

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara dengan keberagaman budaya dan tradisi yang kaya, termasuk dalam hal seni kerajinan tekstil tradisional. Kerajinan tradisional seperti kain tenun dapat memanfaatkan keterampilan tangan dengan waktu yang cukup lama dan rumit karena menggunakan alat tenun tradisional bukan mesin, semua proses yang dilakukan secara tradisional dan manual.¹ Setiap daerah memiliki keunikan tersendiri dalam menciptakan Kain Tenun yang mencerminkan identitas budaya setempat.

Kerajinan tradisional adalah bagian dari warisan budaya yang memiliki nilai ekonomi signifikan, baik bagi para pelaku usaha maupun sebagai sarana pemberdayaan masyarakat lokal dalam mengembangkan keterampilan mereka.² Salah satu bentuk kerajinan tradisional yang memiliki potensi besar ialah *pa'tannun*. Kerajinan *pa'tannun* ini kerajinan yang perlu di lestarikan oleh masyarakat toraja.³ *Pa'tannun* adalah salah satu bentuk

¹ Novita Sari, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kerajinan Tradisional Jambi," *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, Vol. 7, No. 2, (2018), Hal. 139.

² M.A.A. Thoban, L. Warlina, " Penerapan Konsep Ekowisata Berbasis Masyarakat Dengan Mempromosikan Kearifan Lokal Menuju Parawisata Yang Berkelanjutan Di Tana Toraja," *Jurnal Wilayah Kota*, Vol. 04, No. 01 (2017), Hal. 25

³ Ulin Naini, Suleman Dangkoa, Wilan Naini, "Kerajinan Tradisional Gorontalo" *Jurnal Seni dan Desain*, Vol. 1, No. 1, (2020), Hal. 40

warisan budaya yang tetap dijaga dan dipelihara oleh masyarakat Toraja, terutama di wilayah Lembang Kole Sawangan.

Dalam melestarikan warisan budaya bernilai tinggi seperti *Pa'tannun*, diperlukan strategi yang komprehensif. Strategi merupakan Pendekatan komprehensif yang melibatkan implementasi gagasan, penyusunan rencana, dan eksekusi aktivitas dalam periode waktu spesifik.⁴ Dalam konteks kerajinan *Pa'tannun*, strategi pemasaran usaha *pa'tannun* tidak hanya bertujuan melestarikan warisan budaya, tetapi juga meningkatkan nilai ekonomi dan daya saing produk.

Pemasaran yang efektif sangat penting untuk meningkatkan nilai ekonomi kerajinan *Pa'tannun*. Tanpa strategi pemasaran yang tepat, produk-produk berkualitas tinggi ini akan sulit diminati oleh masyarakat. Strategi pemasaran digital, termasuk pemanfaatan media sosial dan *platform e-commerce*, memberikan peluang yang sangat besar bagi para pengrajin untuk mengembangkan usahanya.⁵ Sayangnya, belum semua pengrajin memahami atau memiliki keterampilan dalam memanfaatkan teknologi ini secara optimal. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan strategis untuk meningkatkan keterampilan pemasaran, memperluas jaringan distribusi.

Era digital saat ini memberikan peluang besar bagi pengrajin *Pa'tannun* untuk memperluas jangkauan pemasaran. Platform media sosial,

⁴ Rianita Puspa Sari dkk, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta : CV BUDI UTAMA, 2022), Hal. 124.

⁵ Husna Laila Yusran dkk, *Pemasaran Staregik Teori dan Implementasinya* (Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia), hal. 42-55

marketplace, dan strategi pemasaran digital dapat berfungsi sebagai alat yang efektif untuk mengenalkan produk kepada audiens yang lebih luas. Namun, tantangan utama adalah mengembangkan kapasitas pengrajin untuk memanfaatkan teknologi pemasaran tersebut.⁶

Pengrajin di lembang kole sawangan mengalami kendala dalam keterbatasan strategi pemasaran, yang hanya melakukan pemasaran lewat media sosial dan komunikasi dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam mengenai strategi pemasaran melalui pendekatan *Segmentation, Targeting, dan Positioning* (STP) yang lebih komprehensif untuk mengoptimalkan pemasaran *pa'tannun*, mengingat tanpa perbaikan strategi pemasaran yang sistematis, kerajinan tradisional ini berisiko kehilangan daya saing dan relevansinya di pasar yang dapat mengurangi potensi pendapatan ekonomi masyarakat pengrajin di Lembang Kole Sawangan.

Melalui pendekatan yang tepat dalam strategi pemasaran, diharapkan kerajinan tradisional *pa'tannun* di Lembang Kole Sawangan tidak hanya dapat bertahan di tengah gempuran produk modern, tetapi juga mampu berkembang sebagai komoditas ekonomi kreatif yang bernilai tinggi dan berkelanjutan, sekaligus menjaga kelestarian warisan budaya lokal untuk generasi mendatang.

⁶ Nurhadi, M. "*Transformasi Digital dalam Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Tradisional*" (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2022), hal. 45-47.

Dalam penelitian terdahulu oleh Ismail Hamzah, dengan judul "Strategi Pemasaran Produk Kain Sasirangan Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kabupaten Tanah Bambu Provinsi Kalimantan Selatan", Persamaannya terletak pada strategi pemasaran kerajinan tenun tradisional, serta keduanya membahas tantangan pengrajin lokal dalam memasarkan produk tradisional. Perbedaannya adalah pada lokasi penelitian, dimana penelitian Ismail Hamzah fokus pada daerah Kabupaten Tanah Merah di Provinsi Kalimantan Selatan sedangkan peneliti di lembang kole sawangan (Tana Toraja), konteks budaya spesifik yang berbeda, serta waktu yang berbeda.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan, penulis menyusun permasalahan dalam bentuk pertanyaan, yaitu bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan dalam usaha kerajinan tradisional Pa'tannun di Lembang Kole Sawangan?

C. Tujuan Penelitian

Dengan memperhatikan konteks yang telah dijelaskan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan pada usaha kerajinan tradisional Pa'tannun di Lembang Kole Sawangan.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik dari segi teori maupun penerapannya.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memperkaya pengetahuan akademis tentang strategi pemasaran kerajinan tradisional, khususnya *Pa'tannun*. Kontribusinya terletak pada pengembangan literatur ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal dan model bisnis tradisional.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini bertujuan memberikan praktek bagaimana memasarkan produk *Pa'tannun* di Lembang Kole Sawangan, yang dapat membantu meningkatkan aksesibilitas pasar, daya saing produk, dan kesejahteraan pelaku usaha melalui pemanfaatan teknologi digital dan pengembangan jaringan pemasaran yang lebih luas sambil tetap melestarikan nilai-nilai budaya dan filosofi yang terkandung dalam kerajinan tradisional tersebut.

E. Sistematika Penulisan

Secara acuan dalam tulisan ini maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan ini menyajikan uraian mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat yang diharapkan, serta struktur penyusunan dalam karya ilmiah ini.

BAB II Dalam bab ini, penulis menguraikan teori-teori yang mendasari konsep strategi, strategi pemasaran, serta kearifan lokal yang terkandung dalam perajinan pa'tannun Toraja.

BAB III Pada bab ini, penulis menguraikan mengenai pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, tempat dan waktu pelaksanaan penelitian, subjek atau informan yang dilibatkan, sumber data yang diperoleh, metode pengumpulan data, teknik analisis data, serta prosedur untuk memverifikasi keabsahan data.

BAB IV Pada bab ini, penulis menguraikan mengenai gambaran umum lokasi penelitian, pemaparan hasil penelitian, dan analisis data.

BAB V Pada bab ini, penulis menuraikan penutup, kesimpulan dan saran.