

Vol. 5 No. 2 (2024), Halaman 171-180



GEOGRAPHIA

Jurnal Pendidikan dan Penelitian Geografi

ISSN: 2774-6968

RANTAI NILAI TENUN MUNA DI DESA MASALILI, MADODO, LIANGKOBORI, BOLO KABUPATEN MUNA

Sitti Khafifatul Mar'ath¹, Sri Rahayu Budiani^{2*}

^{1,2}Jurusan Geografi Fakultas Geografi Universitas Gadjah Mada, Indonesia

Email: sittikhafifatulmarath23@gmail.com¹, srahayu@ugm.ac.id^{2*}

Website Jurnal: <http://ejournal.unima.ac.id/index.php/geographia>



Akses dibawah lisensi CC BY-SA 4.0 <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

DOI: 10.53682/gjppg.v5i2.10333

(Diterima: 27-09-2024; Direvisi: 16-11-2024; Disetujui: 12-12-2024)

ABSTRACT

Muna weaving is a form of local wisdom in Muna Regency that has become the primary source of livelihood for the community. The purpose of this study is to determine the value chain and the actors involved in the value chain of Muna weaving. This study was conducted in four villages that serve as weaving centers in Muna Regency, namely Masalili Village, Madodo Village, Mabholu Village, and Liangkabori Village. Value chain analysis was used to identify the production process of Muna weaving, from the provision of raw materials to the final product reaching the hands of consumers. The results of the study show that the value chain of Muna weaving in Masalili Village differs from that of the other three villages due to variations in the use of raw materials and the distribution of weaving craftsmen as actors in the value chain. The entire production process is carried out in these four villages, and woven products are then distributed to consumers through three channels: purchasing through weaving entrepreneurs, purchasing directly from weaving craftsmen, or through distributors. Muna weaving is now being distributed and promoted abroad, demonstrating its great potential for further development.

Keywords: *Muna weaving, Value chain actors, Value chain analysis.*

ABSTRAK

Tenunan Muna merupakan salah satu kearifan lokal Kabupaten Muna yang kini menjadi sumber mata pencaharian utama masyarakat. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui rantai nilai dan pelaku rantai nilai tenun Muna. Penelitian ini dilakukan di empat desa yang menjadi sentra tenun di Kabupaten Muna, yaitu Desa Masalili, Desa Madodo, Desa Mabholu, dan Desa Liangkabori. Analisis rantai nilai digunakan untuk mengidentifikasi proses produksi tenunan Muna, mulai dari penyediaan bahan baku hingga produk akhir mencapai tangan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rantai nilai tenun Muna di Desa Masalili berbeda dengan ketiga desa lainnya dikarenakan perbedaan penggunaan bahan baku dan persebaran pengrajin tenun selaku pelaku rantai nilai. Seluruh proses produksi dilakukan di keempat desa tersebut, dan produk tenun kemudian didistribusikan kepada konsumen melalui tiga jalur: pembelian melalui pengusaha tenun, pembelian langsung dari pengrajin tenun atau melalui distributor. Tenunan Muna kini telah didistribusikan dan dipromosikan hingga ke mancanegara, menunjukkan potensi besar untuk pengembangan lebih lanjut.

Kata Kunci: Analisis rantai nilai, Pelaku rantai nilai, Tenunan Muna

PENDAHULUAN

Perkembangan industri konveksi di Indonesia berkembang pesat sehingga menimbulkan kekhawatiran terhadap adanya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Masyarakat Ekonomi ASEAN adalah persaingan ekonomi global di mana Indonesia dan negara-negara ASEAN lainnya dihadapkan pada pasar global yang kompetitif. Persaingan ini akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi semua negara ASEAN (Arifin et al., 2022). Hasil penelitian yang melibatkan 250 orang responden menyatakan, “lebih dari setengah responden kurang siap menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN sehingga proses percepatan pengembangan kompetensi dan karakter manusia Indonesia perlu ditingkatkan daya kompetisi regional dan global” (Triyonggo et al., 2015).

Geografi global diharapkan dapat membantu mengurangi pemikiran dan tindakan yang stereotip, negatif, dan pejoratif terhadap individu, budaya dan negara (Khafid, 2020). Adanya MEA menuntut industri khususnya Industri Kecil Menengah (IKM) untuk lebih inovatif agar produk yang dipasarkan tidak kalah saing dengan produk dari negara lain. Melalui analisis rantai nilai, pelaku dari rantai pemasaran dapat diketahui sehingga dapat dirumuskan strategi yang tepat untuk setiap pelaku dalam rantai pemasaran (Julianto & Darwanto, 2016). Analisis rantai nilai dipergunakan untuk menganalisis dan memahami secara lebih baik terhadap keunggulan kompetitif suatu usaha, untuk mengidentifikasi di mana tahap kegiatan dapat dilakukan efektifitas biaya, serta untuk memahami secara lebih baik hubungan perusahaan dengan pemasok, pelanggan dan perusahaan lain dalam industri (Porter, 1985).

Tujuan dilakukannya analisis rantai nilai atau *value chain* adalah untuk mengetahui nilai tambah dari suatu produk sebelum dan sesudah diolah. Analisis rantai nilai bermanfaat untuk mengidentifikasi cara meningkatkan nilai bagi pelanggan, baik melalui pengurangan biaya maupun peningkatan manfaat, dalam setiap aktivitas perusahaan, mulai dari pembelian bahan baku, produksi, pemasaran, hingga produk sampai ke tangan pelanggan (Wijaya & Fitriah, 2022). Analisis ini dapat diterapkan pada berbagai macam bisnis seperti bisnis

kuliner, pariwisata, *fashion*, manufaktur, jasa dan lain sebagainya. Misalnya pada bisnis *fashion* seperti *clothing line* ataupun industri tenun perlu melakukan analisis rantai nilai untuk meningkatkan keunggulan perusahaan.

Beberapa industri tenun di Indonesia seperti kain sutera bugis di Kabupaten Wajo dan Tenun Songket Lindung Bulan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang telah menerapkan analisis rantai nilai untuk memperoleh nilai tambah dari tenun. Berdasarkan analisis rantai nilai, kain tenun sutera Bugis/Sengkang memiliki potensi besar untuk menembus pasar internasional. Namun, kurangnya keterlibatan pihak terkait dalam memperbaiki mata rantai produksi sutera di Sulawesi Selatan menghambat pencapaian potensi ini (Burhan et al., 2023). Di sisi lain, untuk Tenun Songket Lindung Bulan Seruway di Kabupaten Aceh Tamiang, analisis rantai nilai menunjukkan bahwa diperlukan kehadiran pihak ketiga untuk mengelola persediaan bahan baku (Hasibuan et al., 2022).

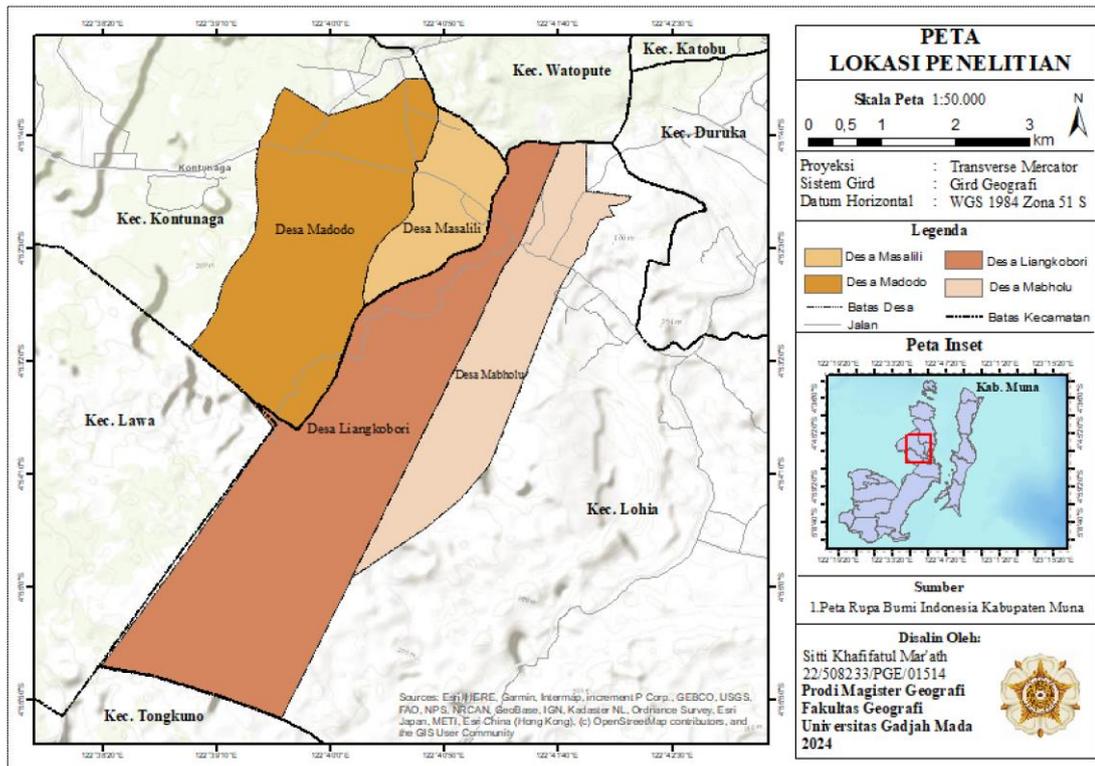
Muna adalah salah satu daerah di Indonesia yang terletak di Provinsi Sulawesi Tenggara. Pakaian khas Muna identik dengan tenunan Muna. Kerajinan tenun Muna merupakan salah satu *local geniune* yang potensial dikembangkan menjadi klaster industri dibawah koordinasi Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Tenggara dan Kabupaten Muna. Tenun Muna terdiri dari kain, sarung dan selendang. Jumlah penenun di Kabupaten Muna sebanyak 304 orang dan terdapat 23 industri tenun (Dinas Perindang Kabupaten Muna, 2023). Berdasarkan jumlah tersebut maka industri tenun memiliki peranan penting dalam ketersediaan lapangan pekerjaan, sehingga perlu dilakukan analisis rantai nilai untuk meningkatkan nilai tambah tenunan dengan tujuan sebagai berikut (1) mengetahui rantai nilai tenun Muna di Kabupaten Muna; (2) mengetahui karakteristik pelaku rantai nilai tenunan Muna di Kabupaten Muna.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, yang dilaksanakan pada bulan Juli hingga Agustus 2024 di Desa Masalili, Desa Bolo, Desa Liangkabori, dan

Desa Madodo, Kabupaten Muna, Provinsi Sulawesi Tenggara. Lokasi penelitian dapat dilihat pada [Gambar 1](#). Keempat desa ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan sentra industri tenun di Kabupaten Muna. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari para pengusaha dan pengrajin tenun di keempat desa

tersebut, serta pemasok bahan baku, distributor, dan konsumen. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Daftar individu yang diwawancarai dapat dilihat pada [Tabel 1](#). Data dianalisis menggunakan metode analisis rantai nilai (*Value Chain Analysis*).



Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian, 2024.

HASIL PENELITIAN Rantai Nilai Tenun Muna

Pemetaan fungsi rantai nilai memudahkan pemahaman yang mendalam mengenai urutan aktivitas, aktor utama, serta hubungan yang terjalin dalam rantai nilai. [Gambar 2](#) merupakan rantai nilai tenunan Muna di Desa Masalili sedangkan [Gambar 3](#) merupakan rantai nilai tenunan Muna di Desa Mabholu, Madodo dan Liangkobori. Tenunan Muna di Desa Masalili menggunakan 2 jenis bahan baku yaitu benang extra dan benang katun sedangkan Desa Mabholu, Madodo dan Liangkobori hanya menggunakan bahan baku berupa benang extra. Benang extra diperoleh dari pemasok lokal yang berada di wilayah Kabupaten Muna. Ada 2 toko yang menjadi pemasok bahan baku berupa benang extra.

Jarak toko tersebut dengan Desa Masalili adalah 9,2 km, dengan Desa Madodo 9,6 km, Desa Liangkobori 8,3 km, dan Desa Mabholu 7,9 km. Lokasi toko ini berada dalam jangkauan

yang relatif dekat dengan keempat desa tersebut, sehingga memudahkan akses bagi pengusaha dan pengrajin tenun. Jarak yang tidak terlalu jauh ini juga memberikan keuntungan logistik. Ketersediaan akses jalan yang memadai antara toko dan desa-desa ini akan memengaruhi kecepatan distribusi dan efisiensi biaya transportasi. Sedangkan untuk benang katun diperoleh dari pemasok luar daerah yaitu di Bandung. Desa Masalili merupakan satu-satunya produksi kain tenun berbahan dasar benang katun di Kab. Muna.

Terdapat 1 industri tenun yang sudah menggunakan benang katun di Kabupaten Muna, tepatnya di Desa Masalili. Proses pembuatan kain tenun menggunakan benang katun memakan waktu lebih lama dibandingkan dengan benang ekstra. Perbedaan utama terletak pada proses pewarnaan benang, yang menggunakan pewarna alami. Setelah proses pewarnaan alami selesai, langkah selanjutnya sama seperti pada kain berbahan dasar benang

ekstra, yaitu melalui proses hani, kemudian ditenun. Proses hani dilakukan oleh dua orang pengrajin tenun. Semua proses produksi berlangsung di desa masing-masing. Selain itu, perbedaan antara tenunan di Desa Masalili dan ketiga desa lainnya terletak pada sumber tenaga kerjanya. Di Desa Masalili, tenaga kerja tidak

hanya berasal dari desa tersebut, tetapi juga dari desa-desa tetangga seperti Desa Mabholu, Madodo, dan Liangkobori. Sementara itu, di Desa Mabholu, Madodo, dan Liangkobori, tenaga kerja yang terlibat dalam produksi tenun hanya berasal dari desa masing-masing.

Tabel 1. Daftar Individu yang Diwawancarai

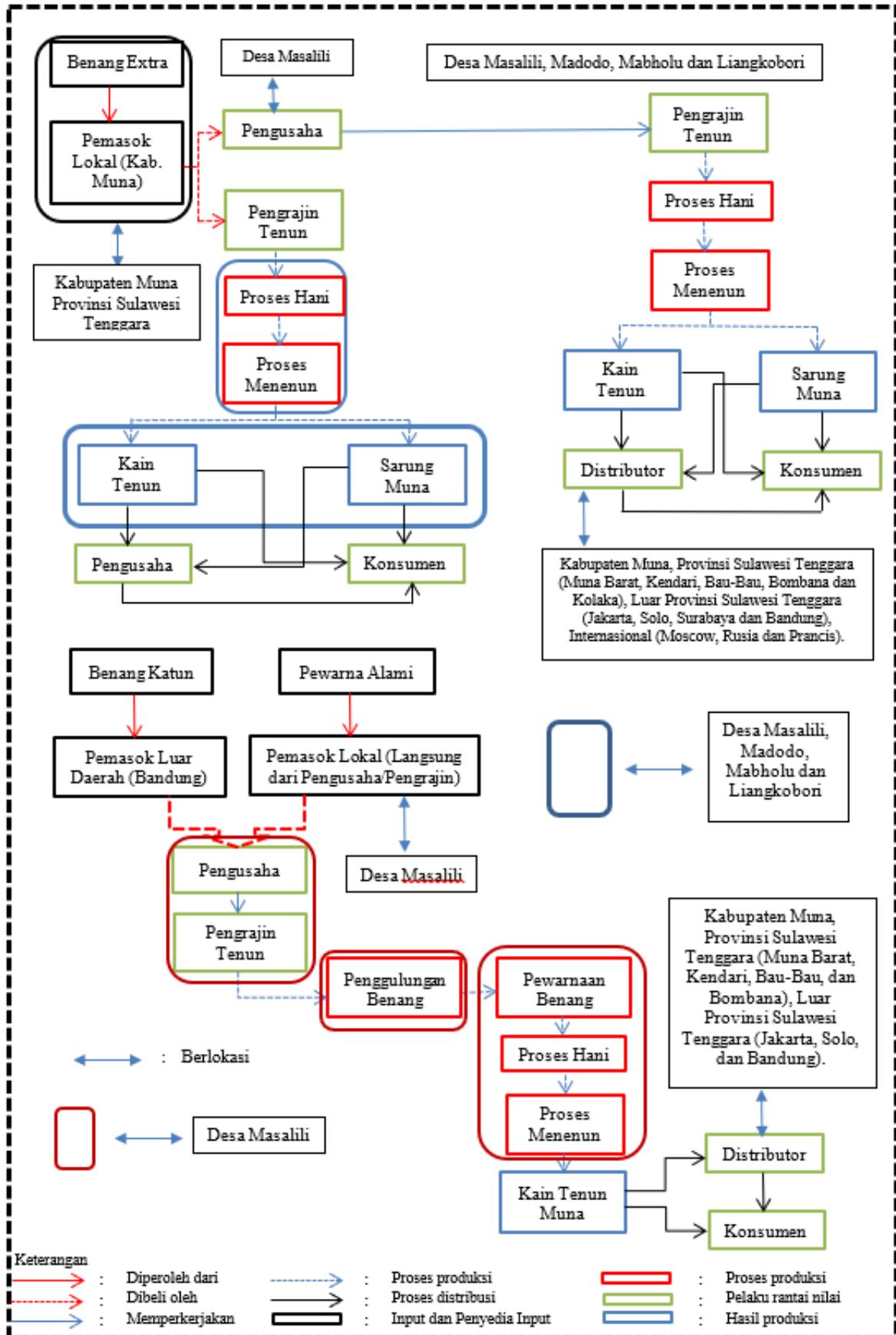
Pelaku Rantai Nilai	Tujuan	Jumlah Sampel
Pemasok bahan baku	Untuk mendapatkan wawasan tentang proses produksi awal.	3 Toko
Pengrajin tenun	Untuk mendapatkan pemahaman tentang proses pembuatan, teknik yang digunakan, dan tantangan yang mereka hadapi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desa Masalili terdiri dari 30 pengrajin 2. Desa Madodo terdiri dari 10 pengrajin 3. Desa Mabholu terdiri dari 10 pengrajin 4. Desa Liangkobori terdiri dari 10 pengrajin
Pengusaha	Untuk mendapatkan informasi terkait dengan usaha tenun Muna.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desa Masalili terdiri dari 15 pengusaha 2. Desa Madodo terdiri dari 3 pengusaha 3. Desa Mabholu terdiri dari 5 pengusaha 4. Desa Liangkobori terdiri dari 6 pengusaha
Distributor	Untuk memahami bagaimana produk didistribusikan, tantangan dalam logistik, dan efisiensi distribusi.	5 distributor
Konsumen	Untuk mendapatkan umpan balik tentang kualitas produk, kepuasan penggunaan, dan preferensi.	15 konsumen

Pengusaha di Desa Masalili merekrut tenaga kerja dari ketiga desa tersebut karena lokasinya yang berdekatan, sehingga dapat menghemat biaya transportasi bagi para pengrajin tenun. Hasil tenunan dapat berupa kain tenun Muna dan sarung Muna. Waktu yang dibutuhkan untuk membuat satu kain tenun berkisar antara 4 hingga 7 hari, tergantung pada motif kainnya. Namun, ada juga pengrajin yang memerlukan hampir satu bulan untuk menyelesaikan satu kain tenun. Hal ini disebabkan karena profesi sebagai pengrajin tenun bukan merupakan pekerjaan utama, serta usia pengrajin yang sudah lanjut, sekitar 60 tahun.

Mayoritas alat tenun yang digunakan adalah gedokan, yaitu alat tenun tradisional yang dioperasikan secara manual. Sementara itu, penggunaan alat tenun berbasis mesin (ATBM), lebih terbatas. Alat ini umumnya hanya digunakan di tempat-tempat tertentu, misalnya

pada salah satu industri yang terletak di Desa Masalili. Di Industri tersebut, penggunaan ATBM menjadikan proses produksi yang lebih cepat dan efisien, terutama untuk memenuhi permintaan dalam skala besar. Meskipun demikian, tenunan yang dihasilkan dari alat tenun tradisional gedokan tetap memiliki nilai tinggi, terutama karena keunikan dan detail rumit yang dihasilkan oleh tangan pengrajin.

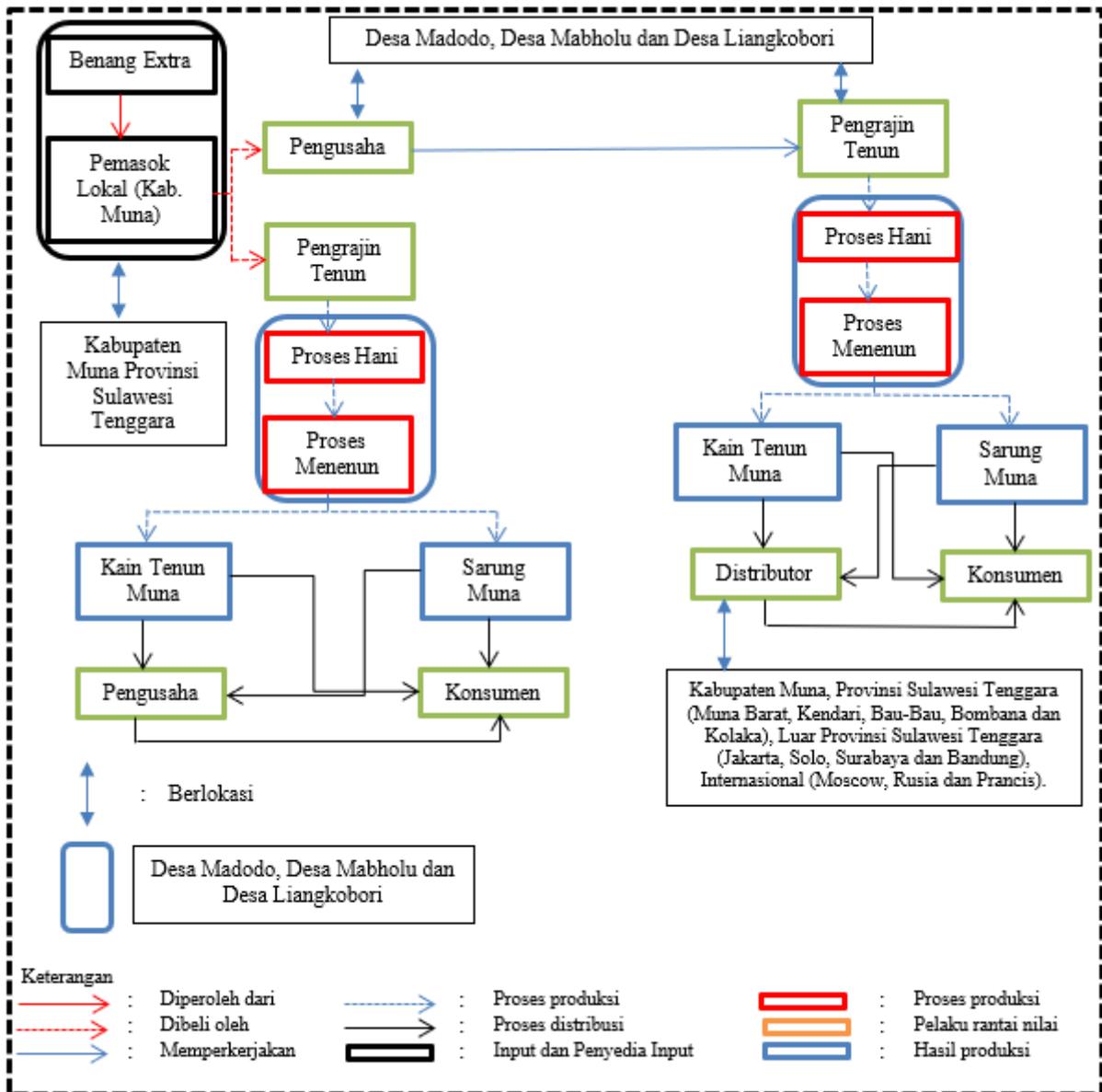
Untuk sistem pengupahan tenaga kerja, setiap pengrajin akan menerima upah setelah menyelesaikan satu kain tenun atau sarung Muna. Besaran upah yang diberikan bergantung pada tingkat kesulitan motif tenun, dengan kisaran antara Rp 300.000 hingga Rp 1.000.000 per kain tenun. Sementara untuk sarung Muna, upah yang diberikan berkisar antara Rp 200.000 hingga Rp 400.000. Upah ini tidak termasuk harga bahan baku, karena bahan baku disediakan langsung oleh pengusaha.



Gambar 2. Rantai Nilai Tenun Muna Desa Masalili

Namun, ada beberapa pengrajin tenun yang membeli bahan baku langsung dari pemasok, kemudian menjual hasil tenunannya kepada pengusaha. Sebagian besar pengrajin tenun bekerja di rumah masing-masing. Berbeda dengan para penenun yang menggunakan ATBM, mereka harus menenun di "Industri

Rumah Tenun" karena keterbatasan alat tenun berbasis mesin. Harga kain tenun berbahan dasar benang ekstra berkisar antara Rp 400.000 hingga Rp 2.000.000, sementara kain tenun berbahan dasar benang katun harganya mulai dari Rp 700.000 hingga Rp 2.500.000.



Gambar 3. Rantai Nilai Tenun Muna Desa Madodo, Mabholu dan Liangkabori

Dalam hal pendistribusian, tenunan khas Muna telah berhasil didistribusikan hingga ke luar negeri. Seperti terlihat pada Gambar 2 dan Gambar 3, distribusi tenun Muna mencakup wilayah di Provinsi Sulawesi Tenggara, seperti Kabupaten Muna Barat, Kota Kendari, Kota Bau-Bau, Kabupaten Bombana, dan Kabupaten Kolaka. Sementara itu, di luar Provinsi Sulawesi Tenggara, tenun Muna didistribusikan

ke kota-kota besar seperti Makassar, Jakarta, Solo, Surabaya, dan Bandung. Untuk pendistribusian dan promosi internasional, tenun Muna telah mencapai Moscow, Rusia, serta Prancis. Di wilayah Sulawesi Tenggara, konsumen biasanya membeli tenun Muna melalui distributor. Beberapa pengusaha tenun di Desa Masalili memiliki distributor tetap dari Bau-Bau dan Kendari, dengan masing-masing

distributor membeli hingga 30 kain tenun setiap bulan. Di Desa Liangkabori, distributor utama biasanya berasal dari Muna Barat. Sementara itu, penjualan di luar Provinsi Sulawesi Tenggara tidak hanya melalui distributor, tetapi juga melalui pameran atau event-event lain yang diwakili oleh Dekranas Kabupaten Muna. Pameran tersebut menjadi sarana promosi yang efektif untuk memperkenalkan tenun Muna ke pasar nasional maupun internasional.

Karakteristik Pelaku Rantai Nilai

Pelaku rantai nilai tenunan Muna terdiri dari beberapa pihak yang saling terkait dalam proses produksi hingga pemasaran. Setiap tahapan dalam rantai nilai ini mencakup aktivitas yang terintegrasi, mulai dari pengadaan bahan baku, produksi, distribusi, hingga pemasaran produk tenun. Pelaku rantai nilai terdiri dari *supplier*, produsen, distributor, dan konsumen. *Supplier* utama bahan baku tenun Muna berlokasi di Kabupaten Muna. Kedua toko tersebut merupakan pemasok lokal yang menyediakan bahan baku berupa benang extra. Kerja sama telah dilakukan sejak 30 tahun yang lalu. Harga 1 dus bahan baku Rp. 21.500. Sedangkan untuk benang katun disediakan oleh pemasok luar daerah yang terletak di Kabupaten Bandung yang telah terjalin selama 11 tahun. *Supplier* memiliki hubungan jangka panjang dengan pengrajin cenderung menawarkan stabilitas harga dan kualitas bahan baku.

Produsen rantai nilai tenunan Muna terdiri dari pengusaha dan pengrajin tenun. Secara keseluruhan pengusaha tenun di Kabupaten Muna memiliki keterampilan menenun. Sebagian besar pengusaha memperoleh keterampilan menenun dari orang tua mereka (warisan). Keterampilan menenun yang mereka miliki biasanya diajarkan ketika mereka masih berusia 15 tahun. Tradisi ini sering diwariskan dari generasi ke generasi sehingga teknik menenun tenunan Muna menjadi seragam.

Seiring berjalannya waktu, keterampilan ini terus diasah, sehingga para penenun muda tidak hanya mampu menghasilkan kain dengan kualitas baik, tetapi juga mengembangkan kreativitas dalam menciptakan motif baru. Kain tenun dan sarung Muna yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik. Lokasi usaha sangat strategis, terletak di pinggir jalan utama sehingga mudah diakses oleh pembeli. Hal ini tidak hanya meningkatkan visibilitas toko,

tetapi juga mempermudah arus keluar masuk barang.

Akses yang mudah juga memberikan kenyamanan bagi pelanggan yang ingin berbelanja secara langsung, sekaligus mempercepat proses distribusi produk ke berbagai daerah. Dalam menjalankan usahanya, beberapa pengusaha tenun memiliki karyawan tetap sebagai pengrajin, namun mayoritas lebih mengandalkan karyawan lepas yang hanya dipekerjakan saat ada pesanan dari pelanggan. Pesanan biasanya meningkat pada momen-momen tertentu, seperti saat perayaan HUT Kabupaten Muna dan HUT Indonesia, di mana pendapatan bisa mencapai puluhan juta rupiah. Meskipun usaha ini menghasilkan pendapatan yang cukup besar, sebagian besar pengusaha tenun Muna belum memiliki struktur organisasi yang jelas maupun pembukuan yang teratur.

Pengrajin tenun adalah salah satu dari produsen rantai nilai. Karakteristik rantai nilai untuk pengrajin tenun dapat ditinjau dari keahlian dan keterampilan menenun, usia dan gender, lokasi geografis, serta latar belakang sosio-ekonomi. Keterampilan menenun sudah dimiliki oleh masyarakat Muna sejak agama Islam masuk ke Muna hingga saat ini ([Fajarnings et al., 2020](#)).

Menenun kini telah menjadi warisan budaya yang berharga dan terus dilestarikan dari generasi ke generasi. Pengrajin tenun sering kali memiliki keterampilan yang diwariskan secara turun-temurun, dengan teknik yang sangat spesifik. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dengan jumlah responden yakni pengrajin tenun untuk Desa Masalili sebanyak 30 orang, Desa Madodo sebanyak 10 orang, Desa Mabholu sebanyak 10 orang dan Desa Liangkabori sebanyak 10 orang menunjukkan bahwa 98% pengrajin tenun mewarisi keterampilan menenun dari orang tua mereka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua pengrajin tenun di keempat desa berjenis kelamin perempuan. Usia para pengrajin tenun berkisar antara 20-60 tahun, dengan sebagian besar dari mereka berada dalam rentang usia produktif. Kelompok usia ini menunjukkan bahwa keterampilan menenun telah dipelajari dan dipraktikkan sejak usia muda, dan terus dilakukan hingga usia lanjut, menjadikan menenun sebagai aktivitas yang berkesinambungan dalam kehidupan mereka. Rata-rata waktu yang diperlukan untuk

menghasilkan 1 kain tenun Muna berkisar antara 3-7 hari tetapi ada juga yang menyelesaikan 1 kain hingga 1 bulan. Secara geografis, lokasi rumah para pengrajin tenun tidak strategis. Rumah pengrajin tenun terletak di dalam lorong sehingga sulit untuk diakses, yang mengakibatkan beberapa tantangan signifikan dalam distribusi dan pemasaran produk mereka. Kondisi ini menyulitkan para pembeli potensial, distributor, dan pihak luar lainnya untuk mengunjungi langsung tempat produksi, sehingga dapat membatasi peluang penjualan langsung dan mempersempit akses pasar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan terakhir pengrajin tenun berkisar antara tamatan SD hingga tamatan SMA. Hal tersebut menyebabkan para pengrajin memiliki keterbatasan dalam memiliki modal, memahami teknologi dan kemampuan berinteraksi dengan pembeli. Sehingga para pengrajin tidak memiliki pasar yang luas untuk memasarkan produk tenunannya.

Distributor tenun Muna sangat beragam, mulai dari distributor lokal yang berlokasi di Kabupaten Muna seperti toko yang menjual tenunan hingga distributor diluar Kabupaten Muna. Proses pendistribusian juga biasa dilakukan apabila ada kegiatan pameran seperti pameran di Solo. Konsumen atau pembeli tenun paling banyak membeli kain tenun dibandingkan sarung Muna. Pembeli sangat puas dan menyukai kualitas dan motif kain tenun Muna. Kain tenun Muna tidak hanya dipandang sebagai barang yang indah, tetapi juga sebagai produk yang tahan lama dan bernilai tinggi.

PEMBAHASAN

Analisis rantai nilai tenun Muna memberikan gambaran menyeluruh mengenai tahapan-tahapan dalam proses pembuatan tenun hingga tenun sampai ke tangan konsumen (Noor et al., 2016). Rantai nilai tidak hanya memfasilitasi pemahaman tentang dinamika, tetapi juga berfungsi sebagai kerangka kerja yang terorganisir untuk mengevaluasi inisiatif pengembangan yang berpotensi (Gebregziabhear, 2018). Tenun Muna merupakan salah satu warisan budaya tradisional Indonesia yang terletak di Kabupaten Muna Provinsi Sulawesi Tenggara. Berdasarkan Keputusan Bupati Muna Nomor 294 tahun 2017, terdapat 5 Desa yang menjadi

sentra atau kampung tenun di Kabupaten Muna, 4 diantaranya yaitu Desa Masalili, Desa Liangkabori, Desa Mabholu dan Desa Madodo. Batas administrasi keempat desa tersebut saling berdampingan, yang berarti bahwa desa-desa tersebut memiliki wilayah yang berbatasan langsung satu sama lain. Sehingga karakteristik tenun yang dimiliki oleh keempat desa tersebut hampir sama khususnya Desa Liangkabori, Desa Mabholu dan Desa Madodo.

Rantai nilai yang disajikan pada [Gambar 2](#) dan [Gambar 3](#) cukup kompleks karena proses pendistribusian tenunan dari proses penyediaan bahan baku hingga sampai ke tangan konsumen cukup panjang. Jika ditinjau dari harga yang ditawarkan tentu lebih murah jika konsumen membeli langsung dari pengrajin tenun. Tetapi sebagian besar pelanggan tidak mengetahui lokasi rumah pengrajin karena rumah mereka biasanya tidak berada di lokasi strategis. Sebagian besar pengrajin tinggal di gang-gang sempit yang sulit diakses.

Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa aksesibilitas memainkan peran penting dalam menjaga kelangsungan suatu usaha (Sari & Budiani, 2018). Hal ini berbeda dengan pengusaha yang lokasi usahanya berada di pinggir jalan utama, sehingga lebih mudah diakses oleh konsumen. Hal tersebut sejalan dengan penentuan lokasi industri yang memiliki peran krusial dalam membentuk ekonomi, memengaruhi perkembangan wilayah, menciptakan lapangan kerja, dan pengelolaan sumber daya (Sethy & Sk, 2023). Selain itu juga hubungan antar pelaku rantai nilai dalam sebuah sistem sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan dan kualitas tenun Muna. Aktor di sepanjang rantai nilai memiliki dampak langsung pada produksi dan kualitas bahan yang mereka kelola, serta pengaruh tidak langsung pada cara pengelolaannya (Sørensen et al., 2021). Oleh karena itu, mereka memiliki potensi untuk mendorong pengelolaan produksi yang berkelanjutan dengan mempertahankan nilai-nilai yang relevan. Aktor yang dimaksud mencakup semua individu yang berperan dalam proses pembuatan produk (Sørensen et al., 2023).

Berdasarkan analisis rantai nilai, diperoleh nilai tambah atau keuntungan per unit kain yang diterima oleh pengrajin tenun dan distributor di luar Sulawesi Tenggara berada pada kisaran yang hampir sama dan lebih tinggi dibandingkan dengan pengusaha tenun lokal.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa semakin panjang rantai nilai, maka semakin besar keuntungan yang diperoleh (Rini & Budiani, 2018). Namun, jika dilihat dari volume penjualan, pengusaha tenun memperoleh keuntungan terbesar karena memiliki volume penjualan yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan pelaku rantai nilai lainnya. Hal ini disebabkan oleh tingginya permintaan pasar terhadap produk tenun, serta efisiensi produksi yang berhasil dicapai oleh pengusaha tenun tersebut.

KESIMPULAN

Rantai nilai tenun Muna terbagi menjadi 2 yaitu rantai nilai tenun Muna Desa Masalili dan rantai nilai tenun Muna Desa Mabholu, Madodo, Liangkabori. Rantai nilai tenun di Desa Masalili terpisah dari ketiga desa lainnya karena Desa Masalili merupakan satu-satunya yang menggunakan 2 jenis benang sebagai bahan baku yaitu benang extra dan benang katun. Karakteristik pelaku rantai nilai di keempat desa tersebut memiliki kesamaan, di mana seluruh pengrajin tenun adalah perempuan, dan mayoritas berada dalam usia produktif. Para pengrajin tenun ini memainkan peran penting dalam rantai nilai tenun Muna.

Rantai nilai tenun Muna terdiri dari tiga pola, yaitu rantai nilai dari pemasok bahan baku hingga ke konsumen, rantai nilai dari pemasok bahan baku hingga ke distributor, dan rantai nilai dari pemasok bahan baku hingga ke pengusaha yang kemudian menyalurkan produk ke konsumen dan distributor. Pola rantai nilai yang lebih efektif adalah yang memiliki keunggulan kompetitif lebih tinggi dibandingkan dengan pola lainnya. Dalam penelitian ini, rantai nilai yang memiliki keunggulan kompetitif tertinggi adalah pola yang melibatkan pengusaha sebagai perantara, yang kemudian menyalurkan produk kepada konsumen dan distributor. Hal ini disebabkan oleh keuntungan terbesar yang diperoleh pengusaha tenun Muna, terutama jika didasarkan pada volume penjualan.

Pengusaha tenun memiliki kendali penuh dalam penentuan harga, yang memberi mereka keunggulan lebih besar dalam rantai nilai. Selain itu, pengusaha tenun juga cenderung memiliki lokasi penjualan yang lebih strategis dibandingkan dengan pengrajin tenun, yang

mencerminkan adanya ketidakmerataan distribusi nilai di sepanjang rantai tersebut.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, rekomendasi diberikan kepada pemerintah setempat untuk menyelenggarakan pelatihan mengenai strategi pemasaran tenun Muna. Pelatihan ini bertujuan agar para pengrajin tenun dapat memahami cara memasarkan produk mereka secara efektif, meskipun lokasi usaha mereka tidak berada di area yang strategis. Selain itu, jika melihat margin keuntungan yang diperoleh oleh masing-masing pelaku rantai nilai, khususnya pengusaha, disarankan agar kain tenun yang merupakan produk setengah jadi diolah menjadi barang jadi, seperti pakaian berbahan tenun. Hal ini akan meningkatkan nilai jual produk dan memberikan peluang keuntungan yang lebih besar bagi pengusaha tenun.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, S., Purnamasari, I., & Fu'ad, N. 2022. Strategi Pemasaran Tenun Ikat Troso dalam Menghadapi Pemasaran Global Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). *Jurnal Rekognisi Manajemen*, 6(1), 56–65. <http://ejournal.unisnu.ac.id/jrm/>
- Burhan, R., Haliq, A. I. S., & A, H. 2023. Rantai Nilai Global Industri Kain Sutera Bugis di Kabupaten Wajo. *Jurnal Sosial Dan Administrasi Publik (JSAP)*, 1(1), 32–39.
- Fajarnings, A., Kesuma, A. I., & Ahmadin. 2020. Kain Tenun “Kamooru” di Kabupaten Muna (1990 – 2019). *Phinisi Integration Review*, 3(2), 204–214. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.26858/v3i2.14883>
- Gebregziabhear, E. 2018. Analysis of Sheep Value Chain: The Case of Adama District, East Shoa Zone of Oromia Regional State, Ethiopia. *Industrial Engineering Letters*, 8(3), 66–78. www.iiste.org
- Hasibuan, A., Hernawati, T., & Siagian, C. Y. B. 2022. Perancangan Klaster Industri Berbasis Value Chain pada Sentra Ikm (Industri Kecil dan Menengah) Tenun Songket Lindung Bulan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Teknik Industri-*

- Produksi*, XXII(2), 157–166.
<https://doi.org/10.350587/Matrik.v22i2.3290>
- Julianto, E. W., & Darwanto. 2016. Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Jagung di Kecamatan Toroh Kabupaten Grobogan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–15. <http://www.jpeb.dinus.ac.id>
- Khafid, S. 2020. Peran Geografi Dalam Pembentukan Karakter dan Keterampilan Manusia Indonesia Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Media Komunikasi FPIPS*, 19(1), 42. <https://doi.org/10.23887/mkfis.v19i1.23251>
- Noor, T. I., Pardian, P., & Nugraha, A. 2016. Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Bawang Merah di Jawa Barat. *Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian*, 1(1), 1–94.
- Rini, A. D., & Budiani, S. R. 2018. Value chain analysis of weaving industry Analisis rantai nilai industri tenun. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 31(3), 300–309.
- Sari, R. I., & Budiani, S. R. 2018. Analisis Strategi Pemasaran Industri Tenun di Desa Wisata Gamplong Kabupaten Sleman. *Majalah Geografi Indonesia*, 32(1), 98. <https://doi.org/10.22146/mgi.30063>
- Sethy, T., & Sk, M. 2023. Environmental Considerations in Industrial Location: A Weberian Approach to Sustainable Development. In *UGC Approved Journal Number: 48887 Journal Homepage: International Journal of Research in Social Sciences* (Vol. 13). <http://www.ijmra.us>, <http://www.ijmra.us>.
- Sørensen, I. H., Torralba, M., Muñoz-Rojas, J., Kristensen, L. S., & Plieninger, T. 2023. Embedding plural values in value chains to enhance sustainability in the management of cork oak landscapes. *Landscape Ecology*, 38(12), 3569–3587. <https://doi.org/10.1007/s10980-023-01730-x>
- Sørensen, I. H., Torralba, M., Quintas-Soriano, C., Muñoz-Rojas, J., & Plieninger, T. 2021. Linking Cork to Cork Oak Landscapes: Mapping the Value Chain of Cork Production in Portugal. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 5. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2021.787045>
- Triyonggo, Y., Maarif, M. S., Sukmawati, A., & Baga, L. M. 2015. Analisis Situasional Kompetensi Praktisi Sumber Daya Manusia Indonesia Menghadapi MEA 2015. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 14(1), 100–112. <https://doi.org/10.12695/jmt.2015.14.1.7>
- Wijaya, M. A., & Fitriah, E. 2022. Pengaruh Penerapan Analisis Rantai Nilai terhadap Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Riset Akuntansi*, 123–128. <https://doi.org/10.29313/jra.v2i2.1408>