

Strategi Penguatan Kapasitas Kewirausahaan Komunitas Tenun Buton Melalui Inkubasi Bisnis Berbasis Digital

Evi Trisetiyasi^{1*}, La Ode Zainudin², Debi La Husen³, Armiyani⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Buton, Kota Baubau, Indonesia^{1,2,3}

*Email Korespondensi: evitrisetiyasi01@gmail.ac.id

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted 27-08-2026

Received 01-09-2026

Published 03-09-2026

Keywords:

Entrepreneurial Capacity;

Buton Weaving;

Digital Business Incubation;

Local Creative Economy;

Community Empowerment.

Kata Kunci:

Kapasitas Kewirausahaan;

Tenun Buton;

Inkubasi Bisnis Digital;

Ekonomi Kreatif Lokal;

Pemberdayaan Komunitas.

ABSTRACT

Buton weaving is a local cultural heritage possessing historical, artistic, and economic value, with the potential to be developed as part of a community-based creative economy. However, the development of weaving enterprises still faces limitations regarding entrepreneurial capacity, business management, product innovation, and the utilization of digital technology. This study aims to analyze the entrepreneurial capacity of the Buton weaving community—specifically in terms of knowledge, skills, and attitudes—identify obstacles to digital-based business development, formulate a digital-based business incubation model, and devise strategies to strengthen the community's entrepreneurial capacity. The study employs a qualitative approach using a case study method. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation, and subsequently analyzed via data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results indicate that the community possesses strengths in weaving knowledge and production skills, as well as motivation to preserve local culture. However, capabilities in business management, business planning, branding, digital marketing, product innovation, and technology utilization require strengthening. The study proposes a digital-based business incubation model comprising stages of potential mapping, entrepreneurship training, digital literacy, business mentoring, digital implementation, and monitoring and evaluation, aimed at fostering independent and sustainable enterprises.

ABSTRAK

Tenun Buton merupakan warisan budaya lokal yang memiliki nilai sejarah, seni, dan ekonomi, serta berpotensi dikembangkan sebagai bagian dari ekonomi kreatif berbasis masyarakat. Namun, pengembangan usaha tenun masih menghadapi kendala terkait kapasitas kewirausahaan, manajemen bisnis, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kapasitas kewirausahaan komunitas penenun Buton—khususnya dalam hal pengetahuan, keterampilan, dan sikap—mengidentifikasi hambatan dalam pengembangan usaha berbasis digital, merumuskan model inkubasi usaha berbasis digital, serta merancang strategi untuk memperkuat kapasitas kewirausahaan komunitas tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan

kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kekuatan dalam pengetahuan menenun dan keterampilan produksi, serta motivasi untuk melestarikan budaya lokal. Namun, kemampuan dalam manajemen bisnis, perencanaan bisnis, branding, pemasaran digital, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi perlu ditingkatkan. Studi ini mengusulkan model inkubasi bisnis berbasis digital yang mencakup tahapan pemetaan potensi, pelatihan kewirausahaan, literasi digital, pendampingan bisnis, implementasi digital, serta pemantauan dan evaluasi, yang bertujuan untuk membina usaha-usaha yang mandiri dan berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Tenun Buton merupakan salah satu kekayaan budaya lokal yang memiliki nilai historis, artistik, sosial, dan ekonomi bagi masyarakat Buton (Hermina, 2025). Kegiatan menenun tidak hanya menghasilkan produk sandang, tetapi juga menjadi bagian dari proses pewarisan pengetahuan, keterampilan, motif, dan identitas budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya. Di Kabupaten Buton Tengah, misalnya, pengembangan kain tenun khas Buton masih mempertahankan proses produksi tradisional dan memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi berbagai produk kreatif yang bernilai ekonomi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tenun tidak hanya penting sebagai warisan budaya, tetapi juga memiliki potensi sebagai basis pengembangan ekonomi kreatif masyarakat (Ridzal et al, 2023).

Potensi ekonomi tenun juga terlihat pada berbagai komunitas perajin di Indonesia. Produksi kain tenun dapat membuka kesempatan kerja, mendukung pelestarian budaya, serta memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekonomi masyarakat. Penelitian mengenai Kampung Tenun Khatulistiwa menunjukkan bahwa kegiatan produksi tenun dapat menjadi sarana pemberdayaan masyarakat melalui penciptaan aktivitas ekonomi sekaligus pelestarian warisan budaya (Hidayah et al, 2024). Namun, pengembangan usaha berbasis tenun tidak cukup hanya mengandalkan kemampuan produksi. Pengrajin juga perlu memiliki kemampuan untuk mengelola usaha, membaca kebutuhan pasar, melakukan inovasi, membangun merek, serta memanfaatkan perkembangan teknologi dalam memperluas pemasaran (Rachmatsyah, 2025).

Dalam konteks masyarakat Buton, kemampuan teknis dalam menghasilkan kain tenun merupakan kekuatan utama yang dimiliki oleh para perajin (Azwar dan Arsyiah, 2025). Pengetahuan mengenai teknik menenun, penggunaan motif tradisional, serta nilai budaya yang terkandung dalam setiap produk menjadi modal penting bagi keberlanjutan tenun Buton. Akan tetapi, berdasarkan kondisi awal yang menjadi fokus penelitian ini, kemampuan tersebut belum sepenuhnya diikuti dengan kapasitas kewirausahaan yang memadai. Masih terdapat

keterbatasan dalam penyusunan *business plan*, pengelolaan usaha, pengembangan merek, inovasi produk, pengelolaan pemasaran, serta pemanfaatan media digital.

Permasalahan tersebut menjadi semakin penting di tengah perubahan pola konsumsi dan perkembangan teknologi digital. Transformasi digital membuka peluang bagi usaha mikro dan kecil untuk memperluas akses pasar, membangun komunikasi dengan konsumen, dan memperkenalkan produk lokal kepada pasar yang lebih luas (Septi et al, 2025). Namun, transformasi tersebut juga menuntut kesiapan sumber daya manusia dan kemampuan pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi secara tepat. Kajian mengenai *digital entrepreneurship* menunjukkan bahwa pengembangan usaha digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga dengan kapasitas pelaku usaha dalam membangun strategi dan memanfaatkan peluang yang muncul dari proses digitalisasi (Khairani et al, 2025).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha berbasis kerajinan dan kearifan lokal masih menghadapi persoalan keterbatasan literasi digital, rendahnya pemanfaatan media sosial dan *marketplace*, serta lemahnya strategi pemasaran. Penelitian pada UMKM berbasis kearifan lokal menunjukkan bahwa integrasi nilai budaya lokal dengan strategi digital dapat meningkatkan keterlibatan konsumen, memperkuat loyalitas, dan mendukung keberlanjutan usaha (Kurniawati et al, 2024). Penelitian lain mengenai UMKM tenun tradisional juga memperlihatkan bahwa pelatihan *digital marketing*, penguatan *branding*, dan pendampingan praktis dapat membantu perajin meningkatkan kemampuan promosi dan memperluas akses pasar (Korry et al, 2025).

Permasalahan yang hampir sama juga ditemukan pada berbagai komunitas tenun di Indonesia. Perajin tenun di Desa Nita, Kabupaten Sikka, misalnya, menghadapi keterbatasan dalam adopsi teknologi digital dan pengelolaan promosi daring (Siu et al, 2026). Upaya peningkatan kapasitas dilakukan melalui pemetaan kebutuhan, pelatihan pemasaran digital, pengembangan katalog produk, serta pendampingan penggunaan media sosial dan *e-commerce* (Fatmawati et al, 2025). Di sisi lain, pengembangan tenun di daerah lain juga menunjukkan bahwa persoalan tidak hanya terletak pada pemasaran, tetapi berkaitan pula dengan pengelolaan keuangan, kapasitas sumber daya manusia, inovasi, dan penguatan kelembagaan (Na'imah et al, 2026).

Hal tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha tenun memerlukan pendekatan yang lebih menyeluruh. Pelatihan pemasaran digital saja belum cukup apabila tidak diikuti dengan peningkatan kemampuan kewirausahaan dan pendampingan usaha secara berkelanjutan. Perajin perlu memahami hubungan antara perencanaan usaha, pengembangan produk, *branding*, pemasaran digital, pengelolaan sumber daya, dan pembangunan jejaring usaha. Dengan kata lain, diperlukan suatu proses penguatan kapasitas yang tidak hanya memberikan pelatihan sesaat, tetapi mampu mendampingi komunitas dalam proses perubahan dan pengembangan usaha.

Salah satu pendekatan yang relevan adalah inkubasi bisnis berbasis digital. Inkubasi bisnis dapat dipahami sebagai proses pendampingan yang membantu pelaku usaha

meningkatkan kemampuan dalam mengembangkan ide, mengelola usaha, melakukan inovasi, membangun jaringan, serta mengakses peluang pasar (Fardila dan Harto, 2024). Dalam konteks usaha berbasis budaya, pendekatan inkubasi perlu disesuaikan dengan karakteristik sosial dan budaya masyarakat setempat. Pendekatan yang bersifat partisipatif menjadi penting karena perajin tidak hanya ditempatkan sebagai penerima program, tetapi sebagai pihak yang terlibat dalam proses identifikasi masalah, penyusunan kebutuhan, penerapan inovasi, dan evaluasi pengembangan usaha.

Pendekatan tersebut juga sejalan dengan berbagai studi pemberdayaan komunitas berbasis kerajinan. Penguatan usaha tradisional melalui pelatihan keterampilan, pemasaran digital, dan pendampingan partisipatif dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan potensi lokal sebagai sumber ekonomi (Junaedi dan Rojali (2024). Selain itu, kolaborasi antara masyarakat, pemerintah, perguruan tinggi, dan pelaku usaha menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal, khususnya dalam menghadapi keterbatasan modal, sumber daya manusia, dan akses pasar (Muandar, 2026).

Mengenai pengembangan tenun sebelumnya telah memberikan kontribusi penting. Hidayah et al, (2024), menunjukkan bahwa produksi kain tenun di Kampung Tenun Khatulistiwa berperan dalam pemberdayaan masyarakat, pelestarian warisan budaya, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan ekonomi lokal. Namun, penelitian tersebut lebih menekankan pada aspek pemberdayaan melalui kegiatan produksi dan dampak ekonomi, sehingga belum secara khusus mengembangkan model penguatan kapasitas kewirausahaan berbasis digital.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Kurniawati et al (2024), mengenai strategi pemasaran UMKM berbasis kearifan lokal di Pulau Adonara menekankan pentingnya *digital marketing* dalam meningkatkan daya saing produk tenun. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi digital, inovasi motif, dan pelatihan pemasaran dapat membantu memperluas peluang pasar produk berbasis kearifan lokal. Meskipun demikian, fokus penelitian masih berada pada strategi pemasaran dan peningkatan daya saing produk, belum secara khusus mengintegrasikan aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan ke dalam sebuah model inkubasi bisnis yang berkelanjutan (Maruf, A. 2025).

Selain itu, sejumlah penelitian tentang pengembangan UMKM berbasis kearifan lokal menunjukkan bahwa pelestarian nilai budaya perlu berjalan seiring dengan inovasi dan adaptasi terhadap perkembangan pasar. Kearifan lokal dapat menjadi sumber keunggulan bersaing apabila mampu diintegrasikan dengan orientasi kewirausahaan, inovasi, dan pemanfaatan teknologi (Ngamal et al, 2026). Oleh karena itu, pengembangan tenun Buton perlu diarahkan bukan hanya untuk mempertahankan bentuk tradisionalnya, tetapi juga memperkuat kemampuan komunitas dalam mengelola dan mengembangkan potensi budaya tersebut menjadi usaha yang berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dilihat adanya kesenjangan penelitian. Sebagian penelitian terdahulu berfokus pada pemberdayaan perajin melalui produksi, pelestarian budaya, pemasaran digital, *branding*, atau peningkatan daya saing. Namun, masih terbatas penelitian

yang secara khusus mengintegrasikan analisis kapasitas kewirausahaan, kebutuhan digitalisasi, model inkubasi bisnis, dan strategi penguatan kapasitas dalam satu pendekatan yang disesuaikan dengan karakteristik komunitas tenun Buton.

Penelitian ini menawarkan pendekatan yang lebih terintegrasi melalui pengembangan model inkubasi bisnis berbasis digital untuk komunitas tenun Buton. Kebaruan penelitian terletak pada tiga aspek utama. Pertama, penelitian menganalisis kapasitas kewirausahaan komunitas secara lebih menyeluruh melalui aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan. Kedua, penelitian merumuskan model inkubasi bisnis berbasis digital yang disesuaikan dengan karakteristik sosial, budaya, dan ekonomi komunitas tenun Buton. Ketiga, penelitian menyusun strategi penguatan kapasitas yang menghubungkan *business plan*, pengelolaan usaha, *branding* produk, *digital marketing*, inovasi produk, jejaring kemitraan, dan pendampingan berkelanjutan.

Dengan demikian, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kondisi kapasitas kewirausahaan komunitas tenun Buton ditinjau dari aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan?
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kendala dalam pengembangan usaha tenun Buton berbasis digital?
3. Bagaimana model inkubasi bisnis berbasis digital yang sesuai untuk memperkuat kapasitas kewirausahaan komunitas tenun Buton?
4. Bagaimana strategi penguatan kapasitas kewirausahaan komunitas tenun Buton melalui inkubasi bisnis berbasis digital?

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi kapasitas kewirausahaan komunitas tenun Buton, mengidentifikasi kendala dalam pengembangan usaha berbasis digital, merumuskan model inkubasi bisnis berbasis digital yang sesuai dengan karakteristik komunitas, serta menyusun strategi penguatan kapasitas kewirausahaan yang aplikatif dan berkelanjutan.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan arah pengembangan bagi komunitas tenun Buton dalam meningkatkan kemampuan mengelola usaha tanpa meninggalkan nilai budaya lokal yang menjadi identitas produk.

METODE

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai kondisi kapasitas kewirausahaan komunitas tenun Buton serta strategi penguatannya melalui inkubasi bisnis berbasis digital. Pendekatan ini dipilih karena permasalahan penelitian bersifat kontekstual, berbasis komunitas, dan dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, serta ekonomi lokal.

2. Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada komunitas perajin tenun Buton yang aktif dalam kegiatan produksi dan pemasaran tenun tradisional. Subjek penelitian meliputi perajin tenun,

pengelola komunitas, serta pemangku kepentingan terkait yang terlibat dalam pengembangan usaha tenun berbasis komunitas.

3. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan diskusi kelompok terarah (FGD). Data sekunder diperoleh dari dokumen komunitas, laporan kegiatan, kebijakan terkait ekonomi kreatif, serta literatur ilmiah yang relevan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui:

- Observasi untuk mengamati aktivitas produksi dan pengelolaan usaha tenun,
- Wawancara mendalam untuk menggali informasi terkait kapasitas kewirausahaan dan kendala digitalisasi,
- Studi dokumentasi untuk melengkapi dan memperkuat temuan lapangan.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif-kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik pengumpulan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kondisi Kapasitas Kewirausahaan Komunitas Tenun Buton

Kapasitas kewirausahaan dalam penelitian ini dilihat dari tiga aspek, yaitu pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan. Ketiga aspek tersebut saling berkaitan dalam menentukan kemampuan komunitas dalam mengembangkan usaha tenun secara berkelanjutan.

a. Pengetahuan Kewirausahaan

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa pengetahuan para perajin tenun Buton cukup kuat pada hal-hal yang berkaitan dengan proses produksi dan budaya. Para perajin mengetahui cara menggunakan alat tenun, memilih bahan, mengatur proses pembuatan kain, serta mengenali motif-motif tradisional yang menjadi ciri khas tenun Buton.

Pengetahuan tersebut sebagian besar diperoleh melalui pengalaman dan proses belajar secara turun-temurun. Bagi para perajin, kemampuan menenun bukan hanya keterampilan untuk menghasilkan produk, tetapi juga bagian dari kehidupan dan identitas budaya masyarakat Buton.



Gambar 1. Aktivitas Produksi Tenun Buton

Sumber: Dokumentasi penelitian, 2026.

Namun, ketika pembahasan diarahkan pada pengelolaan usaha, ditemukan bahwa pengetahuan para perajin masih perlu diperkuat. Sebagian perajin belum terbiasa menyusun *business plan*, menentukan target pasar, membuat strategi branding, melakukan pencatatan usaha secara teratur, maupun menyusun strategi pengembangan produk.

Hal yang sama terlihat pada pengetahuan mengenai pemasaran digital. Media sosial sudah dikenal dan digunakan, tetapi pemanfaatannya belum sepenuhnya diarahkan sebagai bagian dari strategi bisnis. Media digital lebih banyak digunakan untuk komunikasi dan penyampaian informasi sederhana, belum secara optimal dimanfaatkan untuk membangun merek, membuat katalog produk, menjangkau konsumen baru, dan memperluas pasar.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan teknis produksi yang sudah dimiliki dengan pengetahuan kewirausahaan dan digital yang masih perlu dikembangkan.



Gambar 2. Pemetaan Pengetahuan Kewirausahaan Komunitas Tenun Buton

Sumber: Hasil analisis data penelitian, 2026.

Gambar tersebut memperlihatkan bahwa pengetahuan produksi dan budaya merupakan modal utama komunitas. Sementara itu, pengetahuan mengenai pengelolaan usaha dan pemasaran digital masih menjadi bagian yang perlu mendapatkan perhatian dalam proses pengembangan kapasitas kewirausahaan.

b. Keterampilan Kewirausahaan

Dari sisi keterampilan, kemampuan produksi menjadi salah satu kekuatan utama komunitas. Hasil observasi memperlihatkan bahwa para perajin telah memiliki pengalaman dalam menghasilkan kain tenun dengan menggunakan alat tenun tradisional.

Mereka mampu mempertahankan teknik produksi dan motif yang menjadi ciri khas tenun Buton.



Gambar 3. Keterampilan Produksi Tenun Tradisional

Sumber: Dokumentasi penelitian, 2026.

Kemampuan tersebut merupakan modal penting karena pengembangan usaha tenun tidak dapat dilepaskan dari kualitas dan keaslian produk. Produk yang dihasilkan memiliki nilai budaya yang tidak mudah ditemukan pada produk tekstil biasa.

Akan tetapi, keterampilan yang mendukung pengembangan usaha masih belum sekuat keterampilan produksi. Hal ini terlihat dari keterbatasan dalam membuat foto produk yang menarik, membuat konten promosi, menyusun katalog digital, mengelola media sosial untuk bisnis, menggunakan marketplace, serta memberikan pelayanan kepada konsumen melalui media digital.

Dengan kata lain, komunitas sudah memiliki kemampuan untuk menghasilkan produk, tetapi masih membutuhkan keterampilan untuk memperkenalkan, memasarkan, dan mengembangkan produk tersebut di pasar yang lebih luas.

Kondisi ini menjadi penting karena produk budaya yang berkualitas belum tentu mampu berkembang secara ekonomi apabila tidak didukung oleh kemampuan pemasaran dan pengelolaan usaha yang baik.



Gambar 4. Pemetaan Keterampilan Kewirausahaan

Sumber: Hasil analisis data penelitian, 2026.

Hasil tersebut memperlihatkan bahwa pengembangan kapasitas tidak harus dimulai dari aspek produksi karena kemampuan produksi sudah menjadi kekuatan komunitas. Penguatan justru perlu diarahkan pada keterampilan pendukung usaha, terutama manajemen dan digitalisasi.

c. Sikap Kewirausahaan

Aspek berikutnya yang ditemukan dalam penelitian adalah sikap kewirausahaan. Berdasarkan wawancara dengan para perajin, terlihat adanya keinginan yang kuat untuk mempertahankan kegiatan menenun dan menjaga keberadaan tenun Buton sebagai bagian dari identitas budaya masyarakat.

Bagi perajin, menenun tidak hanya berkaitan dengan kegiatan ekonomi. Kegiatan tersebut juga memiliki nilai budaya dan menjadi bagian dari warisan yang perlu dipertahankan. Hal ini menjadi modal sosial yang penting bagi keberlanjutan tenun Buton.



Gambar 5. Wawancara dan Identifikasi Kondisi Perajin Tenun Buton

Sumber: Dokumentasi penelitian, 2026.

Di sisi lain, keinginan untuk mencoba hal baru dalam pengembangan usaha masih perlu diperkuat. Sebagian perajin masih membutuhkan pendampingan ketika harus mencoba strategi pemasaran baru, menggunakan teknologi digital, mengembangkan desain produk, maupun menjangkau konsumen yang belum pernah menjadi pelanggan sebelumnya.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa motivasi untuk mempertahankan tenun Buton sudah menjadi kekuatan, sedangkan keberanian untuk melakukan inovasi bisnis dan memanfaatkan teknologi masih perlu ditingkatkan.



Gambar 6. Pemetaan Sikap Kewirausahaan

Sumber: Hasil analisis data penelitian, 2026.

d. Ringkasan Kapasitas Kewirausahaan

Dari ketiga aspek tersebut dapat dilihat bahwa komunitas tenun Buton sebenarnya telah memiliki modal awal yang kuat. Modal tersebut berupa kemampuan produksi, pengetahuan mengenai budaya, pengalaman menenun, dan motivasi untuk mempertahankan warisan budaya.

Permasalahan yang ditemukan lebih banyak berkaitan dengan bagaimana modal budaya tersebut dikembangkan menjadi kegiatan usaha yang lebih terencana dan mampu mengikuti perubahan pasar.



Gambar 7. Ringkasan Kapasitas Kewirausahaan Komunitas Tenun Buton

Sumber: Hasil analisis data penelitian, 2026.

2. Faktor-Faktor yang Menjadi Kendala dalam Pengembangan Usaha Tenun Buton Berbasis Digital

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, pengembangan usaha tenun Buton menghadapi beberapa kendala yang saling berhubungan. Kendala tersebut tidak hanya berasal dari kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga berkaitan dengan sumber daya manusia, manajemen usaha, inovasi produk, dan jejaring kemitraan.

a. Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Kemampuan produksi para perajin sudah terbentuk melalui pengalaman yang cukup panjang. Namun, kemampuan yang berkaitan dengan pengelolaan usaha, pemasaran digital, pembuatan konten, dan pemanfaatan teknologi masih perlu diperkuat.

b. Pengelolaan Usaha Belum Terencana

Pengelolaan usaha masih banyak dilakukan berdasarkan pengalaman sehari-hari. Perencanaan bisnis secara tertulis, termasuk target pasar, strategi pemasaran, pengembangan produk, dan rencana pengembangan usaha, belum menjadi kebiasaan.

Kondisi ini membuat usaha sulit berkembang secara terarah karena keputusan usaha lebih banyak dilakukan berdasarkan kondisi yang sedang dihadapi.

c. Pemanfaatan Teknologi Digital Belum Optimal

Teknologi digital sebenarnya memberikan peluang untuk memperkenalkan tenun Buton kepada konsumen di luar daerah. Namun, pemanfaatannya masih perlu ditingkatkan, terutama untuk membuat konten, membangun identitas merek, menampilkan katalog produk, dan menjangkau konsumen melalui media digital.

d. Inovasi Produk Masih Perlu Dikembangkan

Kekuatan utama produk terletak pada motif dan nilai budaya. Tantangannya adalah bagaimana kekuatan tersebut diterjemahkan menjadi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen saat ini tanpa menghilangkan karakter lokalnya.

e. Jejaring Kemitraan Perlu Diperkuat

Pengembangan usaha tenun juga membutuhkan dukungan dari pihak lain, seperti perguruan tinggi, pemerintah daerah, komunitas kreatif, pelaku usaha, dan pihak yang memiliki akses pasar. Jejaring tersebut dapat membantu komunitas dalam memperoleh pengetahuan, promosi, pendampingan, dan akses pasar.



Gambar 8. Faktor Kendala Pengembangan Usaha Tenun Buton

Sumber: Hasil analisis data penelitian, 2026.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat dipahami bahwa digitalisasi usaha tidak dapat dilakukan secara terpisah. Penggunaan teknologi harus disertai dengan peningkatan kemampuan sumber daya manusia, perbaikan manajemen, pengembangan produk, dan penguatan jejaring.

3. Model Inkubasi Bisnis Berbasis Digital

Berdasarkan kondisi yang ditemukan, penelitian ini merumuskan model inkubasi bisnis berbasis digital yang disesuaikan dengan karakteristik komunitas tenun Buton.

Model ini dimulai dari pemetaan potensi karena pengembangan usaha harus dibangun dari kekuatan yang sudah dimiliki komunitas. Setelah itu, dilakukan penguatan kewirausahaan dan literasi digital. Pengetahuan yang diperoleh kemudian diterapkan melalui pendampingan usaha.



Gambar 9. Model Inkubasi Bisnis Berbasis Digital Komunitas Tenun Buton

Sumber: Hasil analisis dan perumusan model penelitian, 2026.

a. Tahap pertama: Pemetaan potensi

Pemetaan dilakukan untuk mengetahui kemampuan awal komunitas, mulai dari kemampuan produksi, pengetahuan mengenai produk, pengelolaan usaha, pemanfaatan teknologi, hingga kebutuhan pengembangan usaha.

Hasil pemetaan menunjukkan bahwa kemampuan produksi dan pengetahuan budaya merupakan kekuatan yang perlu dipertahankan. Sementara itu, manajemen usaha dan kemampuan digital menjadi bagian yang perlu mendapatkan penguatan.

b. Tahap kedua: Pelatihan kewirausahaan

Pelatihan diarahkan pada hal-hal yang benar-benar dibutuhkan oleh perajin, seperti penyusunan business plan sederhana, pengembangan produk, branding, dan strategi pemasaran.

c. Tahap ketiga: Literasi digital

Literasi digital diarahkan pada kemampuan yang praktis dan mudah diterapkan, seperti membuat foto produk, membuat konten sederhana, mengelola media sosial, membuat katalog digital, dan mengenal marketplace.

d. Tahap keempat: Pendampingan usaha

Pendampingan dilakukan agar pengetahuan yang diperoleh tidak berhenti pada kegiatan pelatihan. Perajin didampingi dalam mencoba menerapkan pengetahuan tersebut pada usaha mereka sendiri.

e. Tahap kelima: Implementasi digital

Pada tahap ini, produk tenun mulai diperkenalkan melalui media digital. Produk dapat didukung dengan foto yang lebih baik, informasi produk, identitas merek, katalog, dan konten yang menceritakan nilai budaya tenun Buton.

f. Tahap keenam: Monitoring dan evaluasi

Monitoring dilakukan untuk melihat perubahan setelah proses pelatihan dan pendampingan. Evaluasi dilakukan dengan melihat praktik yang telah diterapkan oleh komunitas, bukan hanya berdasarkan kehadiran dalam kegiatan.

4. Strategi Penguatan Kapasitas Kewirausahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguatan kapasitas kewirausahaan perlu dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan. Pelatihan saja tidak cukup apabila tidak diikuti dengan praktik dan pendampingan.

Strategi yang dirumuskan dalam penelitian ini mencakup enam bagian utama, yaitu *business plan*, branding produk, digital marketing, inovasi produk, jejaring kemitraan, dan pendampingan berkelanjutan.



Gambar 10. Strategi Penguatan Kapasitas Kewirausahaan

Sumber: Hasil analisis penelitian, 2026.

a. Penyusunan *Business Plan*

Business plan menjadi salah satu bagian penting karena membantu perajin melihat usaha secara lebih terarah. Penyusunan *business plan* diarahkan pada kondisi sederhana dan mudah digunakan, seperti jenis produk, target konsumen, harga, strategi pemasaran, kebutuhan produksi, dan rencana pengembangan usaha.

b. Penguatan Branding Produk

Tenun Buton memiliki cerita dan nilai budaya yang kuat. Nilai tersebut dapat menjadi bagian dari branding produk. Dengan demikian, konsumen tidak hanya membeli kain, tetapi juga mengenal cerita, motif, dan identitas budaya yang terdapat pada produk.



Gambar 11. Produk dan Motif Tenun Buton sebagai Identitas Produk

Sumber: Dokumentasi penelitian, 2026.

c. Pengembangan Digital Marketing

Digital marketing diarahkan untuk membantu perajin memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas. Media sosial dapat digunakan untuk menampilkan produk, proses pembuatan, cerita di balik motif, serta informasi mengenai cara memperoleh produk.

d. Inovasi Produk

Inovasi produk dilakukan dengan tetap mempertahankan identitas tenun Buton. Pengembangan dapat diarahkan pada variasi produk, desain, ukuran, fungsi, maupun kemasan sehingga produk lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen saat ini.

e. Penguatan Jejaring Kemitraan

Jejaring dengan perguruan tinggi, pemerintah, komunitas kreatif, pelaku usaha, dan pihak lainnya penting untuk membuka peluang pengembangan usaha. Kemitraan dapat mendukung kegiatan pelatihan, promosi, pengembangan produk, maupun perluasan pasar.

f. Pendampingan Berkelanjutan

Pendampingan diperlukan agar perubahan yang diharapkan dapat berlangsung secara bertahap. Pendampingan dapat dilakukan dengan melihat langsung perkembangan produk, pemasaran, pengelolaan usaha, dan penggunaan media digital oleh komunitas.

KESIMPULAN

Komunitas tenun Buton memiliki potensi yang kuat untuk dikembangkan sebagai bagian dari ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal. Kekuatan tersebut terutama berasal dari kemampuan produksi, pengalaman perajin, pengetahuan mengenai motif tradisional, dan motivasi untuk mempertahankan keberadaan tenun Buton.

Di sisi lain, penelitian menemukan bahwa kemampuan tersebut masih perlu didukung dengan kapasitas kewirausahaan yang lebih baik. Pengelolaan usaha, business plan, branding, pemasaran digital, inovasi produk, dan jejaring kemitraan menjadi bagian yang perlu diperkuat.

Tabel 1. Kesimpulan Hasil Penelitian

Aspek	Temuan Penelitian	Arah Penguatan
Pengetahuan produksi	Perajin memahami proses produksi tenun	Dipertahankan dan dikembangkan
Pengetahuan budaya	Memahami motif dan nilai budaya tenun Buton	Dijadikan kekuatan branding
Business plan	Belum menjadi bagian dari pengelolaan usaha sehari-hari	Pelatihan dan pendampingan
Branding	Identitas produk belum dikembangkan secara optimal	Penguatan identitas merek
Digital marketing	Pemanfaatan media digital masih terbatas	Literasi dan praktik digital
Keterampilan produksi	Menjadi salah satu kekuatan utama komunitas	Dipertahankan dan dikembangkan
Manajemen usaha	Masih perlu diperkuat	Masih perlu diperkuat
Sikap pelestarian	Motivasi mempertahankan budaya cukup kuat	Motivasi mempertahankan budaya cukup kuat
Inovasi	Masih perlu dikembangkan	Masih perlu dikembangkan
Kemitraan	Masih perlu diperluas	Masih perlu diperluas

Sumber: Hasil analisis data penelitian, 2026.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa permasalahan utama komunitas tenun Buton bukan pada kemampuan menghasilkan produk, tetapi pada kemampuan mengembangkan produk tersebut menjadi usaha yang lebih terencana, inovatif, dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

Oleh karena itu, model inkubasi bisnis berbasis digital yang dirumuskan dalam penelitian ini menempatkan kearifan lokal sebagai dasar, kemudian diperkuat melalui kewirausahaan, manajemen usaha, inovasi produk, branding, digital marketing, dan pendampingan berkelanjutan.

Dengan pendekatan tersebut, digitalisasi tidak dimaksudkan untuk mengubah karakter tradisional tenun Buton, tetapi justru digunakan sebagai sarana untuk memperkenalkan, melestarikan, dan meningkatkan nilai ekonomi produk tenun Buton.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Y., & Arsyiah, W. O. (2025). Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kain Tenun di Kelurahan Sulaa Kecamatan Betoambari Kota Baubau. *Administratio Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 125-133.
- Fardila, S. N., & Harto, B. (2024). Peran briinkubator bisnis dalam mengembangkan kapasitas dan kapabilitas UMKM melalui sustainabilitas pelatihan. *Community Development Journal*, 5(2), 2924-2938.
- Fatmawati, N., Zunaidi, A., Septiana, A. Y., Maghfiroh, F. L., Pinkytama, N. R., & Prihartini, L. Y. (2025). Meningkatkan daya saing usaha lokal melalui literasi dan pemanfaatan e-commerce. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 8(2), 375-390.
- Herminal, S. (2025). Pemberdayaan Perempuan Pengrajin Tenun Melalui Pelatihan Desain Motif Untuk Mendukung Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Desa Lanto. *Journal of Syntax Literate*, 10(9).
- Hidayah, M. I., Juliani, P., Kolanus, L. E., & Astuti, C. W. (2024). Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal Melalui Produksi Kain Tenun di Kampung Tenun Khatulistiwa. *Sosietas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 13(2), 163-177.
- Junaedi, S. R. P., & Rojali, R. (2024). Penguatan ekonomi kreatif lokal melalui pelatihan kewirausahaan digital di komunitas masyarakat. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 33-41.
- Khairani, N., Anshari, F., sepha Kanaya, N., & Ginting, P. A. (2025). Inovasi kewirausahaan di era digital: Kajian literatur tentang model bisnis UMKM berbasis teknologi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 4592-4602.
- Korry, P. D. P., Wisudawati, N. N. S., & Srikandi, M. B. (2025). Membangun Daya Saing UMKM Tenun Bali melalui Pendekatan Entrepreneurial Marketing Berbasis Digital. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 9(2), 237-246.
- Kurniawati, M., Fadhilah, L. N., & Nastiti, D. W. (2024). Peran Strategi Pemasaran Umkm Melalui

- Digital Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk Berbasis Kearifan Lokal di Pulau Adonara Kabupaten Flores Timur. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 17(3), 1491-1499.
- MARUF, A. (2025). Strategi Inkubator Bisnis Digicubes dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil Melalui Digital Marketing di Kota Cirebon (Doctoral dissertation, S1-Ekonomi Syariah UIN SSC).
- Muandar, A. (2026). Analisis Transformasi Ekonomi Desa Melalui Pemanfaatan Pembangunan Dana Desa Pada Ekonomi Kreatif. *Jurnal Economina*, 5(2), 530-537.
- Na'imah, N. I., Sagaf, U., & Ulhaq, M. Z. (2026). Strategi Pengembangan Usaha Tenun Sarung Nggoli untuk Meningkatkan Kesejahteraan Pengrajin Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Roka Kec. Belo Kabupaten Bima). *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(2), 917-932.
- Ngamal, Y., Janggur, M. F. M., & Parantean, R. C. S. (2026). Model Strategi Peningkatan Daya Saing Umkm Berbasis Potensi Lokal di Papua. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 19(1).
- Rachmatsyah, T. H. (2025). Pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi untuk optimalisasi UMKM sebagai pilar utama ekonomi Indonesia. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(1), 164-173.
- Ridzal, N. A., Malik, E., Sujana, I. W., & Octaviani, V. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Buton Selatan. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(4), 3730-3740.
- Septi, I., Mandiri, D. P., Zahara, A. C., & Febriyanti, A. (2025). Transformasi Digital dan Dampaknya Terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Ranca Kalapa. *Abdi Dharma*, 5(1), 1-14.
- Siu, Y. M., Betan, A. H., & Watu, K. (2026). Digitalisasi Pemasaran Produk Tenun Ikat melalui Platform E-Commerce bagi Perajin di Desa Nita, Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur. *UNITY: Journal of Community Service*, 3(1), 32-39.