



KEWIRAUSAHAAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL SEBAGAI STRATEGI MODEL BISNIS RITEL

Ajeng Mira Herdina¹ ✉, Riesta Devi Kumalasari², Priska Arindya Purnama³, Meliana Octavia⁴

^{1,2,3,4}Entrepreneurship – Business Creation Department, BINUS Business School Undergraduate Program, Bina Nusantara University, Jakarta, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima 2020-03-15

Disetujui 2020-04-15

Dipublikasikan 2020-04-30

Keywords:

Kearifan Lokal,

Kewirausahaan,

Komunitas, Model Bisnis,

Ritel, Strategi

Abstrak

Penelitian ini hendak mengetahui penerapan strategi model bisnis ritel dalam bentuk kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal beserta tantangan dalam menerapkan strategi tersebut. Objek dari penelitian ini adalah Komunitas Pelanusa; yaitu suatu komunitas bisnis di Kota Malang yang menerapkan model bisnis ritel berbasis kearifan lokal. Pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam semi terstruktur, observasi non-partisipan, serta teknik dokumentasi digunakan dalam penelitian ini. Informan dalam penelitian ini dipilih secara purposif. Hasil penelitian menunjukkan kreativitas dan inovasi produk yang menonjolkan corak budaya lokal merupakan kekuatan Komunitas Pelanusa untuk menghasilkan produk akhir yang memiliki keunggulan nilai. Kekuatan tersebut disokong dengan kegiatan pelatihan yang meningkatkan kemampuan tehnik dan manajerial. Pengendalian mutu yang ketat juga merupakan unsur yang penting untuk mempertahankan kualitas. Namun, Komunitas Pelanusa menghadapi tantangan dalam hal skala produksi untuk menerapkan strategi kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal bagi model bisnis ritelnya.

Abstract

This study aims to find out the implementation of retail business model strategy in form of entrepreneurship activities based on local wisdom, along with the challenges to implement it. The objects of this study is Pelanusa Community; a business community in Malang City that implements a retail business model based on local wisdom. A qualitative approach with data collection techniques through semi-structured in-depth interviews, non-participant observation, and documentation were used. The informants were selected purposively. The results of the study show that creativity and product innovation that accentuates local culture is the strength of Pelanusa Community to produce final product that has value proposition. This strength is supported by training activities that enhance technical and managerial skills. Strict quality control is also an important element to maintain product quality. However, Pelanusa Community faces challenges in terms of production scale to implement the strategy for its retail business model.

✉Alamat korespondensi :
ajeng.herdina@binus.ac.id¹



PENDAHULUAN

Era globalisasi membuka koneksi dengan negara lain untuk melakukan perdagangan produk-produk berbasis budaya. Salah satu sektor industri yang memungkinkan kegiatan perdagangan produk berbasis budaya adalah sektor industri kreatif. United Kingdom Department Culture, Media and Sport (DCMS) menjelaskan bahwa industri kreatif merupakan suatu sektor yang menciptakan peluang kerja berdasarkan kreativitas dan keterampilan (El Hasanah, 2018). Bahkan Hasan (2018) memaparkan lebih lanjut bahwa sektor ekonomi kreatif mengandalkan kreativitas dan intelektual masyarakat untuk mengembangkan berbagai potensi lokal. Hal tersebut mengakibatkan kreativitas dan pengetahuan menjadi aset yang tak ternilai. Properti intelektual dari kreativitas dan keterampilan tersebut merupakan salah satu sarana untuk meningkatkan kesejahteraan dan memberdayakan masyarakat.

Sektor industri kreatif memunculkan peluang bisnis dari ide-ide bisnis yang inovatif. Model bisnis perlu ditentukan agar ide bisnis yang inovatif dan kreatif dapat diimplementasikan menjadi usaha bisnis yang sukses. Athia *et al.* (2018) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa salah satu unsur dari model bisnis adalah strategi, dimana model bisnis digunakan sebagai alat untuk menutupi risiko dengan cara mengetahui kekuatan dan kelemahan usaha bisnis tersebut. Salah satu model bisnis yang umumnya diterapkan pelaku bisnis adalah dalam bentuk ritel atau eceran. Secara harafiah, model bisnis ritel merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen akhir individu, keluarga, dan rumah tangga (Sudarwati, 2015). Penelitian yang dilakukan Basri (2012) serta Hikmawati & Nuryakin (2017) menunjukkan bahwa ritel merupakan sektor bisnis yang menyerap tenaga kerja paling besar di Indonesia selain sektor pertanian. Model bisnis ritel dapat digolongkan menjadi pengecer toko, penjual eceran tanpa toko, dan organisasi eceran (Kotler & Armstrong, 2012). Penjualan dalam model bisnis ritel menuntut penciptaan nilai yang mampu menarik konsumen.

Secara khusus, model bisnis ritel perlu menerapkan strategi penjualan untuk dapat bertahan dalam persaingan. Strategi bauran pemasaran merupakan salah satu strategi penjualan yang dapat diterapkan pada model bisnis ritel. Arifianti (2012) menyebutkan bahwa terdapat empat prinsip dasar yang dapat digunakan dalam mengaplikasikan strategi bauran pemasaran, yaitu orientasi konsumen, usaha koordinasi, *value-driven*, dan orientasi tujuan. Keempat prinsip tersebut dapat digunakan sebagai strategi penjualan untuk semua golongan model bisnis ritel.

Sesuai penjelasan sebelumnya, industri kreatif di Indonesia memberikan peluang bagi model bisnis ritel untuk menciptakan keunggulan produk melalui kreativitas. Keunggulan produk merupakan salah satu hal yang memberikan perbedaan dengan kompetitor. Produk akhir yang unik dan inovatif menjadi suatu daya tarik tersendiri bagi konsumen. Kreativitas dan inovasi produk perlu ditingkatkan oleh pelaku usaha bisnis ritel sebagai salah satu strategi untuk menghadapi persaingan yang ketat. Beberapa aspek yang perlu dimiliki pelaku bisnis untuk bertahan dalam persaingan di sektor ekonomi kreatif adalah memiliki kreativitas yang bersumber dari corak budaya lokal, kuatnya inovasi untuk menciptakan daya beda atau diferensiasi produk, inovasi untuk membuat desain yang belum ada, memiliki gagasan yang melimpah dan terbarukan, pro-aktif dalam mengikuti tren desain produk yang sedang berkembang di pasar, memiliki kemampuan manajemen tim, mitra, dan rekan kerja, serta mampu mengelola risiko dan kegagalan (Hermawan & Tripriyo, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Azizah & Muhfiatun (2018) menemukan bahwa kearifan lokal sebagai basis ekonomi kreatif merupakan salah satu strategi bisnis yang digunakan untuk meningkatkan daya saing dan memberikan efek *multiplier* pada berbagai sektor usaha. Senada dengan hal tersebut, Mukaffi *et al.* (2019) menemukan bahwa produk akhir berbasis kearifan lokal tidak hanya memberikan nilai tambah produk, tetapi juga berkontribusi bagi eksistensi rantai nilai di bidang penciptaan nilai dan komersialisasi produk. Berdasarkan temuan tersebut, maka disarankan agar pihak



pemerintah dan akademisi turut membantu dalam menciptakan peluang bisnis berbasis kearifan lokal. Lebih lanjut lagi, Kartikawangi (2018) dalam penelitiannya menemukan bahwa kearifan lokal turut mendukung keberhasilan pengembangan dan implementasi strategi dalam *cause-related marketing* untuk mendukung keberlanjutan bisnis.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat kita lihat bahwa unsur kearifan lokal merupakan salah satu elemen dari praktik wirausaha. Sapir *et al.* (2014) mendefinisikan kearifan lokal sebagai pengetahuan lokal yang menyatu dengan kepercayaan, norma, dan budaya. Lebih lanjut dijelaskan bahwa diperlukan pemahaman mengenai pola pikir yang selama ini dianut di daerah tersebut agar dapat melakukan kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal. Model bisnis ritel yang dijalankan sebaiknya tidak hanya mengandalkan pengetahuan manajemen umum tetapi juga nilai-nilai yang berlaku di daerah tersebut. Supaya dapat mendukung kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal, maka perlu dikembangkan potensi masyarakat dalam wadah *learning society* agar kemampuan masyarakat dalam hal manajerial, jejaring, dan keterampilan dapat terus ditingkatkan (Setyowati & Nurcahyati, 2012).

Model bisnis ritel dapat mengeksplorasi potensi daerah atau potensi lokal untuk menciptakan produk yang kreatif dan inovatif. Hal itu mengakibatkan munculnya peluang kegiatan wirausaha yang menghasilkan produk berbasis kearifan lokal. Kewirausahaan berbasis kearifan lokal tersebut dapat digunakan sebagai salah satu strategi bagi model bisnis ritel. Produk-produk yang dihasilkan memiliki nilai dan keunggulan yang unik; sehingga dapat dikatakan bahwa kekuatan dari strategi tersebut terletak pada inovasi dan kreativitas produk yang memanfaatkan kearifan lokal. Namun, Malik & Mulyono (2017) menekankan bahwa pemberdayaan masyarakat perlu dimaksimalkan agar potensi daerah dapat dimanfaatkan dengan baik dalam menciptakan usaha bisnis yang berbasis kearifan lokal.

Salah satu kegiatan wirausaha yang berbasis kearifan lokal di Kota Malang adalah komunitas Pelangi Nusantara (Pelanusa). Pelanusa merupakan komunitas bisnis yang berhasil menggunakan kearifan lokal sebagai strategi pengembangan model bisnis ritelnya. Komunitas Pelanusa menjadi wadah yang mendampingi para wanita di daerah tersebut untuk menjalankan usaha bisnis kreatif berbasis potensi daerah. Saat ini Komunitas Pelanusa menaungi 26 kelompok bisnis yang tersebar di Kota Malang, Kabupaten Malang, Kabupaten Trenggalek, bahkan di Kabupaten Larantuka Provinsi Nusa Tenggara Timur. Produk – produk yang dihasilkan anggota komunitas Pelanusa adalah produk kerajinan tangan.

Komunitas Pelanusa menonjolkan kearifan lokal pada produk kerajinan tangan dengan cara menggunakan limbah kain batik yang layak pakai menjadi produk akhir yang unik. Produk Komunitas Pelanusa merupakan produk eceran kerajinan tangan yang memiliki nilai tambah dalam hal desain produk. Kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal yang dilakukan oleh komunitas Pelanusa merupakan strategi yang digunakan dalam menjalankan model bisnis ritelnya. Hal tersebut terbukti dari kemampuan komunitas Pelanusa dalam memasarkan produk kreatifnya tidak hanya di dalam negeri tetapi juga di luar negeri. Selain itu, produk berbasis kearifan lokal yang dihasilkan oleh Komunitas Pelanusa menarik minat wisatawan lokal dan mancanegara yang berkunjung ke Kota atau Kabupaten Malang.

Keberhasilan Komunitas Pelanusa dalam menggunakan kearifan lokal sebagai strategi pengembangan model bisnis ritelnya membuat peneliti tertarik untuk mengkaji penerapan strategi tersebut. Meskipun terdiri dari banyak kelompok bisnis tetapi komunitas ini mampu mempertahankan eksistensinya di tengah ketatnya persaingan industri kreatif dengan mengangkat potensi lokal sebagai strateginya. Komunitas ini juga memberdayakan masyarakat, khususnya kaum wanita untuk lebih memaksimalkan potensi daerah sebagai peluang bisnis di bidang kerajinan tangan. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui penerapan strategi pengembangan model bisnis ritel dalam bentuk kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal yang dilakukan oleh Komunitas



Pelanusa. Selain itu, penelitian ini juga hendak mengetahui tantangan yang dihadapi Komunitas Pelanusa dalam menjalankan strategi tersebut. Penelitian ini memiliki kebaharuan dalam hal fokus penelitian, yakni fokus pada kewirausahaan berbasis kearifan lokal sebagai strategi untuk mengembangkan bisnis ritel. Selain itu, usaha bisnis yang dijadikan objek penelitian merupakan komunitas bisnis yang memberdayakan tidak hanya potensi lokal tetapi juga memberdayakan kemampuan kaum wanita untuk menjalankan model bisnis ritel.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka kerangka pikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

METODE PENELITIAN

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan tersebut dipilih agar diperoleh pemahaman yang mendalam atas realitas sosial dari tiap sudut pandang pihak-pihak yang terlibat. Tipe dari penelitian ini adalah deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh gambaran yang rinci mengenai implementasi strategi pengembangan model bisnis ritel dalam bentuk kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal. Interaksi yang interaktif dengan partisipan dilakukan agar gambaran rinci tersebut dapat ditemukan dan makna yang terkandung didalamnya dapat dipahami.

Terdapat dua jenis data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam semi terstruktur dan observasi non-partisipan. Penentuan informan kunci dalam wawancara mendalam semi terstruktur dilakukan secara *purposive*, yaitu memilih pihak – pihak yang mampu memberikan informasi yang dibutuhkan berdasarkan kriteria yang ditentukan, agar data yang ditemukan valid dan kredibel (Sekaran & Roger, 2016). Adapun kriteria dari pemilihan informan kunci adalah pihak yang mengetahui dan terlibat dalam penerapan strategi pengembangan model bisnis ritel melalui kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal di Komunitas Pelanusa. Selain informan kunci, penelitian ini juga akan melibatkan beberapa anggota Komunitas Pelanusa sebagai informan untuk mengetahui dampak yang dirasakan dari aktivitas kewirausahaan di Komunitas Pelanusa. Jumlah anggota komunitas yang dilibatkan sebagai informan ditentukan berdasarkan titik jenuh, yaitu ketika informan cenderung memberikan informasi yang berulang dan tidak ada informasi baru yang dapat digunakan, maka proses pengumpulan informasi dihentikan (Boddy, 2016).

Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, penelitian ini juga akan menggunakan observasi non-partisipan untuk mendapatkan data primer. Peneliti akan melakukan pengamatan kegiatan di Komunitas Pelanusa tanpa harus terlibat langsung dalam kegiatan tersebut. Bentuk observasi non-partisipan digunakan dalam penelitian ini untuk menghindari bias dan menjamin objektivitas dari hasil pengamatan. Selain pengumpulan data primer, penelitian ini juga akan mengumpulkan data sekunder. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan teknik dokumentasi untuk menganalisis dokumen – dokumen yang mendukung penelitian. Dokumen yang digunakan merupakan dokumen yang memperkuat analisis penelitian seperti literatur kewirausahaan dan dokumen resmi Komunitas Pelanusa.



Analisis data penelitian dilakukan dengan menggunakan metode Sekaran & Roger (2016) yang terdiri dari tiga tahap yaitu tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap reduksi data dilakukan dengan cara melakukan pemilihan, koding, dan kategorisasi data agar data yang bermakna yang digunakan. Tahap penyajian data dilakukan dengan menampilkan data yang sudah direduksi melalui berbagai media agar memudahkan memahami apa yang terjadi. Tahap penarikan kesimpulan dilakukan dengan menarik kesimpulan atas hasil analisis data yang dilakukan.

Penelitian ini melakukan uji validitas dan realibilitas untuk menguji keabsahan data yang mengacu pada literatur Sugiyono (2019). Adapun uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji kredibilitas; sedangkan uji realibilitas dilakukan dengan konfirmasi. Pengujian validitas internal dilakukan dengan uji kredibilitas melalui triangulasi teknik pengumpulan data yang berfungsi sebagai cross-checking. Jenis triangulasi tersebut dilakukan dengan mengecek data ke sumber yang sama dengan teknik berbeda; dimana selain menggunakan wawancara mendalam semi-terstruktur penelitian ini juga menggunakan observasi non-partisipan dan dokumentasi untuk mendapatkan data penelitian. Hal tersebut dilakukan agar bias dikurangi, objektivitas terjamin, dan validitas dapat ditingkatkan. Uji realibilitas dilakukan dengan konfirmasi yang merupakan uji objektivitas penelitian. Hasil penelitian disusun berdasarkan informasi yang diperoleh dari informan; dimana hasil penelitian merupakan analisis atas peristiwa yang diungkapkan oleh informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penuturan informan kunci yang merupakan pimpinan Komunitas Pelanusa, pada awalnya komunitas tersebut mengalami kesulitan untuk memenuhi permintaan konsumen sebelum menggunakan model bisnis ritel. Kondisi tersebut mengakibatkan Komunitas Pelanusa menggunakan model bisnis ritel sebagai salah satu cara untuk menjalankan kegiatan bisnisnya. Penjualan produk senantiasa dipantau kemajuannya agar terus meningkat. Selain itu, Komunitas Pelanusa juga berupaya agar kegiatan ritel tidak hanya terbatas pada transaksi jual beli produk akhir, tetapi juga menghasilkan “efek karambol” dalam bentuk *repeat order*.

Informan kunci juga mengungkapkan bahwa terdapat kekuatan dan kelemahan dari penerapan model bisnis ritel di Komunitas Pelanusa. Menurut informan kunci, penerapan model bisnis ritel mampu mendukung percepatan atau akselerasi bisnis Komunitas Pelanusa. Selain itu, model bisnis ritel yang diaplikasikan oleh Komunitas Pelanusa lahir dari proses *learning by doing*. Proses tersebut menjadikan sistem yang ada di dalam model bisnis ritel Komunitas Pelanusa merupakan sistem yang unik sesuai dengan karakteristik usaha dari komunitas itu. Tetapi, terdapat kelemahan dari penerapan model bisnis ritel di Komunitas Pelanusa. Kelemahan tersebut berkaitan dengan jenis usaha Komunitas Pelanusa yang tergolong ke dalam Usaha Kecil Menengah (UKM). Informan kunci mengakui bahwa mayoritas UKM memiliki kemajuan bisnis yang lambat, tergantung dari kekuatan masing-masing UKM. Komunitas Pelanusa memiliki kendala dalam hal manajerial dan komunikasi; sehingga hal tersebut mempengaruhi kemajuan bisnis di komunitas tersebut. Penerapan model bisnis ritel yang tidak dibarengi kemampuan manajerial dan komunikasi akan menghambat kemajuan bisnis suatu UKM.

Supaya dapat mengatasi hambatan dalam memajukan usaha bisnis di Komunitas Pelanusa yang tergolong sebagai UKM, maka komunitas tersebut menciptakan produk akhir berbasis kearifan lokal sebagai strategi usahanya. Komunitas Pelanusa mengangkat kain-kain nusantara sebagai bahan baku produknya. Kain-kain nusantara yang digunakan merupakan kain limbah yang layak pakai. Hal tersebut dilakukan karena Komunitas Pelanusa menerapkan prinsip “ngopeni” agar sisa kain bisa dimanfaatkan secara maksimal menjadi produk akhir yang memiliki nilai tambah.



Selain itu, penggunaan limbah kain nusantara yang layak pakai didasarkan atas prinsip “*zero waste*” yang diterapkan Komunitas Pelanusa dalam proses produksinya. Informan kunci memaparkan bahwa produk berbasis kearifan lokal tersebut memberikan nilai jual atau keunikan khusus bagi usaha bisnis Komunitas Pelanusa. Bahkan lebih lanjut dikatakan tidak banyak komunitas atau usaha bisnis yang melakukan hal serupa; sehingga apa yang dilakukan oleh Komunitas Pelanusa memberikan keunggulan nilai (*value proposition*). Produk berbasis kearifan lokal yang dihasilkan oleh Komunitas Pelanusa menjadi pembeda dengan produk lain. Perbedaan itulah yang menyebabkan produk akhir Komunitas Pelanusa menjadi *unique selling proposition* (USP).

Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya oleh informan kunci, salah satu falsafah yang diterapkan dalam kegiatan bisnis di Komunitas Pelanusa adalah “ngopeni”. Falsafah itu turut tercermin dalam proses produksi di komunitas tersebut. Bahan baku limbah kain nusantara layak pakai yang digunakan untuk menciptakan produk akhir diperoleh dari para penjahit rumahan, butik, dan pabrik garmen yang menjadi mitra dalam rantai pasok Komunitas Pelanusa. Beberapa pihak memberikan bahan baku tersebut secara Cuma-cuma tetapi ada juga pihak yang menjualnya ke Komunitas Pelanusa. Limbah kain nusantara layak pakai akan diubah menjadi produk akhir yang memiliki nilai tambah seperti tas (tas malangan, pouch, sling bag), dompet (dompet malangan, dompet aplikasi), baju, seprai, selimut, atau bed cover, kain sibori, sarung bantal, dan sebagainya. Selain itu, proses produksi yang ada di Komunitas Pelanusa juga mencerminkan nilai budaya gotong-royong. Produk-produk di Komunitas Pelanusa dibuat secara bergotong royong oleh anggota komunitas yang tersebar di berbagai daerah.

Produk akhir berbasis kearifan lokal yang dihasilkan oleh Komunitas Pelanusa memiliki kekuatan dalam hal kreativitas dan inovasi produk. Produk akhir berupa kerajinan tangan berbasis kearifan lokal bersumber dari kreativitas yang sulit ditiru oleh pihak lain. Kreativitas atau inovasi produk yang berasal dari potensi lokal menciptakan desain produk yang bersifat unik. Produk akhir yang dihasilkan oleh anggota komunitas di tiap daerah mencerminkan kearifan lokal atau kekayaan budaya yang ada di daerah tersebut; sehingga inovasi produk berbasis kearifan lokal yang dituangkan tiap anggota ke dalam kerajinan tangan menciptakan desain produk yang memiliki nilai khusus. Hal itu mengakibatkan banyak dari produk akhir Komunitas Pelanusa menjadi *trendsetter*. Meskipun menonjolkan kearifan lokal dalam inovasi produknya, Komunitas Pelanusa tetap mengikuti tren yang berkembang. Komunitas Pelanusa tetap menciptakan desain produk berbasis kearifan lokal yang sesuai dengan kebutuhan atau minat konsumen. Inovasi atau desain produk juga didapatkan dari pengamatan atas hasil karya pihak lain untuk kemudian dimodifikasi menjadi produk akhir yang bercorak khas Komunitas Pelanusa.

Kekuatan desain produk berbasis kearifan lokal yang dimiliki Komunitas Pelanusa mendorong komunitas tersebut untuk senantiasa memperlengkapi anggota melalui kegiatan pelatihan. Pelatihan yang diberikan kepada anggota komunitas bersifat gratis dan meliputi materi tentang beragam tehnik dalam membuat kerajinan tangan dan materi yang berkaitan dengan kemampuan manajerial. Kegiatan pelatihan yang diselenggarakan juga digunakan untuk memastikan kemampuan tiap anggota dalam menghasilkan produk akhir yang sesuai dengan standar Komunitas Pelanusa. Anggota yang belum mahir teknik tertentu atau belum bisa menghasilkan produk akhir yang sesuai standar akan terus dilatih sampai menjadi lebih mahir dan memenuhi kriteria produk yang ditetapkan. Namun, informan kunci juga mengungkapkan bahwa banyak dari anggota komunitas tidak memiliki pengetahuan mengenai desain, sehingga bisa dikatakan mereka mempelajarinya secara otodidak. Hal itulah yang terus mendorong Pelanusa untuk senantiasa melatih anggotanya dengan materi mengenai desain produk.

Produk akhir berbasis kearifan lokal yang dihasilkan oleh Komunitas Pelanusa merupakan produk kerajinan tangan. Anggota komunitas yang tersebar di berbagai daerah membuat produk akhir secara *handmade*. Supaya dapat menjaga konsistensi



kualitas dari produk yang dibuat oleh anggota komunitas, maka Pelanusa menerapkan pengendalian mutu yang ketat. Setiap produk akhir yang dihasilkan oleh anggota komunitas harus memenuhi standar mutu yang telah ditetapkan oleh Komunitas Pelanusa. Jika ada anggota yang belum bisa menghasilkan produk yang sesuai dengan ketentuan mutu, maka anggota tersebut akan dilatih kembali sampai bisa menghasilkan produk yang sesuai dengan standar. Selain itu, informan juga mengungkapkan bahwa inovasi desain produk yang akan diimplementasikan oleh anggota komunitas harus sesuai dengan *standart operating procedure* (SOP) Komunitas Pelanusa. Hal tersebut dilakukan agar inovasi desain produk yang dilakukan tetap selaras dengan keunikan atau value dari Komunitas Pelanusa.

Produk akhir berbasis kearifan lokal yang telah lolos proses pengendalian mutu akan dipasarkan melalui berbagai saluran pemasaran yang digunakan oleh Komunitas Pelanusa. Koperasi Pelanusa digunakan sebagai tempat untuk memasarkan produk akhir berbasis kearifan lokal tersebut. Selain itu, Komunitas Pelanusa juga memasarkan produknya melalui media sosial. Komunitas Pelanusa juga memanfaatkan kegiatan pameran untuk menjual sekaligus mempromosikan produknya ke konsumen. Sistem titip jual atau konsinyasi di beberapa toko juga digunakan komunitas tersebut untuk memasarkan produknya. Produk akhir berbasis kearifan lokal yang dibuat oleh Komunitas Pelanusa tidak hanya menarik minat konsumen domestik dan wisatawan, tetapi juga menarik minat konsumen luar negeri. Hal itu terbukti dari kemampuan produk Komunitas Pelanusa menembus pasar internasional; dimana produk komunitas tersebut telah berhasil dipasarkan di negara Malaysia, Filipina, dan Jepang.

Informan kunci menjabarkan bahwa aspek-aspek yang diperhatikan dalam pemasaran produk menggunakan model bisnis ritel di Koperasi Pelanusa adalah aspek penentuan dan pengendalian harga. Lebih lanjut informan mengungkapkan bahwa standardisasi harga merupakan hal yang mutlak diberlakukan pada model bisnis ritel tersebut agar tiap daerah menentukan harga jual yang sama. Salah satu strategi yang diterapkan agar standardisasi harga dapat dengan sukses diterapkan adalah dengan secara terus menerus melakukan konsultasi antar kelompok usaha mengenai penentuan harga jual. Formulir harga pokok penjualan wajib diisi terlebih dahulu sebelum harga jual ditentukan. Besarnya keuntungan yang diterima anggota komunitas atas produk yang berhasil dijual ditetapkan sebesar 20-30%.

Terdapat beberapa tantangan yang dihadapi Komunitas Pelanusa dalam melakukan kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal sebagai strategi model bisnis ritel. Informan mengungkapkan bahwa Komunitas Pelanusa mengalami kendala dalam hal kuantitas produksi. Produk yang dihasilkan oleh Komunitas Pelanusa adalah produk kerajinan tangan berbasis kearifan lokal sehingga memerlukan waktu yang lebih lama dalam proses produksinya. Hal tersebut mengakibatkan jumlah barang yang diproduksi tidak dalam jumlah yang besar. Selain itu, Komunitas Pelanusa juga menghadapi persaingan produk-produk yang berasal dari Republik Rakyat Cina; dimana produk-produk dari negara tersebut dijual dengan harga yang lebih murah dan kuantitasnya lebih banyak. Sarana promosi yang digunakan oleh Komunitas Pelanusa juga belum melibatkan banyak pihak sehingga exposure produknya belum terlalu gencar.

Selain tantangan yang berkaitan dengan produksi, Komunitas Pelanusa juga memiliki tantangan berkaitan dengan sumber daya yang terlibat dalam komunitas tersebut. Banyaknya jumlah anggota di Komunitas Pelanusa memberikan tantangan dalam hal memastikan keseragaman visi organisasi diantara anggota. Sumber daya yang beragam juga memberikan tantangan dalam hal pembangunan karakter. Informan kunci menjelaskan bahwa dibutuhkan waktu yang tidak singkat untuk membangun karakter wirausaha tiap anggota. Perbedaan tingkat ekonomi dan latar belakang pendidikan tiap anggota turut mempengaruhi proses pembentukan karakter tersebut. Informan kunci menjabarkan bahwa tantangan tersebut diatasi dengan menerapkan komunikasi yang baik dengan anggota komunitas. Jenis komunikasi disesuaikan dengan latar belakang anggota komunitas. Tiap anggota juga diberikan kebebasan untuk melakukan proses



produksi secara individu atau berkelompok. Setiap permasalahan yang muncul akan segera diselesaikan untuk menekan risiko atau kesenjangan antar kelompok usaha. Transparansi keuangan juga senantiasa diterapkan; dimana hal itu tercermin dari sistem penentuan harga jual yang berlaku di Komunitas Pelanusa dan kesepakatan pembagian keuntungan.

Eksistensi kegiatan wirausaha di Komunitas Pelanusa membawa dampak bagi anggota yang tergabung dalam komunitas tersebut. Penelitian ini mewawancarai beberapa anggota Komunitas Pelanusa untuk mengetahui dampak dari kegiatan wirausaha yang diselenggarakan oleh komunitas tersebut. Para informan menuturkan bahwa dampak yang mereka rasakan dari kegiatan wirausaha di Komunitas Pelanusa adalah peningkatan pendapatan, bertambahnya ilmu pengetahuan mengenai teknik kerajinan tangan, peningkatan kemampuan membangun jejaring, dan peningkatan kemampuan kewirausahaan. Selain itu, pelatihan-pelatihan yang mereka ikuti di Komunitas Pelanusa juga telah sesuai dengan harapan mereka. Pelatihan yang mereka dapatkan diakui meningkatkan tidak hanya kemampuan teknik dalam membuat produk kerajinan tangan berbasis kearifan lokal, tetapi juga turut meningkatkan kemampuan manajerial atau kemampuan kewirausahaan mereka.

Namun, para informan juga menuturkan bahwa mereka menghadapi beberapa kendala dalam mengikuti kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal di Komunitas Pelanusa. Salah satu tantangan yang dihadapi berkaitan dengan proses produksi yang dijalani dalam menghasilkan produk akhir. Seperti yang diketahui, produk akhir Komunitas Pelanusa merupakan produk kerajinan tangan berbasis kearifan lokal. Supaya dapat menghasilkan produk akhir yang baik maka tiap anggota dituntut untuk mahir dan tekun selama proses produksi. Terbatasnya jumlah pembina di Komunitas Pelanusa turut mempengaruhi kemahiran anggota dalam menciptakan produk akhir yang sesuai dengan standar mutu. Bahan baku limbah kain nusantara layak pakai yang digunakan Komunitas Pelanusa menuntut anggota untuk tekun dan teliti dalam proses produksinya. Terbatasnya mesin jahit sebagai sarana produksi juga turut menghambat produktivitas anggota dalam memproduksi produk akhir. Selain itu, para informan juga mengungkapkan bahwa produk akhir yang dihasilkan tidak langsung laku terjual. Hal itu dikatakan turut mempengaruhi jumlah pendapatan yang diterima anggota. Lebih lanjut juga diungkapkan bahwa manajemen waktu turut menjadi tantangan bagi anggota di Komunitas Pelanusa. Anggota yang bergabung di Komunitas Pelanusa sebagian besar merupakan ibu rumah tangga; sehingga tidak semua kegiatan dapat diikuti oleh anggota. Kendala waktu juga menjadi tantangan bagi anggota Komunitas Pelanusa dalam menyelesaikan produk akhir. Anggota Komunitas Pelanusa berusaha membagi waktu antara kegiatan rumah tangga dengan kegiatan di komunitas supaya target penyelesaian produk dapat tercapai, dan sekaligus dapat mengikuti kegiatan di komunitas tersebut.

Para informan juga memberikan beberapa saran atau harapan bagi perkembangan kegiatan wirausaha di Komunitas Pelanusa. Salah satu informan mengungkapkan bahwa Komunitas Pelanusa diharapkan menjadi komunitas yang kuat, yaitu komunitas yang memiliki struktur yang lebih tertata rapi agar koordinasi tiap kegiatan dapat berjalan lebih lancar. Selain itu, Komunitas Pelanusa juga diharapkan memiliki galeri yang dapat digunakan untuk memajang hasil karya anggota komunitas. Informan juga mengharapkan agar kedepannya Komunitas Pelanusa mendirikan toko yang khusus menjual keperluan kerajinan tangan sebagai sumber pemasukan alternatif bagi komunitas tersebut. Jumlah modal serta pendampingan juga diharapkan semakin meningkat untuk mendukung produktivitas anggota Komunitas Pelanusa.

Berdasarkan kegiatan observasi yang dilakukan di Komunitas Pelanusa, maka model bisnis ritel yang diterapkan oleh komunitas tersebut tergolong ke dalam organisasi eceran (Kotler, 2012). Informasi yang disampaikan oleh informan kunci juga mengungkapkan bahwa model bisnis ritel digunakan oleh Komunitas Pelanusa sebagai bentuk strategi penjualan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumennya. Temuan tersebut mencerminkan pendapat Athia *et al.* (2018) dalam penelitiannya, yaitu



penentuan model bisnis digunakan sebagai strategi untuk menutupi risiko dengan terlebih dahulu mengetahui kekuatan dan kelemahan usaha bisnis tersebut. Komunitas Pelanusa mengamati bahwa model bisnis ritel perlu diterapkan agar dapat memenuhi permintaan konsumen. Kekuatan produk Komunitas Pelanusa yang terletak pada desain produk berbasis kearifan lokal menuntut penentuan model bisnis yang sesuai dengan karakteristik usaha bisnis tersebut. Namun, bentuk usaha bisnis Komunitas Pelanusa yang merupakan UKM memiliki kelemahan dalam hal manajemen dan skala usaha. Pengamatan yang dilakukan atas kekuatan dan kelemahan usaha bisnis Komunitas Pelanusa mendorong komunitas tersebut untuk menetapkan model bisnis ritel sebagai strategi penjualan yang sesuai dengan karakteristiknya.

Seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya, Komunitas Pelanusa memberdayakan kaum wanita dalam kegiatan wirausaha yang diselenggarakan komunitas tersebut. Komunitas Pelanusa senantiasa mendampingi anggotanya untuk menjalankan kegiatan wirausaha berbasis potensi lokal. Kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal yang dilaksanakan oleh Komunitas Pelanusa melibatkan partisipasi masyarakat, dalam hal ini kaum wanita, untuk mengeksplorasi potensi lokal sebagai peluang bisnis di sektor industri kreatif. Upaya Komunitas Pelanusa dalam melibatkan kaum wanita untuk mengeksplorasi peluang bisnis berbasis kearifan lokal menyiratkan pendapat Malik & Mulyono (2017), yaitu pemberdayaan masyarakat perlu dilibatkan dengan maksimal agar potensi lokal dapat dimanfaatkan sebagai peluang bisnis. Potensi lokal di tiap daerah tercermin dalam produk akhir berbasis kearifan lokal yang dibuat oleh anggota Komunitas Pelanusa yang tersebar di berbagai wilayah. Kekayaan budaya lokal yang tercermin dalam desain produk dapat senantiasa digali dan dimanfaatkan secara maksimal agar dapat menghasilkan produk yang memiliki nilai unggul. Selain itu, keterlibatan masyarakat (kaum wanita) dalam kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal di Komunitas Pelanusa turut mendukung pendapat Hasan (2018), yaitu kreativitas dan intelektual masyarakat menjadi andalan dalam mengembangkan potensi bisnis di sektor ekonomi kreatif. Desain produk berbasis kearifan lokal yang dituangkan oleh anggota Komunitas Pelanusa terinspirasi dari kekayaan budaya yang dimiliki oleh tiap daerah. Beragam corak kearifan lokal yang tertuang dalam produk akhir Komunitas Pelanusa menjadikan produknya memiliki keunikan yang sulit ditiru oleh kompetitor.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Komunitas Pelanusa telah menerapkan strategi bauran pemasaran dalam kegiatan wirausahanya. Bahkan komunitas tersebut juga mengaplikasikan empat prinsip dasar dari strategi bauran pemasaran yang dijabarkan oleh Arifianti (2012). Keempat prinsip dasar tersebut adalah orientasi konsumen, usaha koordinasi, *value-drive*, dan orientasi tujuan. Prinsip orientasi konsumen tampak dalam desain produk Komunitas Pelanusa yang berusaha mengikuti tren. Meskipun memiliki kekuatan dalam hal desain produk berbasis kearifan lokal, namun Komunitas Pelanusa tetap mengikuti tren agar menghasilkan produk akhir yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, model bisnis ritel juga dipilih oleh Komunitas Pelanusa agar dapat senantiasa memenuhi permintaan konsumen. Prinsip strategi bauran pemasaran yang juga diterapkan oleh Komunitas Pelanusa adalah usaha koordinasi; dimana prinsip tersebut tampak dalam koordinasi yang dilakukan Komunitas Pelanusa dengan anggota atau kelompok bisnisnya. Usaha koordinasi tersebut terlihat dalam koordinasi mengenai standarisasi harga jual agar tidak ada perbedaan harga jual produk. Koordinasi juga dilakukan untuk memetakan kendala-kendala yang dihadapi dalam kegiatan wirausaha di Komunitas Pelanusa agar risiko dan kesenjangan dapat diperkecil. Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa kunci keberhasilan usaha koordinasi di Komunitas Pelanusa terletak pada komunikasi yang baik dan transparansi.

Prinsip strategi bauran pemasaran berikutnya yang diterapkan Komunitas Pelanusa adalah prinsip *value-driven*. Prinsip tersebut tampak pada produk akhir berbasis kearifan lokal yang dihasilkan Komunitas Pelanusa. Salah satu strategi yang diterapkan Komunitas Pelanusa dalam menjalankan model bisnis ritel adalah



menciptakan produk akhir yang memiliki keunggulan nilai. Produk yang dihasilkan oleh Komunitas Pelanusa memiliki keunggulan nilai dalam bentuk desain produk berbasis kearifan lokal. Keunggulan tersebut senantiasa ditonjolkan agar produk kerajinan tangan yang dihasilkan Komunitas Pelanusa memiliki perbedaan dengan produk kompetitor. Keunggulan dalam bentuk produk kerajinan tangan berbasis kearifan lokal memiliki keunikan atau nilai khusus yang ditawarkan ke konsumen. Selain itu, prinsip *value-driven* juga tercermin dalam falsafah “ngopeni” yang diterapkan dalam proses produksi di Komunitas Pelanusa. Limbah kain nusantara layak pakai digunakan sebagai bahan baku oleh Komunitas Pelanusa untuk kemudian diubah menjadi produk kerajinan tangan yang memiliki nilai tambah (*value added*).

Prinsip strategi bauran pemasaran terakhir yang diterapkan oleh Komunitas Pelanusa adalah prinsip orientasi tujuan. Prinsip tersebut tercermin pada kegiatan di Komunitas Pelanusa yang fokus dan konsisten menggunakan kearifan lokal sebagai strategi model bisnis ritelnya. Pimpinan Komunitas Pelanusa senantiasa berkomunikasi untuk menyeragamkan visi organisasi dengan para anggota. Selain itu, Komunitas Pelanusa senantiasa menerapkan pengendalian mutu atas produk akhir yang dihasilkan anggota-anggotanya; supaya produk yang dihasilkan sesuai dengan standar yang ditentukan dan sesuai dengan karakteristik dari komunitas tersebut. Lebih lanjut lagi, Komunitas Pelanusa terus meningkatkan akselerasi bisnis melalui strategi penjualan di usaha ritelnya. Hal itu dilakukan agar komunitas tersebut memiliki kegiatan bisnis yang berkembang dan mengalami peningkatan skala bisnis. Usaha tersebut terbukti dari saluran pemasaran Komunitas Pelanusa yang tidak hanya membidik pasar domestik tetapi juga sudah merambah pasar luar negeri.

Upaya Komunitas Pelanusa untuk bertahan dalam persaingan dengan menggunakan kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal sebagai strategi model bisnis ritelnya mendukung hasil penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh Hermawan & Tripriyo (2016) menunjukkan bahwa aspek-aspek yang perlu diperhatikan untuk bertahan dalam persaingan di sektor ekonomi kreatif adalah aspek kreativitas yang bersumber dari corak budaya lokal, aspek kekuatan inovasi supaya dapat menciptakan diferensiasi produk, aspek gagasan, aspek proaktif sehingga dapat senantiasa mengikuti tren desain produk, aspek kemampuan manajemen tim, mitra, dan rekan kerja, serta aspek pengelolaan risiko dan kegagalan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan, semua aspek tersebut tampak dalam kegiatan wirausaha di Komunitas Pelanusa. Produk akhir yang dihasilkan oleh Komunitas Pelanusa merupakan produk yang terinspirasi dari corak budaya lokal, yaitu penggunaan limbah kain-kain nusantara layak pakai. Produk kerajinan tangan berbasis kearifan lokal yang dihasilkan oleh Komunitas Pelanusa memberikan keunggulan nilai (*value proposition*) atau menjadi pembeda dengan produk lain. Kreativitas yang bersumber dari kekayaan budaya lokal dan tertuang ke dalam produk akhir menjadi salah satu kekuatan bagi Komunitas Pelanusa untuk bertahan dalam kompetisi lokal maupun global.

Kekuatan inovasi pada desain produk juga turut menjadi kekuatan bagi Komunitas Pelanusa untuk bertahan di dalam persaingan bisnis. Kearifan lokal yang ditonjolkan Komunitas Pelanusa pada produk kerajinan tangannya menciptakan daya beda atau diferensiasi produk. Anggota komunitas senantiasa didorong untuk melahirkan inovasi desain produk namun tetap selaras dengan jati diri Komunitas Pelanusa. Hal tersebut dilakukan agar inovasi desain produk yang dilakukan menghasilkan diferensiasi yang tetap sesuai dengan karakteristik Komunitas Pelanusa; sehingga keunikan atau daya beda yang dimiliki komunitas tersebut tetap terjaga. Selain itu, kebebasan untuk menyampaikan gagasan atau ide yang berkaitan dengan inovasi produk juga mendukung keberhasilan Komunitas Pelanusa untuk bertahan di persaingan ekonomi kreatif. Kesempatan yang diberikan kepada anggota untuk memberikan gagasan atau ide serta menuangkannya ke dalam produk akhir berdampak pada penciptaan produk yang memiliki keunikan khusus. Kebebasan tersebut difasilitasi oleh



Komunitas Pelanusa namun tetap dijaga agar gagasan atau ide tetap sesuai dengan tujuan organisasi.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa Komunitas Pelanusa berorientasi pada konsumen dengan cara senantiasa mengikuti tren dalam menciptakan produk akhir. Walaupun Komunitas Pelanusa mampu menciptakan keunggulan nilai lewat produk kerajinan tangan berbasis kearifan lokal, namun komunitas tersebut tetap mengikuti tren yang sedang berkembang di pasar. Sebagai contoh, Komunitas Pelanusa mengikuti tren “millennial” agar produknya sesuai dengan minat konsumen. Selain tren desain produk, Komunitas Pelanusa juga berusaha mengikuti tren pengelolaan usaha sesuai dengan iklim bisnis yang sedang berlangsung. Perubahan pengelolaan bisnis di era 4.0 juga turut mendorong Komunitas Pelanusa untuk beradaptasi. Komunitas Pelanusa berusaha memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan jejaring, koordinasi, promosi produk, dan penjualan produk. Pengelolaan risiko dan kegagalan dilakukan Komunitas Pelanusa melalui pengendalian mutu yang konsisten, penetapan SOP, standarisasi harga, komunikasi yang solid antar kelompok binaan, dan keseragaman visi di antara semua anggota. Lebih lanjut lagi, pelatihan secara konsisten dilaksanakan agar tiap anggota memiliki kemampuan tehnik dan manajerial yang senantiasa mendukung keberlangsungan hidup Komunitas Pelanusa.

Selaras dengan pembahasan di atas, penerapan strategi lewat kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal pada model bisnis ritel Komunitas Pelanusa juga mendukung hasil penelitian (Azizah & Muhfiatun, 2018). Pada hasil penelitian tersebut dijelaskan bahwa kearifan lokal sebagai dasar ekonomi kreatif merupakan salah satu strategi bisnis yang digunakan untuk meningkatkan daya saing dan memberikan efek *multiplier* pada berbagai sektor usaha. Penggunaan limbah kain – kain nusantara layak pakai dan desain produk yang mencerminkan kekayaan budaya daerah merupakan strategi yang digunakan Komunitas Pelanusa agar menghasilkan produk yang unik dan tidak mudah ditiru. Kreativitas merupakan orisinalitas yang tidak dapat dengan mudah diimitasi oleh pesaing. Kreativitas yang tertuang pada produk akhir Komunitas Pelanusa mampu meningkatkan daya saing komunitas tersebut di sektor industri kreatif. Hal itu terbukti dengan kemampuan Komunitas Pelanusa menjadi *trendsetter* dan juga tampak dalam kemampuan komunitas tersebut menembus pasar internasional. Selain itu, strategi yang diterapkan Komunitas Pelanusa memberikan efek *multiplier* pada sektor usaha lainnya seperti sektor pariwisata. Terciptanya produk kerajinan tangan berbasis kearifan lokal memberikan daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Produk akhir yang dihasilkan Komunitas Pelanusa turut berkontribusi bagi perkembangan sektor pariwisata di daerah kelompok binaannya.

Secara internal, tidak dapat dipungkiri strategi yang diterapkan Komunitas Pelanusa juga memberikan efek *multiplier* dalam bentuk “efek karambol”. Keunikan produk akhir yang diciptakan oleh Komunitas Pelanusa tidak hanya mengakibatkan konsumen melakukan *repeat order*, tetapi juga turut menginspirasi masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal. Tersebarinya kelompok binaan Komunitas Pelanusa menunjukkan bahwa pemberdayaan yang dilakukan oleh komunitas menghasilkan dampak positif yang menarik minat masyarakat untuk bergabung dalam usaha bisnisnya. Kesuksesan Komunitas Pelanusa dalam menerapkan kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal sebagai strateginya secara tidak langsung menjadi alat promosi (*public relation*) bagi komunitas tersebut. Selain itu, efek *multiplier* atas strategi yang digunakan Komunitas Pelanusa juga dirasakan pada jaringan rantai pasoknya. Falsafah “ngopeni” yang diterapkan dalam proses produksi Komunitas Pelanusa turut mencerminkan penerapan prinsip “*zero waste management*”. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, Komunitas Pelanusa mendapatkan bahan bakunya dari limbah kain nusantara yang masih layak pakai untuk kemudian diolah menjadi produk kerajinan tangan yang memiliki nilai tambah. Aplikasi falsafah “ngopeni” tersebut turut mengurangi jumlah limbah kain yang dapat mencemari lingkungan. Secara tidak langsung, Komunitas Pelanusa mendukung gerakan “green



economy” yaitu kegiatan bisnis yang memperhatikan kelestarian lingkungan hidup. Kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal yang dilakukan Komunitas Pelanusa tidak hanya membawa dampak positif bagi kesejahteraan anggota dan perkembangan sektor pariwisata, tetapi juga turut memberikan dampak positif bagi lingkungan hidup. Efek-efek *multiplier* atau “efek karambol” tersebut yang menjadi keunikan atau esensi dari dampak eksistensi Komunitas Pelanusa di sektor ekonomi kreatif.

Strategi kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal yang diaplikasikan Komunitas Pelanusa juga mendukung hasil penelitian Mukaffi *et al.* (2019). Pada penelitian tersebut ditemukan bahwa produk akhir berbasis kearifan lokal tidak hanya memberikan nilai tambah produk, tetapi juga memberikan kontribusi bagi eksistensi rantai nilai di bidang penciptaan dan komersialisasi produk. Hasil wawancara dan observasi di Komunitas Pelanusa memperlihatkan bahwa kearifan lokal yang terkandung dalam produk kerajinan tangan komunitas tersebut memberikan keunikan atau keunggulan nilai. Limbah kain nusantara layak pakai diubah menjadi produk baru yang memiliki nilai tambah atau memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Penciptaan nilai melalui produk berbasis kearifan lokal yang dilakukan Komunitas Pelanusa memberikan keuntungan komersil bagi komunitas tersebut. Komersialisasi yang lahir dari kreativitas dan inovasi produk berbasis kearifan lokal perlu senantiasa dijaga agar terus memberikan keuntungan bagi Komunitas Pelanusa. Selain itu, keunikan produk atau diferensiasi produk yang dimiliki Komunitas Pelanusa membuka peluang bagi komunitas tersebut untuk memanfaatkan keuntungan komersil yang diperoleh dari kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal.

Supaya dapat terus menopang strategi bisnis ritel dalam bentuk kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal, maka Komunitas Pelanusa memperkuat organisasinya melalui kegiatan pelatihan. Penyelenggaraan kegiatan pelatihan yang diikuti anggota Komunitas Pelanusa untuk meningkatkan kemampuan tehnik kerajinan tangan dan kemampuan manajerialnya, mencerminkan *learning society* seperti yang dijelaskan oleh Setyowati & Nurcahyati (2012). Pada penelitiannya dijelaskan bahwa agar dapat mendukung kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal, maka potensi masyarakat perlu dikembangkan melalui wadah *learning society* supaya keterampilan dan kemampuan manajerial serta jejaring masyarakat semakin meningkat. Komunitas Pelanusa merupakan suatu komunitas yang menjadi wadah pemberdayaan masyarakat, khususnya kaum wanita. Hadirnya Komunitas Pelanusa turut memberikan dampak kepada kaum wanita dalam hal peningkatan kemampuan kewirausahaan. Setiap anggota dilatih untuk memiliki keterampilan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonominya. Kegiatan pelatihan secara rutin dilaksanakan agar tiap anggota memiliki keterampilan menghasilkan produk kerajinan tangan berbasis kearifan lokal. Sebagai contoh, pelatihan desain produk dan tehnik menjahit diselenggarakan oleh Komunitas Pelanusa untuk mendorong kreativitas serta inovasi produk. Selain itu, pelatihan yang berkaitan dengan materi manajerial turut meningkatkan kemampuan anggota dalam pengelolaan kegiatan bisnis di Komunitas Pelanusa. Kegiatan pelatihan yang berkaitan dengan kemampuan tehnik dan manajerial turut mendukung keberlangsungan hidup kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal di Komunitas Pelanusa. Tanpa kemampuan tehnik yang mumpuni, maka kreativitas dan inovasi produk berbasis kearifan lokal tidak akan mudah dituangkan menjadi produk yang memiliki keunggulan nilai. Lebih lanjut lagi, tanpa kemampuan manajerial yang mencukupi, maka sulit mengembangkan atau meningkatkan skala bisnis dari Komunitas Pelanusa.

Sejalan dengan pembahasan di atas, kegiatan pelatihan di Komunitas Pelanusa juga turut mendukung pendapat Hermawan & Tripriyo (2016) mengenai aspek kemampuan manajemen tim, mitra, dan rekan kerja, serta aspek inovasi produk. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pelatihan yang berkaitan dengan kemampuan manajerial memberikan dampak bagi anggota Komunitas Pelanusa dalam hal peningkatan kemampuan jejaring dan kemampuan kewirausahaan. Hal tersebut



menunjukkan bahwa pelatihan manajerial yang diberikan Komunitas Pelanusa merupakan sarana pembelajaran yang dimanfaatkan anggotanya untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha bisnis. Selain itu, pelatihan mengenai tehnik kerajinan tangan dan desain produk yang diselenggarakan oleh Komunitas Pelanusa turut membantu komunitas tersebut memfasilitasi anggotanya untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan tren. Kegiatan pelatihan tersebut juga dapat menjadi stimulus bagi anggota komunitas untuk berinovasi atau berkreasi menghasilkan produk akhir yang menggunakan kekayaan budaya lokal sebagai inspirasi.

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka terdapat beberapa hal yang sebaiknya dilakukan agar kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal di Komunitas Pelanusa semakin berkembang. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, Komunitas Pelanusa memiliki keunggulan nilai melalui produk kerajinan tangannya yang memuat corak budaya lokal. Hal tersebut mengakibatkan produk akhir Komunitas Pelanusa menjadi *trendsetter*. Komunitas Pelanusa perlu melindungi kekayaan intelektual yang terkandung di dalam usaha bisnisnya. Kreativitas dan inovasi produk berbasis kearifan lokal yang ditonjolkan pada produk akhir kerajinan tangan Komunitas Pelanusa merupakan kekuatan dan sekaligus keunikan yang perlu dilindungi. Perlindungan kekayaan intelektual perlu dilakukan oleh Komunitas Pelanusa agar manfaat ekonomi dapat dieksplorasi dengan maksimal. Beberapa jenis perlindungan kekayaan intelektual yang dapat digunakan oleh Komunitas Pelanusa antara lain hak paten atas desain produk dan perlindungan merek dagang. Melalui perlindungan kekayaan intelektual tersebut, maka Komunitas Pelanusa dapat melindungi produknya agar tidak dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab. Secara tidak langsung, perlindungan kekayaan intelektual juga akan melindungi Komunitas Pelanusa dari hal-hal yang merugikan organisasinya. Pada bagian pendahuluan telah dijelaskan bahwa kreativitas merupakan aset yang bernilai di sektor industri kreatif; sehingga properti intelektual dari kreativitas dan keterampilan perlu dilindungi untuk meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat. Perlindungan kekayaan intelektual atas desain produk dan merek dagang Komunitas Pelanusa dapat memfasilitasi komunitas tersebut untuk meningkatkan kesejahteraan organisasi dan anggotanya, serta peningkatan upaya pemberdayaan kaum wanita. Kegiatan wirausaha yang menghasilkan produk akhir berbasis kearifan lokal perlu melindungi kekayaan intelektual dari desain produknya karena didalamnya terkandung unsur kekayaan budaya dan kreativitas yang memiliki keunikan; sehingga hal tersebut perlu dilindungi agar tidak mudah diimitasi oleh pihak lain. Keunikan desain produk yang berbasis kearifan lokal merupakan salah satu aset yang bernilai.

Hasil wawancara dengan informan yang merupakan anggota komunitas juga menunjukkan bahwa terbatasnya jumlah pembimbing turut mempengaruhi proses produksi di Komunitas Pelanusa. Terbatasnya pembimbing atau pembina berdampak pada kemahiran anggota dalam menciptakan produk akhir yang sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan. Komunitas Pelanusa sebaiknya meningkatkan jumlah pembina yang berpartisipasi dalam kegiatan pelatihan agar keterampilan anggota dalam menciptakan produk yang bermutu semakin meningkat. Selain peningkatan jumlah pembina; Komunitas Pelanusa juga sebaiknya semakin meningkatkan kegiatan pelatihan manajerial dengan tema yang lebih beragam. Sebagai contoh, Komunitas Pelanusa dapat memberikan pelatihan dengan materi yang berkaitan dengan manajemen keuangan, manajemen pemasaran, manajemen operasional, dan manajemen sumber daya manusia. Materi pelatihan-pelatihan tersebut diharapkan dapat meningkatkan kemampuan manajerial anggota dalam hal pengelolaan keuangan, *brand image*, *targeting & positioning marketing*, proses produksi, dasar-dasar ilmu desain produk, pengelolaan persediaan, dan motivasi kerja. Lebih lanjut lagi, pelatihan manajerial dengan materi-materi di atas diharapkan dapat meningkatkan kemampuan kewirausahaan anggota yang dapat mendukung kegiatan bisnis di Komunitas Pelanusa. Kolaborasi dengan institusi perguruan tinggi dapat dilakukan oleh Komunitas Pelanusa untuk menyelenggarakan pelatihan dengan materi-materi manajerial.



Supaya dapat semakin meningkatkan paparan pemasaran dari Komunitas Pelanusa, maka sebaiknya penggunaan teknologi internet perlu dimaksimalkan. Era disrupsi teknologi memungkinkan pelaku usaha untuk mengeksploitasi penggunaan internet agar dapat mendatangkan keuntungan ekonomi. Penggunaan internet mampu membantu usaha bisnis untuk memperluas jangkauannya ke konsumen. Komunitas Pelanusa sebaiknya memiliki situs resmi, dimana di situs tersebut konsumen dapat memperoleh informasi resmi mengenai Komunitas Pelanusa sekaligus dapat melakukan pemesanan produk. Salah satu harapan yang disampaikan oleh anggota Komunitas Pelanusa adalah agar komunitas tersebut memiliki galeri sebagai tempat untuk memamerkan produknya. Namun, pembangunan galeri membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Komunitas Pelanusa dapat menggunakan situs resmi “galeri online” untuk memamerkan produknya. Produk kerajinan tangan berbasis kearifan lokal yang dibuat oleh para anggota Komunitas Pelanusa dapat dipamerkan secara daring dalam situs tersebut. Penggunaan situs dapat berperan sebagai “galeri” sekaligus tempat promosi dan saluran penjualan.

Paparan pemasaran juga dapat ditingkatkan dengan penggunaan media sosial. Komunitas Pelanusa telah menggunakan media sosial dalam bentuk Instagram untuk memperkenalkan produknya ke konsumen. Namun, konten media sosial tersebut sebaiknya dibuat lebih menarik dan difokuskan peruntukannya; apakah akan digunakan sebagai tempat promosi dan saluran penjualan, atau digunakan untuk menginformasikan kegiatan yang ada di Komunitas Pelanusa. Fokus pada konten di media sosial akan mempermudah jangkauan kepada konsumen sekaligus meningkatkan brand awareness dan brand image. Penggunaan tagar di media sosial juga perlu ditingkatkan untuk semakin meningkatkan paparan pemasaran dan meningkatkan minat konsumen. Selain itu, Komunitas Pelanusa dapat menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi mengenai selera pasar. Hal itu akan membantu Komunitas Pelanusa dalam mengikuti perkembangan tren sehingga dapat menciptakan produk berbasis kearifan lokal yang sesuai dengan selera pasar. Media sosial juga dapat digunakan Komunitas Pelanusa sebagai sarana untuk mendapatkan umpan balik mengenai kualitas produk yang dijual. Umpan balik tersebut diharapkan dapat mendukung inovasi dan peningkatan mutu produk kerajinan tangan berbasis kearifan lokal yang dihasilkan oleh Komunitas Pelanusa.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa salah satu saluran penjualan yang digunakan Komunitas Pelanusa adalah melalui Koperasi Pelanusa. Komunitas Pelanusa dapat memanfaatkan teknologi untuk menambah salurannya, Aplikasi toko online dapat digunakan Komunitas Pelanusa untuk melengkapi bisnis ritel offline-nya. Maksimalisasi penggunaan toko online dapat meningkatkan jangkauan pasar, meningkatkan jumlah konsumen, meningkatkan penjualan, dan sekaligus memperkuat model bisnis ritel Komunitas Pelanusa untuk bertahan dalam persaingan bisnis di era 4.0. Selain itu, untuk semakin meningkatkan jangkauan pasar di luar negeri, Komunitas Pelanusa perlu mempelajari karakteristik konsumen dan karakteristik pasar mancanegara yang memiliki minat tinggi pada produk kerajinan tangan berbasis kearifan lokal. Hal itu dilakukan agar ekspansi pasar di luar negeri bisa semakin bertambah. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, produk kerajinan tangan Komunitas Pelanusa memiliki keunggulan nilai dan keunikan karena menonjolkan corak budaya lokal. Maksimalisasi penggunaan situs resmi, media sosial, dan toko online akan memudahkan Komunitas Pelanusa untuk mengenalkan sekaligus menjual produknya kepada konsumen luar negeri. Penggunaan internet di era disrupsi teknologi membuka sekat-sekat wilayah sehingga memberikan peluang bagi UKM untuk mengenalkan dan memasarkan produknya di tingkat global.

Berkaitan dengan sebaran kelompok binaan atau anggota Komunitas Pelanusa di berbagai wilayah Indonesia, maka perlu disusun rangkaian modul pembelajaran yang dapat digunakan untuk mendukung kegiatan pelatihan di komunitas tersebut. Melalui modul pembelajaran tersebut, maka standar materi yang diajarkan kepada anggota dapat



disamakan materinya. Konten dari modul tersebut dapat berupa materi tehnik kerajinan tangan dan materi manajerial. Penyusunan modul pembelajaran dapat menyiasati kebutuhan pelatihan bagi anggota sekaligus menjadi solusi alternatif bagi terbatasnya jumlah pembina di Komunitas Pelanusa. Modul pembelajaran khusus diperuntukkan bagi anggota Komunitas Pelanusa dan dapat disediakan dalam versi cetak maupun versi elektronik. Lebih lanjut lagi, anggota Komunitas Pelanusa yang berlokasi di luar pulau Jawa tetap mendapatkan materi latihan yang sama dengan adanya modul pembelajaran tersebut. Peningkatan kualitas pelatihan pada akhirnya akan turut mendukung peningkatan keterampilan atau kemahiran anggota dalam membuat produk; sehingga mutu atau nilai dari produk kerajinan tangan berbasis kearifan lokal di Komunitas Pelanusa dapat terus ditingkatkan.

SIMPULAN DAN SARAN

Sektor industri kreatif membuka berbagai peluang bisnis yang berdasarkan kreativitas dan keterampilan. Model bisnis ritel merupakan salah satu bisnis yang dapat digunakan pada sektor industri kreatif yang mengandalkan kreativitas dan keterampilan sebagai aset yang bernilai. Salah satu strategi yang dapat diterapkan pada model bisnis ritel di sektor ekonomi kreatif adalah dengan kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal. Melalui kegiatan wirausaha tersebut terciptalah produk berbasis kearifan lokal yang memiliki keunggulan nilai.

Komunitas Pelanusa merupakan komunitas bisnis yang menerapkan kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal sebagai strategi bisnis ritel-nya. Kearifan lokal yang bersumber dari kekayaan budaya ditonjolkan melalui produk akhir kerajinan tangan. Produk akhir tersebut memiliki keunikan yang tidak dapat ditiru dengan mudah oleh kompetitor. Kreativitas dan inovasi produk merupakan kekuatan dari kegiatan wirausaha yang berbasis kearifan lokal. Supaya dapat mengeksplorasi kekayaan budaya daerah sebagai peluang bisnis, maka pemberdayaan masyarakat perlu dilibatkan dalam kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal. Produk kerajinan tangan berbasis kearifan lokal yang dibuat oleh anggota Komunitas Pelanusa mencerminkan kekayaan budaya yang ada didaerahnya. Hal tersebut dilakukan agar inovasi dan kreativitas yang bersumber dari corak budaya lokal dapat dengan maksimal ditonjolkan dalam produk akhir.

Supaya dapat mendukung kreativitas dan inovasi produk, serta untuk mempertahankan ciri khas produknya, maka Komunitas Pelanusa secara terus menerus membekali anggotanya melalui pelatihan. Kegiatan pelatihan yang dilakukan meliputi materi tentang tehnik kerajinan tangan dan materi manajerial. Melalui pelatihan tersebut diharapkan agar keterampilan tehnik dan kemampuan kewirausahaan semakin meningkat. Peningkatan keterampilan turut mendongkrak inovasi produk berbasis kearifan lokal. Lebih lanjut lagi, peningkatan kemampuan manajerial dapat meningkatkan kualitas pengelolaan usaha bisnis.

Agar dapat menjaga mutu dari produk kerajinan tangan yang dibuat oleh anggota yang tersebar di berbagai wilayah, maka Komunitas Pelanusa menerapkan SOP dan pengendalian mutu yang ketat. Hal itu dilakukan agar ciri khas produk atau mutu produk berbasis kearifan lokal tetap terjaga. Selain itu, supaya dapat bertahan dalam persaingan di sektor ekonomi kreatif, keputusan mengenai standarisasi harga, transparansi keuangan, dan bentuk komunikasi yang solid perlu diterapkan agar kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal dapat terus berkembang. Ciri khas corak budaya lokal pada produk akhir juga menjadi modal bagi kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal



untuk memasarkan produknya tidak hanya di tingkat domestik, tetapi juga mancanegara.

Namun, Komunitas Pelanusa juga menghadapi tantangan dalam menerapkan strategi di atas. Tantangan yang dihadapi berkaitan dengan skala produksi. Produk kerajinan tangan membutuhkan waktu yang tidak singkat dalam proses produksinya; sehingga jumlah produk yang dihasilkan tidak bisa sekaligus dalam jumlah yang banyak. Tingkat harga jual yang tinggi juga menjadi tantangan bagi produk akhir berbasis kearifan lokal. Produk kerajinan tangan merupakan produk yang dibuat dengan tingkat kesulitan yang tinggi, sehingga mengakibatkan harga jual produk menjadi tinggi. Produk serupa dari kompetitor dengan harga yang lebih rendah menjadi ancaman tersendiri bagi kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi usaha bisnis ritel untuk menggunakan kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal sebagai strategi bisnisnya. Kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal akan menghasilkan produk akhir yang memiliki corak budaya lokal. Hal tersebut akan menciptakan produk akhir yang memiliki nilai tambah atau keunikan, sehingga bisa menjadi pembeda dengan produk kompetitor. Strategi tersebut dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk bertahan di dalam persaingan sektor industri kreatif; dimana kreativitas dan keterampilan dianggap sebagai aset yang bernilai. Masyarakat perlu dilibatkan dan diberdayakan agar potensi lokal dapat semakin dieksplorasi dan dituangkan dalam produk akhir berbasis kearifan lokal. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena objek penelitian yang digunakan adalah suatu komunitas bisnis. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan objek penelitian yang tidak berbentuk komunitas bisnis. Saran tersebut diajukan agar penelitian berikutnya dapat dengan lebih mendalam meneliti penerapan strategi kegiatan wirausaha berbasis kearifan lokal pada entitas bisnis murni.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifianti, R. (2012). Pelaksanaan Strategi Bauran Eceran pada Pasar Baru Kota Bandung (Survei pada pedagang Pakaian jadi Wanita). *Jurnal Sosial Politik*, 1(2), 59–71.
- Athia, I., Saraswati, E., & Normaladewi, A. (2018). Penerapan Business Model Canvas (BMC) Untuk Mendorong Mindset Kewirausahaan Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang. *Jurnal Ketahanan Pangan*, 2(1), 66–75.
- Azizah, S. N., & Muhfiatun, M. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta). *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(2), 63. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v17i2.1273>
- Basri, M. C. (2012). *Rumah Ekonomi Rumah Budaya*. Gramedia Pustaka Utama.
- Boddy, C. R. (2016). Sample size for qualitative research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 19(4), 426–432. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2016-0053>
- El Hasanah, L. L. N. (2018). Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(2), 268. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.36812>
- Hasan, M. (2018). Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(1), 81. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v1i1.5063>



- Hermawan, I., & Tripriyo, P. V. (2016). Membangun Kinerja Usaha Melalui Faktor Pembentuk Kapabilitas Pelaku Kewirausahaan Industri Kreatif Nasional. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 33. <https://doi.org/10.24914/jeb.v18i2.258>
- Hikmawati, D., & Nuryakin, C. (2017). Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 17(2), 195–208. <https://doi.org/10.21002/jepi.v17i2.768>
- Kartikawangi, D. (2018). Kearifan Lokal dalam Implementasi Cause Related Marketing untuk Keberlanjutan Bisnis. *Jurnal ASPIKOM*, 3(5), 874. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i5.278>
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management (14th Edition) By Philip Kotler*. Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, One Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey 07458.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing (14th ed)*. Prentice Hall, One Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey.
- Malik, A., & Mulyono, S. E. (2017). Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal melalui Pemberdayaan Masyarakat. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 1(1), 87–101. <https://doi.org/10.15294/pls.v1i1.15151>
- Mukaffi, Z., Choiruddin, M. N., & Alim, S. (2019). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal (Studi Pada Sentra Industri Kerajinan Batik Banyuwangi). *Jurnal Studi Islam Dan Muamalah: At-Tahdzib*, 7(2), 20–43.
- Sapir, S., Pratikto, H., Wasiti, W., & Hermawan, A. (2014). Model Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Kearifan Lokal Untuk Penguatan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 21(1), 79–91. <http://journal.um.ac.id/index.php/pendidikan-dan-pembelajaran/article/view/4524/994>
- Sekaran, U., & Roger, B. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (7th ed.)*. John Wiley & Sons.
- Setyowati, N. D., & Nurcahyati, Z. (2012). Pengembangan Potensi Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Desa Tulung Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun. *Jurnal Sosial: Jurnal Penelitian Ilmu - Ilmu Sosial*, 13(2), 1–13. <https://doi.org/10.24843/BUM.2019.v18.i02.p21>
- Sudarwati, I. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Retail Di Lottemart Surakarta. *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, 12(02), 115518.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. CV Alfabeta.