

Cite this: *J.SST*, Vol 2 (2):
107-113, 2023

Received Date:
25 Agustus 2023
Accepted Date:
05 September 2023

Keywords:
Strategi, Communication, Traditional Weaving, Saqbe Mandar, Marketing, COVID-19 Pandemic

Kata kunci:
Strategi Komunikasi Tenun Tradisional, Saqbe Mandar, Pemasaran, Pandemi COVID-19

DOI:
<http://dx.doi.org/10.31960/tea.v5i1>
(contoh)

Analisis Strategi Komunikasi Bisnis dan Pemasaran Sutra Mandar Di Masa Pandemi

Analysis of the Mandar Silk Business and Marketing Communication Strategy during the Pandemic.

Tri Sudarto Sirajuddin^{1*}; Syamsu Rizal²; Mujahid³

¹Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Pascasarjana, Universitas Fajar, Kota Makassar, 90231, Indonesia

²Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Pascasarjana, Universitas Fajar, Kota Makassar, 90231, Indonesia

³Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Pascasarjana, Universitas Fajar, Kota Makassar, 90231, Indonesia

*Email: trisudarto11@gmail.com; (Email institusi: pascasarjana@unifa.ac.id)

Abstract. *This research is based on the phenomenon of the Covid-19 pandemic which has an impact on the economy of the Lipaq Saqbe Mandar traditional weaving industry community, due to the Covid-19 pandemic there is an appeal for the closure of central centers, social distancing so as to reduce the sale and purchase of Mandar Silk. In order to find out marketing communication strategies during the Covid-19 pandemic. This type of qualitative research is supported by data collection through interviews and direct observation to the Silk Weaving Society in Karama Village, as well as related government officials. The results of this study indicate that the business and marketing communication strategies in the harvesting community of Karama Village, which are in fact close to the efforts and assistance of the local government. With human resources in the Karama village, it is difficult for the weaver community to walk alone, especially with the rapid technological growth and competition is also increasingly difficult during the Covid-19 pandemic. This phenomenon forces the weaver community and local government to maximize print media promotion technology, and online media as a means of reviving economic value after the Covid-19 pandemic through local government assistance.*

Keywords: *Strategy, Communication, Traditional Weaving, Saqbe Mandar, Marketing, Covid-19 Pandemic*

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi berdasarkan fenomena pandemi Covid-19 yang berdampak pada perekonomian masyarakat industri tenunan tradisional Lipaq Saqbe Mandar desa Karama, akibat pandemi Covid-19 adanya himbauan penutupan pusat perbelanjaan, *social distance* sehingga berkurangnya penjualan dan pembelian Sutra Mandar untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran di masa pandemi Covid-19. Jenis penelitian deskriptif kualitatif, didukung dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi langsung kepada Masyarakat penenun Sutra mandar di desa karama, juga pejabat pemerintah yang terkait. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi bisnis dan pemasaran pada Masyarakat penenun Desa Karama, yang ternyata erat kaitannya dengan upaya dan bantuan dari pemerintah setempat. Dengan SDM yang ada di desa karama, sulit bagi masyarakat penenun untuk berjalan sendiri, terlebih dengan pertumbuhan teknologi yang pesat dan persaingan juga semakin sulit dimasa pandemi Covid-19, Fenomena ini memaksa masyarakat penenun dan pemerintah setempat untuk lebih memaksimalkan teknologi promosi media cetak, dan media online sebagai sarana membangkitkan Kembali nilai ekonomi paska pandemi Covid-19 melalui pendampingan pemerintah setempat.

Kata kunci: Strategi, Komunikasi, Tenun tradisional, Saqbe Mandar, Pemasaran, Pandemi Covid-19

PENDAHULUAN (After 3 pt)

Pandemi Corona Virus 2019 diumumkan WHO (World Health Organization) tanggal 11 Maret 2020. Kejadian Covid-19 yang dilaporkan kepada publik pertama kali tanggal 31 Januari 2020 di Wuhan, Provinsi Hubei, China. Memasuki Minggu ketiga April 2020 terdapat 170.000 lebih korban yang meninggal, yang sembuh sebanyak 640.000 dari total yang terkonfirmasi positif sebanyak lebih dari 1,4 juta orang (Junaedi and Salistia 2020) Alok Bhargava dan kawan-kawan menemukan bahwa angka kelangsungan hidup yang tinggi akan memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi (Bhargava et al. 2001).

Disisi lain Covid-19 telah mengakibatkan angka kematian yang tinggi. Covid-19 telah menimbulkan economic shock, yang mempengaruhi ekonomi secara perorangan, rumah tangga, perusahaan mikro, kecil, menengah maupun besar, bahkan mempengaruhi ekonomi negara dengan skala cakupan dari lokal, nasional, dan bahkan global (Sutrisni 2020).

Terkait himbauan dan pemberlakuan PSBB hampir di seluruh Indonesia, dimana seluruh ruang publik mulai dari kantor, sekolah, transportasi, tempat ibadah, mall, dan lain-lain sangat dibatasi penggunaannya bahkan banyak yang harus tutup sementara. Penunjang terbesar perekonomian Indonesia didominasi dengan keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai tulang punggung perekonomian nasional yang juga terkena dampak yang begitu serius. Menurut Dewi dan Martadinata (2) Usaha Mikro, Kecil dan Menengah diartikan sebagai kegiatan usaha yang dijalankan oleh seseorang atau badan usaha yang mampu membuat lapangan kerja, mampu memberikan pelayanan ekonomi, serta mampu berperan dalam peningkatan pendapatan masyarakat, mampu berperan sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi dan menjaga kestabilan ekonomi nasional.

Berdasarkan Fenomena, tentu kita pun juga melakukan hal serupa yaitu mengubah kebiasaan dari berbelanja langsung di toko atau supermarket menjadi belanja online. Hal tersebut kita lakukan karena adanya social distancing, semua berupaya menjaga kesehatan selama pandemi dengan mengurangi kontak langsung dengan orang lain sebagai upaya mengurangi penyebaran penularan virus covid-19 secara langsung. Lantas bagaimana dengan toko offline?

Perubahan yang terjadi di masa pandemi ini dapat menjadi tantangan sekaligus peluang bagi kita yang mampu mengikuti arus, namun sebaliknya jika tidak mampu mengikuti maka perubahan dapat menjadi ancaman dan berujung tertinggal (Mungkasa 2020). Salah Satu usaha masyarakat yang juga sangat merasakan dampak dari pandemi covid 19 adalah masyarakat penenun yang ada di Desa Karama Kecamatan Tinambung Kabupaten Polewali Mandar, Bagi Sebagian besar wanita di desa tersebut tradisi manette lipa sa'be Mandar merupakan kegiatan untuk menghasilkan satu benda kebudayaan dengan berbagai corak warna dan motif yang khas digunakan pada peristiwa kehidupan atau upacara-upacara misalnya pelantikan pejabat, perkawinan atau kematian. Dalam penggunaan lipa sa'be Mandar tidak hanya semata-mata dipakai sebagai lambang keunggulan, gengsi atau perhiasan badan, tetapi lebih dari itu merupakan benda budaya yang dianggap mengandung nilai ritual dan juga bernilai ekonomi tinggi (Nurwapika 2020).

Peran perempuan penenun kain sutra Mandar (Panette) dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga dari aspek ekonomi yaitu sangat membantu dalam menutupi kebutuhan sehari-hari seperti biaya sekolah anak, kebutuhan dapur serta menjaga kelangsungan hidup keluarganya pada saat suami mereka tidak melaut akibat cuaca buruk atau berbagai hal tertentu seperti sakit (Kartia 2016) dan (Muhammad Adriansyah 2018)

Desa Karama kecamatan Tinambung, Kabupaten polewali mandar, Sulawesi barat adalah tujuan penelitian penulis dikarenakan banyaknya sumber yang penulis dapatkan dan mengarah ke daerah tersebut, Secara geografis Desa ini terdiri dari tiga Dusun, yaitu dusun karama, dusun lambe, dan dusun monjopahit. Desa karama berada di daerah pantai yang berseberangan dari arah barat Desa Tanga- tanga, timur Desa Tamangalle, dan sebelah utara Desa Lamasariang. Dengan jarak tempuh sekitar 1 jam dari pusat kota polewali mandar.

Selain lokasi penelitian yang mudah di akses, desa Karama' juga memiliki potensi nilai pariwisata dan ekonomi yang menarik untuk dikomunikasikan kepada masyarakat yang nantinya membaca penelitian ini.

selain itu bagaimana dengan kondisi pasar akibat pandemi setelah pembatasan di berbagai aspek? Seperti yang telah dijelaskan bahwa sutra mandar digunakan sebagai media

dalam ritual kebudayaan perkawinan sunatan dan lain-lain, sedangkan dalam kondisi pandemic, hajatan dan semacamnya itu sangat dibatasi, sehingga persentase pembelian sarung sutra Mandar dipastikan mengalami tingkat penjualan yang menurun drastis.

Berdasarkan isu, salahsatu media “travel.detik.com” 31 agustus 2020 membahas dampak yang dirasakan oleh masyarakat penenun saat pandemi yang membuat sarung Sutra Mandar sepi pembeli. Menurut Fatimah (salah satu pengrajin sutra mandar) sebelum pandemic banyak bahan yang dibeli dengan cara berhutang, ditambah dengan adanya pandemi, permintaan sarung sutra juga alami penurunan, dengan kondisi modal yang sudah semakin menipis ditambah pinjaman modal yang harus dikembalikan, Membuat pengrajin sarung sutra mandar tersebut harus menambah hutang lagi kepada orang lain.

Juga dibuktikan dari hasil observasi awal oleh peneliti Sabtu 25 September 2021 di Desa Karama Kecamatan Tinambung, Kabupaten Polewali Mandar, tepatnya pada saat itu peneliti melakukan perjalanan untuk mengunjungi kerabat di daerah tersebut, disepanjang perjalanan peneliti tidak melihat adanya aktivitas penenun, padahal biasanya beberapa waktu yang lalu sebelum pandemi Covid 19 peneliti selalu melihat adanya aktivitas warga yang sedang menenun di Naung boyang atau bagian bawah dari rumah panggung, peneliti sempat bertanya secara acak kepada warga anonym yang sempat peneliti temui, hasil dari percakapan peneliti dan narasumber anonim mengatakan bahwa beberapa penenun saat ini hanya akan menenun Ketika ada pesanan dari konsumen.

Dari kata “Pesanan” itulah yang membuat peneliti penasaran untuk meneliti secara lanjut tentang bagaimana proses Pemasaran dan Komunikasi Bisnis dari sarung sutra mandar setelah pandemic covid 19 berlangsung, Apakah penjualan menurun? Ataupun tidak adanya konsumen karena pandemic, dimana acara dibatasi sehingga kebutuhan untuk menggunakan sarung sutra mandar tidak lagi menjadi prioritas, Apakah ada proses-proses komunikasi yang dimana pemasaran masih tetap bisa dilakukan. Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini mengambil pada pertanyaan sebagai berikut

1. Bagaimanakah strategi komunikasi bisnis dan pemasaran dalam upaya memasarkan sarung sutra mandar di masa pandemic covid 19?
2. Bagaimana upaya masyarakat Penenun Desa Karama Kecamatan Tinambung Kabupaten Polewali Mandar untuk tetap bertahan di masa pandemic covid 19?

METODOLOGI (After 3 pt)

Penelitian bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi bisnis dan pemasaran pada penenun Sutra Mandar di desa Karama, Kecamatan Tinambung, Kabupaten Polewali mandar, Sulawesi Barat. Penelitian ini dilaksanakan pada Februari hingga Mei 2022. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Wawancara Mendalam Wawancara mendalam ini di implementasikan kepada informan-informan yang telah di pilih oleh objek penelitian. Alasan memilih metode wawancara mendalam ini guna untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci ataupun informasi yang lebih detail mengenai dari objek penelitian. Wawancara adalah proses tanya jawab yang dilakukan oleh narasumber guna untuk mendapatkan informasi yang di butuhkan.
2. Observasi Observasi ialah pengamatan yang dilakukan di sekitar atau di daerah objek penelitian guna untuk mendukung hasil dari wawancara mendalam dengan informan. Observasi juga dapat dilakukan dengan melakukan perekaman kemudian data dari hasil rekaman itu di amatai kemudian diolah menjadi data pendukung dari Wawancara.
3. Dokumentasi Teknik dokumentasi dapat dikatakan sebagai pelengkap dari wawancara dan observasi. Teknik dokumentasi dapat berupa gambar, catatan, laporan ataupun dokumen-dokumen lainnya yang telah diolah yang diperlukan oleh peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN (After 3 pt)

Strategi komunikasi pemasaran adalah rangkaian proses atau taktik yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada orang atau konsumen terhadap suatu barang atau produk apa yang di jual oleh suatu perusahaan atau UMKM seperti Seperti Masyarakat Penenun yang ada didesa Karama. Oleh karena itu dalam hal melakukan komunikasi pemasaran pada masa pandemic covid-19 ini ada beberapa komunikasi dalam pemasaran

yang digunakan agar bisa efektif.

Hasil wawancara Kepada Para Penenun dan juga pelaku bisnis tenunan yang berkaitan dengan berjalannya proses komunikasi bisnis dan pemasaran Lipaq Saqbe Mandar pada hari senin, 24 April 2022, SN sebagai Ketua Penenun yang di Desa Karama merupakan informan kunci.

Pada saat menerapkan strategi komunikasi pemasaran pada masa pandemi covid- 19, dalam hal ini menggunakan beberapa strategi komunikasi pemasaran diantaranya :

a. Memberikan pelayanan yang berbeda

Pada Saat pandemi Covid-19 ada banyak hambatan untuk konsumen keluar berbelanja karena sesuai dengan aturan dari pemerintah untuk tetap di rumah saja, selain kurangnya permintaan pesanan dari pengepul yang berjualan di pasar juga permintaan pesanan sarung sutra mandar secara perorangan juga sangat kurang, Maka dari itu jika biasanya konsumen yang datang langsung di lokasi pembuatan sarung sutra mandar atau pengepul dari pasar yang datang untuk mengambil pesanan, maka untuk tetap mendapatkan konsumen beberapa penenun banyak yang menawarkan hasil tenunannya kepada keluarga, kerabat atau langganan lamanya melalui panggilan telepon seluler, JM yang merupakan penenun diwawancarai oleh peneliti pada 24 april 2022 mengatakan bahwa konsumen ada karena saya menghubungi keluarga-keluarga yang jauh, mencoba mempromosikan sarung sutra yang saya buat dan dari cara seperti itu JM mendapatkan beberapa pembeli. NA juga salah satu penenun yang melakukan cara tersebut, iya mencoba menghubungi teman- temannya yang berjualan di pasar meskipun permintaan tidak begitu banyak namun HM mengaku lumayan membantu.

Desa karama merupakan salahsatu desa pariwisata penghasil tenunan sebagaimana dalam lirik lagu mandar “Lipaq Saqbena To Karama” sehingga pemerintah setempat maupun pemerintah Provinsi selalu berupaya agar penenun di desa Karama ini dapat lestari dan sejahtera, ditambah lagi ditemukan fakta bahwa semakin hari generasi penerus penenun sutra mandar itu sangat kurang, dan bahkan semenjak pandemi covid-19 yang juga melumpuhkan sektor ekonomi para penenun sutra mandar yang ada di desa karama, Maka pemerintah daerah setempat selalu berusaha untuk mencari cara bagaimana agar Daya Tarik terhadap tenunan sutra mandar ini dapat meningkat dari segi minat dan ekonomi.

Adapun program pemerintah yang dimaksudkan dapat meningkatkan proses daya Tarik terhadap sarung sutra mandar ini adalah dengan mengadakannya kegiatan “Semesta Saqbe Mandar” Yang dilaksanakan di desa karama, secara online dan offline. sejalan dengan harapan Gubernur Sulawesi Barat untuk menjadikan Karama sebagai kawasan wisata pengembangan sarung sutera Mandar, dari kegiatan ini kepada para pelaku (Perajin) Sarung Sutra mandar lebih kreatif dan inovatif dalam menghasilkan karya dikutip dari berita.sulbarprov.go.id pada 12 sepetember 2021



Bahanakan Maha Karya Tenunan Sutera Melalui Semesta Saqbe Mandar

Gambar 1. Artikel Semesta Saqbe Mandar

Pada kegiatan ini dimaksudkan sebagai pelestarian dan pengembangan Lipaq Sagbeq (Sarung Sutra) Mandar sebagai karya adiluhung yang telah dihasilkan oleh leluhur dimasalalu dan masih bertahan sampai kini, intens dilakukan oleh lembaga Pemerintah, seperti Dinas Pariwisata Provinsi Sulbar, dimana kerajinan Sarung Sutra mandar ini juga menjadi bagian dari pengembangan pariwisata melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif (Ekraf). Sebagai bentuk daya dukung untuk pengembangan tersebut, Dispar Sulbar menggelar kegiatan Semesta Saqbeq Mandar yang akan berlangsung di Karama Kecamatan

Tinambung Kabupaten Polman tanggal 9 sampai dengan 12 September 2021.

"Gelaran kegiatan Semesta Saqbe Mandar ini, sejalan dengan harapan Gubernur Sulbar untuk menjadikan Karama sebagai kawasan wisata pengembangan sarung sutra Mandar, dari kegiatan ini pula diharapkan kepada para pelaku (Perajin) Sarung Sutra mandar lebih kreatif dan inovatif dalam menghasilkan karya sarung sutra Mandar," jelas Kadispar Sulbar, Farid Wajdi, Selasa 1 September 2021 pada zoom meeting yang disiarkan secara langsung di youtube channel Muhammad Ridwan.



Gambar 2. Obrol Saqbe Bersama Kepala Dinas Pariwisata Sulawesi Barat

Dipilihnya Karama sebagai lokasi pelaksanaan dan pusat pengembangan kata Farid, mengingat histori desa ini yang sejak dulu sudah dikenal sebagai pusat pengelolaan dan pemasaran sarung sutra Mandar, sebagaimana dalam lirik lagu mandar "Lipaq Sagbena to Karama".

Kendati demikian timpal dari satelit pengembangan lainnya seperti mojopahit, lekopa'dis dan daerah lainnya tetap juga akan bersinergi sebagai penopang.

"Jadi kenapa dipusatkan di Karama, karena nilai historisnya, daerah ini sejak dulu memang sudah dikenal sebagai kawasan pengelolaan dan pemasaran sarung sutra Mandar, baik pasar lokal maupun ke Makassar dan Padang, sesuai lirik pada salah satu lagu mandar, Lipaq sagbena to Karama, tapi daerah lain juga tetap akan jadi penopang seperti mojopahit, Lekopa'dis dan desa lainnya," jelasnya arid Wajdi 1 September 2021.

Dijelaskan juga, momen Kegiatan Semesta Saqbe Mandar tersebut, diharapkan menjadi ajang kreativitas dan inovasi untuk menghasilkan karya sutra untuk berbagai varian yang bukan hanya sarung saja. "Mentum Semesta Saqbe Mandar ini kita akan jadikan sebagai *me made again* atau pembaharuan terhadap karya, dan kita berharap lahir kreativitas dan inovasi untuk menghasilkan kerajinan sutera varian lain yang bukan saja sarung sutera seperti sal, passapu dan souvenir yang berbahan sutera lainnya.

Sementara itu, Kabid Pengembangan Ekonomi Kreatif (Ekraf) dan Pengendalian Industri

Pariwisata Hi. Masyita Sundaraeati, SE selaku penanggung jawab kegiatan Semesta Saqbeq Mandar dalam artikel berita banniq.id pada 8 september 2021, menjelaskan, pelaksanaan Kegiatan Semesta Saqbeq Mandar dilaksanakan oleh Dispar melalui bidang Ekraf. "Kegiatan Semesta Saqbe Mandar yang dilaksanakan oleh Dispar Sulbar melalui Bidang Ekraf dan Pengendalian Industri Pariwisata yang dikerjasamakan dengan Event Organiser (EO) selaku pihak ketiga sebagai Penyelenggara kegiatan," ujarnya, penyelenggaraan Semesta Saqbe Mandar akan berlangsung selama 3 hari yang dimulai dari tanggal 9 sampai 11 September, dengan rangkaian kegiatan meliputi; Workshop Saqbe Mandar, Webinar Saqbe Mandar, Lomba fotografi menghadiri sekaligus launching Lipa Saqbe Mandar Sureq Marasa pada Acara Semesta Saqbe Mandar, secara virtual dari Kediaman Pribadinya di Kecamatan Matakali, Kabupaten Polewali Mandar, Sabtu, 11 September 2021.

Dipusatkan di Desa Karama, Kecamatan Tinambung, Kabupaten Polewali Mandar, Acara Semesta Saqbe Mandar diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Sulbar. Gubernur Sulbar, Ali Baal Masdar mengatakan, launching itu merupakan bentuk apresiasi dan penyemangat kepada para Panette Tradisional. Salah satu bentuk dukungan nyata yang perlu dilakukan, adalah menjadikan produk tenun Saqbe Mandar maupun hasil tenunan tradisional Sulbar sebagai pakaian untuk kegiatan- kegiatan formal.

"Para kelompok penenun yang tersebar di berbagai tempat di Sulbar, perlu terus disemangati melalui kegiatan secara terkoordinasi, sehingga diharapkan bermunculan inovasi dan kreativitas berupa aneka jenis motif atau Sureq Lipa Saqbe Mandar, Seperti Sureq Marasa yang diluncurkan pada kesempatan ini,"ucap Ali Baal

Gubernur berharap, kegiatan itu tidak sebatas formalitas atau seremonial belaka, melainkan menjadi momentum untuk terus mendorong pengembangan ekonomi kreatif pada sub sektor lainnya, yang diharapkan berdampak signifikan bagi pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di masa pandemi Covid-19.

Peran pemerintah dalam mendampingi Penenun sutra mandar selama pandemi Covid-19

Efek Pandemi Covid-19 tentunya sangat dirasakan oleh para penenun yang ada di desa karama dengan keadaan yang demikian ditambah dengan kondisi para penenun yang gagap terhadap teknologi, juga minimnya generasi muda yang melakukan terobosan baru terhadap pelestarian atau peningkatan penjualan sutra mandar maka peran pemerintah sangatlah dibutuhkan, Setiap desa memiliki UPTD yang bertugas Melaksanakan sebagian kegiatan teknis Dinas PMPD dan Kegiatan teknis penunjang yang mempunyai wilayah kerja meliputi satu atau beberapa kecamatan, Desa karama sendiri terpantau menjadi desa yang dinobatkan sebagai desa pariwisata penghasil sutra mandar, yang dimana salah satu program pemerintah terhadap penenun yang ada di desa karama ini agar tetap lestari adanya, dengan pandemi covid-19 di awal tahun 2020 pemerintah setempat didukung oleh dinas pariwisata provinsi Sulawesi barat, merasakan adanya kesulitan terhadap jual beli dan kegiatan tenun menenun di desa karama, Sehingga fenomena ini menjadi acuan bagi pemerintah untuk melakukan pendampingan terhadap para penenun yang ada di desa karama guna untuk sutra mandar tetap bertahan dan proses ekonomi di desa karama tetap sehat, Dari hasil wawancara Dr. Agustina Hasan Sulur. Sp., M.Si. sebagai mantan Kadis Perindag Polman yang sekarang bertugas sebagai Asisten Pemerintahan dan Kesejahteraan Rakyat sebagai berikut:

"Masyarakat penenun yang ada di desa karama memang mengalami kesulitan saat pandemi covid-19, karena kurangnya permintaan sarung sutra mandar ditambah dengan kondisi mereka yang jauh dari aktivitas modernisasi teknologi, mereka susah untuk memasarkan maka efek itu sangat amat dirasakan, makanya kami sebagai pemerintah harus ikut andil untuk mencari solusi bagaimana agar para penenun ini tetap produktif, sehingga munculah berbagai program pemerintah seperti mengharuskan menggunakan sutra mandar sebagai pakaian dinas dan juga mengadakan bimbingan melalui kegiatan Semesta Saqbe Mandar, dan beberapa program pemerintah yang tujuannya untuk tetap mempertahankan keberadaan eksistensi sutra mandar ini. Ucap Dr. Agustina Hasan Sulur. Sp., M.Si.

SIMPULAN (After 3 pt)

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi pada Pelaku tenun yang ada di desa karama kecamatan tinambung, kabupaten Polewali Mandar dan juga Berbagai instansi yang terkait pada masa pandemi covid-19. Dari hasil penelitian dapat diambil beberapa kesimpulan. Adapun kesimpulannya sebagai berikut :

1. Strategi komunikasi bisnis dan pemasaran sutra Mandar dimasa Pandemi:
 - a. Bermitra dengan bank untuk mendapatkan pembiayaan dan juga meminta arahan kepada pemerintah terkait dalam hal mendapatkan solusi, sehingga erat kaitannya dengan teori Principles and Method, Dalam bukunya “Business Communications”
 - b. Strategi komunikasi pemasaran sutra Mandar yaitu menggunakan media cetak yang berupa baliho dan media online dengan mengadakan festival Saqbe Mandar yang disiarkan secara live.
2. SN sebagai ketua kelompok yang membawahi 40 orang penenun di desa Karama tetap menerima hasil tenunan saat masa pandemi Covid-19, meskipun dengan permintaan pasar yang kurang, namun SN yang menampung hasil tenunan membarikan upah yang beda dengan hari biasanya. Mereka para penenun hanya mendapatkan Sebagian dari upah pada saat hari normal, begitupula dengan SN melakukan pinjaman uang di Bank untuk memodali penenun yang dibawahinya saat pandemi Covid-19.

REFERENSI (After 3 pt)

1. Bhargava, Alok, Dean T. Jamison, Lawrence J. Lau, And Christopher J. L. Murray. 2001. “Modeling The Effects Of Health On Economic Growth.” *Journal Of Health Economics* 20(3):423–40. Doi: 10.1016/S0167-6296(01)00073-X.
2. Junaedi, Dedi, And Faisal Salistia. 2020. “Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Negara-Negara Terdampak.” *Simposium Nasional Keuangan Negara* 995–1115.
3. Kartia, Widya. 2016. “Peran Perempuan Penenun Kain Mandar Terhadap Kesejahteraan Keluarga.” Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
4. Muhammad Adriansyah. 2018. “Faktor Yang Berhubungan Dengan Keluhan Musculoskeletal Disorders (Msds) Pada Penenun Lipa’ Sa’be Mandar Di Desa Karama Kecamatan Tinambung Kabupaten Polewali Mandar.” *Repositori.Uin-Alauddin* 10(1):1–9.
5. Mungkasa, Oswar. 2020. “Bekerja Dari Rumah (Working From Home/WFH): Menuju Tatanan Baru Era Pandemi COVID 19.” *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal Of Development Planning* 4(2):126–50. Doi: 10.36574/Jpp.V4i2.119.
6. Nurwapika. 2020. “Tradisi Manette Lipa Sa’ Be Mandar Di Desa Karama Kecamatan Tinambung Kabupaten Polewali Mandar Nurwapika Pendidikan Sejarah Dan Pendidikan Ips, Fakultas Ilmu Sosial,,” *Ilmu, Pendidikan Sosial, Pengetahuan Makassar, Universitas Negeri Pettarani, JI A P* 1–21.
7. Sutrisni, NiKetutElly. 2020. “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Penjualan Berbasis Online Di Bali.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis* 5(2):102–9.