Bulletin of Economic Studies (BEST)
Volume 5, Nomor 3, (2025). pp. 144-163
https://doi.org/10.24252/best.v5i3.62138

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA EKONOMI KREATIF KAIN SUTERA DI SENGKANG KABUPATEN WAJO

Business Development Strategy of the Creative Economy for Silk Fabric in Sengkang Wajo Regency

Ismiah Mutmainnah[1*], **Helda Ibrahim**[1], **Syamsul Rahman**[1], **Minarni**[2]
[1]Universitas Islam Makassar, Indonesia
[2]Penyuluh Kehutanan Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia
*e-mail: mutmainnahismiah@gmail.com

***Article History**: Received: October 20, 2025; Revised: October 26, 2025; Accepted: October 28, 2025*

ABSTRAK

Kain sutera Wajo memiliki potensi ekonomi dan nilai budaya yang tinggi, namun dihadapkan pada berbagai kendala seperti ketergantungan bahan baku impor, keterbatasan promosi digital, serta fluktuasi penjualan akibat persaingan ketat. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada usaha Losari Silk melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap pelaku usaha dan pengrajin. Analisis SWOT dilakukan dengan pendekatan matriks IFAS dan EFAS untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberlanjutan usaha. Hasil penelitian menunjukkan nilai total IFAS sebesar 2,80 dan EFAS sebesar 2,42, dengan posisi usaha berada pada kuadran I (strategi agresif), yang berarti Losari Silk memiliki kekuatan dan peluang besar untuk dikembangkan. Strategi prioritas yang dihasilkan meliputi peningkatan promosi digital berbasis storytelling, kolaborasi dengan desainer nasional, pengembangan wisata edukasi proses tenun sutera, serta penguatan rantai pasok bahan baku lokal melalui kemitraan dengan petani ulat sutera. Implementasi strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan mendukung keberlanjutan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal. Dengan demikian, kain sutera Wajo berpotensi menjadi ikon ekonomi kreatif yang tidak hanya bernilai estetika tinggi, tetapi juga berkontribusi terhadap pelestarian warisan budaya daerah.

Kata kunci: strategi pengembangan; ekonomi kreatif; kain sutera; SWOT; Wajo

ABSTRACT

Wajo silk possesses significant economic potential and cultural value but faces several challenges, including dependence on imported raw materials, limited digital promotion, and fluctuating sales due to intense competition. The study employed a qualitative approach with a case study method at Losari Silk, using in-depth interviews and direct observation with business owners and artisans. The SWOT analysis was conducted through IFAS and EFAS matrices to identify internal and external factors influencing business sustainability. The findings indicate that Losari Silk obtained an IFAS score of 2.80 and an EFAS score of 2.42, placing the business in Quadrant I (aggressive strategy), which signifies strong potential for growth. The prioritized strategies include enhancing digital promotion through storytelling, collaborating with national designers, developing educational tourism focused on the silk weaving process, and strengthening local raw material supply chains through partnerships with silkworm farmers. The implementation of these strategies is expected to

Copyright©2025

improve competitiveness, expand market reach, and support the sustainability of the local culture-based creative economy. Consequently, Wajo silk has the potential to become a creative economy icon that not only embodies high aesthetic value but also contributes to preserving regional cultural heritage.

Keywords: *development strategy; creative economy; silk; SWOT analysis; Wajo*

PENDAHULUAN

Sektor ekonomi kreatif saat ini menjadi salah satu penggerak utama perekonomian daerah di Indonesia karena mampu membuka lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat identitas budaya lokal (Lubis et al., 2025). Menurut Salsabilla & Nisa, (2024), ekonomi kreatif menghadapi tantangan sekaligus peluang di pasar global, sehingga perlu analisis yang sistematis terhadap tren, peluang, dan ancaman yang dihadapi. Pada konteks daerah, salah satu yang berpotensi besar yaitu pada subsector kain sutera, selain memiliki nilai ekonomi yang tinggi juga mencerminkan identitas daerah yaitu kabupaten Wajo. Sebagai contohnya, penelitian Ulfa et al., (2023) menunjukkan bahwa kain tenun tradisional tidak hanya warisan budaya tetapi juga berpotensi sebagai industri kreatif yang berkelanjutan.

Kain sutera sebagai kerajinan tekstil tradisional di Kabupaten Wajo bukan hanya menyimpan nilai budaya lokal tetapi juga berpotensi menjadi salah satu pilar penting ekonomi kreatif jika didukung strategi produksi, pemasaran, dan kelembagaan yang tepat. Wilayah ini memproduksi kain sutera menjadi kegiatan kerajinan yang sudah lama berkembang Namun pada perkembangannya, kain Sutera Wajo masih memiliki beberapa kendala, studi terhadap keberlanjutan usaha penenunan sutera di Wajo menunjukkan bahwa usaha ini memberikan identitas lokal sekaligus menyerap tenaga kerja namun menghadapi kendala bahan baku dan teknologi tradisional (Sulolipu et al., 2022).

Pada penelitian Yuniarti et al., (2024) menunjukkan bahwa industri tenun sutera di Wajo memiliki potensi cukup baik, namun masih dihadapkan pada kendala kualitas bahan baku, keterampilan pemasaran digital yang terbatas, dan kapasitas produksi yang belum optimal. Penelitian lainnya Penelitian Aisyah et al., (2021) menunjukkan bahwa mayoritas penenun masih memasarkan produknya secara tradisional, sementara permintaan konsumen modern cenderung berpindah ke kanal online; hal ini menyebabkan proses pemasaran yang lambat dan rantai tataniaga yang Panjang. Kondisi ini menunjukkan bahwa potensi besar usaha sutera di Wajo belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal.

Meski begitu, potensi pengembangan usaha kain sutera masih terbuka luas. Beberapa penelitian terbaru menyoroti pentingnya adopsi pemasaran digital dan teknologi oleh pelaku usaha tekstil dan kerajinan; misalnya penelitian Susanty et al., (2025) yang menunjukkan bahwa dukungan pemerintahan, tekanan persaingan, dan kepercayaan digital memainkan peran signifikan dalam adopsi teknologi oleh UMKM tekstil. Dengan demikian, strategi pengembangan usaha sutera harus mencakup peningkatan kapasitas digitalisasi, jaringan pemasaran,

dan kolaborasi antar-aktor (pemerintah, komunitas pengrajin, lembaga pendidikan).

Meskipun berbagai studi sebelumnya telah membahas pengembangan usaha kain sutera dari beragam sudut pandang seperti strategi bisnis, keunggulan bersaing, dan inovasi pemasaran, sebagian besar masih menyoroti aspek tertentu secara terpisah. Misalnya, Aulia dan Ikhwana, (2012) menekankan perencanaan strategi pengembangan usaha kain tenun sutera dengan pendekatan *Balanced Scorecard* pada tingkat pabrik, sedangkan Baharuddin et al., (2023) lebih menitikberatkan pada analisis SWOT untuk menilai keunggulan bersaing kain sutera Mandar di Polewali Mandar. Sementara itu, Hasdiansa dan Hasbiah (2023) membahas strategi pemasaran berbasis elektronik dalam memperkuat daya saing usaha tenun sutera kecil di Kabupaten Wajo, dan Fitryani et al., (2020) meneliti strategi pengembangan kain tenun tradisional di Desa Poto, Nusa Tenggara Barat. Di sisi lain, Zahrosa et al., (2023) mengkaji strategi pengembangan industri sutera alam di Jawa Timur dalam konteks rantai nilai. Namun belum terdapat penelitian yang secara khusus menggunakan analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan usaha kain sutera secara menyeluruh di Kabupaten Wajo, khususnya pada unit usaha Losari Silk.

Padahal, pendekatan analitis seperti SWOT penting untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman secara terukur dan terarah, sehingga dapat menjadi dasar bagi perumusan kebijakan strategis dalam pengembangan industri sutera berbasis ekonomi kreatif. Belum adanya strategi pengembangan usaha kain sutera yang terintegrasi dan berbasis potensi lokal di Kabupaten Wajo menjadi salah satu kendala dalam penguatan daya saing industri ini, padahal keberlanjutan pengembangan sutera sangat dipengaruhi oleh faktor produksi, teknologi, pasar, kelembagaan, serta dukungan kebijakan pemerintah daerah. Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor strategis internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan usaha ekonomi kreatif kain sutera di Kabupaten Wajo, serta merumuskan strategi pengembangan yang tepat melalui penerapan analisis SWOT pada unit usaha Losari Silk sebagai sentra industri sutera tradisional yang memiliki potensi ekonomi dan budaya tinggi.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada Usaha Kain Sutera Losari Silk yang beralamat di Jl. Andi Baso No. 4, depan Pasar Sempange, Kecamatan Tanasitolo, Sengkang, Kabupaten Wajo, Provinsi Sulawesi Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi pengembangan usaha ekonomi kreatif kain sutera di lokasi penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap aktivitas usaha di lapangan. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan tingkat relevansi

dan keterlibatannya dengan fokus penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang lebih spesifik dan komprehensif terkait strategi pengembangan usaha Losari Silk. Adapun populasi penelitian mencakup seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis Losari Silk, sedangkan sampel penelitian terdiri atas tiga orang yaitu pemilik usaha (informan kunci), pengrajin, dan karyawan yang dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung terhadap proses produksi serta pengelolaan usaha.

Pengelolaan data penelitian ini yaitu menggunakan analisis SWOT, yang diolah dengan cara mengidentifikasi dan mengelompokkan berbagai faktor strategis internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi pengembangan usaha. Setiap faktor tersebut kemudian diberi bobot dan rating berdasarkan tingkat pengaruh dan kepentingannya terhadap kinerja usaha, sehingga diperoleh matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*) sebagai dasar dalam menentukan posisi strategi serta arah pengembangan usaha yang paling tepat sesuai dengan kondisi aktual di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan yang terdapat dalam perusahaan, yang biasanya melibatkan sumber daya, pengalaman, dan kapabilitas. Hal ini termasuk aset fisik (fasilitas, lokasi, dan peralatan), sumber daya manusia (karyawan), sumber daya keuangan (pendanaan dan aliran pendapatan), kekayaan intelektual (merek dagang dan paten), serta proses operasional (program dan sistem kerja) (Putra *et al*., 2024) . Faktor eksternal mencakup peluang dan ancaman yang berasal dari luar perusahaan, berada di luar kendali langsung manajemen, namun sangat memengaruhi strategi dan kelangsungan usaha. Analisis faktor eksternal membantu organisasi mengenali kondisi pasar, perubahan regulasi, perkembangan teknologi, dan persaingan yang ada di lingkungan bisnis sehingga bisa memanfaatkan peluang dan mengantisipasi ancaman (Suprajitno *et al*., 2021).

1. Kekuatan (Strength)

a. Kualitas Produk yang Berkualitas dan Eksklusif

Losari Silk dikenal memiliki kualitas unggul karena memanfaatkan bahan baku sutera alami yang didatangkan dari China dan Thailand. Proses produksinya tetap mempertahankan teknik tradisional, seperti tenun gedongan dan ATBM**,** yang memerlukan keterampilan tinggi serta waktu pengerjaan yang cukup panjang, yakni sekitar 3–5 hari untuk menghasilkan satu lembar kain. Keunikan inilah yang menjadikan setiap lembar kain memiliki nilai seni, tekstur yang halus, dan daya tahan yang lebih baik dibandingkan produk buatan massal. Selain itu, seluruh motif yang dihasilkan terinspirasi dari budaya lokal Wajo, sehingga memperkuat identitas daerah pada setiap produk. Nilai eksklusif tercermin dari proses produksi yang terbatas dan sepenuhnya dikerjakan secara manual, di mana

kapasitas produksi rata-rata hanya sekitar 20–30 lembar kain per bulan untuk kain tenun. Oleh karena itu, tiap kain memiliki keunikan tersendiri dan tidak ada yang benar-benar identik. Perpaduan antara penggunaan sutera berkualitas, teknik tradisional yang terjaga, serta makna budaya lokal membuat Losari Silk mampu menegaskan posisinya sebagai produk premium dengan harga jual mencapai Rp1,5–3 juta per lembar**,** mencerminkan nilai eksklusivitas dan keunggulan mutunya.

b. Varietas Produk

Varietas produk Losari Silk mencerminkan perpaduan antara warisan budaya dan inovasi modern. Produk utama yang ditawarkan berupa kain sutera dengan lebih dari 14 motif khas Bugis yang unik dan autentik, diproduksi melalui teknik tenun tradisional maupun kombinasi modern. Selain itu, variasi produk terus dikembangkan mulai dari kain sutera klasik hingga desain yang lebih kontemporer, sehingga mampu menyesuaikan dengan tren pasar yang dinamis. Sekitar 60% dari total produksi difokuskan pada kain sutera tradisional, sementara 40% lainnya merupakan hasil inovasi desain *modern* yang menyasar segmen pasar muda dan urban Ibrahim *et al*., (2013) mengatakan Inovasi produk dan diversifikasi desain merupakan strategi penting dalam menjaga keberlangsungan usaha sutera. Losari Silk juga menghadirkan lebih dari 10 jenis produk turunan, seperti pakaian jadi (kebaya, kemeja, dress), syal, dan aksesori berbahan sutera, untuk memberikan pilihan lebih luas bagi konsumen. Diversifikasi ini berkontribusi pada peningkatan penjualan menandakan bahwa inovasi desain memiliki dampak positif terhadap daya saing produk.

c. Pengrajin Berpengalaman

Losari Silk memiliki pengrajin yang berpengalam yang telah mewarisi keterampilan menenun sutera secara turun-temurun. Tercatat sebanyak 40 orang pengrajin binaan yang telah memiliki pengalaman lebih dari 20 tahun terlibat secara langsung dalam proses produksi, di mana keterampilan dan keahlian mereka berperan penting dalam menghasilkan kain sutera berkualitas tinggi dengan motif khas yang sarat nilai seni dan budaya. Firdaus, (2021) menegaskan bahwa teknik tradisional masih dijalankan dan diwariskan antar generasi di kalangan pengrajin sutera di Wajo. Selain sebagai penjaga kualitas, pengrajin juga menjadi aset strategis dalam pengembangan inovasi desain, karena mampu beradaptasi dengan tren pasar *modern* tanpa meninggalkan identitas budaya lokal. Keberlanjutan usaha pengrajin sutera sangat ditentukan oleh kemampuan mereka beradaptasi dengan perubahan pasar dan tren konsumsi (Ibrahim *et al*., 2013).

d. Lokasi Usaha Strategis

Gerai penjualan Losari Silk merupakan penjualan kain sutera yang hanya berjarak dua kilometer dari pusat Kota Sengkang. Selain itu, berdasarkan hasil observasi gerai terletak berseberangan langsung dengan rumah produksi, sehingga konsumen tidak hanya dapat membeli produk, tetapi juga

berkesempatan melihat proses pembuatan kain sutera secara langsung. Posisi ini menjadikan Losari Silk sebagai destinasi yang menarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara, karena menggabungkan pengalaman berbelanja dengan wisata edukasi berbasis budaya. Tercatat setiap bulannya lebih dari 30 orang turis asing yang datang khusus untuk melihat kegiatan produksi dan berbelanja, Lokasi strategis tersebut memberikan nilai tambah yang membedakan Losari Silk dari pesaing, sekaligus memperkuat citra usaha sebagai pelaku ekonomi kreatif yang mengedepankan keterbukaan proses produksi dan pelestarian tradisi lokal.

e. Jaringan Penjualan yang Cukup Beragam dan Luas

Losari Silk tidak hanya mengandalkan penjualan langsung melalui gerai, tetapi juga memanfaatkan berbagai saluran distribusi lain seperti *marketplace*, *media* sosial, serta partisipasi dalam pameran wastra. Selama periode 2022–2025, Losari Silk tercatat mengikuti lebih dari 12 pameran tingkat regional dan nasional, termasuk *Sulsel Expo*, *Inacraft Jakarta*, dan *Indonesian Fashion Chamber (IFC) oleh Bank Indonesa*. Partisipasi tersebut berkontribusi terhadap peningkatan penjualan hingga 10% dibandingkan periode sebelum pandemi (2019–2021). Strategi multisaluran ini memungkinkan produk menjangkau konsumen dari berbagai segmen, mulai dari masyarakat lokal hingga wisatawan, bahkan memperluas akses pasar ke tingkat nasional. Kehadiran di pameran dan event budaya turut memperkuat citra Losari Silk sebagai produsen kain sutera bernilai budaya tinggi, sekaligus membuka peluang kolaborasi dengan desainer maupun pihak eksternal. Dengan jaringan penjualan yang variatif, Losari Silk memiliki keunggulan kompetitif dalam memperkenalkan produknya secara lebih luas, meningkatkan visibilitas merek, dan memperkuat keberlanjutan arus pendapatan.

f. Reputasi Panjang yang Telah Dibangun Sejak Lama

Usaha ini berdiri sejak tahun 1999 dan telah dikelola lintas tiga generasi, sehingga memiliki rekam jejak yang kuat dalam menjaga kualitas sekaligus mempertahankan keaslian tradisi tenun sutera Bugis Wajo. Kabupaten Wajo dikenal sebagai salah satu sentra utama penghasil sutera di Indonesia, di mana budaya menenun telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat setempat (Ibrahim *et al*., 2017). Reputasi panjang tersebut memberikan kepercayaan lebih bagi konsumen, baik lokal maupun wisatawan, karena menunjukkan konsistensi usaha dalam menghadirkan produk yang autentik dan bernilai budaya tinggi. Selain itu, keberlangsungan usaha selama lebih dari dua dekade menjadi bukti ketahanan Losari Silk menghadapi berbagai dinamika pasar, termasuk tantangan pandemi dan persaingan industri.

2. Kelemahan (Weaknesses)

a. Ketergantungan pada Bahan Baku Impor

Proses produksi kain sutera masih mengandalkan benang sutera berkualitas yang didatangkan dari Tiongkok dan Thailand, sementara upaya pengembangan bahan baku lokal melalui pemeliharaan ulat sutera dan kebun murbei lokal baru mampu memenuhi kurang dari 10% dari kebutuhan produksi. Keterbatasan ini

disebabkan oleh rendahnya produktivitas kokon lokal, menurunnya minat petani untuk membudidayakan ulat, serta keterbatasan pakan yang berdampak pada kualitas dan kontinuitas pasokan. Kondisi tersebut menimbulkan risiko ketidakstabilan harga dan ketersediaan bahan baku, sekaligus membuat Losari Silk rentan terhadap dinamika perdagangan internasional.

b. Pemanfaatan Media Sosial yang Belum Maksimal

Aktivitas promosi yang dilakukan masih sebatas menampilkan foto produk dan harga, tanpa adanya strategi konten yang lebih interaktif dan menarik seperti *storytelling* mengenai filosofi motif, penggunaan konten video (*reels*), *live shopping*, ataupun kolaborasi dengan *influencer*. Hasil observasi media sosial menunjukkan bahwa tingkat interaksi akun Losari Silk masih tergolong rendah, dengan rata-rata hanya 2–3 unggahan per minggu bahkan terhitung sejak tahun 2025 baru terdapat 3 postingan feed. Kondisi ini menyebabkan media sosial belum berfungsi optimal sebagai sarana pemasaran digital lebih dari 70% konsumen potensial di segmen milenial dan Gen Z menggunakan platform seperti Instagram dan TikTok sebagai referensi utama sebelum membeli produk fesyen lokal. Keterbatasan dalam mengelola media sosial juga membuat jangkauan pasar Losari Silk belum sepenuhnya maksimal, sehingga berpengaruh terhadap daya saing dibandingkan dengan pelaku usaha lain yang lebih adaptif dalam memanfaatkan pemasaran digital.

c. Penjualan yang Masih Fluktuatif Akibat Persaingan Ketat

Sebagai salah satu sentra utama persuteraan di Sulawesi Selatan, Kabupaten Wajo memiliki banyak pelaku usaha yang menawarkan produk kain sutera dengan beragam motif dan harga, sehingga menciptakan tingkat kompetisi yang tinggi. Kondisi ini membuat penjualan Losari Silk sering mengalami ketidakstabilan, terlebih sejak masa pandemi ketika permintaan kain sutera menurun tajam hampir di seluruh daerah. Fluktuasi penjualan tersebut tidak hanya berdampak pada arus pendapatan, tetapi juga menimbulkan tantangan dalam menjaga keberlanjutan produksi serta pemenuhan biaya operasional. Menurut pemilik usaha Losari Silk, *"Jika sebelum pandemi kami mampu menjual sekitar 100 lembar kain per bulan, maka saat ini penjualan hanya mencapai sekitar 50 lembar, bahkan terkadang kurang dari itu."* Pernyataan ini menunjukkan bahwa terjadi penurunan penjualan lebih dari 50% dibandingkan dengan kondisi normal sebelum pandemi, yang menggambarkan dampak signifikan terhadap keberlangsungan usaha. Kondisi serupa tidak hanya dialami oleh Losari Silk, tetapi juga oleh sebagian besar pelaku usaha sutera di Kabupaten Wajo, sehingga memperketat tingkat persaingan dan menambah tantangan dalam mempertahankan pangsa pasar di wilayah tersebut.

d. Belum Optimalnya Pemanfaatan Fasilitas

Lokasi UPT Persuteraan yang hanya berjarak sekitar 100 meter dari gerai Losari Silk dapat menjadi sumber daya penting dalam memperkuat ketersediaan bahan baku dan meningkatkan efisiensi produksi. Namun, fasilitas ini tidak

dimanfaatkan karena Losari Silk masih bergantung pada benang impor, sementara produksi kokon lokal belum berjalan secara berkelanjutan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi dukungan fasilitas yang tersedia dengan kebutuhan nyata usaha, sehingga melemahkan kemandirian Losari Silk. Ketidakmampuan memanfaatkan sarana sekitar juga membuat biaya produksi relatif lebih tinggi dan ketergantungan pada pasokan eksternal semakin besar.

e. Menurunnya Minat Petani Lokal untuk Memelihara Ulat Sutera

Penurunan ini terjadi karena banyak petani beralih profesi atau beralih ke komoditas lain yang dinilai lebih menguntungkan, sehingga sektor hulu persuteraan di Kabupaten Wajo mengalami kemunduran, jumlah petani pembudidaya ulat sutera berkurang drastis dari sekitar 320 petani aktif pada tahun 2015 menjadi kurang dari 100 petani pada tahun 2023 (Data Dinas Perindustrian Kabupaten Wajo)**,** atau menurun lebih dari 68%, .Kondisi tersebut berdampak langsung pada ketersediaan kokon lokal yang semakin terbatas, membuat Losari Silk sulit memperoleh bahan baku secara berkelanjutan. Selain itu, rendahnya minat petani juga disebabkan oleh tantangan teknis, seperti ukuran kokon yang kecil rata-rata (1,3 gram per kokon dibandingkan 2,1 gram untuk kokon impor), rendahnya daya adaptasi ulat terhadap lingkungan, serta keterbatasan pakan murbei, yang pada akhirnya menimbulkan kerugian waktu, tenaga, dan biaya. Kualitas kokon yang dihasilkan petani sutera di Kabupaten Wajo masih tergolong rendah. Kondisi ini berdampak pada rendahnya harga jual kokon sehingga memengaruhi pendapatan dan kesejahteraan petani sutera (Tenriawaru et al., 2021) banyak petani beralih profesi ke sektor lain seperti pertanian padi, jagung, dan perkebunan karena dianggap lebih menguntungkan dan memiliki risiko yang lebih rendah. Situasi ini memperkuat ketergantungan Losari Silk pada bahan baku impor dan menimbulkan risiko jangka panjang terhadap keberlanjutan produksi.

f. Belum Tersedianya Layanan Purna Jual yang Terstruktur

Selama ini, hubungan dengan pelanggan lebih banyak dibangun melalui interaksi di media sosial, pemberian diskon pada momen tertentu, serta komunikasi langsung dengan penjual. Namun, layanan tambahan seperti panduan perawatan kain sutera agar tetap awet atau penyediaan reparasi ringan apabila terdapat kerusakan pada benang masih sebatas wacana dan belum diterapkan secara konsisten. Ketiadaan layanan purna jual yang jelas berpotensi melemahkan loyalitas pelanggan, karena konsumen kelas menengah ke atas umumnya menilai aspek layanan setelah pembelian sebagai faktor penting dalam keputusan berulang. Hal ini juga dapat mengurangi daya saing Losari Silk dibandingkan dengan pelaku usaha lain yang sudah memberikan fasilitas perawatan produk.Hasil penelitian (Ghazali & Sholahuddin, 2024) memperlihatkan bahwa kualitas layanan (*service quality*) dan kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

3. Opportunities (Peluang)

a. Tren Global *Sustainable Fashion*

Produk sutera asli dari Kabupaten Wajo memiliki karakteristik yang sejalan dengan konsep keberlanjutan (sustainable fashion), karena diproduksi menggunakan teknik tradisional yang ramah lingkungan serta sarat nilai budaya lokal. Proses produksinya umumnya dilakukan secara manual tanpa bahan kimia sintetis berbahaya, sehingga menghasilkan emisi karbon 40–60% lebih rendah dibandingkan proses tekstil industri modern. Tren ini semakin diminati oleh pasar internasional, khususnya konsumen yang menekankan aspek etika, keaslian, dan keberlanjutan dalam memilih produk fesyen. Menurut laporan *Bain & Company* (2024), sekitar 65% konsumen global menyatakan peduli terhadap lingkungan, dan lebih dari 50% di antaranya mulai mempertimbangkan aspek keberlanjutan dalam keputusan pembelian produk fesyen. Hal ini membuka peluang besar bagi Losari Silk untuk memperluas pasar ke ranah global dengan memposisikan produknya sebagai bagian dari *sustainable fashion movement*. Selain memberikan nilai tambah ekonomi, penguatan citra sebagai produk fesyen berkelanjutan juga berpotensi meningkatkan daya tarik wisata budaya serta memperkuat identitas sutera Wajo di kancah internasional.

b. Potensi Pasar Desainer Nasional

Losari Silk telah menunjukkan *kemampuannya* menjalin kolaborasi dengan desainer ternama, misalnya melalui partisipasi pada pameran wastra binaan Bank Indonesia tahun 2025 dengan menampilkan karya bertema tenun Lagosi. Bahkan pada awal tahun 2000, Losari Silk pernah melakukan kerja sama melalui nota kesepahaman (MoU) dengan Kementerian Perindustrian yang melibatkan desainer terkenal untuk pengembangan pasar sutera. Fakta ini menunjukkan bahwa kain sutera khas Wajo memiliki daya tarik tinggi bagi kalangan desainer karena kualitas, motif unik, serta nilai budayanya yang autentik. Potensi ini dapat dimaksimalkan melalui penyediaan produk khusus, seperti kain sutera edisi terbatas atau desain *customized* sesuai kebutuhan desainer, sehingga memperluas jangkauan pasar ke industri fesyen nasional.

c. Wisata Edukasi dan Workshop Proses Tenun Sutera

Keberadaan gerai yang bersebelahan langsung dengan rumah produksi memberi nilai tambah tersendiri, karena konsumen tidak hanya membeli produk, tetapi juga dapat menyaksikan secara langsung proses pembuatan kain sutera mulai dari benang hingga menjadi kain bernilai tinggi. otensi ini dapat dikemas dalam bentuk wisata edukasi berbasis budaya, di mana wisatawan lokal maupun mancanegara memperoleh pengalaman autentik sekaligus pengetahuan tentang tradisi persuteraan Bugis Wajo. Selain itu, penyelenggaraan workshop interaktif, seperti pelatihan singkat menenun atau pewarnaan alami, dapat menjadi sumber pendapatan tambahan serta memperkuat citra Losari Silk sebagai pelaku usaha kreatif yang mengedepankan aspek budaya. Menurut penelitian Rachmaniar & Anisa, 2025 , kegiatan wisata edukasi semacam ini tidak hanya meningkatkan nilai ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas lokal dan menarik minat wisatawan

untuk berkunjung kembali. Penelitian Meng *et al*., 2024 juga menyebut bahwa pengembangan wisata edukasi pada warisan budaya takbenda tidak hanya meningkatkan kualitas sumber daya manusia, tetapi juga membantu melindungi dan mengembangkan warisan budaya tersebut agar tidak hilang.

d. Dukungan Pemerintah dan Swasta dalam Pengembangan UMKM

Dukungan ini dapat berupa penyediaan bahan baku, bantuan teknis, pelatihan, serta program pemberdayaan yang memperkuat kapasitas pelaku usaha. Sinergi dengan pemerintah, dunia usaha, dan institusi pendidikan diharapkan mampu membangun ekosistem persuteraan yang lebih berkelanjutan, mulai dari sektor hulu hingga hilir. Selain itu, peran swasta, seperti desainer, *marketplace*, hingga agen perjalanan wisata, dapat membuka akses pasar yang lebih luas sekaligus mendorong inovasi produk dan promosi. Kehadiran dukungan eksternal ini menjadi peluang strategis bagi Losari Silk untuk mengatasi keterbatasan internal, terutama dalam hal ketersediaan bahan baku dan pemanfaatan teknologi digital. Dengan adanya kolaborasi multipihak, Losari Silk berpotensi meningkatkan efisiensi produksi, memperkuat daya saing, serta menjadikan produk sutera Wajo tidak hanya sebagai komoditas ekonomi tetapi juga sebagai warisan budaya yang bernilai tinggi.

e. Peluang Peningkatan Konsumen Menengah Atas

Konsumen menengah atas yang mengutamakan kualitas dan eksklusivitas menunjukkan preferensi terhadap produk sutera asli yang memiliki keunikan motif, nilai estetika tinggi, serta jaminan keaslian. Losari Silk memiliki potensi besar untuk memenuhi kebutuhan pasar tersebut dengan menghadirkan koleksi kain sutera edisi terbatas (*limited edition*) yang dilengkapi sertifikat keaslian sebagai nilai tambah. Strategi ini tidak hanya mampu meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga memperkuat citra Losari Silk sebagai produsen kain premium yang berorientasi pada kualitas dan eksklusivitas. Seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat kelas menengah ke atas yang cenderung mencari produk beridentitas budaya sekaligus prestisius, peluang ini dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pasar domestik dan meningkatkan daya saing di pasar nasional.

f. Perkembangan Digital Marketing

Pemanfaatan platform digital seperti *Instagram*, TikTok, dan *marketplace* memberikan ruang luas bagi Losari Silk untuk menjangkau segmen konsumen yang lebih muda, khususnya generasi milenial dan Gen Z, yang memiliki perilaku konsumsi berbasis digital. Strategi pemasaran melalui konten kreatif, storytelling tentang filosofi motif, penggunaan *reels* atau *live shopping*, serta kolaborasi dengan influencer dapat memperkuat daya tarik produk dan meningkatkan keputusan pembelian. Penelitian dalam jurnal juga menekankan bahwa *content marketing* dan promosi digital terbukti efektif dalam mendorong minat beli konsumen. Dengan memanfaatkan perkembangan ini secara optimal, Losari Silk

berpeluang memperluas pangsa pasar, meningkatkan visibilitas merek, serta membangun hubungan interaktif dengan pelanggan.

4. Threats (Ancaman)

a. Tingginya Tingkat Persaingan Di Kabupaten Wajo Sebagai Sentra Persuteraan

Banyaknya pelaku usaha yang menawarkan produk kain sutera dengan beragam motif, kualitas, dan harga membuat pasar menjadi sangat kompetitif. Kondisi ini menimbulkan tantangan serius bagi Losari Silk dalam mempertahankan stabilitas penjualan, karena konsumen memiliki banyak pilihan alternatif produk. Persaingan semakin ketat ketika pelaku usaha lain mulai mengadopsi strategi pemasaran digital yang lebih agresif, sehingga berpotensi menarik pangsa pasar yang seharusnya dapat dioptimalkan oleh Losari Silk. Akibatnya, usaha ini menghadapi risiko penurunan daya saing apabila tidak segera melakukan diferensiasi produk dan inovasi pemasaran.

b. Risiko Ketidakstabilan Pasokan Bahan Baku

Ketersediaan benang sutera sangat bergantung pada impor dari Tiongkok dan Thailand, sementara produksi kokon lokal di Kabupaten Wajo terus mengalami penurunan karena rendahnya minat petani dalam membudidayakan ulat sutera. Situasi ini menyebabkan rantai pasok bahan baku tidak stabil, baik dari segi kontinuitas maupun harga, sehingga berpotensi meningkatkan biaya produksi dan menekan margin keuntungan. Selain itu, ketidakpastian pasokan bahan baku membuat Losari Silk sulit merencanakan produksi dalam jangka panjang, yang pada akhirnya dapat mengganggu kemampuan memenuhi permintaan pasar. Kondisi ini memperlihatkan bahwa ketergantungan pada sumber eksternal menimbulkan ancaman nyata terhadap keberlanjutan usaha, sehingga perlu strategi mitigasi seperti diversifikasi pemasok, penguatan sektor hulu persuteraan lokal, maupun kerja sama dengan pemerintah dan swasta dalam penyediaan bahan baku.

c. Dampak Krisis Global Atau Pandemi Terhadap Permintaan Produk Sutera

Situasi pandemi sejak tahun 2021, misalnya, telah menyebabkan penurunan penjualan kain sutera secara signifikan hampir di seluruh Kabupaten Wajo. Krisis tersebut mengganggu aktivitas ekonomi masyarakat, menurunkan daya beli konsumen, serta membatasi mobilitas yang berimbas pada terhambatnya distribusi dan partisipasi dalam pameran sebagai salah satu saluran utama pemasaran. Gina & Sabar, (2025) menyatakan Krisis yang dipicu oleh pandemi global telah menimbulkan gangguan signifikan terhadap berbagai aktivitas perekonomian. Bagi Losari Silk, kondisi ini tidak hanya berdampak pada penurunan omzet, tetapi juga menimbulkan ketidakpastian dalam menjaga keberlangsungan produksi dan keberlanjutan usaha. Ancaman serupa dapat kembali muncul apabila terjadi krisis global lain yang memengaruhi rantai pasok, daya beli masyarakat, maupun akses pasar internasional.

d. Perubahan Preferensi Pasar yang Cepat Seiring Dinamika Industri Mode

Konsumen, khususnya di segmen fesyen, cenderung mengikuti tren yang terus berubah dan menuntut inovasi produk dalam hal desain, motif, maupun gaya. Kondisi ini menimbulkan tantangan bagi Losari Silk yang masih mengandalkan teknik produksi tradisional dengan waktu pengerjaan relatif lama, sehingga kurang fleksibel dalam merespons pergeseran tren pasar secara cepat. Jika tidak mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen *modern*, Losari Silk berisiko kehilangan daya tarik di tengah meningkatnya pilihan produk tekstil lain yang lebih adaptif. Ancaman ini semakin besar karena konsumen kelas menengah ke atas yang merupakan segmen utama Losari Silk cenderung mencari produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga sesuai dengan perkembangan gaya hidup dan tren fesyen global.

e. Ketergantungan Pada Pemasok Luar Negeri Untuk Bahan Baku Utama

Hingga saat ini, Losari Silk masih mengandalkan impor benang sutera dari Tiongkok dan Thailand, sementara produksi lokal belum mampu memenuhi kebutuhan secara konsisten. Kondisi ini membuat usaha sangat rentan terhadap dinamika perdagangan internasional, seperti fluktuasi harga, keterlambatan pengiriman, hingga kebijakan ekspor-impor negara pemasok. Ketergantungan tersebut tidak hanya meningkatkan risiko biaya produksi yang tidak stabil, tetapi juga melemahkan kemandirian industri persuteraan di Kabupaten Wajo. Dalam jangka panjang, hal ini dapat menghambat keberlanjutan Losari Silk, terutama apabila terjadi gangguan pasokan global akibat faktor politik, ekonomi, atau krisis kesehatan dunia.

Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Analisis IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) merupakan metode perumusan strategi yang berfungsi menilai berbagai faktor internal dalam suatu organisasi. Tujuan utama analisis ini adalah mengenali aspek kekuatan (*strengths*) serta kelemahan (*Weaknesses*) yang dimiliki organisasi. Melalui analisis tersebut, manajemen dapat memperoleh gambaran lebih jelas mengenai kondisi internal organisasi dan bagaimana posisinya dalam persaingan maupun dinamika lingkungan bisnis. Adapun Analisis EFAS *(External Factor Analysis Summary*) merupakan teknik analisis lingkungan yang digunakan dalam proses perencanaan strategi.

Metode ini bertujuan menilai berbagai faktor eksternal yang dapat memengaruhi kinerja organisasi atau perusahaan. Melalui EFAS, faktor-faktor utama dari lingkungan luar diidentifikasi untuk melihat potensi pengaruhnya terhadap keberhasilan maupun kegagalan strategi yang dijalankan organisasi. Analisis SWOT pada penelitian ini mengacu pada tabel IFAS dan EFAS sebagai berikut:

Tabel 1. Tabel IFAS

No	Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
	Kekuatan (Strength)			
1	Kualitas produk yang berkualitas dan eksklusif	0,14	4,00	0,58
2	Varietas Produk	0,12	3,33	0,40
3	Pengrajin berpengalaman	0,10	2,67	0,26
4	Lokasi Usaha Strategis	0,13	3,67	0,49
5	Jaringan Penjualan yang Cukup Beragam dan Luas	0,10	2,67	0,26
6	Reputasi Panjang yang Telah Dibangun Sejak Lama	0,12	3,33	0,40
	Sub Total Kekuatan (S)			**2,38**
	Kelemahan (Weaknesses)			
1	Ketergantungan pada Bahan Baku Impor	0,07	2,00	0,14
2	Pemanfaatan Media Sosial yang Belum Maksimal	0,05	1,33	0,06
3	Penjualan yang Masih Fluktuatif Akibat Persaingan Ketat	0,06	1,67	0,10
4	Belum Optimalnya Pemanfaatan Fasilitas	0,04	1,00	0,04
5	Menurunnya Minat Petani Lokal untuk Memelihara Ulat Sutera	0,04	1,00	0,04
6	Belum Tersedianya Layanan Purna Jual yang Terstruktur	0,04	1,00	0,04
	Sub Total Kelemahan (W)			**0,42**
	Total IFAS	**1,00**		**2,80**

Sumber data: hasil pengelolah data Primer, 2025

Tabel 2. Tabel EFAS

No	Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
	Peluang (Opportunities)			
1	Tren Global Sustainable Fashion	0,13	3,00	0,38
2	Potensi Pasar Desainer Nasional	0,13	3,00	0,38
3	Wisata Edukasi dan Workshop Proses Tenun Sutera	0,13	3,00	0,38
4	Dukungan Pemerintah dan Swasta Dalam Pengembangan UMKM	0,08	2,00	0,17
5	Peluang Peningkatan Konsumen Menengah Atas	0,07	1,67	0,12
6	Perkembangan Digital Marketing	0,14	3,33	0,46
	Sub Total Peluang (O)			**1,87**
	Ancaman (Threats)			
1	Tingginya Tingkat Persaingan di Kabupaten Wajo Sebagai Sentra Persuteraan	0,08	2,00	0,17
2	Risiko Ketidakstabilan Pasokan Bahan Baku	0,06	1,33	0,07

No	Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
3	Dampak Krisis Global atau Pandemi Terhadap Permintaan Produk Sutera	0,07	1,67	0,12
4	Perubahan Preferensi Pasar yang Cepat Seiring Dinamika Industri Mode	0,07	1,67	0,12
5	Ketergantungan pada Pemasok Luar Negeri Untuk Bahan Baku Utama	0,06	1,33	0,07
	Sub Total Ancaman (T)			**0,55**
	Total EFAS	**1,00**		**2,42**

Sumber data: hasil pengelolah data Primer, 2025

Berdasarkan data matrix IFAS dan EFASdiatas, diketahui bahwa nilai IFAS 2,80 dan EFAS 2,42 dengan masing masing *Strength*: 2,38 *Weaknesses*:0,42 *Opportunities:*1,87 dan *Threats*: 0,55. Penentuan posisi kuadran didasarkan pada selisih hasil S-W dan O-T pada matrix IFAS dan EFAS. Sehingga perbandingan kedua nilai terhadap masing-masing skor IFAS dan EFAS di sajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Perbandingan Skor IFAS dan EFAS

IFAS (x)	S-W	2,38 - 0,42	1,96
EFAS (y)	O-T	1,87 – 0,55	1,32
	Total		3,28

Sumber data: hasil pengelolah data Primer, 2025

Analisis SWOT

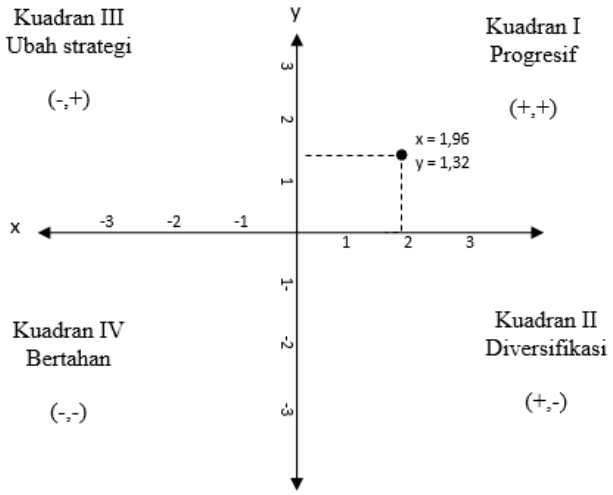
Matriks SWOT disusun untuk memadukan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan sehingga dapat dirumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan usaha. Melalui matriks ini, kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) yang dimiliki perusahaan dihubungkan dengan peluang (*Opportunities*) serta ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal. Dengan demikian, Matriks SWOT tidak hanya menampilkan kondisi perusahaan secara menyeluruh, tetapi juga memberikan arahan strategi yang dapat diambil, baik strategi SO (*Strength–Opportunities*)**,** WO (*Weaknesses–Opportunities*)**,** ST (*Strength–Threats*)**,** maupun WT (*Weaknesses–Threats*)**.** Matriks ini menjadi dasar dalam penentuan langkah strategis yang relevan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Adapun matrix SWOT disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. Matrix SWOT

Faktor Internal / **Faktor Eketernal**	**Kekuatan (S)**	**Kelemahan (W)**
	a. Kualitas produk eksklusif b. Varietas produk c. Pengrajin berpengalaman d. Lokasi usaha strategis e. Jaringan penjualan luas f. Reputasi panjang	a. Ketergantungan bahan baku impor b. Media sosial belum optimal c. Penjualan fluktuatif d. Pemanfaatan fasilitas belum maksimal e. Minat petani ulat sutera menurun f. Layanan purna jual belum ada
Peluang (O) a. Tren global sustainable fashion b. Potensi pasar desainer nasional c. Wisata edukasi dan workshop tenun d. Dukungan pemerintah dan swasta e. Peningkatan konsumen menengah atas f. Perkembangan digital marketing	**Strategi SO** a. Menggunakan kualitas dan reputasi produk untuk masuk ke pasar sustainable fashion. b. Memperluas kerja sama dengan desainer nasional berbasis inovasi produk c. Mengoptimalkan wisata edukasi dengan dukungan pemerintah dan digital marketing.	**Strategi WO** a. Memanfaatkan dukungan pemerintah dan swasta untuk mengurangi ketergantungan impor. b. Mengoptimalkan digital marketing untuk memperbaiki penjualan. c. Mengembangkan layanan purna jual untuk menarik konsumen menengah ke atas.
Ancaman (T) a. Tingginya persaingan di Wajo b. Risiko ketidakstabilan pasokan bahan baku c. Dampak krisis global/pandemic d. Perubahan preferensi pasar e. Ketergantungan pada pemasok luar negeri	**Strategi ST** a. Memanfaatkan jaringan penjualan luas untuk menghadapi persaingan b. Menggunakan reputasi lama untuk menjaga loyalitas konsumen saat krisis. c. Diversifikasi pemasok bahan baku dengan tetap menjaga kualitas.	**Strategi WT** a. Meningkatkan efisiensi biaya produksi untuk menghadapi persaingan ketat. b. Menjalin kemitraan dengan petani lokal untuk mengurangi ketergantungan pada impor. c. Menyesuaikan produk agar tetap relevan dengan tren mode yang berubah cepat.

Sumber data: hasil pengelolah data Primer, 2025

Berdasarkan perolehan nilai dari matriks IFAS dan EFAS, penentuan strategi pengembangan usaha yang sesuai dilakukan dengan memetakan hasil tersebut ke dalam kuadran SWOT sebagaimana ditampilkan pada gambar berikut:



Gambar 1. Kuadran SWOT
Sumber: Output data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis, Losari Silk berada pada Kuadran I, yaitu posisi yang paling strategis karena menggambarkan kondisi internal yang kuat sekaligus lingkungan eksternal yang penuh peluang. Posisi ini menempatkan perusahaan pada situasi yang sangat menguntungkan untuk menerapkan strategi agresif atau pertumbuhan. Artinya, Losari Silk tidak hanya dituntut untuk bertahan, tetapi juga perlu memperluas pasar, meningkatkan kapasitas produksi, serta melakukan inovasi agar bisa meraih peluang yang ada.

Dari sisi kekuatan internal, Losari Silk memiliki modal penting berupa produk eksklusif dengan kualitas tinggi, motif khas Bugis, dan nilai budaya yang terkandung dalam setiap kain sutera Wajo. Selain itu, perusahaan juga memiliki reputasi panjang yang sudah diakui sejak lama, serta ditopang oleh pengrajin berpengalaman dengan keterampilan turun-temurun. Semua ini menjadi keunggulan yang Losari Silk.

Di sisi lain, peluang eksternal yang tersedia juga sangat besar. Saat ini, tren sustainable fashion semakin diminati oleh masyarakat, khususnya pasar premium yang menghargai produk ramah lingkungan dan berbasis budaya. Pemerintah juga memberikan dukungan nyata melalui program pengembangan UMKM, pameran kerajinan, serta promosi produk lokal. Selain itu, Losari Silk berpeluang mengembangkan wisata edukasi berbasis budaya, di mana wisatawan tidak hanya membeli kain, tetapi juga dapat belajar tentang proses menenun, sehingga nilai ekonomi dan budaya bisa berjalan beriringan.

Berdasarkan kondisi tersebut, strategi agresif yang dapat diterapkan antara lain adalah memperluas pasar hingga ke tingkat nasional dan internasional dengan

mengikuti pameran kerajinan maupun memanfaatkan platform ekspor. Losari Silk juga perlu melakukan inovasi produk, misalnya dengan menambah varietas pakaian jadi, tas, dompet, atau aksesoris berbahan sutera, serta menciptakan edisi terbatas untuk menambah kesan eksklusif. Dalam hal promosi, perusahaan harus memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube dengan pendekatan storytelling budaya, agar pelanggan tidak hanya melihat produk, tetapi juga merasakan cerita dan filosofi di baliknya.

Hubungan dengan pelanggan juga sebaiknya ditingkatkan, bukan hanya sekadar transaksi jual-beli, melainkan menjadi relasi emosional yang membangun loyalitas jangka panjang. Hal ini bisa dilakukan melalui komunitas pelanggan eksklusif, layanan konsultasi desain khusus, dan pengalaman belanja yang lebih personal, baik secara online maupun offline. Di sisi lain, sumber pendapatan juga dapat diperluas, tidak hanya dari penjualan kain, tetapi juga dari workshop menenun, wisata edukasi, serta kolaborasi kreatif dengan desainer maupun instansi.

Penerapan strategi ini memang akan membuat struktur biaya lebih kompleks, karena selain biaya bahan baku dan tenaga kerja, perusahaan juga harus mengalokasikan dana untuk promosi digital, riset desain, dan pengembangan fasilitas wisata. Namun, tambahan biaya ini sebanding dengan peluang pendapatan baru yang lebih beragam dan berkelanjutan. Dengan strategi agresif, Losari Silk memiliki peluang besar untuk bertransformasi dari sekadar produsen kain tradisional menjadi ekosistem bisnis kreatif berbasis budaya. Posisi ini memungkinkan perusahaan untuk menjaga keberlanjutan usaha, memperluas jangkauan pasar hingga internasional, meningkatkan daya saing, sekaligus memperkuat identitas budaya Bugis di tengah persaingan global.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis SWOT, Losari Silk berada pada Kuadran I, yang menunjukkan posisi strategis dengan kekuatan internal yang dominan dan peluang eksternal yang luas. Kondisi ini menuntut penerapan strategi agresif yang berorientasi pada pertumbuhan dan perluasan pasar. Langkah konkret yang dapat dilakukan antara lain memperluas jangkauan pemasaran ke tingkat nasional hingga internasional melalui kemitraan dengan desainer lokal dan platform e-commerce global; melakukan inovasi produk dengan menghadirkan edisi terbatas, aksesori berbahan sutera, dan kolaborasi desain modern agar menarik segmen milenial; serta mengoptimalkan promosi digital melalui strategi *storytelling* berbasis budaya Bugis yang menonjolkan nilai tradisi dan keaslian produk.

Selain itu, pengembangan sumber pendapatan baru dapat dilakukan dengan menyelenggarakan workshop membatik sutera, tur edukatif proses tenun, dan pelatihan kriya berbasis wisata budaya untuk memperkuat posisi Losari Silk sebagai pusat ekonomi kreatif daerah. Diperlukan pula pelatihan manajemen usaha dan literasi digital bagi pengrajin, serta dukungan kebijakan pemerintah daerah dalam bentuk fasilitasi promosi, akses permodalan, dan sertifikasi produk berkelanjutan. Dengan langkah-langkah konkret tersebut, strategi agresif Losari

Silk diharapkan tidak hanya mampu meningkatkan daya saing dan memperluas pasar, tetapi juga mempertahankan identitas budaya Bugis sebagai kekuatan utama dalam keberlanjutan industri sutera Wajo.

DAFTAR PUSTAKA

(1) A. Yuniarti, Prayudhi, P., Faisal, F., Nur, A. W., & Aldi, A. (2024). Transformasi Tenun Sutera Melalui Kolaborasi Dengan Perguruan Tinggi Dalam Era Digital. *Journal Of Human And Education (Jahe)*, *4*(2), 160–166. Https://Doi.Org/10.31004/Jh.V4i2.739

(2) Aisyah, A., Nia, S., Yulianti, & Indrijawati, A. (2021). Digital Marketing Dan Kesejahteraan Ekonomi Bagi Pattennung Sabbe Desa Pakkanna Kabupaten Wajo. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, *6*(1), 18–25. Https://Doi.Org/10.23887/Jppsh.V6i1.39065

(3) Aulia, D., & Ikhwana, A. (2012). Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Sutra Dengan Pendekatan Metode Balanced Scorecard. *Jurnal Kalibrasi Sekolah Tinggi Teknologi Garut*, *10*, 12. Http://Jurnal.Sttgarut.Ac.Id

(4) Baharuddin, S., A, A. S., & Majid, A. (2023). Analisis Keunggulan Bersaing Kain Tenun Sutera Mandar (Studi Kasus Pada Pt. Wastrama Tenun Indonesia Di Kabupaten Polewali Mandar). *Poma Jurnal*, *1*(1), 84–98. Https://Doi.Org/10.47354/Poma.V1i1.577

(5) Firdaus, F. (2021). Eksistensi Tennung Walida (Gedogan) Kain Sutera Di Desa Rumpia Kecamatan Majauleng Kabupaten Wajo. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, *9*(3), 366–372. Https://Doi.Org/10.26618/Equilibrium.V9i3.6059

(6) Fitryani, V., Sucihati, R. N., & Sari, S. P. (2020). Issn (P) : 2089-1210, E-Issn : 2580-7285. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *8*(2), 107–115.

(7) Ghazali, Y. A., & Sholahuddin, M. (2024). The Effect Of Product Quality And Service Quality On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As An Intervening Variable (Case Study On Muslim Fashion Stores In Wonogiri). *Indonesian Interdisciplinary Journal Of Sharia Economics (Iijse)*, *7*(3), 5146–5166.

(8) Gina, N. A., & Sabar, W. (2025). Determinasi Pdrb, Upah Minimum Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Tingkat Pengangguran. *Bulletin Of Economic Studies (Best) Volume*, *5*(1), 71–82. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.24252/Best.V5i1.58570 Determinasi

(9) Hasdiansa, I. W., & Hasbiah, S. (2023). Electronic-Based Marketing Strategies In Building Competitive Advantages In Silk Weaving Small Businesses In Wajo District. *Indonesian Journal Of Business And Entrepreneurship Research*, *1*(2), 100–106.

Https://Doi.Org/10.62794/Ijober.V1i2.144

(10) Ibrahim, H., Amanah, S., Gani, D. S., & Purnaningsih, N. (2013). Analisis Keberlanjutan Usaha Pengrajin Ekonomi Kreatif Kerajinan Suteradi Provinsi Sulawesi Selatan. In *J Tek Ind Pert* (Vol. 23, Issue 3).

(11) Ibrahim, H., Zain, M. M., Sugiarti, A., & Rauf, A. (2017). *Profil Wilayah Dan Karakteristik Pengrajin Dalam Pemanfaatan Kerajinan Sutera Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Wajo*. 459–479.

(12) Lubis, U. S., Wulandari, N., Wahyudi, I., Widiyanto, A., Wibowo, E. A., Hakim, L., Apriyansyah, B., Hardiati, N., Swastika, A. Y., & Meyzia, B. (2025). Digital Marketing Strategies In Expanding The Market For Msme Creative Products In Indonesia—State Of Art. *Frontiers In Communication*, *10*(October), 1647391. Https://Doi.Org/10.3389/Fcomm.2025.1647391

(13) Meng, L., Yan, F., Fang, Q., & Si, W. (2024). Research On The Educational Tourism Development Of Intangible Cultural Heritage: Suitability, Spatial Pattern, And Obstacle Factor. *Sustainability (Switzerland)* , *16*(11), 1–28. Https://Doi.Org/10.3390/Su16114647

(14) Putra, H. S., Harahap, A. Y., & Ibrahim, S. S. (2024). Strategy To Increase Sales Volume Through Marketing Mix In Los Lhokseumawe Market. *Journal Of Management And Business Innovations*, *06*(2), 28–38. Https://Creativecommons.Org/Licenses/By/4.0/.%0a28

(15) Rachmaniar, R., & Anisa, R. (2025). Local Based Educational Tourism Development Strategy Management In East Java. *Brilliant International Journal Of Management And Tourism*, *5*(2), 142–147. Https://Doi.Org/10.55606/Bijmt.V5i2.4453

(16) Salsabilla, N. F., & Nisa, F. L. (2024). Ekonomi Kreatif Dalam Pasar Global: Tren, Peluang, Dan Ancaman. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, *2*(4), 234–243.

(17) Sulolipu, A. A., Soetjipto, B. E., Wahyono, H., & Haryono, A. (2022). Silk Weaving Business Sustainability As A Cultural Heritage Of Indonesia: A Case Study In Wajo Regency, South Sulawesi. *Industria Textila*, *73*(02), 184–190. Https://Doi.Org/10.35530/It.073.02.202056

(18) Suprajitno, S., Zaenuri, I., & Muliyadi, M. (2021). Difference In Swot Analysis Factors : A Systematic Review. *Jurnal Ners Dan Kebidanan (Journal Of Ners And Midwifery)*, *8*(1), 130–137. Https://Doi.Org/10.26699/Jnk.V8i1.Art.P130-137

(19) Susanty, A., Puspitasari, N. B., Siahaan, G. S., Setiawan, S., & Syafrudin, M. (2025). Factors Influencing The Intention Of Textile And Garment Smes To Adopt Digital Technologies And Its Impact On Performance. *Scientific Reports*, *15*(1), 1–24. Https://Doi.Org/10.1038/S41598-025-94625-7

(20) Tenriawaru, A. N., Fudjaja, L., Jamil, M. H., Rukka, R. M., Anisa, A., & Halil. (2021). Natural Silk Agroindustry In Wajo Regency. *Iop Conference Series: Earth And Environmental Science*, *807*(3). Https://Doi.Org/10.1088/1755-1315/807/3/032057

(21) Ulfa, S., Br Sinulingga, T. E., & Sinulingga, J. (2023). Kain Tenun Tradisional: Warisan Budaya Dan Industri Kreatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7*(3), 29709–29715. Https://Www.Jptam.Org/Index.Php/Jptam/Article/View/11780

(22) Zahrosa, D. B., Setiyono, S., Slameto, S., Prihatin, J., Maharani, A. D., & Amam, A. (2023). Natural Silk Development Strategy In East Java Province. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan*, *33*(3), 403–412. Https://Doi.Org/10.21776/Ub.Jiip.2023.033.03.10