

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK KAIN TENUN  
RONGKONG UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN  
DAN NILAI BUDAYA MASYARAKAT  
KECAMATAN RONGKONG**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

**2022**

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK KAIN TENUN  
RONGKONG UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN  
DAN NILAI BUDAYA MASYARAKAT  
KECAMATAN RONGKONG**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**M. Ikhsan Purnama, S.E.Sy., M.E**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

**2022**

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Nova Lia  
Nim : 17 0401 0139  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Strategi Pengembangan Kain Tenas Rongkong Untuk Meningkatkan Nilai Budaya dan Pendapatan Masyarakat Kecamatan Rongkong

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau dipublikasi dari karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bila mana dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya tersebut.

Palopo, 10 Januari 2022  
Yang membuat pernyataan,



Nova Lia  
NIM: 17 0401 0139

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Strategi Pengembangan Produk Kain Tenun Rongkong untuk Meningkatkan Pendapatan dan Nilai Budaya Masyarakat Kecamatan Rongkong yang ditulis oleh Nova Lia Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0401 0139, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, 02 Maret 2022 Miladiyah bertepatan dengan 29 Rajab 1443 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 25 Maret 2022

### TIM PENGUJI

- |   |                                 |                      |
|---|---------------------------------|----------------------|
| 1 | Dr. Hj. Ramlah M., M.M.         | Ketua Sidang/Penguji |
| 2 | Dr. Muh. Ruslan Abdullah, Ma    | Sekretaris Sidang    |
| 3 | Dr. Fasiha, M.EI                | Penguji I            |
| 4 | Hamida, SE.Sy., ME.Sy.          | Penguji II           |
| 5 | Muh. Ikhsan Purnama, SE.Sy., ME | Pembimbing           |

### Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Ramlah M., M.M.  
NIP 19610208 1994032001

Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah



Dr. Fasiha, S.EI., M.EI.  
NIP 19810213 2006042002

## PRAKATA



الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى  
آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Strategi Pengembangan Kain Tenun Rongkong Untuk Meningkatkan Nilai Budaya dan Pendapatan Masyarakat Kecamatan Rongkong” setelah melalui proses yang panjang.

Selawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. Kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan.

Terkhusus kepada kedua orang tuaku tercinta Ayahanda Lindang dan Ibunda Yaniati, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya. Ucapan terima kasih yang tak terhingga juga penulis sampaikan kepada:

1. Rektor IAIN Palopo Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. H. Muammar Arafat,

S.H., M.H. Bidang Keuangan Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M.,  
Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. Muhaemin,  
M.A..

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M., Wakil Dekan Bidang Akademik Dr. Muhammad Ruslan Abdullah, S.EI., M.A., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan Tadjuddin, S.E., M. Ak., CA., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama. Dr. Takdir, S.H., M.H.
3. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Palopo Dr. Fasiha, M.E.I., Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Palopo Abd. Kadir Arno, S.E., Sy., M.Si. beserta para Dosen dan Staf yang telah banyak memberi arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Pembimbing utama M. Ikhsan Purnama, SE.Sy., ME. yang telah memberikan bimbingan, masukan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Penguji I Dr. Fasiha, M.E.I. dan Penguji II Hamida S.E., M.E., Sy. yang telah banyak memberi arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Akademik Hendra Safri, S.E., M.M. Penasihat.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Madehang, S.Ag., M.A. beserta staf yang telah menyediakan buku-buku/literatur untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.

8. Para Staf IAIN Palopo, dan terkhusus kepada Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang banyak membantu saya terlebih dalam pengurusan berkasberkas demi penyelesaian studi saya.
9. Camat Rongkong beserta jajarannya, Tokoh Adat dan pengrajin tenun dan masyarakat yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Palopo angkatan 2017 (khususnya kelas D) dan posko KKN Angkatan 2020 Kelurahan Bone-Bone yang selama ini memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.
11. Kepada UKK TIMPARAGA Angkatan 2017, KSEI SEA, dan HMRI yang senantiasa menjaga kekompakan, persaudaraan dan telah rela mengorbankan tenaga, pikiran dan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah swt. dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya amin.

Palopo, 27 November 2021

Penulis

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah

ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Za	Z	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ  
حَوْلَ

: *kaifa*

: *hauḷa*

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...   اِ...   اُ...	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
إِ...	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
أُو...	<i>dammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ

: *māta*

رَمَى

: *rāmā*

قِيلَ

: *qīla*

يَمُوتُ

: yamūtu

#### 4. *Tā marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

: *raudah al-atfāl*

: *al-madīnah al-fādilah*

: *al-hikmah*

#### 5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (  ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

: *rabbanā*

: *najjainā*

: *al-haqq*

: *nu'ima*

: 'aduwwun

Jika huruf ع ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (  ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi  $\bar{}$ .

Contoh:



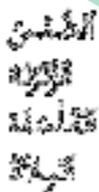
: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)

: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf  $\text{ال}$  (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:



: *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

: *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

: *al-falsafah*

: *al-bilādu*

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah

terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:



: *ta'murūna*

: *al-nau'*

: *syai'un*

: *umirtu*

## 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Syarh al-Arba'in al-Nawāwī*

*Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah*

## 9. Lafz al-Jalālah

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِسْمِ اللَّهِ دِينَ اللَّهِ *dīnullāh* بِاللَّهِ *billāh*

adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

## 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān*

*Nasīr al-Dīn al-Tūsī*

*Nasr Hāmid Abū Zayd*

*Al-Tūfī*

*Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

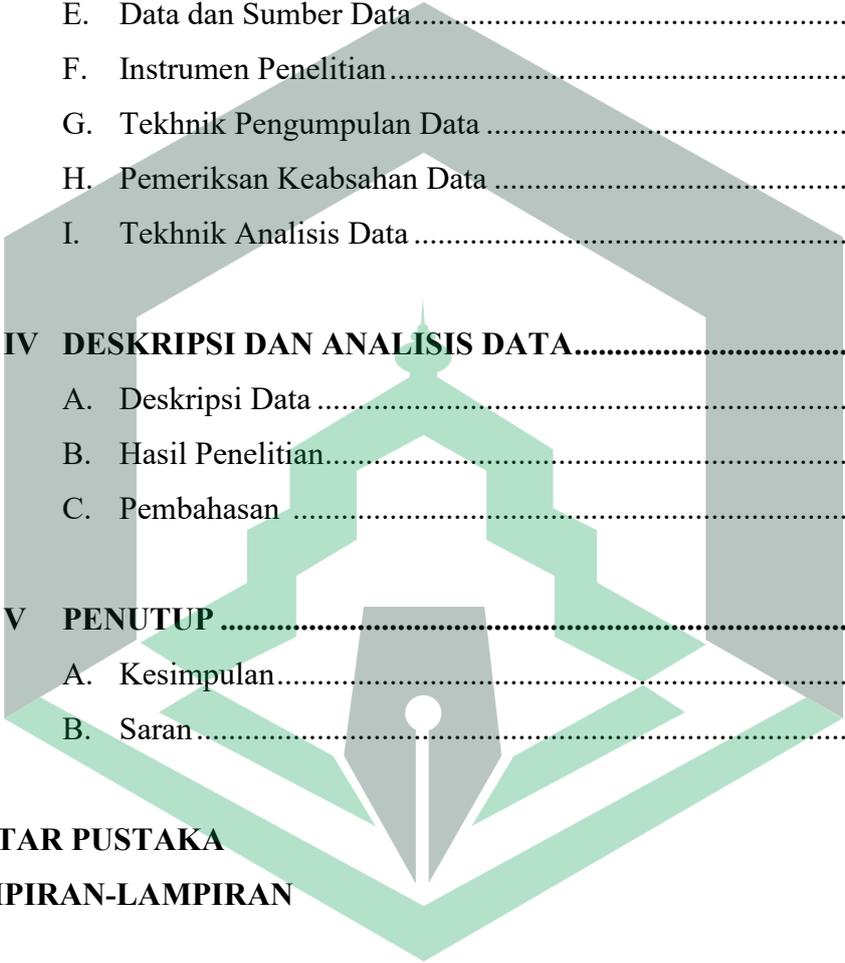
## B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...:	= Qur'an Surah
HR	= Hadis Riwayat
CV	= <i>Curriculum Vitae</i>

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR AYAT.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>	<b>6</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	6
B. Landasan Teori.....	8
1. Strategi pengembangan produk .....	8
2. Faktor pendukung dan penghambat pengembangan produk .....	18
3. Tenun .....	20
4. Nilai budaya.....	24
5. Kearifan lokal .....	24
6. Pendapatan.....	25
C. Kerangka Pikir.....	29



<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	30
B. Fokus Penelitian .....	30
C. Definisi Istilah .....	31
D. Desain Penelitian .....	33
E. Data dan Sumber Data.....	33
F. Instrumen Penelitian.....	33
G. Teknik Pengumpulan Data .....	34
H. Pemeriksaan Keabsahan Data .....	35
I. Teknik Analisis Data .....	36
<b>BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>38</b>
A. Deskripsi Data .....	38
B. Hasil Penelitian.....	41
C. Pembahasan .....	53
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>63</b>
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR AYAT

Q.S Al-Qasas ayat 77 .....	26
----------------------------	----



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Penemuan Permasalahan sebab Akibat .....	55
Tabel 4.2 Solusi dari Masalah yang Terjadi .....	57



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	29
Gambar 4.1 Alur Pembuatan Kain Tenun.....	46
Gambar 4.2 Diagram Fishbone pada Usaha Kain Tenun.....	54



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 3 SK Penguji
- Lampiran 4 Buku Kontrol
- Lampiran 5 Kartu Kontrol
- Lampiran 6 Persetujuan Pembimbing Seminar Hasil
- Lampiran 7 Nota Dinas Pembimbing Seminar Hasil
- Lampiran 8 Halaman Persetujuan Penguji
- Lampiran 9 Nota Dinas Tim Penguji
- Lampiran 10 Keterangan Bebas Kuliah
- Lampiran 11 Sertifikat Ma'had Al-jani'ah
- Lampiran 12 Sertifikat PBAK
- Lampiran 13 Surat Keterangan Membaca & Menulia Al-Qur'an
- Lampiran 14 Transkrip Nilai
- Lampiran 15 Kuitansi Pembayaran UKT
- Lampiran 16 Sertifikat Toefl
- Lampiran 17 Cek Plagiasi Dan Verfikasi
- Lampiran 18 Dokumentasi
- Lampiran 19 Riwayat Hidup



## ABSTRAK

**Nova Lia** 2021, Strategi Pengembangan Produk Kain Tenun Rongkong untuk Meningkatkan Pendapatan dan Nilai Budaya Masyarakat Kecamatan Rongkong, skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, Dibimbing oleh Bapak M. Ikhsan Purnama, S.E.,Sy., M.E.

Skripsi ini membahas tentang Strategi Pengembangan Produk kain Tenun untuk Meningkatkan Pendapatan dan Nilai Budaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pola pengembangan produk kain tenun, mengkaji strategi pengembangan produk kain tenun serta untuk mengkaji nilai budaya yang terkandung dalam kain tenun.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yaitu peneliti dimaksudkan untuk mengumpulkan data atau informasi mengenai suatu fenomena yang ada. Teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan menggunakan teknik analisis data melalui proses reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sumber data yang digunakan oleh peneliti ada dua yaitu data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan produk kain tenun untuk meningkatkan nilai budaya sangat bisa dilakukan tetapi kurangnya inovasi yang dilakukan untuk memperkenalkan nilai-nilai yang terkandung dalam kain tenun membuat konsumen kurang memahami maknanya. Sedangkan dalam pengembangan produk kain tenun untuk meningkatkan pendapatan yaitu strategi produksi dengan menggunakan bahan baku berkualitas, penjualan langsung dengan cara eceran, promosi dari mulut ke mulut dan online, dan meningkatkan kualitas pelayanan.

**Kata kunci : Strategi, Pengembangan, Nilai Budaya, Pendapatan.**

## ABSTRACT

**Nova Lia** 2021, Rongkong Woven Fabric Product Development Strategy to Increase Income and Cultural Values of the Rongkong District Community, thesis, Islamic Economics Study Program Faculty of Economics and Islamic Business Palopo State Islamic Institute, Supervised by Mr. M. Ikhsan Purnama, SE, Sy., M.E.

This thesis discusses the Strategy for Developing Woven Fabrics to Increase Income and Cultural Values. This study aims to examine the pattern of product development of woven fabrics, examine strategies for product development of woven fabrics and to examine the cultural values contained in woven fabrics.

This study uses descriptive qualitative research methods, that is to say researchers intended to collect data or information about an existing phenomenon. Data collection techniques obtained through observations, interviews and documentation. By using data analysis techniques through the process of data reduction, data presentation and drawing conclusions. There are two sources of data used by researchers, namely primary data and secondary data.

The results of the study show that the development of woven fabric products to increase cultural values can be done but the lack of innovations made to introduce the values contained in woven fabrics makes consumers less understanding of its meaning. Meanwhile, the development of woven fabric products to increase income is a production strategy using quality raw materials, direct sales by retail, word of mouth and online promotions, and improving service quality.

**Keywords: Strategy, Development, Cultural Values, Income.**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara yang beragam terutama pada jenis kain tenun yang dimiliki, Indonesia memiliki begitu banyak jenis kain tenun dari setiap wilayah dan tentunya dengan ciri khas yang berbeda-beda dari tiap-tiap daerahnya<sup>1</sup>. Jawa adalah salah satu contoh pengrajin tenun yang ada di Indonesia yang bisa dikatakan berhasil dalam memperkenalkan dan memasarkan jenis kain tenun yang dimiliki dengan memberikan gambaran mengenai filosofi dari kain tenun tersebut, sehingga mampu meningkatkan penghasilan daerah.

Masih terdapat beberapa daerah yang masih terkendala dalam hal pengenalan dan pemasaran kain tenun daerahnya apakah itu akibat faktor suatu daerah tersebut kurang memiliki akses ataupun terkendala dalam hal finansial daerahnya.

Salah satu daerah yang memiliki pengrajin kain tenun yaitu Provinsi Sulawesi Selatan yang terletak di Kabupaten Luwu Utara Kecamatan Rongkong Rongkong merupakan salah satu wilayah di Indonesia bagian timur, tepatnya berada di tengah-tengah jantung pulau Sulawesi ± 57 Km sebelah Barat Kota Masamba ibu kota Kabupaten Luwu Utara dengan ketinggian ± 800-1500 M (dari permukaan laut) dengan suhu mencapai 17 derajat.

---

<sup>1</sup>Kementrian perindustrian republic Indonesia. <http://bdipadang.kemenperin.go.id/forum/thread/inilah-9-jenis-kain-tenun-tradisional-nan-eksotis-kekayaan-indonesia-yang-perlu-anda-ketahui>, diakses pada agustus 2021

Tana Rongkong diberi julukan Tana Masakke Lipu Marinding yang artinya, sejuk ,aman, damai, tentram. Adat istiadat-nya serta kebudayaan titipan leluhur dijadikan pedoman hidup masyarakat, nilai kebersamaan tak pernah pudar yang diperkuat oleh kesamaan budaya.<sup>2</sup>

Letak wilayah Rongkong yang jauh dari perkotaan yang jaraknya  $\pm 65$  km menyebabkan Rongkong terkendala dalam hal komunikasi dan informasi, sehingga masyarakat terkendala dalam proses pemasaran produk kain tenun dari daerah tersebut.

Kecamatan Rongkong memiliki beberapa jenis motif tenun yang memiliki makna dan filosofi yang berbeda-beda, di antaranya yaitu Sekong sirenden sipomandi, Ulu karua, Lampa-lampa, Rundun lolo, Pori Lonjong, Pori situtu.<sup>3</sup>

Potensi yang dimiliki Kecamatan Rongkong dari sektor industri yaitu kain tenun yang dimiliki sangat mampu untuk meningkatkan perekonomian masyarakat daerah tersebut, sehingga kedepannya mampu untuk mensejahterahkan masyarakat Rongkong secara khusus, dengan merumuskan dan merencanakan strategi-strategi seperti apa yang bisa dilakukan untuk bisa meningkatkan pendapatan daerah tersebut.

Pertumbuhan ekonomi sangat diperlukan setiap negara. Wujud nyata dari pertumbuhan ekonomi suatu negara adalah dengan meningkatnya pendapatan

---

<sup>2</sup>Bata Manurun, 2 Maret 2009, “Masyarakat Adat Rongkong”, <https://www.kompasiana.com/bata/54fd666ba33311121a50fd70/masyarakat-adat-Rongkong>, [online], 27 April 2021

<sup>3</sup>Gerai Nusantara, 7 Januari 2019, “Cerita Kain Roto dari Rongkong”, <http://www.gerainusantara.com/events/detail/cerita-kain-roto-dari-Rongkong/61/#.YFuPStJKhdh>

perkapita dan meningkatnya daya beli masyarakat. Salah satu cara untuk meningkatkan ekonomi masyarakat adalah dengan membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar sesuai dengan kemampuan dan inovasi yang dimiliki oleh masyarakat sekitar. Dengan terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat, bukan tidak mungkin kesejahteraan masyarakat akan terwujud.<sup>4</sup>

Strategi pengembangan merupakan sebuah proses untuk memperbaiki cara dalam mengerjakan usaha kain tenun. Permasalahan yang dihadapi pengrajin tenun di Kecamatan Rongkong Kabupaten Luwu Utara yaitu dari segi pemasaran produk dan mereka memproduksi kain tenun terbatas apabila ada permintaan saja. Permasalahan lain yang dihadapi yaitu alat tenun tradisional yang digunakan belum maksimal dan sulit untuk berkembang, dikarenakan beberapa faktor.<sup>5</sup> Permasalahan tersebut tentu sangat menghambat pengembangan usaha dalam peningkatan pendapatan. Oleh karena itu, para pengrajin kain tenun harus mampu menganalisa strategi pengembangan yang tepat agar upaya peningkatan pendapatan dapat dicapai sesuai target. Dalam hal ini dapat mempermudah para pengrajin tenun dalam menganalisis masalah yang akan mereka hadapi agar dapat mengambil pengaturan atau cara yang tepat untuk mengatasi masalah yang

---

<sup>4</sup>Novia Sridewi, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Pendapatan pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat*, (Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram, 2020), 1. <http://etheses.uinmataram.ac.id/173/1/Novia%20Sridewi%20160203166.pdf>

<sup>5</sup>Mahyus, Fieda Wahyuni, "Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pengusaha Skala Kecil (Pengusaha Dangke) Di Desa Lebang, Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang", *Journal Of Buniness Administration*, 1 no. 1 (Oktober 2018): 2. <http://journal-uim-makassar.ac.id/index.php/JBAS/article/view/39/pdf>

muncul dihadapi oleh para pengrajin kain tenun di Kecamatan Rongkong dengan tujuan agar dapat berjalan dengan baik dan berkreasi.

Dari penggambaran di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “*Strategi Pengembangan Kain Tenun Rongkong Untuk Meningkatkan Nilai Budaya dan Pendapatan Masyarakat Kecamatan Rongkong*”, kegiatan ini dijadikan sebagai inovasi baru bagi masyarakat Kecamatan Rongkong Kabupaten Luwu Utara.

### **B. Batasan Masalah**

Batasan masalah adalah batasan penelitian untuk merencanakan apa yang akan diteliti. Dalam penjelasan ini berpusat di sekitar teknik pengembangan produk kain tenun dalam upaya meningkatkan nilai budaya dan pendapatan masyarakat di Kecamatan Rongkong

### **C. Rumusan Masalah**

Dilihat dari gambaran dasar permasalahan seperti yang telah dijelaskan diatas, maka rencana permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana cara mengembangkan kain tenun Rongkong di lingkungan masyarakat untuk bisa meningkatkan nilai budaya masyarakat Rongkong
2. Strategi pengembangan seperti apa yang bisa dilakukan dalam memasarkan produk kain tenun Rongkong untuk bisa meningkatkan pendapatan masyarakat Kecamatan Rongkong.

### **D. Tujuan Penelitian**

Mengingat rencana masalah yang telah digambarkan sebelumnya, sasaran penelitian ini adalah sebagai berikut::

1. Mendiskripsikan serta mengevaluasi strategi pengembangan pemasaran kain tenun Rongkong dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dalam rangka melestarikan tenun Rongkong.
2. Mendiskripsikan faktor pendukung dan penghambat strategi pengembangan kain tenun Rongkong dalam meningkatkan pendapatan masyarakat.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Keuntungan yang bisa didapat dalam penelitian ini meliputi:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Sebagai sumber perspektif dan bahan pemeriksaan bagi peneliti mengenai hipotesis yang didapat melalui pelatihan di lapangan.
  - b. Hasil penelitian dapat memberikan dan menambah pemahaman kepada masyarakat tentang strategi pengembangan untuk produk tenun Rongkong.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Masyarakat

Kegiatan penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran umum tentang peningkatan pendapatan dalam menangani kebutuhan keluarga secara khusus bagi pengrajin tenun yang ada di Kecamatan Rongkong Kabupaten Luwu Utara.

- b. Bagi Lembaga yang terkait

Kegiatan penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif untuk berbagai pihak yang membutuhkan data dan informasi tentang prosedur kemajuan bisnis sebagai bahan literatur untuk kegiatan penelitian selanjutnya.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan acuan serta menjadi bahan perbandingan dan juga agar terhindar dari adanya kesamaan dengan penelitian ini.

1. Nur Sabari, Roro Retno Wulan, Mohammad Isa Pramana Koesoemadinata dalam jurnal yang berjudul "*Pengembangan Ragam Produk Kain Tenun Buton Sebagai Upaya Revitalisasi Kebudayaan Buton*". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fungsi dari kain tenun Buton tidak hanya menjadi sarung, jubah dan baju saja namun kini sudah dikembangkan menjadi beberapa jenis produk lainnya. Diantaranya pengolahan tenun buton ini dapat dilihat pada produk- produk kreatif yang menggabungkan trend yang sedang berlangsung. Contohnya pada *brand* Wa Ina Buton membuat *waist bag* dari tenun buton dipadukan dengan bahan lainnya. Selanjutnya pada *brand* Kamoohu Collection mengembangkan tren jaket *jeans* atau *denim* yang dipadukan dengan tenun buton, serta masker dan tas lipat. Penelitian ini memiliki hubungan dengan penelitian yang akan diselesaikan oleh peneliti, yakni membahas tentang pengembangan yang akan dilakukan terhadap kain tenun dengan inovasi terbaru. Sedangkan perbedaannya yaitu lokasi penelitian serta inovasi- inovasi yang akan dilakukan nantinya.
2. Vivin Fitryani, Roos Nana Sucihati, Suci Purnama Sari, dalam jurnal yang berjudul "*Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Dusun Lengas*".

*Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir*". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengrajin kain tenun Dusun Lengas berada di bagian kuadran IV, yaitu defensifikasi. Pada posisi ini pengrajin kain tenun berada pada situasi yang sangat merugikan karena pengrajin kain tenun harus menghadapi ancaman dan kelemahan yang ada dari internal kegiatan pengrajin kain tenun ini bersifat defensifikasi dan berusaha membatasi kekurangan dan bahaya yang ada. Prosedur ini merupakan strategi kehati-hatian dengan membatasi kekurangan dan menjauhi ancaman serta berusaha membatasi kekurangan dan bahaya yang ada.<sup>6</sup> Kesamaan pemeriksaan ini dengan penelitian yang akan diselesaikan oleh peneliti adalah keduanya mengkaji tentang pengembangan produk kain tenun. Namun, penelitian ini tidak membahas mengenai jenis-jenis dari kain tenun sedangkan peneliti akan membahas mengenai jenis-jenis kain tenun serta kearifan lokal untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.

3. Ni Putu Nina Wartika Dewi, Ni Putu Nina Eka Lestari, dalam jurnal yang berjudul, "*Strategi Pengembangan Industri Kain Tenun Endek Di Kota Denpasar Era Revolusi 4.0*". hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa individu Kota Denpasar memiliki minat yang cukup tinggi dalam usaha bisnis di industri kain tenun dan membuka pintu bisnis untuk kain tenun endek. Hal ini sesuai dengan hasil pertemuan dengan 18 responden yang merupakan pengusaha bisnis kain tenun endek di Kota Denpasar. Mengingat hasil identifikasi tempat penting

---

<sup>6</sup>Vivin Fitryani, Roos Nana Sucihati, Suci Purnama Sari, "*Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Dusun Lengas Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir*", Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol 17 No 2, (Agustus 2020):114. <http://jurnalfem.universitassamawa.ac.id/index.php/JEP/article/view/160>

industri kain tenun endek, elemen luar pintu terbuka yang digerakkan oleh 1,54 industri kain tenun endek umumnya masih sangat besar, meskipun memiliki skor yang lebih sederhana daripada komponen bahaya 0,99.. Kondisi ini menunjukkan bahwa industri kerajinan kain tenun endek bagaimanapun juga dapat memanfaatkan peluang eksternal yang memberikan keuntungan bagi bisnis seni di tengah bahaya yang harus dihadapi industri kain tenun endek saat ini, khususnya COVID- 19 pandemi.<sup>7</sup> Kesamaan pemeriksaan ini dengan penelitian yang akan diselesaikan oleh peneliti adalah membahas mengenai kain tenun serta peluang masyarakat dalam meningkatkan pendapatan. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini tidak membahas mengenai inovasi untuk meningkatkan kualitas produk dari kain tenun.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Strategi pengembangan Produk**

#### **a. Defenisi Strategi**

Strategi adalah cara yang sengaja diatur untuk mencapai tujuan eksplisit.<sup>8</sup> Dalam hal ini strategi merupakan sebuah rangkaian cara maupun rencana untuk bisa mencapai suatu tujuan dan juga sasaran.

Menurut Umar<sup>9</sup>, Strategi adalah suatu kegiatan yang tetap (berkembang terus menerus) dan tidak henti-hentinya, serta dilakukan berdasarkan pada minat

---

<sup>7</sup>Ni Putu Nina Wartika Dewi, Ni Putu Nina Eka Lestari, “Strategi Pengembangan Industri Kain Tenun Endek Di Kota Denpasar Era Revolusi 4.0”, Jurnal Ilmiah STIE MDP Vol. 10 No. 1 (September 2020):58. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/forbiswira/article/view/885>

<sup>8</sup>Kamus Besar Bahasa Indonesia, “Strategi”, 2016. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/strategi>, [online] diakses pada, 17 april 2021.

konsumen di masa depan. Strategi yang bermutu adalah strategi yang dibangun dengan formulasi yang bermutu pula, dan tentunya implementasi yang bermutu dengan kelayakan inovatif yang akan diimplementasikan.

Strategi sangat berkaitan dengan pengembangan untuk meningkatkan suatu produk. Menurut Iban<sup>10</sup> memberikan definisi kemajuan berkaitan dengan teknik, khususnya memberikan nilai tambah atau inovasi pada sesuatu yang sampai sekarang ada. Wilantara<sup>11</sup> juga menyatakan bahwa pengembangan dilakukan untuk menambah nilai suatu produk menjadi lebih berkualitas, seimbang dan mampu bertahan.

Strategi pengembangan produk kedepannya akan semakin sulit maka, dari itu dengan adanya teknologi dan informasi diharapkan mampu untuk meningkatkan kreatifitas pengrajin untuk terus mampu berinovasi sesuai dengan perkembangan zaman dan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Ada beberapa cara untuk memenuhi permintaan dan persaingan industri:<sup>12</sup>

- 1) Orientasi pada pelanggan
- 2) Kualitas
- 3) Kesenangan
- 4) Inovasi

---

<sup>9</sup>Umar, H. 2005. *Strategic Management in Action*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

<sup>10</sup> Iban, Sofyan. 2015. *Manajemen Strategi*. Graha Ilmu, Yogyakarta.

<sup>11</sup>Wilantara, Susilawati. 2016. *Strategi & Kebijakan Pengembangan UMKM*. Refika Aditama, Bandung.

<sup>12</sup>Mudjiarto dan wahid, aliaras, "Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan", (Yogyakarta: Graha ilmu, 2006), 128.

- 5) Kecepatan, yang dimaksud disini yaitu: kecepatan untuk memutuskan produk baru pada pasar dan peluang efektif untuk bereaksi terhadap kebutuhan dan kebutuhan konsumen
- 6) Pelayanan dan kepuasan pelanggan.

#### b. Defenisi Pengembangan Usaha

Pengembangan adalah pengerahan tenaga yang tepat oleh perusahaan untuk membangun informasi, kemampuan dan kapasitas.<sup>13</sup> Sedangkan Usaha adalah sebuah proses penggunaan aset yang ada untuk menciptakan tenaga kerja dan produk. Kegiatan tersebut bertujuan untuk memperoleh keuntungan dengan cara memasarkan barang dan jasa yang diperoleh kepada konsumen.<sup>14</sup>

Jadi Pengembangan usaha adalah sebuah proses untuk memperbaiki cara dalam mengerjakan suatu usaha yang telah ada sebelumnya maupun menciptakan usaha baru dengan meningkatkan kualitas usaha kita dengan menggerakkan fikiran dan tenaga seperti motivasi dan kreativitas untuk mncapai suatu tujuan yang akan dicapai.

#### c. Aspek-Aspek Pengembangan Usaha

Aspek-aspek yang harus diperhatikan dalam membina suatu usaha adalah sebagai berikut:.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup>Sri Larasati, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 120-121

<sup>14</sup>Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), 6

<sup>15</sup>Adrianus Turu Konda Mawi, Dkk, *Pengembangan Usaha*. <http://kewirausahaanuksw1.blogspot.com/2016/06/pengembangan-usaha.html?m=1>

- 1) Aspek strategi meliputi: Menjajaki jenis usaha baru dengan penekanan pada pengenalan kesenjangan (yang sudah ada atau diharapkan pembeli), membuat barang baru sehingga dapat menarik minat pembeli.
- 2) Aspek manajemen pemasaran meliputi: Menguasai pasar, menganalisis setiap peluang yang ada di pasar, memasarkan barang dengan organisasi yang luas seperti mengirim barang ke luar negeri, menyusun ide pemasaran yang kreatif seperti melakukan promosi agar pelanggan tertarik untuk membeli produk kita.
- 3) Aspek penjualan meliputi: Memberikan informasi atau pemikiran tentang merencanakan dan menegakkan pengaturan kesepakatan, meningkatkan kualitas dan jumlah barang yang akan dijual, meningkatkan keamanan selama waktu yang dihabiskan untuk menjual barang dagangan, menampilkan barang dengan harga yang sesuai dengan kualitas barang..

#### d. Strategi Pengembangan Usaha

Dalam setiap pengembangan sebuah usaha harus bisa menanalisis setiap peluang yang ada. Peluang untuk memasuki dunia usaha bisnis harus dimungkinkan melalui berbagai kesempatan yang ada. Pengalaman dan daya nalar setiap orang memiliki peran yang sangat penting untuk memulai suatu usaha.

Adapun strategi pengembangan usaha yaitu sebagai berikut:

##### 1) Strategi produk

Menurut Kotler Item terdiri dari produk, administrasi, pengalaman, individu, tempat, data, kepemilikan, pemikiran dan asosiasi. Barang bukan hanya barang penting, seperti makanan dan pakaian, tetapi barang

juga barang yang tidak kasat mata seperti jasa. Produk adalah apa pun yang dapat disajikan di pasar untuk memenuhi persyaratan dan kebutuhan pelanggan.<sup>16</sup> Produk terdiri dari barang, administrasi, pertemuan, individu, tempat, kepemilikan, asosiasi, data dan pemikiran.

Sedangkan strategi produksi merupakan sesuatu yang dapat diusulkan menjadi peluang bisnis untuk dipikirkan tentang dibeli, digunakan atau dikonsumsi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan.<sup>17</sup>

## 2) Strategi Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah nilai berupa uang atau barang yang dibutuhkan untuk membeli dan menikmati produk yang ditawarkan.<sup>18</sup> Minat pembeli untuk membeli suatu barang sangat dipengaruhi oleh penentuan harga produk yang ditawarkan. Kesalahan dalam penentuan harga akan sangat menarik minat pembeli pada barang yang diiklankan. Strategi harga adalah indikator utama yang perlu dilakukan sebelum memasarkan sebuah produk agar tidak memberikan harga sembarangan atau semau-maunya di pasar.

Menurut Payne Alasan untuk memutuskan harga adalah sebagai berikut:<sup>19</sup>

<sup>16</sup>Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 153

<sup>17</sup>Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo, Rajawali Perss, 2013), 174.

<sup>18</sup> M.Fuad, Dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), 129

<sup>19</sup>Ririn Tri Ratnasari, Dkk, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 61.

- a) *Survival*, diharapkan untuk menjaga perusahaan ketika situasi ekonomi tidak positif dengan meningkatkan profit atau pendapatan.
- b) *Profit maximization*, merupakan memutuskan harga guna memaksimalkan keuntungan pada era tertentu.
- c) *Sales maximization*, petentuan biaya dilakukan untuk mengembangkan pangsa pasar dengan meletakkan biaya pertama yang kurang.
- d) *Prestige*, Memutuskan harga diharapkan untuk memajukan jasa perusahaan sebagai bantuan selektif

Metodologi nilai masih mengudara terlebih dahulu sehingga dalam menampilkannya tidak memberikan biaya secara asal-asalan atau dengan alasan yang sewenang-wenang..

### 3) Strategi Tempat/ Saluran distribusi (*Place*)

Langkah utama yang dilakukan produsen sebelum memasarkan produknya adalah dengan memutuskan pola distribusi yang akan diterapkan. Untuk memperluas penawaran melalui desain sirkulasi ini, Anda dapat memberikan hadiah atau promosi.<sup>20</sup>

Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh pembuat untuk menyalurkan barang atau administrasi ke tangan pembeli. Penyusunan desain distribusi telah disiapkan terlebih dahulu oleh produsen sebelum memulai memasarkan produknya.<sup>21</sup>

<sup>20</sup>Buchari Alma, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 204.

<sup>21</sup>M.Fuad, Dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), 129

Ada 3 jenis interaksi yang mempengaruhi *place* yaitu:<sup>22</sup>

- a) Pelanggan mendatangi perusahaan. Perusahaan harus bisa memilih lokasi yang strategis sehingga bisa mempermudah pelanggan menjangkaunya.
- b) Pemberi jasa mendatangi pelanggan. Perusahaan harus senantiasa meningkatkan kualitas penyampaian jasanya ke pelanggan.
- c) Produsen dan konsumen tidak bertemu secara langsung. Dimana pelanggan dan produsen berkomunikasi melalui media komunikasi seperti telepon atau alat komunikasi lainnya. Selama produsen dan pelanggan melakukan komunikasi yang tepat, maka interaksi secara langsung tidak terlalu penting untuk dilakukan.

#### 4) Strategi Promosi

Semakin tinggi persaingan pasar, berakibat pada minat konsumen untuk memilih produk yang akan dibeli. Konsumen akan cenderung lebih berhati-hati dalam menentukan pilihannya. Oleh sebab itu, perusahaan tidak bisa berharap bahwa strategi yang sama akan mampu menarik minat konsumen setiap saat. Indikator yang sangat berpengaruh pada minat konsumen adalah mode yang selalu berubah-ubah. Maka untuk tetap menarik minat konsumen, perusahaan harus senantiasa melakukan pengembangan terhadap produk yang dimilikinya sesuai dengan inovasi dan kebutuhan konsumen saat itu.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup>Ririn Tri Ratnasari, Dkk, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 62.

<sup>23</sup> Noor, Adzan, *DINAMIS- Journal of Islamic Management and Bussines* Vol. 2, No. 1 April 2019 <http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/dinamis/article/view/1005/744>

Promosi adalah korespondensi yang memberikan klarifikasi atau meneruskan data yang dapat meyakinkan calon pembeli tentang tenaga kerja dan produk.<sup>24</sup> Kegiatan dalam promosi ini adalah peliklanan, pemasaran langsung serta hubungan masyarakat. Adapun tujuan melakukan promosi yaitu untuk menarik minat, mengembangkan dan meyakinkan calon pembeli.

Ada empat macam instrumen khusus yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam memajukan produknya, yaitu:<sup>25</sup>

- a) Periklanan (*Adversiting*), terdapat beberapa tujuan yaitu:
- (1) Iklan yang sifatnya menyampaikan informasi merupakan iklan yang menjelaskan gambaran produk jasa untuk menarik perhatian dan minat konsumen.
  - (2) Iklan membujuk merupakan iklan yang digunakan untuk menarik hati konsumen saat ada merek lain yang berusaha menyaingi perusahaan.
  - (3) Iklan pengingat adalah pemberitahuan yang dikirim saat item tiba di pengembangan, tujuannya adalah agar klien terus mengingat item tersebut.
  - (4) Iklan pemantapan adalah promosi yang digunakan untuk membuat pembeli tidak lagi ragu untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan.
- b) Penjualan pribadi (*Personal Selling*). Penjualan pribadi memegang peranan

---

<sup>24</sup>Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), 63.

<sup>25</sup>Ririn Tri Ratnasari, Dkk, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 79-81

penting dalam pemasaran jasa karena:

- (1) Interaksi individu antara produsen dan konsumen sangat penting.
  - (2) Penyedia jasa itu adalah individu bukan teknologi
  - (3) Individu adalah pelaku produksi
- c) Promosi penjualan (*Sales Promotion*), merupakan semua upaya yang diambil untuk mengembangkan arus barang dan jasa ke pelanggan.
- d) *Public Relation* (PR), merupakan Satu lagi pendekatan penting untuk mempromosikan, di mana sebuah perusahaan tidak hanya bekerja sama dengan klien, penyedia, dan penjualnya, tetapi juga harus terhubung dengan pengaturan kepentingan publik yang lebih besar.

Setiap perusahaan harus memiliki sistem dalam pengembangan barang sehingga barang yang akan dibuat dapat sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan pembeli yang ada tetap tertarik pada penawaran yang diberikan oleh perusahaan dan menarik pembeli baru. Menurut Kotler dan Keller , terdapat beberapa jenis strategi pengembangan produk, yaitu:<sup>26</sup>

- 1) Memperbarui produk lama. Pada strategi ini, produsen hanya perlu memberi inovasi baru pada produk yang sudah ada dengan memanfaatkan fasilitas dan teknologi yang ada. Dengan demikian, produsen tidak mendapatkan masalah yang kompleks karena hanya memberikan sedikit polesan kepada produk yang sudah ada sebelumnya.
- 2) Memperluas lini produk. Pada jenis strategi ini, perusahaan berusaha mengembangkan produknya dengan menambahkan sesuatu ke penawaran

---

<sup>26</sup> Kotler, Philip dan Keller, Kevin. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prenhallindo.2008

produk saat ini atau menambahkan penawaran produk lain dengan cara menambah item pada lini produk yang sudah ada atau menambah lini produk baru.

- 3) Menambah produk yang ada. Dalam hal ini, perusahaan memperluas segmen pasarnya dengan menambah produk yang sudah ada, menawarkan variasi, dan melayani berbagai jenis konsumen dan selera pembeli yang berbeda.
- 4) Meniru metodologi pesaing. Dengan cara ini organisasi menerapkan pendekatan pesaing yang dipandang bermanfaat bagi perusahaan, seperti mengevaluasi.
- 5) Menambah lini produk. Perusahaan biasanya membutuhkan banyak uang untuk membuat inovasi baru yang berbeda dengan lini produk mereka sebelumnya. Produk tersebut belum pernah diproduksi sebelumnya, sehingga untuk memasarkannya memerlukan inovasi yang baru pula.

Sedangkan menurut Tjiptono, terdapat tiga strategi pengembangan produk, yaitu:<sup>27</sup>

- a) Meningkatkan kualitas. Perusahaan bisa meningkatkan suatu produk dengan menjaga kualitas produk tersebut juga menjaga kualitas pelayanan jasa.
- b) Strategi peningkatan keistimewaan produk. Ada empat hal yang perlu diperhatikan dalam strategi ini yaitu kualitas bahan yang digunakan, inovasi, kenyamanan saat produk digunakan dan penambahan aksesoris

---

<sup>27</sup> Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi. 2008

pada produk.

- c) Strategi peningkatan gaya produk. Produsen bisa meningkatkan nilai suatu produk dengan memberikan inovasi pada warna, rancangan dan kemasan produk itu sendiri. Untuk mengembangkan suatu produk tidak semudah membalikkan telapak tangan. Setiap perusahaan memiliki cara yang berbeda untuk mengembangkan setiap produk yang dimilikinya. Perusahaan harus mampu menganalisis perubahan yang perlu dilakukan pada produknya agar dapat tetap bertahan dan bersaing di pasar.

## 2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Produk

### a. Faktor Pendukung

Ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan oleh produsen sehingga bisa meraih keberhasilan dalam proses pengembangan produk. Menurut Stanton, Elemen pendorong untuk kemajuan produk adalah sebagai berikut.:<sup>28</sup>

- 1) Perkembangan teknologi. Dengan pesatnya kemajuan teknologi, memungkinkan perusahaan untuk menyempurnakan kualitas dan kuantitas produksi sebuah produk. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam upaya mengembangkan produk.
- 2) Perubahan selera konsumen. Ada beberapa hal yang menyebabkan perubahan ini, seperti pendapatan tiap konsumen yang berbeda, perkembangan penduduk serta loyalitas pelanggan pada produk yang dimiliki perusahaan.

<sup>28</sup> Stanton, William J. Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga. 1996

- 3) Persaingan. Semakin tinggi dan kuat persaingan antara produsen, maka akan semakin besar pula upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk senantiasa mengembangkan produknya.
- 4) Adanya kapasitas penduduk yang berlebihan. Perusahaan akan berusaha memanfaatkan kelebihan kapasitas penduduk dengan memperluas kapasitas mesin yang dimiliki oleh perusahaan.
- 5) Siklus hidup produk yang pendek. Untuk mengatasi rasa bosan dari para konsumen yang disebabkan oleh siklus hidup produk yang pendek, maka perusahaan akan terus berupaya untuk mengembangkan produk yang dimilikinya agar konsumen tetap tertarik pada produk yang dimiliki perusahaan.
- 6) Ada keinginan untuk membangun profit yang lebih besar. Untuk memperkuat posisi itemnya, dan untuk mencapai pasar yang lebih besar, produsen akan berupaya untuk mengembangkan produknya dan meningkatkan perolehan keuntungan.

b. Faktor Penghambat

Ada beberapa hal yang dapat menghambat proses kemajuan item, yaitu:

- 1) Kurangnya ide atau inovasi perusahaan tentang pembaruan produk pada bidang-bidang tertentu sehingga membuat proses pengembangan produk menjadi terkendala.
- 2) Pasar yang terpecah karena ketatnya persaingan. Hal ini mengakibatkan perusahaan terpaksa memasarkan produk yang mereka miliki ke lingkup pasar yang lebih kecil, sehingga penjualan dan

keuntungan yang diterimapun jauh lebih rendah.

- 3) Kendala sosial dan pemerintah. Ada beberapa model yang harus dipenuhi untuk suatu barang yang akan dipromosikan, seperti keamanan pembeli dan keseimbangan lingkungan.
- 4) Mahalnya proses pengembangan produk baru. Setiap produsen pasti akan selalu memikirkan gagasan baru untuk menambah daya gedor produknya, hanya saja untuk mewujudkan gagasan tersebut memerlukan biaya yang cukup mahal.
- 5) Kekurangan modal. Banyak produsen yang memiliki gagasan yang sangat cemerlang untuk menciptakan produk baru tetapi tidak mampu mengumpulkan dana untuk melakukan riset pada produk baru tersebut.
- 6) Waktu pengembangan yang lebih singkat. Dalam upaya pengembangan produk miliknya, perusahaan terkadang tidak memiliki rencana yang terstruktur sehingga proses pengembangan produknya tertinggal dari pesaing yang lain. Perusahaan harus menyusun perencanaan yang matang dari segala aspek agar dapat mempermudah dan memperlancar proses pengembangan produk baru yang dimilikinya.
- 7) Siklus hidup produk yang lebih singkat. Keberhasilan suatu produk akan menarik perhatian para pesaing untuk meniru produk tersebut.

### 3. Tenun

#### a. Pengertian tenun

Kata tenun berasal dari kata *textere* (Latin) dan itu berarti menenun. Kata tersebut kemudian berubah menjadi premis dari kata bahasa Inggris *textile* dan kata bahasa Indonesia tekstil. Menenun adalah proses pengolahan benang menjadi sebuah kain yang kemudian disebut kain tenun dengan cara menganyam bahan baku benang tadi. Istilah kain tenun merupakan cara untuk membedakan jenis kain tenun dengan kain lainnya yang dibuat dengan cara lain yang berbeda. Sejauh inovasi bahan, ada yang disebut kain tenun, kain kempa, dll.

Menenun merupakan proses mengayam benang pakan dengan benang lusi. Sedangkan menganyam adalah proses menyilangkan benang pakan dengan benang lusi dengan cara tertentu.<sup>29</sup> Para ahli juga telah mengemukakan mengenai pengertian menenun. Dari berbagai pengertian itu, semuanya memiliki tujuan yang sama yaitu memintal bahan-bahan tertentu dengan teknik tertentu pula sehingga bahan-bahan tersebut dapat dibuat kain atau sarung.

Ada tiga jenis alat tenun yang digunakan di Indonesia, yaitu:<sup>30</sup>

- 1) Gedogan, adalah alat tenun yang sangat sederhana yang digunakan dengan membawa atau memegang alat sambil duduk di lantai.
- 2) ATBM, alat tenun bukan mesin, khususnya alat tenun yang

---

<sup>29</sup>Djakariah, Ns Gabriel, Y Fina dalam jurnal yang berjudul “ *Sejarah Tenun Ikat Bermotif Pan Buay Di Kelurahan Teunbaun Kecamatan Amarasi Barat Kabupaten Kupang* “, Jurnal Sejarah, ISSN: 1857-2257 Vol. 17 No.1, Juni 2020

<sup>30</sup>Ria Intani T. dalam jurnal yang berjudul, “*Tenun Gedogan Dermayon*”, Balai Pelestarian Sejarah Dan Nilai Tradisional Bandung, Vol. 2, No. 1, Maret 2010, 38

menggunakan ujung kayu yang pengembangan mekanisnya dilakukan oleh tenaga manusia.

3) ATM, alat tenun mesin, alat ini merupakan alat tenun terbaru.

b. Sejarah Tenun<sup>31</sup>

Selain memiliki budaya yang beragam. Indonesia juga kaya akan kualitas adat yang diwujudkan dalam berbagai karya kerajinan dan merupakan yang terbesar di seluruh nusantara. Salah satu kekayaan Indonesia adalah kain tenun adat yang dapat kita temukan di seluruh wilayah Indonesia. Secara umum, kain tenun yang dibuat oleh para pengrajin memiliki beragam warna dan corak yang memiliki hubungan yang sangat dekat dengan gaya hidup, keyakinan, iklim, dan asosiasi sosial di wilayah sekitarnya. Faktor itulah yang menjadikan kain tenun di setiap wilayah Indonesia sangat beragam. Tiap wilayah memiliki kain tenun dengan ciri khasnya masing-masing. Kehadiran kain tenun konvensional di Indonesia dinilai telah tercipta sejak zaman Neolitik (Prasejarah).

Bukti nyata bahwa kain tenun telah ada di Indonesia sejak zaman dahulu adalah terungkapnya barang-barang kuno yang berusia lebih dari 3.000 tahun.. Jejak sejarah yang ditemukan adalah cap tenunan, alat untuk memintal serta alat-alat lain yang merupakan alat yang dipakai oleh individu pada masa prasejarah untuk menciptakan kain tenun yang

---

<sup>31</sup>Fitinline dalam artikel yang berjudul “Sejarah kain Tenun Di Indonesia”, 2015 [online] di akses pada 17 april 2021, <https://fitinline.com/article/read/sejarah-kain-tenun-di-indonesia/>

terungkap pada situs gilimanuk, melolo, sumba timur, gunung wingko dan Yogyakarta.

Gambaran mengenai kegiatan menenun di masa lalu terdapat pada prasasti Jawa kuno yaitu tulisan “putih hlai 1 (satu) jalambi” yang artinya satu helai kain putih dan baju pada prasasti karang tengah sejak tahun 847 M (kol.Mus Nas No D 27), terdapat puluh istilah pada prasasti singosari tahun 929 M yaitu kata”makapas” atau madagang kapas (kol. Mus Nas D 88) juga pada ukiran lain pada tahun 1034 M, kata pawdikan yang artinya pertenenan.

Penemuan relief “Wanita Sedang Menenun” adalah salah satu bukti lain yang menunjukkan bahwa kegiatan menenun sudah lama ada di Indonesia, serta pada cerita rakyat Indonesia yakni legenda Sangkuriang, yang mengisahkan Dayang Sumbi sebagai wanita yang sangat cakap dalam menenun.

Masyarakat di Jawa-Bali memiliki teknik yang berbeda dengan masyarakat Indonesia di wilayah timur dalam menenun, dalam proses menenun, masyarakat Jawa-Bali menggunakan Alat tenun cacak adalah dua buah poros pendek yang dipisahkan untuk meletakkan papan untuk menggerakkan tali yang akan ditenun.

Secara umum kain tenun di seluruh wilayah Indonesia dimanfaatkan untuk keperluan pertukaran, wakaf, serta bahan pakaian sehari-hari dan pameran gaya adat. Meskipun demikian, tiap pengrajin memiliki corak dan teknik pembuatan yang berbeda dari setiap daerah.

#### 4. Nilai budaya

Nilai budaya merupakan unsur vital bagi masyarakat sekitar, karena merupakan tuntunan dan acuan masyarakat dalam berbuat dan bertingkah laku. Meskipun nilai budaya sulit untuk dijelaskan secara rasional, namun nilai budaya bukan hal yang mudah untuk diubah dari suatu lingkungan masyarakat karena merupakan warisan dari para leluhur terdahulu dan sudah sangat melekat pada kehidupan masyarakat sekitar.<sup>32</sup>

Nilai budaya juga dapat diartikan sebagai suatu asal usul umum yang terkoordinasi, mempengaruhi perilaku yang berhubungan dengan alam, tempat manusia dengan alam, hubungan manusia tentang hal-hal yang bermanfaat dengan hal-hal yang tidak diinginkan yang berhubungan dengan iklim dan individu-individu..

Artinya bahwa nilai budaya yang diterapkan oleh setiap daerah berbeda beda, dimana suatu daerah dalam penerapan nilai budaya tentunya akan disesuaikan dengan kebutuhan daerah setempat yang tentunya untuk bisa meningkatkan kualitas daerah dan masyarakat tentunya agar menjadi daerah yang lebih maju dan memiliki nilai moral tentunya.

#### 5. Kearifan lokal

Kearifan lokal adalah cara berpikir tentang kehidupan dan ilmu pengetahuan serta berbagai teknik kehidupan sebagai latihan yang

---

<sup>32</sup>Abdul Latif, D. H. *Pendidikan Berbasis Nilai Kemasyarakatan*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2007), 35

diselesaikan oleh jaringan terdekat dalam menanggapi berbagai masalah dalam memenuhi kebutuhan mereka.. Istilah ini dalam bahasa Inggris dikonseptualisasikan sebagai kecerdikan lingkungan (*nearby strategy*) atau informasi lingkungan (*nearby information*) atau genius terdekat (*neighborhood knowledge*). Individu lingkungan punya cara dan strategi tersendiri untuk tetap bertahan di lingkungannya dengan tetap memperhatikan setiap sumber daya yang ada di sekitarnya.<sup>33</sup>

Kearifan lokal sangat erat kaitannya dengan nilai luhur bangsa. Kearifan lokal merupakan hasil kecerdasan masyarakat yang kemudian dimanfaatkan oleh orang lain untuk bertahan hidup secara turun temurun.

## 6. Pendapatan

### a. Defenisi pendapatan

Meurut Boediono<sup>34</sup> Pendapatan adalah pendapatan dari hasil yang diperoleh dalam melakukan latihan moneter yang berhubungan dengan latihan organisasi dan penawaran faktor-faktor penciptaan yang dimiliki oleh produsen.

Seperti yang ditunjukkan oleh Sadono Sukirno dalam artikel Ericson Damanik, "Gaji visioner bisnis adalah manfaat". Tidak sepenuhnya diselesaikan dengan mengurangi biaya yang berbeda yang disebabkan dari kesepakatan yang didapat. Istilah pembayaran digunakan

<sup>33</sup>Anwar Hafid, Ali Rosdin, Moch. Musoffa, M. Nur Akbar. *Pendidikan Multikultural Berbasis Kearifan Lokal*, (Jakarta, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. 2015), 7

<sup>34</sup>Boediono, (2000), *Ekonomi Internasional*, BFFE, Yogyakarta

jika dikaitkan dengan perkembangan pembayaran dalam jangka waktu tertentu yang dimulai dari penimbunan unsur-unsur ciptaan (harta biasa, pekerjaan dan modal) seperti sewa, upah dan bunga secara sendiri-sendiri..

Pendapatan merupakan tolak ukur standar hidup manusia secara umum, khususnya dalam lingkungan rumah tangga. Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh oleh setiap orang atas upaya-upaya yang telah dilakukannya dalam periode tertentu baik itu hari demi hari, minggu demi minggu atau bulan ke bulan. Hal ini sesuai dengan penegasan yang dikemukakan oleh Sukirno.<sup>35</sup>

Dalam islam, manusia diwajibkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan bekerja melalui usaha-usaha yang besar dan legal. Seperti yang diklarifikasi dalam Q.S Al-Qasas (28) ayat 77:



Terjemahnya:

*“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik*

<sup>35</sup>Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000), 47.

*kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan.*<sup>36</sup>

b. Faktor-Faktor yang dapat Memengaruhi Pendapatan

Faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan menurut Boediono, yaitu sebagai berikut:<sup>37</sup>

1) Pengalaman

Pengalaman dapat memengaruhi pendapatan karena Semakin baik pengalaman bisnis seseorang, semakin penting peluangnya untuk meningkatkan pendapatan.

2) Keterampilan atau Kreativitas

Keterampilan atau kreativitas seseorang sangat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan seseorang karena dengan ini seseorang atau kelompok memiliki kelebihan ide untuk dituangkan kedalam suatu usaha yang sedang dijalankan.

3) Pendidikan

Pendidikan yang dimiliki seseorang memegang pengaruh yang sangat besar terhadap pendapatan orang tersebut. Semakin tinggi pendidikan yang dimiliki seseorang, semakin baik jenis pekerjaan yang akan diperolehnya sehingga akan membuat orang tersebut memperoleh pendapatan yang semakin besar pula.

<sup>36</sup>Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah (Bandung: CV-Penerbit J-ART, 2005), 394.

<sup>37</sup>Mahyu Danil. "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Pegawai Negeri Sipil Di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen", *Jurnal Ekonomika*, (Aceh: Universitas Almuslim Bireuen Aceh, Vol. 4, No 7), 38.

#### 4) Umur

Usia juga merupakan penunjuk yang dapat memengaruhi pendapatan. Karena seiring bertambahnya usia, pendapatannya juga akan meningkat tetapi berdasarkan lagi dari jenis pekerjaannya. Kemampuan individu untuk mengurus bisnis sangat menarik seiring bertambahnya usia apabila telah melewati masa produktif, maka kemampuan orang tersebut pun akan menurun karena kondisi fisik yang sudah tidak sebugar dulu lagi, sehingga akan berdampak pada penurunan pendapatan.

Besar kecilnya jumlah pengeluaran juga memberikan pengaruh pada pendapatan seseorang. Pengalaman berusaha memengaruhi penghasilan. Kemampuan atau imajinasi, karena dengan ini seseorang atau kelompok memiliki kemampuan yang melimpah dalam mengembangkan latihan sehingga dapat mempengaruhi tingkat penghasilan. Salah satu cara untuk memberantas kemiskinan di masyarakat adalah menyediakan modal usaha, dengan pemenuhan modal usaha yang tepat akan dapat memberikan kontribusi yang baik pada pengembangan usaha masyarakat sehingga mampu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar secara optimal.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup>Prathama Rahardja, Mandala Manurung, *Teori Ekonomi Mikro*, (Jakarta: Lp, Fe-Ui, 2010), 294.

### C. Kerangka Pikir



Gambar. 2.1 Kerangka Pikir

Dari alur kerangka pikir ini yang dimaksud yaitu bagaimana cara mengembangkan produk kain tenun Rongkong yang notabene masih sangat jarang diketahui oleh masyarakat keberadaannya, dengan melakukan pengembangan inovasi pada produk kain tenun Rongkong agar mampu menarik minat konsumen sehingga bisa menjadi icon penghasilan bagi masyarakat Rongkong pada khususnya, jadi output yang diharapkan yaitu strategi seperti apa yang mesti digunakan untuk mengembangkan produk kain tenun Rongkong untuk bisa meningkatkan pendapatan masyarakat Rongkong.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan kerangka pemilihan informasi pada suatu informasi karakteristik dengan tujuan menguraikan gejala yang terjadi di mana peneliti adalah alat kunci. Pemeriksaan sumber data dilakukan sepanjang waktu dan pemeriksaan berasal dari suatu masyarakat, prosedur pemilihan digabungkan, pemeriksaan data bersifat mencerahkan dan pada umumnya akan menggunakan pemeriksaan subyektif, dan akibat dari pemeriksaan subyektif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi. Sementara itu, jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif.<sup>39</sup> Pendekatan deskriptif adalah semacam penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang keadaan sosial atau direncanakan untuk menyelidiki dan menjelaskan suatu peristiwa atau realitas sosial, dengan menggambarkan berbagai faktor yang berhubungan dengan masalah dan unit yang ditinjau antara kekhasan yang sedang diuji.<sup>40</sup>

#### B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian bertujuan untuk membatasi studi kualitatif serta membatasi penelitian sehingga eksplorasi dapat memilih informasi mana yang

---

<sup>39</sup>Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi 1 (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 92.

<sup>40</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Edisi 1 (Bandung: Alfabeta, 2017), 121.

terkait dengan pemeriksaan dan informasi mana yang tidak terkait dengan penelitian.<sup>41</sup>

Fokus dari penelitian ini yaitu untuk memahami strategi pengembangan untuk meningkatkan nilai budaya dan pendapatan masyarakat di Kecamatan Rongkong Kabupaten Luwu Utara. Pada penelitian kali ini, penulis mengambil lokasi di Kecamatan Rongkong Kabupaten Luwu Utara. Penulis menentukan lokasi penelitian di Kecamatan Rongkong karena di lokasi ini terdapat industri pengolahan kain tenun yang belum pernah ada review tentang peningkatan penghasilan dengan melibatkan metodologi perbaikan untuk item kain tenun tersebut dan juga lokasi tersebut merupakan titik vital yang berhubungan dengan masalah yang telah digambarkan. Sementara batas waktu untuk penelitian ini dinilai berasosiasi dengan satu bulan.

### C. Definisi Istilah

Definisi istilah adalah mengungkapkan masalah yang akan dipertimbangkan, sehingga harus diberi batasan. Ruang lingkup penelitian ini menyangkut prosedur kemajuan kain tenun rongkong untuk meningkatkan nilai budaya dan pendapatan masyarakat Kecamatan Rongkong. Adapun variabel-variabelnya yaitu:

1. Strategi Pengembangan Usaha merupakan sebuah proses untuk memperbaiki cara dalam mempertahankan suatu usaha yang telah ada serta di masa depan dengan mengerjakan sifat bisnis kami dengan

---

<sup>41</sup> Lexi j. Moeloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosda Karya 2010), 157

menggerakkan otak dan energi seperti motivasi dan kreativitas untuk mencapai suatu tujuan yang akan dicapai. Strategi pengembangan juga adalah gambaran keseluruhan dari semua latihan yang diatur yang telah dikumpulkan secara metodelis, sehingga semua orang dalam organisasi dapat mengetahui hal ini, namun strategi bagaimana organisasi menjalankan prosedur dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. sebuah proses untuk memperbaiki cara dalam mengerjakan suatu usaha usaha yang telah ada serta di masa depan dengan mengerjakan sifat bisnis kami dengan menggerakkan otak dan energi seperti motivasi dan kreativitas untuk mencapai suatu tujuan yang akan dicapai.

2. Peningkatan Pendapatan yaitu suatu pekerjaan yang dilakukan dalam rangka meningkatkan kemampuan seseorang atau perkumpulan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya akan suatu barang yang dianggap mampu untuk memberikan kesejahteraan.
3. Menenun adalah proses pengolahan benang menjadi sebuah kain yang kemudian disebut kain tenun dengan cara menganyam bahan baku benang tadi. Istilah kain tenun merupakan cara untuk membedakan jenis kain tenun dengan kain lainnya yang dibuat dengan cara lain yang berbeda. Sejauh inovasi bahan, ada yang disebut kain tenun, kain kempa, dll..
4. Nilai budaya juga dapat diartikan sebagai suatu asal usul umum yang terkoordinasi, mempengaruhi perilaku yang berhubungan dengan alam, tempat manusia dengan alam, hubungan manusia tentang hal-hal yang bermanfaat dengan hal-hal yang tidak diinginkan yang berhubungan

dengan iklim dan individu-individu.

#### **D. Desain Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah rencana pemeriksaan deskriptif yang merupakan tinjauan untuk menelusuri realitas dengan interpretasi yang tepat. Dalam rencana ini, Anda hanya perlu mengetahui kesempatan untuk tujuan pembelajaran berikut. Pada studi ini juga mencakup penggambaran secara eksplisit keadaan beberapa peristiwa, orang, atau kelompok.<sup>42</sup>

#### **E. Data dan Sumber Data**

Sumber data adalah subjek dari data yang diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini terdapat dua macam, yaitu data primer.

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber yang diteliti, khususnya para pengrajin tenun rongkong dengan cara pertemuan langsung dengan narasumber penelitian untuk dimintai keterangan.

#### **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan media yang digunakan oleh para ilmuwan untuk mendapatkan informasi dari berbagai sumber. Kapasitas instrumen manusia untuk menentukan titik fokus eksplorasi, menetapkan saksi sebagai sumber informasi, mengumpulkan informasi melalui kualitas

---

<sup>42</sup> Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), 89.

informasi, memecah informasi, menggambarkan informasi, dan membuat kesimpulan.<sup>48</sup>

## G. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah proses perekaman persepsi terhadap indikasi-indikasi yang muncul pada objek penelitian.<sup>43</sup> Observasi yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian kali ini adalah observasi berstruktur, pada tahap observasi peneliti mengamati strategi apa yang dapat diterapkan untuk mengembangkan produk kain tenun Rongkong, dari hasil observasi ini, peneliti terjun langsung ke lapangan yaitu pengrajin kain tenun Rongkong Luwu Utara untuk melihat dan mencatat hal-hal penting yang akan digunakan untuk melengkapi data yang diperlukan.

### 2. Wawancara

Wawancara merupakan strategi untuk mengumpulkan informasi dengan tanya jawab dengan responden dan sumber, diselesaikan secara efisien dan sesuai dengan tujuan penelitian. Tujuan umum wawancara adalah untuk memperoleh penjelasan observasional tentang kondisi pribadi, kesempatan, latihan, asosiasi, sentimen, inspirasi, reaksi atau wawasan, tingkat dan jenis inklusi, dll, untuk membuat kembali hal-hal seperti fitur pertemuan sebelumnya, dan untuk memproyeksikan hal-hal ini. - terkait dengan asumsi dapat terjadi di kemudian hari.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, Jilid I ( Yogyakarta: Pustakabarupress, 2014), 75.

<sup>44</sup>H.B. Sutopo, *Metodologi Penelitian Hukum Kualitatif Bagian II*, (Surakarta:UNS Press,

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk melengkapi hal-hal yang dirasa kurang informasi yang telah diperoleh melalui bermacam-macam melalui catatan atau catatan, gambar-gambar yang ada dan dianggap relevan dengan masalah yang diteliti.

### H. Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, Instrumen utama adalah orang karena yang diperiksa adalah keabsahan informasi. Untuk menguji kepercayaan informasi pemeriksaan, analisis menggunakan strategi triangulasi.

Menurut William dalam Sugiyono mengartikan bahwa melihat informasi dari sumber yang berbeda dengan cara yang berbeda dan pada waktu yang berbeda. Dalam prosedur triangulasi sumber, untuk menguji keabsahan suatu informasi dilakukan dengan mengecek informasi yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Selain itu, pengumpulan informasi dengan berbagai strategi dengan cara menyilangkan data yang diperoleh sehingga informasi yang didapat lebih lengkap dan sesuai harapan.<sup>45</sup>

Setelah peneliti mengarahkan penelitian dengan memanfaatkan strategi pertemuan, persepsi, dan dokumentasi, maka pada saat itulah informasi dari pengujian digabungkan sehingga saling melengkapi.

## I. Teknik Analisa Data

Analisis data yang diperoleh diolah dan dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

### 1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan langkah yang diambil oleh penulis untuk merangkum dan mengambil aspek pokok yang kemudian memfokuskannya pada aspek-aspek yang dianggap vital saja. Dicari tema dan polanya serta menghapus aspek-aspek lain tidak sesuai dengan tema dan polanya atau objek penelitian. Dengan cara ini informasi yang telah dikurangi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan lebih mudah untuk melakukan pemilahan informasi lanjutan jika diperlukan. Reduksi data adalah siklus penalaran yang sensitif yang membutuhkan pengetahuan tinggi, keluasan dan kedalaman pemahaman.<sup>46</sup>

### 2. Penyajian Data

Penyajian data adalah proses menyajikan beberapa data yang telah diperoleh yang kemudian disusun secara sistematis untuk memudahkan dalam mengambil keputusan, bentuk penyampaian informasi yang biasa dipakai pada penelitian kualitatif adalah dalam bentuk teks naratif. Dalam tinjauan ini, informasi yang diperoleh dibuat sebagai teks cerita, yang semuanya dimaksudkan untuk memudahkan para ahli dalam mengkonsolidasikan informasi yang disusun dalam struktur terbuka yang terkoordinasi dan efektif.

---

<sup>46</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R &D*. 1st ed. Bandung: Alfabeta, 2017. 486

### 3. Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir adalah membuat keputusan dari mulai pengumpulan informasi, seseorang membedah mulai dari menggambar signifikansi dari desain klarifikasi, pengaturan potensial karena keadaan dan hasil logis dan lain-lain. Penelitian kompeten akan menangani tujuan dengan bebas.<sup>47</sup>



---

<sup>47</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, Jilid I ( Yogyakarta: Pustakabarupress, 2014), 34-35

## BAB IV

### DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

#### A. Deskripsi Data

##### 1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian, mengetahui keadaan ekologis yang akan dimanfaatkan sebagai bahan kajian merupakan suatu keharusan yang harus diketahui. Tempat yang dipilih oleh penulis adalah di Kecamatan Rongkong Kabupaten Luwu Utara. Kecamatan Rongkong adalah bagian dari Kabupaten Luwu Utara yang terletak di inti pulau Sulawesi ± 57 km sebelah barat Kota Masamba, ibu kota Kabupaten Luwu Utara dengan ketinggian ± 800-1500 M (dari permukaan laut) dengan suhu yang tiba pada 17 derajat.

Rongkong merupakan kecamatan di Kabupaten Luwu Utara, Sulawesi Selatan, Indonesia. Ibu kota kecamatan Rongkong yaitu Limbong. Di area ini terdapat panorama alam yang eksotis seperti buntu tabuan (gunung tabuan), agrowisata buntu lemo dan juga dengan kain tenun yang dimiliki Kecamatan Rongkong.

##### 2. Visi Misi

Rongkong Ber-Adat dengan Pelayanan yang Ramah, Cepat dan Responsif berlandaskan Kearifan Lokal.

##### 3. Letak Geografis dan Luas Wilayah

Kecamatan Rongkong merupakan salah satu kecamatan yang terletak di wilayah Kabupaten Luwu Utara, dengan luas wilayah 771, 50

km<sup>2</sup>. Yang terdiri dari 7 Desa/Kelurahan, yaitu:

- a. Desa Limbong, Luas Areal : 88,08 km<sup>2</sup>
- b. Desa Marampa, Luas Areal : 177,86 km<sup>2</sup>
- c. Desa Rinding Allo, Luas Areal : 158,2 km<sup>2</sup>
- d. Desa Minanga, Luas Areal : 62,85 km<sup>2</sup>
- e. Desa Komba, Luas Areal : 84,52 km<sup>2</sup>
- f. Desa Pengkendekan, Luas Areal : 63,57 km<sup>2</sup>
- g. Desa Kanandede, Luas Areal : 111,82 km<sup>2</sup>

Adapun batas-batas wilayah Kecamatan Anggeraja sebagai berikut:

- a. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Toraja Utara
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Sabbang
- c. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Seko
- d. Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Luwu

Wilayah Kecamatan Anggeraja sebagaimana dimaksud di atas berada di bawah naungan Pemerintah Kabupaten Anggeraja sebagai wadah pembahasan dalam rangka pelaksanaan kewajiban dan kemampuan pemerintah dalam melakukan kemajuan dan penyelenggaraan pemerintahan daerah. Setiap satuan kerja atau organisasi pemerintah dapat diandalkan dan disertai tugas melaksanakan kewenangan kemandirian provinsi sesuai dengan bidang khusus kewenangannya sehingga organisasi dapat menangani persoalan-persoalan yang ada di sekitarnya, baik kondisi di dalam maupun di luar yang dapat mempengaruhi pelaksanaan tugas umum organisasi.

#### 4. Demografi (Kependudukan)

Berdasarkan hasil statistik partisipatif yang dipimpin oleh Pemerintah Kabupaten Anggeraja pada tahun 2019, terdapat 4.467 penghuni yang terdiri dari 2.328 orang laki-laki dan 2.139 orang perempuan..

#### 5. Keadaan Agama

Agama dan kepercayaan yang dianut oleh penduduk Kecamatan Rongkong adalah beragama Islam dan Kristen Protestan. Agama Islam dan Kristen merupakan agama yang dianut oleh Masyarakat Kecamatan Rongkong sejak dahulu.

#### 6. Keadaan Pendidikan

Kondisi pendidikan di Kecamatan Rongkong kurang baik, hal ini terjadi karena kurangnya Jumlah sarana pendidikan yang tersedia dikecamatan Rongkong dimana jumlah Sekolah Dasar (SD) yaitu 11, Sekolah Menengah Pertama (SMP ) yaitu 4, dan Sekolah Menengah Atas (SMA) yaitu 1. Terdapat pula banyak anak usia sekolah yang harusnya mengenyam pendidikan di bangku sekolah terpaksa harus mengurungkan niatnya karena beberapa alasan yang menyebabkan mereka tidak bisa melanjutkan jenjang pendidikannya, salah satu alasan utama yang menyebabkan mereka tidak bisa melanjutkan jenjang pendidikannya adalah karena keadaan ekonomi keluarga.

#### 7. Kondisi Ekonomi Masyarakat Kecamatan Rongkong

Keragaman keadaan topografi di setiap distrik menyebabkan bermacam-macam item yang lebih baik yang memberikan potensi pintu

terbuka daripada yang dibuat di setiap area. Pencapaian kawasan hortikultura dalam mengangkat perekonomian daerah ditopang oleh aksesibilitas aset normal yang memadai. Aksesibilitas tanah yang subur memungkinkan peningkatan berbagai produk pertanian lainnya.

Kawasan pertanian memegang peranan penting dalam perekonomian di Kabupaten Rongkong. Keberhasilan daerah pertanian dalam mengangkat perekonomian daerah ditopang oleh aksesibilitas aset normal yang memuaskan. Aksesibilitas lahan matang memungkinkan pengembangan produk yang berbeda, baik tanaman pangan, hortikultur, dan berbagai produk pertanian lainnya.

Masyarakat Kecamatan Rongkong sebagian besar berprofesi sebagai petani, karena keadaan kecamatan Rongkong yang dikelilingi oleh gunung dan didukung oleh lahan yang luas dan tanah yang subur.

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Strategi Pengembangan Kain Tenun Untuk Meningkatkan Nilai Budaya**

Kain tenun merupakan salah satu simbolis dari masyarakat Rongkong yang memiliki makna dari beberapa jenis kain tenun:

Berdasarkan wawancara dengan salah satu Pengrajin Kain Tenun Rongkong yaitu, Ibu Hj. Wajallangi mengenai jenis kain tenun Rongkong mengatakan bahwa:

“Kain tenun terdiri dari 6 jenis diantaranya yaitu: ulu karua, Sekong Sirenden Sipomandi, Lampa-Lampa, Rundun Lolo, Pori Lonjong,

dan Pori Situtu.”<sup>48</sup>

Dari hasil wawancara diatas tersebut di perkuat dengan wawancara oleh Bapak bata Manurun mengenai makna dari setiap jenis kain Tenun Rongkong mengatakan bahwa:

a. “Ulu karua

Ulu yang berarti kepala atau orang dan karua yang berarti delapan, jenis tenun ini memberikan simbol delapan orang bersaudara yang merupakan sumber garis keturunan masyarakat Rongkong



b. Sekong Sirenden Sipomandi

Sekong yang berarti bentuk atau tempat, sirenden yang berarti berpegangan sambil berjalan, dan sipomandi yang berarti erat atau kuat



c. Lampa-lampa

---

<sup>48</sup>Hj. Wajallangi, Pengrajin Kain Tenun, “Wawancara”, Desa limbong Kecamatan Rongkong, 07 Oktober 2021

Lampa-lampa yang berarti bersusun atau bertingkat artinya masyarakat Rongkong memiliki tatanan kehidupan yang di atur oleh norma-norma, budaya adat istiadat sebagai tuntunan tata karma dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara, jenis motif lampa-lampa memberikan makna hukum yang bertingkat yang di sebut sapa' dimana hukum ini mengatur ketertiban seluruh aspek kehidupan masyarakat.



d. Rundun lolo

Rundun yang berarti symbol personafikasi kaum wanita dan lolo yang berarti tulus dan jujur. Jenis motif ini memberikan makna bahwa wanita Rongkong memiliki sifat yang santun, jujur serta loyal terhadap pergaulan dan kehidupan sosial.



e. Pori lonjong

Pori yang berarti ikat atau bentuk dan sifat, dan lonjong yang berarti terbuka atau sportivitas. Jenis motif ini memberikan makna bahwa kaum pria Rongkong yang memiliki sifat yang sportif, terbuka sebagaimana semboyan "sembang to Rongkong" yang berarti berbicara tegas dan benar dan tidak bertele tele.



f. Pori situtu

Pori yang berarti ikat atau bentuk dan situtu yang berarti bertemu jadi satu. Jenis motif ini memberikan makna satu kesatuan tenun adat Rongkong yang memberikan gambaran bahwa masyarakat Rongkong yang mendiami wilayah Rongkong memiliki satu pandangan hidup yang diikat dengan nama kesatuan wilayah Rongkong.”<sup>49</sup>



Jadi dari enam jenis dari kain tenun Rongkong memiliki makna tersendiri dan merupakan nilai-nilai masyarakat Rongkong. dari makna jenis motif dan makna yang terkandung dalam kain tenun itulah yang menjadi ciri dan daya tarik untuk bisa lebih memperkenalkan dengan mengembang kain tenun untuk bisa meningkatkan nilai budaya

<sup>49</sup>Bata Manurun, Tokoh Adat Rongkong, “Wawancara”, 10 Oktober 2021

masyarakat Rongkong seperti yang di katakan oleh Bapak Bata Manurun dalam wawancara bahwa:

“kain tenun merupakan salah satu kearifan lokal masyarakat Rongkong yang di gunakan pada saat pesta adat, acara pernikahan dan kematian, karena mengandung nilai-nilai yang di anut oleh masyarakat Rongkong”<sup>50</sup>

Kehidupan sosial masyarakat Rongkong merupakan contoh yang baik dalam menjalani kehidupan di lingkungan masyarakat seperti budaya gotong royong dan saling membantu dalam kegiatan apapun. Salah satu kegiatan masyarakat Rongkong yang dikerjakan dengan gotong royong adalah saat menanam padi. Selain itu, masyarakat Rongkong juga sangat menjunjung tinggi nilai-nilai toleransi dalam beragama. Masyarakat Rongkong juga telah bersumpah kepada pencipta dan berjanji kepada tanah bahwa Rongkong tidak ditempati mencuri, main judi, berkelahi dan berzinah, hal tersebutlah yang menjadikan lingkungan Rongkong menjadi lingkungan yang sangat damai dan tentram.

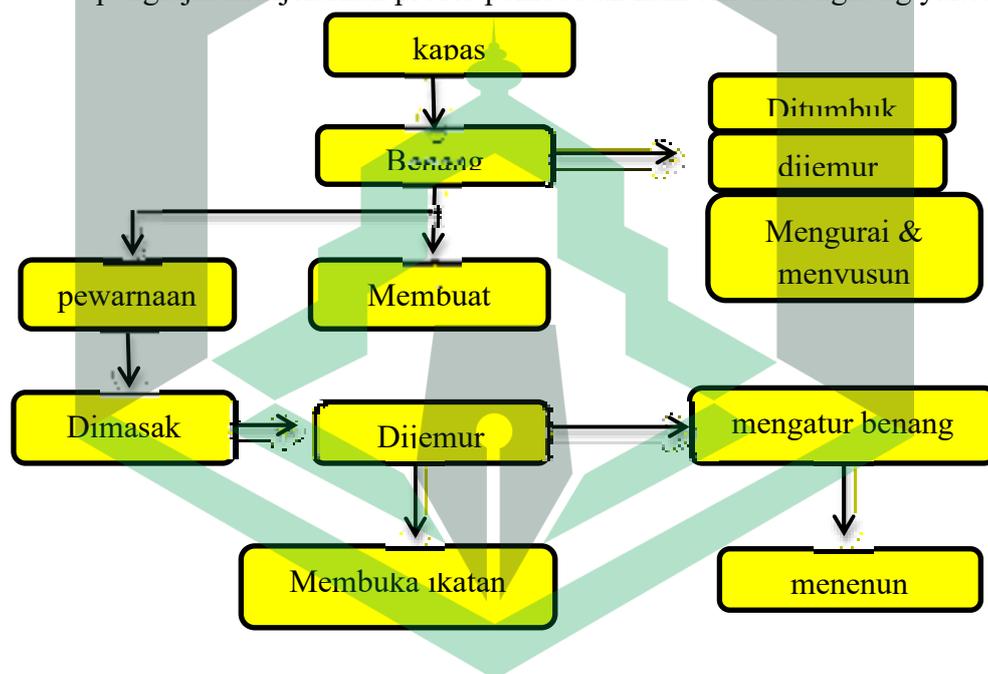
Pengembangan yang dilakukan untuk meningkatkan nilai budaya kearifan lokal saat ini dengan melakukan inovasi terkait dengan hasil tenunan agar masyarakat luas di luar sana bisa menjangkau produk tenun Rongkong. Salah satu bentuk kearifan lokal masyarakat rongkong dalam pembuatan kain tenun Rongkong adalah pada proses pengambilan bahan. Mereka meyakini adanya pantangan bagi perempuan yang sedang haid untuk mengambil atau menyiapkan bahan-bahan tertentu seperti mengambil akar mengkudu dengan daun tarun. Hal tersebut mereka yakini

---

<sup>50</sup> Bata Manurun, Tokoh Adat Rongkong, “*Wawancara*”, 10 Oktober 2021

dapat menjaga nilai-nilai yang diwariskan para leluhur. Mengenai warna dari tiap jenis kain tenun itu sendiri merupakan kreativitas dari para pengrajin itu sendiri, karena warna dari kain tenun tersebut tidak mengandung makna apa-apa melainkan hanya untuk menambah nilai estetik dari kain tenun Rongkong.

Proses pembuatan tenun Rongkong juga perlu dipublikasikan dan dijelaskan untuk memberi informasi dan edukasi untuk bisa lebih mengenal kain tenun, dalam wawancara dengan ibu Nurmawati selaku pengrajin menjelaskan proses pembuatan kain tenun Rongkong yaitu:



Gambar 4.1 Alur pembuatan Kain Tenun Rongkong

Berdasarkan gambar 4.1 di atas alur Pembuatan kain tenun rongkong dimulai dengan penyiapan alat dan bahan yang diperlukan dalam pembuatan kain tenun. Setelah semua telah disiapkan kemudian kapas yang telah tersedia dijemur kemudian digumpal membentuk bulatan dan

selanjutnya memintal kapas menjadi gulungan kemudian melilit dan menangkap benang untuk ditumbuk dan setelah itu, dijemur kemudian mengurai dan menyusun benang untuk pembuatan motif kemudian melakukan proses pewarnaan dari bahan- bahan alam dari kulit kayu dan rempah-rempah lainnya kemudian dimasak dan dijemur kembali kemudian membuka ikatan dan mengatur benang untuk selanjutnya proses penenunan dan untuk membentuk kain tenun.

## 2. Strategi Pengembangan Produk Kain tenun Rongkong untuk Meningkatkan Pendapatan

Setiap perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pasar untuk mempertahankan eksistensi dari produk yang dimiliki oleh perusahaan. Untuk mencapai target tersebut, maka perusahaan perlu memberikan inovasi dan sentuhan yang lebih baru kepada setiap produk yang dimiliki oleh perusahaan untuk menambah nilai dari produk yang lama yang kemudian dikonversikan menjadi produk yang lebih baru. Proses penambahan nilai dari produk tersebut menjadi produk yang lebih baru lagi disebut juga sebagai pengembangan produk.

Seperti yang dikatakan oleh Ibu Hj. Wajallangi terkait dengan pengembangan sudah dilakukan terhadap pengembangan kain tenun bahwa:

“Masyarakat Rongkong telah melakukan beberapa usaha dalam proses pengembangan produk kain tenun itu sendiri. Seperti inovasi yang dilakukan pengrajin kain tenun dengan mengubah kain tenun tersebut menjadi syal dan menjadi bentuk pakaian untuk menambah nilai dari kain tenun tersebut.”

Pada setiap sector usaha, pasti mempunyai cara ide yang dilakukan untuk mempertahankan usaha yang dilakukannya agar tetap eksis dan tetap mampu memberikan pendapatan kepada para pelaku usaha tersebut. Oleh karena itu, prosedur dan eksekutif diperlukan dalam menangani bisnis. Strategi-strategi yang digunakan para pengrajin tenun yang ada di Kecamatan Rongkong dalam mengembangkan usahanya yaitu:

a. Strategi Produk

Produk adalah seluruh ide atau proses untuk menawarkan beberapa manfaat atau keuntungan bagi konsumen.<sup>51</sup> Produk memegang peran penting dalam sebuah organisasi untuk meraih keberhasilan sehingga mampu menghasilkan laba atau keuntungan sesuai yang diharapkan oleh produsen. Melalui produk, pembuat dapat memanjakan pembeli. Karena barang tersebut akan diketahui seberapa besar pemenuhan dan kebutuhan barang tersebut terhadap keberadaan pelanggan.

Di dalam sebuah produk, pelanggan akan menilai dari sisi kualitas produk itu sendiri. Produk akan menarik apabila produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang sempurna dan tidak terdapat cela atau kerusakan pada produk tersebut. Produk adalah penentu utama untuk memenangkan hati pembeli atau klien. Pembeli akan tertarik jika produk yang ditawarkan oleh perusahaan memiliki kualitas, kinerja, dan pengembangan terbaik.

Berdasarkan wawancara Ibu Nurmawati selaku pengrajin tenun di kecamatan Rongkong, dalam pengelolaan kain tenun tersebut dia menjelaskan

---

<sup>51</sup>Ririn Triratnasari DKK, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Kasus*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 37.

bahwa:

“Dalam pengelolaan kain tenun, kami menggunakan bahan-bahan pilihan yang bagus, yaitu rempah- rempah alami yang bisa memberikan kualitas warna yang awet dan masih dilakukan dengan cara yang tradisional sehingga tidak mengurangi keaslian dari kain tenun.”<sup>52</sup>

Produk yang digunakan sangat terjaga kualitasnya karena bahan-bahan yang digunakan merupakan bahan yang berkualitas sehingga menghasilkan produk yang berkualitas pula. Dan harga bahan baku tersebut masih bisa dijangkau oleh pengelola kain tenun

Adapun strategi yang dilakukan oleh Ibu Hj. Wajallangi, salah satu Pengrajin Tenun Rongkong, beliau mengatakan bahwa:

“Kami memproduksi kain tenun ini dengan bersungguh-sungguh, memperhatikan kualitas bahan bakunya, memperbaiki dari segi model dan bentuk dari kain tenun itu sendiri. Dan sangat memperhatikan motifnya karena itu yang menjadi nilai dari setiap jenis kain tenun itu sendiri”.<sup>53</sup>

Produk yang digunakan memiliki kualitas yang terjaga karena dibuat dari bahan yang sangat berkualitas, serta memiliki makna dalam jenisnya.

Setiap perusahaan yang berorientasi pada bisnis termasuk usaha kecil menengah yaitu usaha kain tenun, perusahaan akan senantiasa mengadakan upaya dan usaha untuk menyempurnakan produk yang dimilikinya dengan memberikan inovasi kepada produknya agar menjadi sesuai harapan agar mampu memberikan kemudahan penggunaan dan pemenuhan serta daya pikat yang lebih menonjol, upaya tersebut dilakukan perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualannya. Barang yang dipromosikan

---

<sup>52</sup>Nurmawati, Pengrajin Kain Tenun, “*Wawancara*”, Desa Rinding Allo Kecamatan Rongkong, 05 Oktober 2021

<sup>53</sup>Hj. Wajallangi, Pengrajin Kain Tenun, “*Wawancara*”, Desa limbong Kecamatan Rongkong, 07 Oktober 2021

harus dapat dilihat oleh pembeli sejauh pemanfaatan atau penggunaannya, sehingga dalam pengaturan dan sistem barang penting untuk menentukan kualitas atau komponen mencolok dari suatu barang yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

#### b. Strategi Harga

Strategi harga adalah langkah utama yang diterapkan dalam mempromosikan item kain tenun. Harga suatu barang adalah variabel penting dalam pilihan untuk membeli suatu barang dan sangat memengaruhi penjualan maupun laba yang dihasilkan. Jika harga kurang menarik bagi pembeli atau harga yang ditawarkan terlalu mahal, maka pada saat itu penawaran dan keuntungan akan mengalami kendala.. Informasi selanjutnya berasal dari Ibu Nurmawati selaku pengrajin tenun yang ada di Kecamatan Rongkong, dia menyatakan :

“Biaya menentukan apakah suatu barang diiklankan, sehingga harga yang kami berikan sesuai dengan nilai kain tenun dan lamanya proses pembuatan kain tenun membuat harganya juga menjadi lumayan mahal yaitu maulai dari 300.000 – 600.000/ potong untuk ukuran jenis tenun berbentuk syal.”<sup>54</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas Biaya yang ditawarkan sangat sesuai dengan nilai yang diberikan dan juga dari lamanya proses pembuatan karena, dalam proses produksi kain tenun bisa dilakukan hingga 6 bulan lamanya untuk bisa menghasilkan satu jenis kain tenun.

Pernyataan tersebut diperkuat kembali dengan wawancara dengan bapak Bata Manurun selaku Tokoh Adat Rongkong mengatakan Bahwa:

---

<sup>54</sup> Nurmawati, Pengrajin Kain Tenun, “*Wawancara*”, Desa Rinding Allo Kecamatan Rongkong, 05 Oktober 2021

“Harga Kain tenun menjadi mahal di karenakan lamanya proses pembuatan dan juga tingkat kesulitan dari pembuatan motif tenun itu sendiri dan masih menggunakan alat-alat tradisional.”<sup>55</sup>

c. Strategi Promosi

Promosi merupakan kegiatan dengan tujuan menarik minat calon konsumen dengan menjelaskan kelebihan dari barang yang kami tawarkan agar calon konsumen akan yakin untuk membeli barang yang kami tawarkan. Tujuan utama dari proses promosi adalah untuk menjangkau konsumen dari kalangan masyarakat yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan jumlah permintaan dan penjualan terhadap produk, promosi yang dilakukan oleh para pelaku usaha kain tenun masih bersifat sederhana. Dalam mempromosikan produknya para pelaku usaha kain tenun memilih beberapa alternatif sebagai berikut:<sup>56</sup>

- 1) Sistem dari rumah ke rumah adalah sistem penawaran produk yang dilakukan dengan cara mendatangi langsung konsumen untuk menawarkan produk.
- 2) Sistem penawaran verbal (mulut ke mulut), adalah sistem penawaran yang dilakukan melalui penyampaian informasi mengenai produk yang dimiliki kepada pelanggan tetap yang kemudian akan disampaikan lagi kepada relasi atau kerabat dari pelanggan tersebut.
- 3) Penawaran dilakukan dengan cara menampilkan foto-foto barang-barang pasar di akun media berbasis web yang ada, tetapi sangat jarang dilakukan

---

<sup>55</sup>Bata Manurun, Tokoh Adat Rongkong, “*Wawancara*”, 10 Oktober 2021

<sup>56</sup>Yolanda M. Siagian, “*Aplikasi Supplay Chain Management dalam Dunia Bisnis*”, (Jakarta: Grasindo, 2005), 64.

atau sekali-sekali. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Ibu Nurawati, salah satu pengrajin kain tenun Rongkong yang ada di Kecamatan Rongkong Kabupaten Luwu Utara bahwa:

“Kami mempromosikan produk kami di media sosial tetapi sangat jarang, atau hanya dilakukan sekali-kali karena masih terkendala dengan akses internet dan juga bentuk promosinya dari mulut ke mulut saja. dan dilakukan secara langsung dengan pelanggan yang langsung datang ke tempat penun.”<sup>57</sup>

Dari wawancara di atas diperkuat lagi oleh Ibu Hj. Wajallangi sebagai salah satu pengrajin tenun mengatakan bahwa:

“promosi yang kami lakukan hanya dari mulut ke mulut dan dari konsumen yang memposting kembali ke sosial media sehingga makin banyak orang tau dengan produk kain tenun dan juga kami juga mengikuti pameran pada festival- festival yang ada.”<sup>58</sup>

#### d. Strategi Tempat

Pemilihan lokasi merupakan hal yang sangat berpengaruh pada proses pemasaran produk untuk mencapai profit yang maksimal. Lokasi yang tepat bisa memudahkan masyarakat untuk menjangkaunya sehingga tentunya akan meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha.

Tempat memang sangat berpengaruh bagi pelaku usaha untuk bisa dijangkau oleh konsumen sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu Nurawati selaku pengrajin tenun mengatakan bahwa:

“tempat memang sangat berpengaruh untuk bisa meningkatkan pendapatan suatu usaha tetapi kami masih terkendal dengan hal itu karena tidak satupun

---

<sup>57</sup>Nurawati, Pengrajin Kain Tenun, “Wawancara”, Desa Rinding Allo Kecamatan Rongkong, 05 Oktober 2021

<sup>58</sup>Hj. Wajallangi, Pengrajin Kain Tenun, “Wawancara”, Desa limbong Kecamatan Rongkong, 07 Oktober 2021

tempat penyaluran atau tempat untuk mendrop hasil tentu terutama di area pasaran.”<sup>59</sup>

Dan pernyataan tersebut diperkuat lagi oleh ibu Hj. Wajallangi yang mengatakan bahwa:

“tempat untuk melakukan penjualan adalah rumah sendiri dan konsumen yang datang langsung di tempat produksi atau bisa melakukan pesanan.”<sup>60</sup>

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Untuk memberikan inovasi baru pada produk yang dimiliki oleh setiap perusahaan bukanlah hal yang mudah. Setiap produsen juga memiliki inovasi dan ide yang berbeda-beda pula terhadap produknya. Proses inovasi produk dari setiap organisasi bergantung pada item dan tingkat kerumitannya, pada dasarnya proses ini membutuhkan pemahaman yang lebih mendalam dan manajemen organisasi. Perusahaan harus mampu menganalisa perubahan-perubahan yang akan diberikan kepada produk-produknya sebagai upaya dalam proses pengembangan produk. Seperti perubahan pada ciri khusus produk tersebut, peningkatan mutu dan kualitas produk, penambahan lini produk serta penambahan ukuran produk untuk mencapai kepuasan pasar. Jika daya saing di pasaran cukup tinggi, maka perusahaan dapat mengembangkan produk yang dimiliki agar dapat tetap bersaing dengan produk-produk serupa dari perusahaan yang lain di target pasar.

---

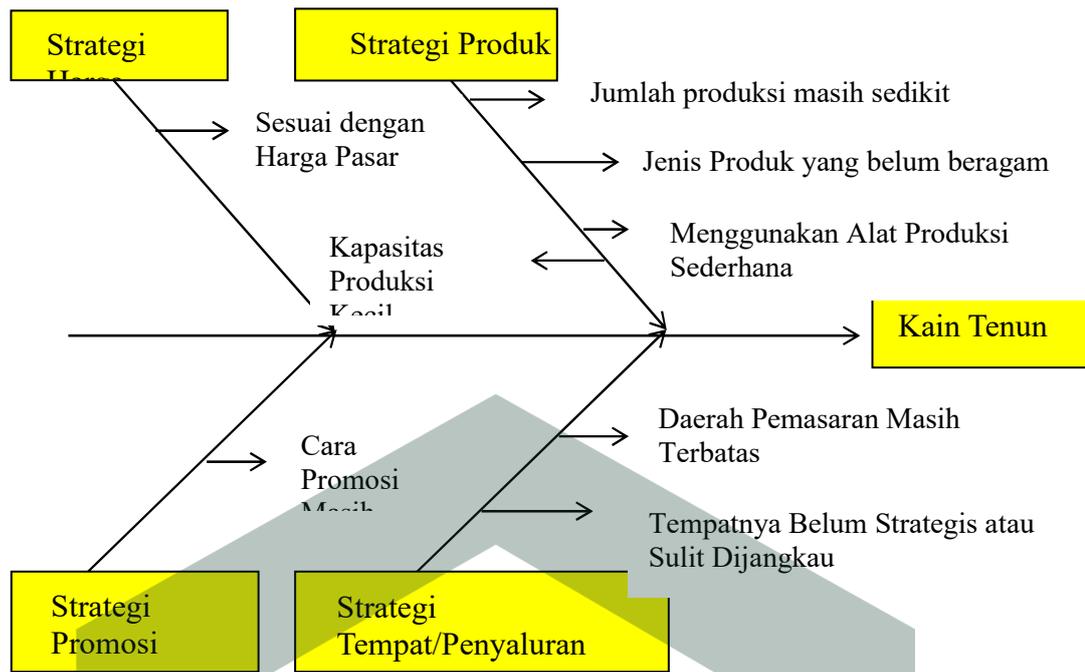
<sup>59</sup>Nurmawati, Pengrajin Kain Tenun, “*Wawancara*”, Desa Rinding Allo Kecamatan Rongkong, 05 Oktober 2021

<sup>60</sup>Hj. Wajallangi, Pengrajin Kain Tenun, “*Wawancara*”, Desa limbong Kecamatan Rongkong, 07 Oktober 2021

Untuk mencapai target yang diinginkan, masyarakat baik secara individu maupun secara kelompok memiliki peranan yang sangat penting. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mengembangkan produk-produknya tak terlepas dari hasil kerja kolektif dari semua komponen baik dalam perusahaan itu sendiri, maupun komponen dalam masyarakat. Setiap perusahaan juga memiliki batasan-batasan tertentu untuk memproduksi produk yang akan mereka distribusikan kepada konsumennya. Batasan-batasan tersebut bertujuan untuk menyelaraskan produk yang dihasilkan oleh perusahaan dengan kebutuhan masyarakat saat itu.

Dari hasil penelitian, penggalian informasi dan Tanya jawab mendalam dengan narasumber, maka identifikasi masalah yang terjadi sebab akibat yang ditimbulkan dalam penelitian ini yaitu Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Promosi, Strategi Tempat/Penyyaluran.

Ini adalah penyebab atau masalah yang dapat mempengaruhi eksistensi produk kain tenun. Setelah masalah utama dikenali, tahap selanjutnya adalah membedakan masalah lain yang mungkin muncul dari utama. Masalah ini diperoleh melalui Tanya jawab langsung dengan narasumber sehingga diperoleh hasil dan *Diagram Fishbone* dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.2 Diagram Fishbone pada Usaha Kain Tenun

Tabel 4.1 Hasil Penemuan Permasalahan Sebab-Akibat

Faktor yang Diamati	Masalah yang Terjadi
1. Strategi Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kapasitas produksi kecil</li> <li>• Jenis Produk yang belum beragam</li> <li>• Menggunakan alat produksi sederhana</li> </ul>
2. Strategi Harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyesuaikan harga bahan baku</li> </ul>
3. Strategi Promosi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cara promosi masih lemah</li> </ul>
4. Strategi Tempat/Penyalaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempatnya belum strategis (sulit dijangkau)</li> <li>• Pemasaran Kain Tenun terbatas, hanya pada pesanan dari konsumen</li> </ul>

Hasil pada analisis data dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Strategi Produk. Pada produk kain tenun itu sendiri mempunyai masalah yaitu pertama Kapasitas produksi masih sangat sedikit karena hanya menyesuaikan dengan jumlah pesanan saja, kedua Jenis produk yang dimiliki belum beragam karena masih terbatas pada kain tenun saja belum diinivasikan dalam bentuk pakaian atau sejenisnya ketiga menggunakan alat produksi tradisional karena masih menggunakan alat produksi sederhana, dan yang terakhir kapasitas produksi kecil atau masih berskala rumah tangga karena belum memiliki modal yang banyak.
- 2) Strategi Harga. Harga pada produk kain tenun yang mengikuti harga pasar, dan juga menyesuaikan dengan harga bahan baku dan disesuaikan dengan tingkat kesulitan dalam pembuatan dari jenis motif yang diproduksi dan waktu pembuatan dari satu jenis produk kain tenun itu sendiri.
- 3) Strategi Promosi. Promosi yang dilakukan para pengrajin kain tenun masih tergolong lemah karena penawaran hanya dilakukan secara verbal dan kadang-kadang melakukan promosi lewat online artinya mereka melakukan promosi lewat media sosial hanya dilakukan sekali-kali. Hal ini menyebabkan ketidaktahuan konsumen terhadap produk kain tenun itu sendiri.
- 4) Strategi Tempat/Penyaluran. Pemilihan lokasi produksi yang tidak tepat karena sulit untuk dijangkau oleh pelanggan atau konsumen. Hal ini karena akses ke tempat produksi yang sulit dijangkau karena letaknya yang jauh dari perkotaan serta akses jalan kesana yang kurang mendukung.

Selain itu, proses penyalurannya pun ke pasar masih sangat terbatas karena jumlah produk yang dibuat hanya sesuai pada pesanan saja.

Tabel 4.2 Solusi dari Masalah yang Terjadi

Faktor yang Diamati	Solusi dari Masalah yang Terjadi
1. Strategi Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat inovasi baru dari produk kain tenun</li> <li>• Meningkatkan kuantitas produksi dengan mengubah menjadi peralatan modern</li> <li>• Peningkatan sumber daya yang dimiliki, dalam rangka peningkatan produksi.</li> </ul>
2. Strategi Harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sesuai dengan harga pasar.</li> </ul>
3. Strategi Promosi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat brosur</li> <li>• Meningkatkan kreativitas promosi baik melalui online agar wilayah pemasaran luas</li> </ul>
4. Strategi Tempat/Penyaluran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memasang spanduk usaha di pinggir jalan</li> <li>• Menambah jaringan pemasaran</li> </ul>

Berdasarkan tabel di atas, maka evaluasi atau strategi yang dapat diberikan untuk mengembangkan produk kain tenun adalah sebagai berikut:

- 1) Strategi Produk. Pertama yaitu meningkatkan kualitas kain tenun dengan menggunakan bahan-bahn yang berkualitas dan tidak menghilangkan

keaslian dari kain tenun itu sendiri sehingga makna yang tertuang dalam tenunan tersebut masih terjaga. Kedua yaitu membuat inovasi baru dari produk kain tenun sehingga bervariasi dan menarik minat konsumen seperti dijadikan pakaian, tas, masker dan sebagainya. Ketiga yaitu peningkatan sumber daya yang dimiliki (dalam rangka peningkatan produksi), dengan terus melakukan pembelajaran terkait penenunan, meningkatkan kuantitas produksi dengan mengubah peralatan sederhana menjadi modern sehingga ketika ada permintaan dari luar daerah dapat dipenuhi secara maksimal.

- 2) Strategi Harga. Kisaran harga yang diberikan merupakan kisaran harga yang dapat dijangkau atau sudah sesuai dengan harga pasar yang telah ada dan disesuaikan dengan waktu produksi dan tingkat kesulitan dari kain tenunan tersebut.
- 3) Strategi Promosi. Pertama, meningkatkan promosi secara online atau lebih memanfaatkan media sosial yang ada. Karena dalam meningkatkan penjualan suatu produk ketika kita melihat pada masa sekarang yang mempunyai alat teknologi semakin canggih maka perlu adanya promosi secara online, apakah melalui aplikasi WhatssApp, Facebook, Instagram dan lain sebagainya. Karena dengan memanfaatkan media social untuk memasarkan produk, informasi mengenai produk tersebut akan cepat tersebar dan menjangkau pemasaran yang lebih luas tanpa harus menghabiskan banyak tenaga dan waktu untuk bertemu langsung dengan calon konsumen. Kedua:

perlu juga adanya memperluas promosi secara offline dengan membuat selebaran sehingga mereka dapat membantu menarik pelanggan yang tidak dapat menghubungi mereka menggunakan media web. Dengan menerapkan kedua hal tersebut maka terjadi keseimbangan dalam mempromosikan barang baik melalui media online maupun media offline.

- 4) Strategi Tempat/Penyaluran. Untuk memudahkan konsumen atau pelanggan untuk menuju ke lokasi produksi, pelaku usaha dalam hal ini para pengrajin bisa memasang spanduk di pinggir jalan atau gang. Selain itu juga bisa dengan menambah jaringan pemasaran di luar wilayah Luwu Utara, dimana sistem di bidang panduan periklanan yang menampilkan latihan dapat diprediksi, terhadap teknik yang telah ditentukan sebelumnya serta metodologi yang berbeda untuk lebih mengembangkan penyebaran dan mempromosikan jaringan di luar wilayah produksi.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mengenai strategi pengembangan Produk Kain Tenun Rongkong untuk Meningkatkan Pendapatan dan Nilai Budaya Masyarakat Kecamatan Rongkong didapatkan hasil pembahasan dengan mengoordinasikan penemuan informasi dengan hipotesis yang telah dikemukakan oleh peneliti yakni:

Produk adalah seluruh ide atau proses yang dapat menawarkan beberapa manfaat atau keuntungan kepada konsumen.<sup>61</sup> Dimana suatu produk

---

<sup>61</sup> Ririn Triratnasari DKK, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Kasus*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 37.

sangat berperan penting untuk mendapatkan profit atau laba pada sebuah industri. Suatu barang dapat diketahui seberapa besar pemenuhan dan kebutuhan pembeli terhadap barang tersebut. Dalam mengembangkan sebuah usaha untuk meningkatkan pendapatan, para pengrajin tenun di Kecamatan Rongkong membuat barang dengan berfokus pada kualitas produk dan menjaga makna yang terkandung di dalamnya. Hal ini karena bahan baku yang digunakan pada pembuatan produk Kain Tenun tersebut berkualitas dan masih alami. Dimana konsumen akan melihat kualitas produk itu sendiri, dan akan diminati jika produk tersebut memiliki kualitas yang bagus dan tidak ada kerusakan. Hal ini sesuai dengan riset Julda Urfi Zahro dengan judul strategi pengembangan usaha industri konveksi pada meningkatkan pendapatan industry (studi kasus konveksi marina Desa Serut Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung) yaitu pada melaksanakan strategi produk, yang pertama kali dilaksanakan oleh industri ialah dengan membuat barang berkualitas dan mengembangkan lebih lanjut kualitas barang.<sup>62</sup> Pada strategi produk juga digunakan oleh pengrajin kain tenun di Kecamatan Rongkong ialah dengan mengedepankan kualitas produk.

Harga yaitu sejumlah nilai berupa uang atau barang yang diharapkan untuk dibeli dan menikmati jasa dan produk yang ditawarkan.<sup>63</sup>

Harga pada bauran pemasaran yakni salah satu unsur bauran pemasaran yang menyesuaikan produk, saluran dan komunikasi. Harga sangat berpengaruh

---

<sup>62</sup>Julda Urfi Zahro, *Strategi Pengembangan Usaha Industri Konveksi Pada Meningkatkan Kemampuan Industri (Studi Kasus Konveksi Marina Desa Serut Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)*, (Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2021), 77. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/21772/>

<sup>63</sup> M. Fuad, Dkk, *Pengantar Usaha*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), 129.

terhadap daya tarik suatu barang atau jasa yang diiklankan. Kesalahan dalam menentukan harga yang kita lakukan, itu akan menyebabkan pelanggan tidak tertarik pada barang yang diiklankan. Perusahaan memiliki beragam cara dalam menentukan harga, misal Pengrajin Tenun di Kecamatan Rongkong ialah dengan melihat harga yang ada di pasar. Pengrajin Tenun di Kecamatan Rongkong menentukan harga barang-barang mereka dengan harga yang wajar sehingga banyak pembeli tertarik pada tema kain tenun. Hal ini sesuai hasil riset yang dilaksanakan oleh Fitriany. Dengan judul strategi pengembangan usaha UKM guna meningkatkan pendapatan karyawan pada usaha Toko Roti Futry Maros di Maros Sulawesi Selatan. Hasil dari riset ini ialah strategi penetapan harga yang dilaksanakan ialah dengan menerapkan harga yang terjangkau agar produknya dapat diterima oleh semua kalangan konsumen.

Promosi ialah komunikasi atau penyampaian informasi yang memberikan penjelasan yang mampu meyakinkan calon konsumen atau pelanggan mengenai suatu barang dan jasa.<sup>64</sup> Adapun kegiatan pada sebuah promosi yaitu peliklanan, pemasaran langsung dan hubungan warga. Target dari promosi itu sendiri ialah untuk memperoleh perhatian, mengingatkan dan meyakinkan calon pelanggan atau konsumen.

Pengrajin Tenun di Kecamatan Rongkong dalam mempromosikan produknya masih bersifat sederhana karena hanya menggunakan promosi mulut ke mulut. Hal ini sesuai dengan riset yang dilaksanakan oleh Risda Pratiwi dengan judul strategi pengembangan usaha rengginang pulut dengan

---

<sup>64</sup>Suwinto Johan, *Studi Kelayakal Pengembangan Usaha*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), 63.

metode Analisis SWOT (studi kasus usaha rengginang pulut CV Uul Jaya Kabupaten Langkat). Strategi promosi yang dilaksanakan ialah dengan sistem dari mulut ke mulut. Promosi yang hanya mengandalkan relasi mulut ke mulut. Mengingat zaman sekarang industri banyak yang mempromosikan produknya dengan menggunakan media social.<sup>65</sup>

Saluran distribusi yakni sebuah saluran yang digunakan produsen untuk menyalurkan produknya sampai ke tangan konsumen. Sebelum produsen memasarkan sebuah produknya, maka sudah ada perencanaan mengenai alur distribusi yang akan dilaksanakan.<sup>66</sup> Saluran distribusi yang dilaksanakan oleh Pengrajin Tenun di Kecamatan Rongkong ialah dengan memilih lokasi yang tepat untuk mendistribusikan produknya. Pengrajin Tenun di Kecamatan Rongkong dalam mendistribusikan produknya ialah dengan menjualnya pada pameran yang ada, dan juga disesuaikan dengan pesanan konsumen. Selain itu, konsumen yang memposting produk kain tenun tersebut sehingga banyak yang menyukai produk tenun.

Hal ini didukung oleh riset yang dilaksanakan oleh Widya Elga Pramesthi dengan skripsi tentang Strategi Pengembangan Sentra Industri Pandai Besi Tradisional dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi pada Pengrajin Besi di Desa Kiping Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung) yaitu dalam melaksanakan pendistribusian produknya dengan mendatangi

---

<sup>65</sup>Risda Pratiwi, *Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV Uul Jaya Kabupaten Langkat)*, (Sumatera Utara Medan: Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2018), 90. [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=risda+pratiwi+2018&btnG=#d=gs\\_qabs&u=%23p%3D7WRRXumNOuwJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=risda+pratiwi+2018&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3D7WRRXumNOuwJ)

<sup>66</sup>M. Fuad, Dkk, *Pengantar Usaha*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), 129.

pasar-pasar untuk menjual produknya sendiri atau dengan mendistribusikan barang melalui agen.<sup>67</sup>



---

<sup>67</sup>Widya Elga Pramesthi, *Strategi Pengembangan Sentra Industry Pandai Besi Tradisional Pada Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Pada Pengrajin Beside Desa Kiping Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung)*, (Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2020), 45. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/18086/>

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil penelitian melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah dikaji, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan Kain Tenun Untuk Meningkatkan Nilai Budaya. Di mulai dengan mengetahui berapa jenis kain tenun dan mengetahui makna yang terkandung dalam jenis kain tenun tersebut, dan juga bahan- bahan yang digunakan dalam proses pembuatan masih menggunakan bahan yang alami sehingga menjaga keasliannya dan kain tenun ini juga merupakan salah satu kearifan lokal masyarakat Rongkong yang dimana dulunya hanya digunakan pada acara-acara tertentu seperti acara pernikahan, pesta adat, dan kematian. Tetapi seiring dengan perkembangan zaman, sekarang kain tenun juga sudah digunakan pada pakaian dinas pemerintah Luwu Utara dan sudah banyak masyarakat umum yang menggunakan, hal tersebut merupakan salah satu langkah dalam meningkatkan nilai budaya melalui kain tenun Rongkong.
2. Strategi Pengembangan Produk Kain tenun Rongkong untuk Meningkatkan Pendapatan. Adapun strategi pengembangan usaha berdasarkan analisis Fishbone atau *Diagram Fishbone* dengan mengidentifikasi masalah yang ada dan mendapatkan solusi dari permasalahan tersebut yaitu: meningkatkan kualitas produk kain tenun,

Pengembangan inovasi berbagai jenis produk kain tenun, meningkatkan kuantitas produksi dengan mengubah peralatan sederhana menjadi modern, meningkatkan sumber daya yang dimiliki dalam rangka peningkatan produksi, mempertahankan kualitas produk untuk menjaga permintaan pasar, menambah jaringan pemasaran diluar wilayah Kabupaten Luwu Utara dengan cara meningkatkan kreativitas promosi melalui online maupun offline agar wilayah pemasaran luas.

## **B. Saran**

1. Perlu adanya tindak lanjut dari para pengrajin kain tenun di Kecamatan Rongkong Kabupaten Luwu Utara untuk terus berupaya mengembangkan produksi kain tenun ini khususnya sebagai upaya meningkatkan pendapatan dari usaha ini. Seperti melakukan pengarahan yang intensif secara teknis untuk melakukan pembinaan perbaikan pengemasan, inovasi bentuk produk kain tenun seperti tas dan pakaian serta membantu untuk mempromosikan dan memasarkan.
2. Perlu adanya keterlibatan semua pihak baik pemerintah, lembaga keuangan untuk selalu memberikan bantuan materil atau moral dalam hal mempertahankan kualitas dan kuantitas produk kain tenun agar lebih berkembang kedepannya dan mampu menambah nilai ekonomi kepada pengrajin kain tenun yang ada di Kecamatan Rongkong Kabupaten Luwu Utara.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang akan menjadikan kain tenun sebagai objek penelitiannya dapat melakukan analisis pada makna dari warna dan motif

dari kain tenun yang diproduksi oleh masyarakat lokal untuk lebih memahami makna yang terkandung dari setiap aspek yang ada pada kain tenun itu sendiri.



## DAFTAR PUSTAKA

- Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah (Bandung: CV-Penerbit J-ART, 2014).
- Abdul Latif, D. H. *Pendidikan Berbasis Nilai Kemasyarakatan*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2007)
- Adrianus Turu Konda Mawi, Dkk, *Pengembangan Usaha*. <http://kewirausahaanuksw1.blogspot.com/2016/06/pengembangan-usaha.html?m=1>
- Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metedologi Penelitian Kualitatif*, Edisi 1 (Sukabumi: CV Jejak, 2018)
- Anwar Hafid, Ali Rosdin, Moch. Musoffa, M. Nur Akbar. *Pendidikan Multikultural Berbasis Kearifan Lokal*, (Jakarta, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. 2015)
- Bata Manurun, 2 Maret 2009, "*Masyarakat Adat Rongkong*", <https://www.kompasiana.com/bata/54fd666ba33311121a50fd70/masyarakat-adat-Rongkong>, [online], 27 April 2021
- Buchari Alma, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*, (Bandung: Alfabeta, 2007)
- Boediono, *Ekonomi Internasional*, (Yogyakarta: BFFE, 2000)
- Djakariah, Ns Gabriel, Y Fina dalam jurnal yang berjudul "*Sejarah Tenun Ikat Bermotif Pan Buay Di Kelurahan Teunbaun Kecamatan Amarasi Barat Kabupaten Kupang*", *Jurnal Sejarah*, ISSN: 1857-2257 Vol. 17 No.1, Juni 2020
- Drs. Danang Sunyoto, "*Perilaku Konsumen dan Pemasaran*", (Yogyakarta: Center of academic publicing service, 2015)
- Fitinline dalam artikel yang berjudul "*Sejarah kain Tenun Di Indonesia*", 2015 <https://fitinline.com/article/read/sejarah-kain-tenun-di-indonesia/>, [online] di akses pada 17 april 2021,
- Gerai Nusantara, 7 Januari 2019, "*Cerita Kain Roto dari Rongong*", <http://www.gerainusantara.com/events/detail/cerita-kain-roto-dari-Rongkong/61/#.YFuPStJKhdh>, di akses pada tanggal 07 agustus 2021

- H.B. Sutopo, “*Metodologi Penelitian Hukum Kualitatif Bagian II*”, (Surakarta:U NS Press,1998)
- Iban, Sofyan. “*Manajemen Strategi*”. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015)
- Julda Urfi Zahro, *Strategi Pengembangan Usaha Industri Konveksi Pada Meningkatkan Kemampuan Industri (Studi Kasus Konveksi Marina Desa Serut Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)*, (Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2021), 77. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/21772/>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, “*Strategi*”, 2016, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entr/strategi>, [online] diakses pada, 17 april 2021.
- Kementerian perindustrian republic Indonesia. <http://bdipadang.kemenperin.go.id/forum/thread/inilah-9-jenis-kain-tenun-tradisional-nan-eksotis-kekayaan-indonesia-yang-perlu-anda-ketahui>, diakses pada tanggal 07agustus 2021
- Kotler, P & Armstrong, G. (2001). *Principles of marketing* (9<sup>th</sup> Edition). New Jersey : Prentice-Hall, inc.
- Lexi j. Moeloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosda Karya 2010)
- Mahyu Danil. “Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Pegawai Negeri Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metedologi Penelitian Kualitatif*, Edisi 1 (Sukabumi: CV Jejak, 2018)
- Mahyus, Fieda Wahyuni, “Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pengusaha Skala Kecil (Pengusaha Dangke) Di Desa Lebang, Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang”, *Journal Of Buniness Administration*, 1 no. 1 (Oktober 2018): 2. <http://journal-uim-makassar.ac.id/index.php/JBAS/article/view/39/pdf>
- M.Fuad, Dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000)
- Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005)
- Mudjiarto dan wahid, aliaras, “Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan”, (Yogyakarta: Graha ilmu, 2006)
- Ni Putu Nina Wartika Dewi, Ni Putu Nina Eka Lestari, “*Strategi Pengembangan Industri Kain Tenun Endek Di Kota Denpasar Era Revolusi 4.0*”, *Jurnal Ilmiah STIE MDP Vol. 10 No. 1 (September 2020):58.*

- <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/forbiswira/article/view/885>
- Noor, Adzan, *DINAMIS- Journal of Islamic Management and Bussines* Vol. 2, No. 1 April 2019 <http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/dinamis/article/view/1005/744>
- Novia Sridewi, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Pendapatan pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat*, (Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram, 2020), 1. <http://etheses.uinmataram.ac.id/173/1/Novia%20Sridewi%20160203166.pdf>
- Nur Sabari, Roro Retno Wulan, Mohammad Isa Pramana Koesoemadinata, “*Pengembangan Ragam Produk Kain Tenun Button Sebagai Upaya Revitalisasi Kebudayaan Button*”, *Jurnal Seminar Nasional Desain*, vol 1, thn2021:4. <https://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandi-dkv/article/view/154>
- Prathama Rahardja, Mandala Manurung, *Teori Ekonomi Mikro*, (Jakarta: Lp, Fe-Ui, 2010)
- Ririn Tri Ratnasari, Dkk, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011)
- Risda Pratiwi, *Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV Uul Jaya Kabupaten Langkat)*, (Sumatera Utara Medan: Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2018), [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=risda+pratiwi+2018&btnG=#d=gs\\_qabs&u=%23p%3D7WRRXumNOuwJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=risda+pratiwi+2018&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3D7WRRXumNOuwJ)
- Sadono Sukirno. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Edisi Ketiga. (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2006)
- Sipil Di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen”, *Jurnal Ekonomika*, (Aceh: Universitas Almuslim Bireuen Aceh, Vol. 4, No 7)
- Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo, Rajawali Perss, 2013)

- Sri Larasati, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018)
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 1st ed. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015)
- Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016)
- Umar, H. 2005. *Strategic Management in Action*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, Jilid I (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2014)
- Vivin Fitriyani, Roos Nana Sucihati, Suci Purnama Sari, “*Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Dusun Lengas Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir*”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol 17 No 2, (Agustus 2020):114  
<http://jurnalfem.universitassamawa.ac.id/index.php/JEP/article/view/160>
- Widya Elga Pramesthi, *Strategi Pengembangan Sentra Industry Pandai Besi Tradisional Pada Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Pada Pengrajin Besi Beside Desa Kiping Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung)*, (Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2020), 45.  
<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/18086/>
- Wilantara, Susilawati. 2016. *Strategi & Kebijakan Pengembangan UMKM*. Refika Aditama, Bandung.
- Yolanda M. Siagian, “*Aplikasi Supply Chain Management dalam Dunia Bisnis*”, (Jakarta: Grasindo, 2005)

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**



Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA

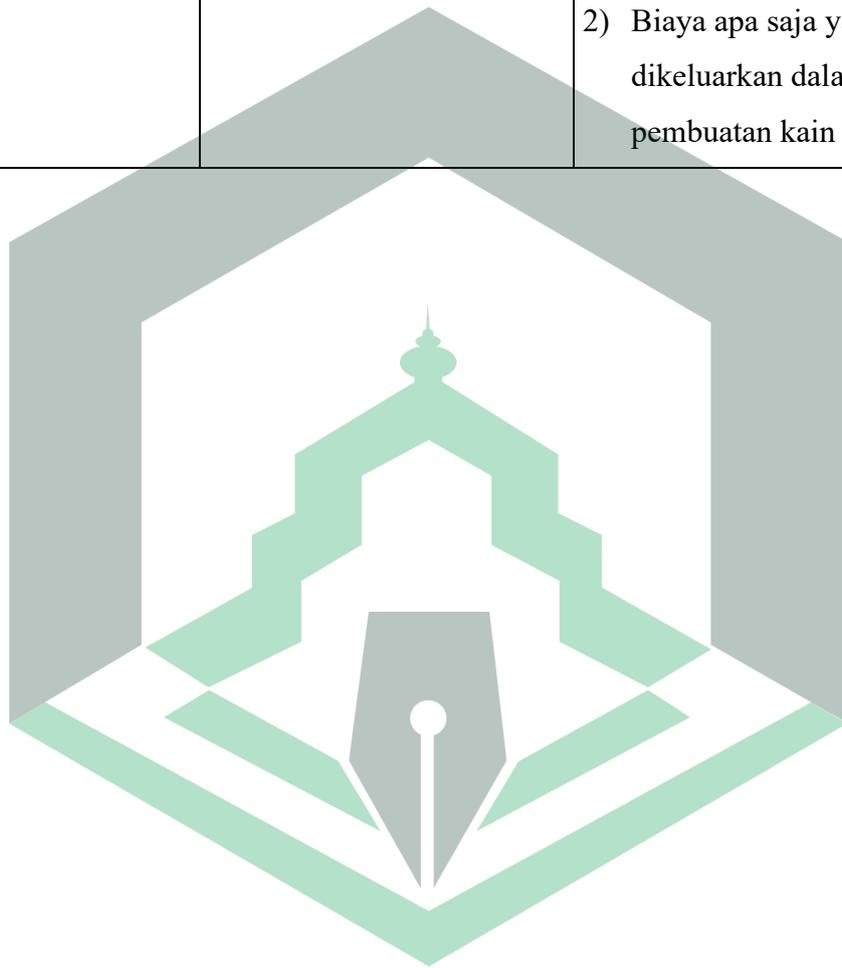
Daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Produk Kain Tenun Rongkong Untuk Meningkatkan Pendapatan Dan Nilai Budaya Masyarakat Kecamatan Rongkong”. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

3. Bagaimana cara mengembangkan kain tenun Rongkong di lingkungan masyarakat untuk bisa meningkatkan nilai budaya masyarakat Rongkong
4. Strategi-strategi pemasaran seperti apa yang bisa dilakukan dalam memasarkan produk kain tenun Rongkong untuk bisa meningkatkan pendapatan masyarakat Kecamatan Rongkong.

No	Variabel	Indikator	Pertanyaan
1.	Umum	a. Produk	1) Siapa yang pertama kali yang memperkenalkan kain tenun Rongkong? 2) Bahan apa saja yang digunakan dalam pembuatan kain tenun? 3) Dimana saja tempat produksi kain tenun?
2.	Nilai Budaya	a. Kearifan Lokal	1) Apa makna yang terkandung dari kain tenun Rongkong? 2) Kapan kain tenun Rongkong di gunakan? 3) Bagaimana awal mula kain tenun

			<p>Rongkong?</p> <p>4) Apakah kain tenun adalah salah satu kearifan local dari masyarakat Rongkong?</p>
		b. Inovasi produk	<p>1) Ada berapa jenis motif kain tenun Rongkong?</p> <p>2) Jenis motif yang mana yang paling menarik untuk masyarakat ?</p> <p>3) Inovasi apa yang sudah dilakukan pada kain kain tenun?</p> <p>4) Berapa lama proses pembantaan untuk 1 jenis kain tenun?</p>
3.	Pendapatan	a. Segmentasi pasar	<p>1) Ada berapa jenis produk yang ditawarkan?</p> <p>2) Berapa harga per potong dari kain tenun?</p> <p>3) Strategi pemasaran seperti apa yang sudah dilakukan untuk meningkatkan penjualan?</p> <p>4) Apa rencana pengembangan yang akan dilakukan kedepannya?</p> <p>5) Siapa yang menjadi target pemasaran?</p>
		b. Kondisi pasar	<p>1) Bagaimana respon konsumen terhadap kain tenun yang ditawarkan?</p> <p>2) Apa kendala yang di dapatkan dalam proses penjualan kain tenun</p>

			3) Inovasi apa yang telah dilakukan untuk bisa menarik perhatian konsumen?
		c. Modal	<p>1) Dari mana sumber modal yang digunakan dalam proses pembuatan produk kain tenun?</p> <p>2) Biaya apa saja yang telah dikeluarkan dalam proses pembuatan kain tenun?</p>



  
**PEMERINTAH KABUPATEN LUWU UTARA**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
**(DPMPTSP)**  
Jalan Simpungnang Kantor Gabungan Dinas No.27 Telp/Fax 0471-21538 Kode Pos 92961 Marauha

**SURAT KELEHANGAN PESELESIAN**  
Nomor : 18550/0235/SK/DPMP/ISP/NO/2021

**Membaca** Para pejabat Surat Keterangan Pendaftaran, Nama Liris beserta lampirannya.  
**Membaring** Bekerjasama Dalam Kelembagaan dan Pajak Kabupaten Luwu Utara Nomor 09/311/0/Kelembagaan/2021 Tanggal 04 Oktober 2021  
**Mengingat** 1. Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2005 tentang Kelestarian Negeri;  
2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah;  
3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2000 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah;  
4. Peraturan Presiden Nomor 91 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;  
5. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2018 tentang Perubahan Surat Keterangan Pendaftaran;  
6. Peraturan Bupati Nomor 17 Tahun 2020 tentang Peraturan Kabupaten Luwu Utara Nomor 11 Tahun 2018 tentang Perubahan Kelembagaan Perikanan, Sektir Pertanian dan Perikanan Modal Kepala Dinas Perikanan Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

**MEMUTUSKAN**

**Misalkan** Menerbitkan Surat Keterangan Pendaftaran Kepala :  
Nama : Nohi Lita  
Nomor : 08542998078  
Telepon :  
Alamat : Mawani, Kecamatan Mawani Kecamatan Tolia, Kabupaten Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan  
Sekolah / Institut : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo  
Jabatan : Kepala Pengawasan Pradik Kain Tenes Kembang Ulatik, Monev/Inspeksi Penerimaan Dan Misi Budaya Persewaan Masyarakat Kecamatan Bongkang  
Lokasi : Se-Kecamatan Bongkang, Desa Kambudu Kecamatan Bongkang, Kab. Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan  
Pendaftaran

Dengan ketentuan sebagai berikut:  
1. Surat Keterangan Pendaftaran ini mulai berlaku pada tanggal 07 Oktober s.d 06 November 2021.  
2. Menetapi semua ketentuan Peraturan Undang-undang yang berlaku.  
3. Surat Keterangan Pendaftaran ini dikembalikan dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang surat ini tidak menyetujui ketetapan pemerintah perundang-undangan yang berlaku.  
Surat Keterangan Pendaftaran ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan tidak dapat dikembalikan jika bertentangan dengan tujuan dan ketentuan ketentuan tersebut.

Dibuat dan Mawani  
Pada Tanggal 04 Oktober 2021  
  
Kepala Dinas  
DPMPTSP  
No. 18550/0235/SK/DPMP/ISP/NO/2021

Berkas : Rp. 8,00  
No. Seri : 18550

Lampiran 3

SK Penguji

  
UNIVERSITAS ANDALAS  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan Manajemen

**SK PENGUJI**

Membahas tentang... (faded text)

1. Ketua	1. Menetapkan... (faded text)
2. Sekretaris	2. Menetapkan... (faded text)
3. Bendahara	3. Menetapkan... (faded text)
4. Anggota	4. Menetapkan... (faded text)
5. Ketua	5. Menetapkan... (faded text)
6. Sekretaris	6. Menetapkan... (faded text)
7. Bendahara	7. Menetapkan... (faded text)
8. Anggota	8. Menetapkan... (faded text)
9. Ketua	9. Menetapkan... (faded text)
10. Sekretaris	10. Menetapkan... (faded text)
11. Bendahara	11. Menetapkan... (faded text)
12. Anggota	12. Menetapkan... (faded text)

Dibuat di Padang, 14 Januari 2022

Direktor  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



- Tembusan :
1. Kabiro AUAK;
  2. Petinggi;
  3. Mahasiswa yang bersangkutan;

**MAJLIS PENYUSUNAN DAN PENGANTARAN BUKU  
 DAN/ATAU JILID JURNAL/BUKLA  
 2021/2022**  
 sebagai pelaksanaan dari Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia  
 Nomor 101/2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Prosedur Penerbitan dan Distribusi  
 Buku dan/atau Jilid Jurnal/Bukla

---

- 4. Koordinator :** Nurul Huda  
**Jika :** Nurul Huda  
**Jumlah :** Maksimal 10 orang  
**Tugas dan Fungsi :** Koordinasi

- 5. Pembantu :** **1. Ketua, Sekretaris, Bendahara, dan 2. Anggota** yang akan melaksanakan tugas-tugas yang berkaitan dengan penyelenggaraan sistem dan prosedur penerbitan dan distribusi buku dan/atau jilid jurnal/bukla.

- 6. Pembantu Pembantu :**  
**Ketua :** Nurul Huda  
**Anggota :** Nurul Huda, Nurul Huda, Nurul Huda  
**Fungsi dan Tugas :** Koordinasi  
**Penanggung Jawab :** Nurul Huda

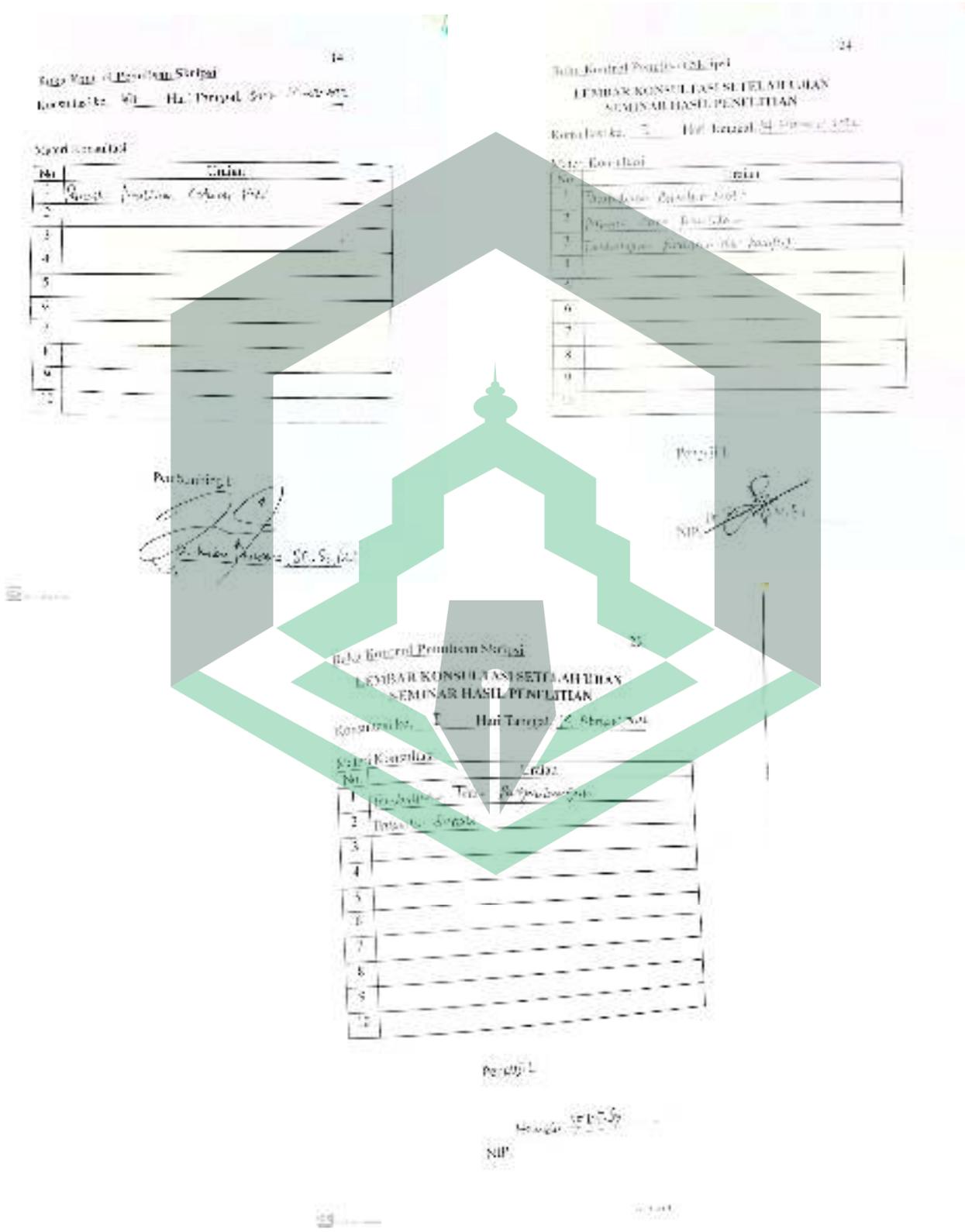
Palembang, 14 Januari 2022

A. H. Nurul Huda  
 Ketua Majelis Koordinator dan Bendahara



Lampiran 4

Buku Kontrol Bimbingan



Lampiran 5

Kartu Kontrol



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Bili Kota Palopo 91 914 Telepon: 085243175771  
 Email: [info@iainpalopo.ac.id](mailto:info@iainpalopo.ac.id), Website: <http://www.iainpalopo.ac.id/>

---

**KARTU KONTROL**  
**SEMINAR HASIL**

Nama : Noya Lita  
 NIM : 1704010139  
 Prodi : Ekonomi Syariah

NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	Rabu/ 30 Juni 2021	Nural Umah	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan petani cengkeh Smdj pada Desa Karang-kadang Kecamatan Buju Kecamatan Kabupaten Luwu		Online
2	Rabu/ 30 Juni 2021	Andi Amaris	Peranan Pendidikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Studi BSI cabang Banggai)		Online
3	Selasa/ 30 Agustus 2021	Rakajelma N	Analisis akurasi mahasiswa pada deposito syariah di BNI Syariah Cabang Palopo		Online
4	Rabu/ 01 September 2021	Herman	faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan di Kabupaten Luwu Timur		Online
5	Jumat/ 03 September 2021	Suzanna	Analisis dampak kinerja dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan perusahaan di desa dan rumah Kota Palopo		Online
6	Selasa/ 28 September 2021	Belkoni	Pengaruh Pembangunan Modal kerja terhadap peningkatan pendapatan petani rumput laut di desa Bawaji Kecamatan Pemang Kabupaten Luwu		Online

**IAIN PALOPO**  
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Dr. Hj. Ramiah M., M.M.  
 NIP. 1961020811994032001

- NB:
- Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian
  - Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 5 kali seminar sebelum seminar Hasil

Lampiran 6

Persetujuan Pembimbing Seminar Hasil

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Seluruh meneliti dengan nama skripsi berjudul:

"Strategi Pengembangan Produk Kain Tenun Rongkong untuk Meningkatkan Pendapatan dan Nilai Budaya Masyarakat Kecamatan Rongkong" yang ditulis oleh:

Nama : Nova Lia  
NIM : 17 0401 0139  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk dipertahankan pada ujian mawazana.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing Utama



M. Ihsan Purhama, SE.Sy., ME.

Ikhlan Purmana, SE.Sy., ME.Sy

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Lamp. : -

Hal : Skripsi Nova Lia

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

*Wassalamu 'alaikum wa rah.*

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap masalah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama	: Nova Lia
NIM	: 17 0101 0139
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: Strategi Pengembangan Produk Kain Tenun Rongkong Untuk Meningkatkan Pendapatan Dan Nilai Budaya Masyarakat Kecamatan Rongkong

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian sarjana.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu 'alaikum wa rah.*

Pembimbing Utama

M. Ikhlan Purmana, SE.Sy., ME.

Tanggal:

Lampiran 8

Halaman Persetujuan Penguji

**HALAMAN PERSetujuan TIM PENGUJI**

Sripsi berjudul "Strategi Pengembangan Produk Kain Tenun Bungkong Untuk Meningkatkan Pendapatan Dan Nilai Budaya Masyarakat Kecamatan Rongkong" yang ditulis oleh Nova Lia Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 1701010139, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan pada seminar hasil penelitian pada hari Senin, tanggal 07 Februari 2022, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *muawanaah*.

**TIM PENGUJI**

1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. (Ketua Sidang/Penguji)
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. (Sekretaris Sidang/Penguji)
3. Dr. Fawila, M.EI (Penguji I)
4. Hamida, S.E., M.E., Sy. (Penguji II)
5. M. Ihsan Pamama, SE., Sy., ME. (Pembimbing I)



Lampiran 9

Nota Dinas Tim Penguji

Dr. Fasifa, M. E. I.  
Hamida, S. E., M. E., Sy.  
Ikhsan Purnama, S. E., Sy., M. E., Sy.

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp :-  
Hal : Skripsi Nova Lia

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Di  
Palopo

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Nova Lia  
NIM : 17 0401 0139  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Produk Kain Tenun Rongkong Untuk Meningkatkan Pendapatan Dan Nilai Budaya Masyarakat Kecamatan Rongkong

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

*wassalamu 'alaikum wr. wb.*

1. Dr. Fasifa, M. E. I.  
(Penguji I)
2. Hamida, S. E., M. E., Sy.  
(Penguji II)
3. M. Ikhsan Purnama, S. E., Sy., M. E.  
(Pembimbing I)

()  
()  
()

Lampiran 10

Keterangan Bebas Kuliah



**SURAT KETERANGAN**  
NOMOR: B.221/m/19/FEBI.04/KS.02/EKS/02/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa mahasiswa (i) :

Nama : Nova Lis  
NIM : 17.0401.0139  
Program Studi : Ekonomi Syariah

benar telah mengikuti perkuliahan sesuai dengan kurikulum program studi ekonomi syariah dan dinyatakan bebas mata kuliah yang diprogramkan sejak semester I tahun akademik 2017/2018 s.d semester VII tahun akademik 2020/2021 berdasarkan data nilai prodi.

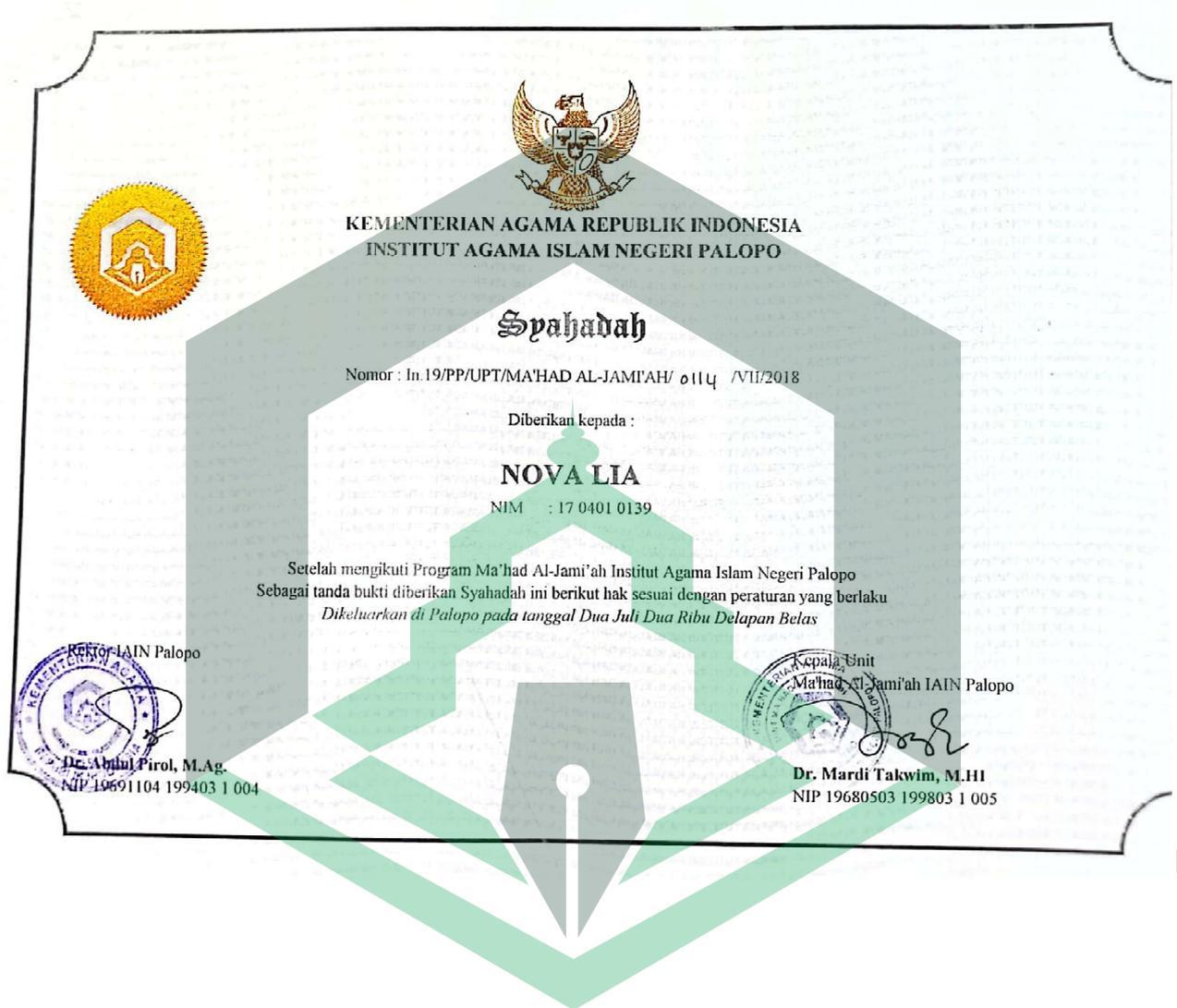
Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 08 Februari 2022  
Ketua Prodi Ekonomi Syariah

  
Dr. Fasha, M.EI

Lampiran 11

Sertifikat Ma'had Al-jami'ah



The certificate is framed with a decorative border. At the top center is the Garuda Pancasila emblem. To the left is a circular logo of IAIN Palopo. The text is centered and includes the name of the recipient, NOVA LIA, and her NIM number. The certificate is signed by two officials: Dr. Abdul Pirol, M.Ag. on the left and Dr. Mardi Takwim, M.HI on the right. The background features a large, stylized green and grey geometric design.

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

**Syahadah**

Nomor : In.19/PP/UPT/MA'HAD AL-JAMI'AH/ 0114 /VII/2018

Diberikan kepada :

**NOVA LIA**  
NIM : 17 0401 0139

Setelah mengikuti Program Ma'had Al-Jami'ah Institut Agama Islam Negeri Palopo  
Sebagai tanda bukti diberikan Syahadah ini berikut hak sesuai dengan peraturan yang berlaku  
*Dikeluarkan di Palopo pada tanggal Dua Juli Dua Ribu Delapan Belas*

**Dr. Abdul Pirol, M.Ag.**  
NIP.19691104 199403 1 004

**Dr. Mardi Takwim, M.HI**  
NIP.19680503 199803 1 005

Kepala Unit  
Ma'had Al-Jami'ah IAIN Palopo

CS

Sertifikat PBAK



Lampiran 13

Surat Keterangan Membaca & Menulis Al-Qur'an

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan SRI Kota Palopo 91014 Telepon (0471) 22076  
Faksimil (0471) 22076 Email: [iaip@iaipnegeri.ac.id](mailto:iaip@iaipnegeri.ac.id) Website: <http://web.iaipnegeri.ac.id/>

---

**SURAT KETERANGAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini Dosen Penguji dan Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut membaca dengan lancar dan menulis Al-Qur'an dengan kemampuan lancar.

Nama : Nova Lia  
NIM : 17 0401 0139  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, November 2021

Mengetahui  
Ketua Prodi Perbankan Syariah  
  
Dr. Fawza, M.EI.

Dosen Penguji  
  
Hendra Sari, S.E., M.M.

*\*coret yang tidak sesuai dengan kemampuan mahasiswa*





## Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Jl. Agaffi Baherdin

Tel: 08125937000, 08125937001, 08125937002, 08125937003, 08125937004, 08125937005

### Laporan Hasil Studi Mahasiswa

Nama : NOVA LIA  
NIM : 17 0401 0139  
Dosen PA : Belan Usat

Tahun Akademik : TA 2019/2020 Group  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Semester : 2

No. Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot	BxK
1. MKER5200	Bahasa Inggris Ekonomi	2	A	3.75	7.50
2. MKER5202	Pengantar Manajemen	2	B+	3.25	6.50
3. MKER5203	Ulumul Hadist	2	A-	3.50	7.00
4. MKER5204	Pengantar Ilmu Hukum	2	A+	4.00	8.00
5. MKER5205	Teori dan Praktek Ekonomi Islam	2	A-	3.50	7.00
6. MKER5206	Pengantar Ekonomi Syariah	3	A+	4.00	12.00
7. MKER5207	Aplikasi Komputer	2	A-	3.50	7.00
8. MKER5208	Ekonomi Wilayah dan Kearifan Lokal	2	A	3.75	7.50
9. MKER5209	Pengantar Akuntansi	3	A+	4.00	12.00
10. MKPO0300	Dasar-Dasar Ekonomi dan Himpunila	3	A-	4.00	12.00
11. MKIR5204	Ulumul Quran	3	A+	4.00	12.00
		Jumlah		23	96.50

Index Prestasi Semester : 3.76

Index Prestasi Kumulatif : 3.71

Total SKS Lulus : 47

Total SKS Pendulum : 47

Max SKS Semester Depan : 24

Palopo, 31 Aug 2020

Mengetahui

Dosen Pembimbing Ekonomi Syariah



Dr. Usat, M.Pi

NIP. 198402132006042002

#### Keterangan:

(-) Nilai Absolut/absolus bahen maula dari (maksudnya)

(BL) Nilai bahen lengkap



## Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Jl. Agaffi Balaesari

Tel. 087 2579 744 8073 (2019), 087504363 (2018) Fax 08725797444, Email: iainpalopo@iainpalopo.ac.id

### Laporan Hasil Studi Mahasiswa

Nama : NOVALIA  
NIM : 17 0401 0133  
Dosen PA : Belan Usat

Tahun Akademik : TA 2018/2019 Ganjil  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Semester : 1

No. Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot	Bsk
1. MKK12123	AJUN-TANSI-METAFIZIKAH	2	A	2,75	7,50
2. MKK12124	AS. RAHSI SYARIAH	2	A-	3,50	7,00
3. MKK12169	ETIKA BISNIS ISLAM	3	A-	4,00	12,00
4. MKK12181	MATRIKULASI ISLAM	2	A-	3,50	7,00
5. MKK12191	SIYARAH PEMERINTAH EKONOMI ISLAM	3	A-	4,00	12,00
6. MKK12192	SIYARAH ASYI'AH PEMERINTAH ISLAM	4	A	4,75	11,75
7. MKK12193	SIYARAH NEGARA ISLAM	2	A-	3,50	7,00
8. MKK12194	SIYARAH MAKRUM ISLAM	2	B-	4,25	8,50
9. MKK12195	SIYARAH SIYARAH SYARIAH	2	A-	4,00	8,00
Jumlah					70,25

Index Prestasi Semester : 3,73  
Index Prestasi Kumulatif : 3,72  
Total SKS Lulus : 188  
Total SKS Perolehan : 188  
Max SKS Semester Depan : 24

Palopo, 11 Aug 2020

Mengajar

Dr. Yusuf, M.EI

NIP. 19840213 201604 2102

#### Keterangan:

- (-) Nilai Absen lebih banyak dari 10% akan dihapus.
- (H) Nilai belum terakumulasi.



## Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Jl. Agaffi Baherdin

Tel: 081 2519 7000-2000, 0812519 7000-2000, 0812519 7000-2000

### Laporan Hasil Studi Mahasiswa

Nama : NOVA LIA  
NIM : 17 0401 0139  
Dosen PA : Belan Usat

Tahun Akademik : TA 2018/2019 Group  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Semester : 4

No.	Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot	BxK
1	MKEK5428	EKONOMI MONETER DAN FISKAL	2	A	3,75	7,50
2	MKEK5434	ASPEK HUKUM EKONOMI	2	B+	3,25	6,50
3	MKEK5424	EKONOMI KOPERASI DAN UKM	2	D+	3,25	6,50
4	MKEK5432	MANAJEMEN KEUANGAN	4	A	3,75	11,25
5	MKEK5423	ZEROTAILOR	2	A-	3,50	7,00
6	MKEK5431	EKONOMI MANAJERIAL	3	B	3,00	9,00
7	MKEK5433	EKONOMI PUBLIK	2	B+	3,25	6,50
8	MKEK5435	EKONOMI POLITIK	2	A	3,75	7,50
9	MKEK5438	EKONOMI DAMPAK	2	A	3,75	7,50
10	MKEK5430	EKONOMI SARAFAH	2	A	3,75	7,50
11	MKEK5437	QS WASHITA HUBUNG	1	A-	3,50	3,50
			Jumlah		23	51,75

Index Prestasi Semester : 3,55

Index Prestasi Kumulatif : 3,58

Total SKS Lulus : 91

Total SKS Pendulum : 91

Max SKS Semester Depan : 24

Palopo, 31 Aug 2020

Mengesahkan

Belan Usat, Sarani Satriani

Dr. Ferdy, M.Pi

NIP. 48810213 201604 2002

#### Keterangan:

(-) NIM Mahasiswa telah masuk dari tahun sebelumnya.

(BL) Nilai belum lengkap.

Universitas Islam Sultan Agung  
Jember

DAFTAR KULIAH

Nama : **Yusuf Rizki**  
 NPM : **20030010010001**  
 Kelas : **INFORMATIKA**

Tahun : **2020/2021**  
 Jurusan : **INFORMATIKA**  
 Sidik : **10030010010001**

No	Nama Mata Kuliah	Dosen Pengajar	Kredit	SKS		Kelas	Waktu
				Teori	Praktik		
1	Dasar-dasar Informatika	Dr. H. Nur Hafidza, S.Pd, M.Pd	2	2	2	10030010010001	08.00-10.00
2	Manajemen Informatika	Dr. H. Nur Hafidza, S.Pd, M.Pd	2	2	2	10030010010001	10.00-12.00
3	Manajemen Informatika	Dr. H. Nur Hafidza, S.Pd, M.Pd	2	2	2	10030010010001	12.00-14.00
4	Manajemen Informatika	Dr. H. Nur Hafidza, S.Pd, M.Pd	2	2	2	10030010010001	14.00-16.00
5	Manajemen Informatika	Dr. H. Nur Hafidza, S.Pd, M.Pd	2	2	2	10030010010001	16.00-18.00
6	Manajemen Informatika	Dr. H. Nur Hafidza, S.Pd, M.Pd	2	2	2	10030010010001	18.00-20.00
7	Manajemen Informatika	Dr. H. Nur Hafidza, S.Pd, M.Pd	2	2	2	10030010010001	20.00-22.00
8	Manajemen Informatika	Dr. H. Nur Hafidza, S.Pd, M.Pd	2	2	2	10030010010001	22.00-24.00
9	Manajemen Informatika	Dr. H. Nur Hafidza, S.Pd, M.Pd	2	2	2	10030010010001	24.00-26.00
10	Manajemen Informatika	Dr. H. Nur Hafidza, S.Pd, M.Pd	2	2	2	10030010010001	26.00-28.00
11	Manajemen Informatika	Dr. H. Nur Hafidza, S.Pd, M.Pd	2	2	2	10030010010001	28.00-30.00
<b>Jumlah</b>						<b>34</b>	<b>8575</b>

IP Semester : **3,57**  
 Beban SKS maksimum : **34**

Jember, 18 November 2020  
 Mengetahui,  
 Ketua Prodi Ekonomi Syariah



Dr. Fashihah, M.Fi  
 NIP. 198102132003042002





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO  
PRODI EKONOMI SYARIAH

TRANSKRIP PRESTASI AKADEMIK

DIBERIKAN KEPADA

Nama : Nova Lia  
NIM : 17 0401 0130

Prodi : Ekonomi Syariah  
SMTR : VII (TUJUH)

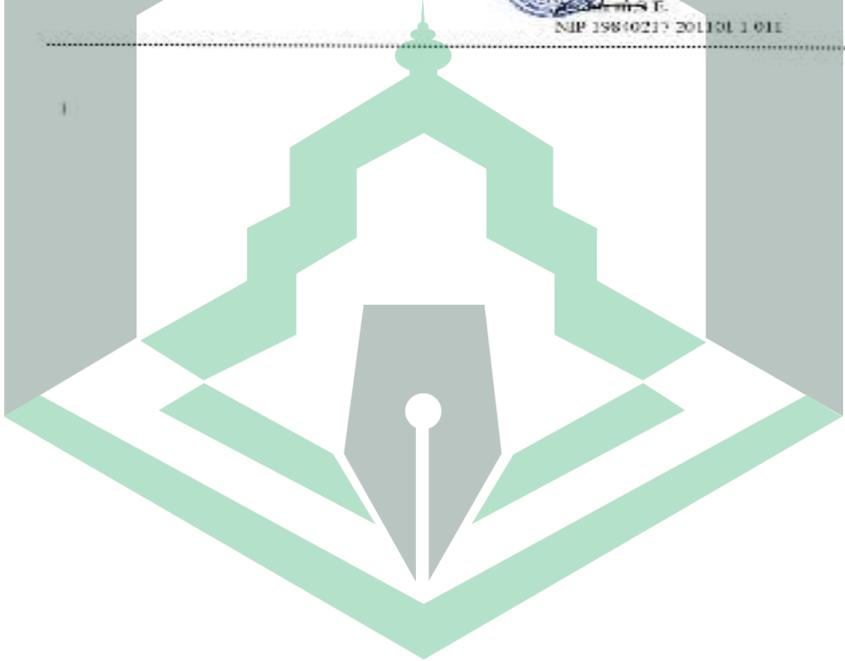
No	Nama Mata Kuliah	Nilai (N)	Kredit (K)	Nilai x K	Ket
1	Kuliah Kerja Nyata	3,75	4	15,00	A
2	Komprehensif	3,75	2	7,50	A
			6	22,50	

IPS : 3,75  
JMLH KREDIT : 6

Palopo, 17 Februari 2022  
Kuliah Prodi Ekonomi Syariah  
Dr. Fasihah, M.El

Kuitansi Pembayaran UKT

	<b>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA</b> <b>INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO</b> <b>FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</b> Jl. A. Yani, Gal. Tikanda, Kac. Tana Toraja, Palopo 91814 Telp. 0411-8102002-3   Web : www.iainpalopo.ac.id	
<b>SURAT KETERANGAN</b>		
Menyatakan Bahwa :		
Nama	: NOVA TIA	
NIM	: 17 0401 0139	
Semester/Prodi	: IX / EKIS-D	
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo	
Bahwa yang bersangkutan benar telah melunasi UKT SEM. 1 s / d IX		
Demikian Surat Keterangan ini kami buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.		
		
	Palopo, 25 November 2021	
	F. Huda, A.M., Uman dan Kesugan	
	NIP. 19810217 201101 1 011	







**TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO**

**NOTA DINAS**

Lamp. : 1 (Satu) Skripsi  
Hal : Skripsi Nova Lia

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Di  
Palopo

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Nova Lia  
NIM : 17 0401 0139  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Produk Kain Tenun Rongkong Untuk Meningkatkan Pendapatan Dan Nilai Budaya Masyarakat Kecamatan Rongkong

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk diproses selanjutnya.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

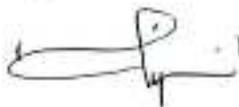
**Tim Verifikasi**

1. *Abd Kadir Arno, S.E., Sp., M.Si.*

Tanggal :

2. *Kamriani, S.Pd.*

Tanggal : 25 Februari 2023





Wawancara bersama pengrajin tenun Ibu Nurmawati



Wawancara bersama pengrajin tenun Rongkong, Hj. Wajallangi



Wawancara bersama, Hj. Wajallangi



Wawancara bersama staff Kecamatan



Wawancara bersama toko adat Rongkong



## RIWAYAT HIDUP



**Nova Lia**, lahir di palopo, Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 28 Desember 1999, penulis merupakan anak Kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Ayah bernama Lindang dan Ibu bernama Yaniati. Saat ini penulis bertempat tinggal di Kelurahan Mancani, Kota Palopo penulis pertama kali menempuh pendidikan formal pada tahun 2005 di SD 255 Mancani dan selesai pada tahun 2011. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di tingkat SMP tepatnya di SMP Negeri 8 Palopo dan selesai pada tahun 2014. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ditingkat SMK tepatnya di SMK Negeri 1 palopo jurusan Administrasi Perkantoran dan di nyatakan lulus pada tahun 2017. Pada tahu 2017 kembali melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi, penulis memilih melanjutkan pendidikan di Institus Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, dengan Program Studi Ekomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Contact Person: [Novalia1299@gmail.com](mailto:Novalia1299@gmail.com)