



Biogenerasi Vol 10 No 4, 2025

## Biogenerasi: Jurnal Pendidikan Biologi

Universitas Cokroaminoto Palopo

<https://e-journal.my.id/biogenerasi>

e-ISSN 2579-7085



### FAKTOR – FAKTOR MINAT BELANJA KONSUMEN TERHADAP PRODUK TENUN IKAT DI PASAR TRADISIONAL MAUMERE (PASAR TINGKAT)

<sup>1</sup>Yohanes Jhon Naja Wio, <sup>2</sup>Yohanes Woda Seda, <sup>3</sup>Avila Grengan, <sup>4</sup>Maria Dominika Noang, <sup>5</sup>Paulinus Moa Candra

Universitas Nusa Nipa, Indonesia  
Correspondence author email : [yohanesjhonnaja@gmail.com](mailto:yohanesjhonnaja@gmail.com)

DOI : 10.30605/biogenerasi.v10i4.7825

Accepted : 1 Desember 2025 Approved : 30 Desember 2025 Published : 31 Desember 2025

#### ABSTRAK

Industri tenun ikat di Maumere merupakan salah satu kekayaan budaya lokal yang memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian masyarakat dan melestarikan warisan budaya. Keaslian motif, teknik pembuatan, dan penggunaan bahan alami menjadi ciri khas yang membedakan produk tenun ikat Maumere dari daerah lain, sehingga memiliki nilai seni dan budaya yang tinggi. Meskipun demikian, industri ini menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses terhadap bahan baku berkualitas, minimnya inovasi dalam desain produk, dan persaingan dari produk impor yang lebih murah dan modern. Di era digital saat ini, media sosial dan platform e-commerce mulai digunakan sebagai alat pemasaran, namun penggunaannya masih belum optimal dan membutuhkan peningkatan kapasitas pengrajin dalam memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, terbatasnya pelatihan dan pendampingan terhadap pengrajin juga menjadi faktor penghambat dalam pengembangan produk yang inovatif dan kompetitif. Untuk memastikan keberlanjutan industri tenun ikat di Maumere, diperlukan sinergi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta melalui berbagai upaya seperti pelatihan dan pendampingan pengrajin, pengembangan desain inovatif yang sesuai tren pasar, peningkatan akses terhadap bahan baku berkualitas, serta pemanfaatan teknologi digital dalam proses pemasaran dan distribusi produk. Dengan langkah-langkah tersebut, industri tenun ikat di Maumere diharapkan dapat berkembang secara berkelanjutan, memberikan manfaat ekonomi yang signifikan, dan sekaligus melestarikan kekayaan budaya lokal bagi generasi mendatang.

**Keywords :** *Quality of service for cadres, toddlers, maternal visits*

## PENDAHULUAN

Perkembangan industri kerajinan tradisional di Indonesia, khususnya produk tenun ikat, menunjukkan tren peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Tenun ikat merupakan salah satu warisan budaya yang memiliki nilai seni tinggi dan menjadi identitas kultural masyarakat Indonesia, terutama di daerah Maumere, Nusa Tenggara Timur. Produk ini tidak hanya berfungsi sebagai benda seni dan pakaian adat, tetapi juga memiliki potensi ekonomi yang cukup besar apabila dikelola dengan baik dan mampu bersaing di pasar lokal maupun nasional. Pasar tradisional di Maumere menjadi salah satu pusat penjualan utama produk tenun ikat, di mana konsumen dapat membeli langsung dari pengrajin atau pedagang. Minat belanja konsumen terhadap produk tenun ikat di pasar tradisional ini sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk, harga, citra budaya, kepercayaan terhadap pengrajin, serta faktor sosial dan ekonomi konsumen itu sendiri. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor apa saja yang menjadi penentu utama minat belanja konsumen agar dapat meningkatkan pemasaran dan pengembangan produk tersebut.

Selain itu, dalam konteks pasar tingkat di Maumere, faktor-faktor tersebut dapat berbeda dibandingkan dengan pasar modern atau pasar digital, karena adanya karakteristik khas yang melekat pada pasar tradisional yang bersifat lebih personal dan berbasis komunitas. Pasar tradisional biasanya dipengaruhi oleh faktor budaya, kepercayaan, serta pengalaman langsung yang mempengaruhi persepsi dan keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor penentu ini sangat penting untuk mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik pasar tradisional di Maumere. Lebih jauh lagi, perkembangan ekonomi dan tingkat pendapatan masyarakat juga turut mempengaruhi minat belanja terhadap produk tenun ikat. Jika pendapatan meningkat dan kesadaran akan pentingnya pelestarian budaya meningkat pula, maka kemungkinan minat belanja terhadap produk ini juga akan mengalami peningkatan. Sebaliknya, persaingan dari produk-produk lain, termasuk produk impor dan modern, menjadi tantangan

tersendiri yang perlu diantisipasi melalui strategi pemasaran yang tepat.

Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat belanja konsumen, pengrajin dan pelaku usaha dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan kualitas produk, dan memperkuat citra budaya sebagai keunggulan kompetitif. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam upaya pelestarian budaya tenun ikat yang menjadi bagian dari identitas lokal sekaligus meningkatkan kesejahteraan pengrajin dan masyarakat di sekitar pasar tradisional Maumere.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif dipilih untuk menguji hubungan antara variabel independen (faktor-faktor penentu) dan variabel dependen (minat belanja konsumen) serta mengukur pengaruhnya secara statistik.

Data primer akan dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terstruktur kepada konsumen yang berbelanja produk tenun ikat di Pasar Tingkat Maumere. Data yang terkumpul akan dianalisis secara kuantitatif menggunakan teknik analisis regresi berganda (Multiple Regression Analysis) untuk mengidentifikasi dan mengukur seberapa besar pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap minat belanja.

Lokasi Penelitian Pasar Tradisional Maumere (dikenal juga sebagai Pasar Tingkat) di Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur. Lokasi ini dipilih karena merupakan pusat perdagangan utama dan tempat penjualan produk tenun ikat khas Maumere (Sikka) yang paling representatif. Waktu Pelaksanaan penelitian (pengumpulan data) direncanakan dilakukan selama bulan November 2025

## HASIL PENELITIAN

Sebagian besar pengrajin di Maumere merupakan masyarakat lokal yang telah turun temurun mengerjakan tenun ikat. Mereka menggunakan bahan alami dan teknik tradisional yang diwariskan dari generasi ke generasi. Produk tenun ikat ini memiliki daya tarik budaya dan estetika tinggi, sehingga

memiliki potensi pasar yang cukup luas. Berdasarkan data kuesioner dan wawancara, faktor utama yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah kualitas motif dan warna, keaslian budaya, serta harga yang kompetitif. Selain itu, faktor promosi dan keberadaan pasar online semakin meningkatkan minat beli, terutama dari konsumen luar daerah. Produk tenun ikat di Maumere sebagian besar dipasarkan melalui pasar tradisional dan pameran kerajinan. Namun, penggunaan media sosial dan platform e-commerce mulai berkembang, yang berpotensi meningkatkanjangkauan pasar dan penjualan.

Beberapa tantangan utama meliputi keterbatasan akses bahan baku, kurangnya inovasi desain, dan minimnya pengetahuan tentang pemasaran modern. Selain itu, persaingan dari produk impor dan kurangnya fasilitas pelatihan menjadi hambatan utama. Industri tenun ikat memberikan manfaat ekonomi langsung bagi pengrajin dan keluarga mereka, serta membantu pelestarian budaya lokal. Namun, keberlanjutan industri ini memerlukan peningkatan kualitas produk dan pemasaran yang lebih efektif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri kerajinan tenun ikat di Maumere memiliki potensi besar dari segi budaya dan ekonomi. Faktor kualitas motif, keaslian, dan harga menjadi pendorong utama minat beli konsumen, sejalan dengan teori bahwa faktor estetika dan nilai budaya meningkatkan daya tarik produk kerajinan tradisional. Penggunaan media sosial dan platform digital menunjukkan tren positif dalam pengembangan pemasaran modern. Hal ini sejalan dengan studi yang menyatakan bahwa inovasi dalam pemasaran dapat meningkatkan daya saing produk kerajinan tradisional di pasar global. Namun, tantangan utama seperti keterbatasan bahan baku dan kurangnya inovasi desain harus diatasi melalui pelatihan dan pengembangan kapasitas pengrajin. Pemerintah dan stakeholder perlu bekerja sama dalam menyediakan pelatihan, pendanaan, dan fasilitas yang mendukung keberlanjutan industri ini. Secara keseluruhan, pengembangan industri tenun ikat di Maumere harus berorientasi pada peningkatan kualitas, inovasi, dan pemasaran digital agar mampu bersaing dan melestarikan warisan budaya lokal sekaligus meningkatkan kesejahteraan pengrajin.

Industri tenun ikat di Maumere memiliki posisi strategis baik dari segi budaya maupun ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan pengrajin yang masih mempertahankan teknik tradisional dan motif khas menjadi kekuatan utama industri ini. Keaslian motif dan teknik tenun yang diwariskan secara turun-temurun menjadi identitas budaya yang sangat berharga dan menjadi daya tarik utama bagi pasar lokal maupun global. Tenun ikat bukan hanya sekadar produk kerajinan tangan, melainkan juga representasi identitas budaya masyarakat Maumere yang kaya akan simbol dan makna adat. Melalui motif dan teknik tenun, pengrajin mampu menyampaikan cerita rakyat, kepercayaan, dan nilai-nilai lokal yang telah berusia berabad-abad. Keberadaan industri ini turut membantu pelestarian budaya dan memperkuat identitas masyarakat setempat.

Dari aspek ekonomi, industri tenun ikat memberikan manfaat langsung berupa peningkatan pendapatan pengrajin dan masyarakat desa. Dengan adanya permintaan dari pasar lokal, nasional, dan internasional, industri ini berpotensi meningkatkan kesejahteraan masyarakat jika dikelola secara berkelanjutan dan inovatif. Kualitas motif dan warna adalah faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki motif yang khas, inovatif, dan warna yang cerah serta tahan luntur. Keaslian budaya juga menjadi faktor penting, karena konsumen semakin sadar akan pentingnya pelestarian budaya lokal. Selain itu, faktor harga dan promosi melalui media digital semakin berpengaruh. Penggunaan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook memudahkan pengrajin dan koperasi untuk memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Hal ini menegaskan pentingnya digitalisasi dalam pengembangan pemasaran industri kerajinan tradisional.

Bahan alami seperti benang kapas dan pewarna alami masih sulit didapat dan ketersediaannya tergantung musim. Hal ini menyulitkan produksi massal dan konsistensi kualitas produk. Mayoritas produk masih menggunakan motif tradisional yang sudah dikenal luas. Kurangnya inovasi membatasi daya tarik produk untuk pasar modern yang cenderung mencari desain baru dan unik. Pengrajin belum banyak mendapatkan

pelatihan terkait pengembangan produk, inovasi desain, dan pemasaran digital. Sebagian besar pengrajin bergantung pada teknik tradisional yang kurang mampu bersaing di pasar global. Produk tenun ikat lokal harus bersaing dengan produk impor yang lebih murah dan modern. Tanpa inovasi dan strategi pemasaran yang tepat, produk lokal berisiko kalah saing. Pengrajin dan koperasi sering mengalami kesulitan mendapatkan modal usaha dan fasilitas pelatihan yang memadai, yang sangat dibutuhkan untuk pengembangan usaha.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Industri tenun ikat di Maumere merupakan warisan budaya yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekaligus melestarikan identitas budaya lokal. Keaslian motif dan teknik tradisional menjadi kekuatan utama industri ini, menarik minat konsumen baik dari pasar lokal maupun internasional. Namun, pengembangan industri ini masih dihadapkan pada berbagai tantangan seperti keterbatasan bahan baku berkualitas, minimnya inovasi desain, kurangnya pelatihan pemasaran digital, dan persaingan dari produk impor yang lebih murah dan modern.

Penggunaan media sosial dan platform e-commerce mulai menunjukkan tren positif dalam pemasaran, namun masih perlu penguatan kapasitas pengrajin agar mampu bersaing secara global. Untuk memastikan keberlanjutan industri tenun ikat di Maumere, diperlukan upaya kolaboratif dari pemerintah, masyarakat, dan swasta dalam meningkatkan kualitas produk, inovasi desain, akses bahan baku, serta pemasaran digital yang efektif.

Saran untuk kedepannya memberikan pelatihan tentang inovasi desain, teknik pewarnaan alami, dan pemasaran digital agar pengrajin mampu mengikuti tren pasar dan meningkatkan daya saing produk. Mendorong pengrajin untuk menciptakan motif dan desain baru yang menarik dan sesuai tren pasar modern tanpa mengurangi keaslian budaya.

Membantu pengrajin memperoleh bahan baku berkualitas melalui kerjasama dengan pemasok lokal maupun pengembangan bahan alternatif yang ramah lingkungan. Membantu pengrajin dan koperasi memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Pemerintah perlu menyediakan akses modal, pelatihan, dan fasilitas produksi yang memadai, serta mendorong kerjasama dengan pihak swasta untuk pengembangan industri ini. Mengintegrasikan industri tenun ikat ke dalam desa wisata dan menciptakan branding yang kuat agar produk lebih dikenal dan dihargai secara nasional maupun internasional.

## DAFTAR RUJUKAN

- Aditama, M. (2018). *Pelestarian Tenun Ikat dalam Perspektif Budaya dan Ekonomi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). Statistik Industri Kerajinan di Nusa Tenggara Timur. BPS Indonesia.
- Dewi, S. P. (2019). Pengembangan Produk Tenun Tradisional sebagai Upaya Pelestarian Budaya dan Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Budaya*, 15(2), 123-135.
- Kurniawan, A., & Suryanto, H. (2020). *Inovasi Desain dan Pemasaran Digital dalam Pengembangan Industri Tenun Tradisional*. \**Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 8(1), 45-60.
- Ministry of Tourism and Creative Economy of Indonesia. (2021). Strategi Pengembangan Industri Kerajinan Tradisional di Indonesia. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Sulastri, R. (2017). Pelestarian Budaya Melalui Tenun Ikat di Flores. \**Jurnal Budaya dan Seni\**, 10(3), 200-215.
- Utami, R., & Setiawan, B. (2019). Tantangan dan Peluang Industri Tenun Ikat di Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Pembangunan dan Pengembangan Wilayah*, 12(4), 300-312.