sehingga pemasaran dapat dilakukan dengan mudah tanpa harus memaksakan penjualan.

3. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Ini bisa berupa barang fisik, seperti makanan, pakaian, dan elektronik, maupun jasa yang tidak memiliki bentuk fisik, seperti layanan kesehatan atau pendidikan. Dalam dunia pemasaran, produk tidak hanya dilihat dari segi fungsionalitas, tetapi juga dari

segi nilai emosian dan pengalaman yang dapat diberikan kepada konsumen. Oleh karena itu pemahaman yang mendalam tentang produk sangat penting bagi perusahaan untuk dapat merancang dan memasarkan produk yang relevan dan menarik bagi pasar sasaran. Menurut Laksana (2020:49) produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pada suatu pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dimiliki, penggunaan ataupun konsumsi yang bisa memuaskan keinginan atau kebutuhan.

C. METODE

Metode penelitian ini, adalah kuantitatif. Pendekatan ini dipilih karena fokus pada pengukuran dan analisis data numerik untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang objektif dan dapat diukur secara statistik mengenai pengaruh promosi, pelatihan, dan kebijakan pemerintah daerah terhadap pemasaran produk tenun ikat di Kabupaten Kepulauan Tanimbar. Menurut Purba, et al. (2021:2) metode penelitian berasal dari kata “metode” yang artinya adalah cara yang tepat untuk melakukan sesuatu, dan “logos” yang artinya adalah ilmu atau pengetahuan. Metodologi merupakan cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan, sehingga pengertian metode penelitian adalah ilmu yang menerangkan bagaimana sebaiknya dan seharusnya penelitian itu dilaksanakan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka hasil dan pembahasan diperoleh sesuai fokus penelitian, sebagai berikut :

1. Pemerintah

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pemerintah daerah memiliki peran strategis dalam membangun ekosistem pemasaran tenun ikat yang berkelanjutan. Kekuatan utama terletak pada dukungan kebijakan dan nilai budaya yang melekat kuat pada produk lokal. Namun, masih terdapat kelemahan seperti kurangnya riset pasar dan keterbatasan SDM yang harus segera diatasi. Pengawasan dan Pembinaan :

Memfasilitasi pengawasan terhadap industri lokal, termasuk industri tenun ikat, untuk memastikan kualitas dan kelanjutan produksi.

a. Dukungan Promosi :

Menyediakan platform promosi bagi produk lokal melalui pameran, bazaar, dan kegiatan pemasaran lainnya

b. Penyuluhan :

Memberikan edukasi dan pelatihan kepada pengrajin tenun ikat mengenai teknik pemasaran, manajemen usaha, dan inovasi produk.

c. Pemasaran

Pemasaran sosial berfokus pada perubahan perilaku masyarakat melalui komunikasi dan promosi yang efektif. Dalam hal ini, pemerintah daerah tidak hanya bertujuan menjual produk, tetapi juga menanamkan nilai dan kebanggaan terhadap budaya lokal.

Upaya promosi yang dilakukan melalui festival budaya, pameran, dan kampanye media sosial dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang nilai ekonomi dan budaya tenun ikat. Hal ini sekaligus memperkuat citra daerah sebagai pusat budaya yang produktif.

Pemasaran produk tenun ikat di Kabupaten Kepulauan Tanimbar hingga saat ini masih didominasi oleh sistem konvensional. Produk dijual secara langsung oleh pengrajin di rumah, di pasar lokal, atau melalui pameran-pameran yang diinisiasi oleh pemerintah daerah. Bentuk promosi melalui media digital seperti media sosial, e-commerce, atau marketplace masih sangat terbatas. Hambatan utama yang dihadapi para pengrajin adalah rendahnya kemampuan literasi digital dan minimnya fasilitas pendukung teknologi informasi.

d. Produk

Dalam menjelaskan strategi promosi tenun ikat oleh pemerintah. Pemasaran sosial berfokus pada perubahan perilaku masyarakat melalui komunikasi dan promosi yang efektif. Dalam hal ini, pemerintah daerah tidak hanya bertujuan menjual produk, tetapi juga menanamkan nilai dan kebanggaan terhadap budaya lokal. Upaya promosi yang dilakukan melalui festival budaya, pameran, dan kampanye media sosial dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang nilai ekonomi dan budaya tenun ikat. Hal ini sekaligus memperkuat citra daerah sebagai pusat budaya yang produktif.

E. SIMPULAN DAN SARAN

Pemerintah Daerah Kabupaten Kepulauan Tanimbar Menunjukkan pentingnya peran pemerintah terhadap pemasaran produk tenun ikat yang ada pada Daerah melalui kebijakan kebijakan yang di ambil oleh pemerintah dalam menunjang pemasaran Tenun ikat

Adapun peran penting pemerintah daerah dalam pemasaran tenun ikat yaitu berupa bantuan modal usaha bagi para pengrajin tenun ikat sehingga hal tersebut menjadi motivasi bagi pengrajin untuk membuat hasil tenun ikat yang bagus dan berkualitas.

Pemasarn tenun ikat yang ada pada kabupaten kepulauan tanimbar belum sepenuhnya di perhatikan oleh pemerintah daerah sehingga hasil tenun ikat dari para pengrajin masi terhambat pada cara pemasaran.

Dengan demikian maka, Saran yang diberikan adalah Perlu adanya upaya pemerinta dalam hal kebijakan yang dapat di lakukan dan di ambil dalam menangani permasalahan para pengrajin tenun ikat terhadap pemasaran produk. Adapun wadah atau tempat yang menjadi penghubung antara pengrajin dan juga pembeli hasil tenun ikat dan Perlu di lakukannya pameran-pameran kebudayaan tekususnya kain tenun ikat khas tanimbar yang dapat menarik perhatian warga lokal maupun asing yang sedang berkunjung di kabupaten kepulauan tanimbar.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. (2020). *Analisis Peran Pemerintah dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Daerah*. *Jurnal Administrasi Publik Indonesia*, 5(2), 115–129.
- Halim, R. (2023). *Ekonomi Kreatif dan Peningkatan Daya Saing Produk Lokal*. Jakarta: Pustaka Cendekia.
- Howkins, J. (2013). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* (2nd ed.). London: Penguin Books.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New York: Pearson Education.
- Lestari, S., & Putri, M. (2020). *Inovasi Pemasaran Produk Tradisional di Era Digitalisasi*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kreatif*, 6(1), 72–85.
- Nuraini, L., & Prabowo, A. (2022). *Peran Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan Ekonomi Kreatif di Indonesia Timur*. *Jurnal Pembangunan Daerah*, 8(3), 201–215.
- Purwanto, E. (2023). *Teori Organisasi dan Peran Pemerintah dalam Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sari, D., & Nugroho, B. (2021). *Penguatan Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif*. *Jurnal Administrasi Publik Indonesia*, 6(2), 134–148.
- Sumodiningrat, G. (2005). *Pemberdayaan Masyarakat dan Peran Pemerintah dalam Pembangunan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyudi, T. (2020). *Strategi Pemerintah Daerah dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal*. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 7(1), 55–70.
- Wibowo, D. (2021). *Pemasaran Produk Unggulan Daerah melalui Pendekatan Ekonomi Kreatif*. Bandung: Alfabeta.
- Yuliana, N. (2022). *Pemberdayaan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Lokal*. *Jurnal Sosioekonomi Pembangunan*, 9(2), 98–110.