

## ***SWOT Analysis-Based Marketing Strategies to Enhance the Appeal of Cultural Tourism in Silungkang Oso Village, Sawahlunto***

### **Strategi Pemasaran Songket Berbasis Analisis SWOT untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata Budaya di Desa Silungkang Oso, Sawahlunto**

Yuke Permata Lisna<sup>1</sup>, Hadith Edda Saputra<sup>2</sup>, Gita Olivia Utami<sup>3</sup>, Selfi Nurhamida<sup>4</sup>,  
Ridho Zalvi Putra<sup>5</sup>

Email: [yuke.p.lisna@fpp.unp.ac.id](mailto:yuke.p.lisna@fpp.unp.ac.id), [adithe23@gmail.com](mailto:adithe23@gmail.com), [gitaoliviautami04@gmail.com](mailto:gitaoliviautami04@gmail.com),  
[Selfinurhamida@gmail.com](mailto:Selfinurhamida@gmail.com), [Ridhozalvi41@gmail.com](mailto:Ridhozalvi41@gmail.com)

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

#### **Abstract**

*Silungkang Songket is one of the cultural heritages of the Minangkabau people, famously known as the "golden thread songket." The tradition of weaving songket has been passed down through generations in the Silungkang community, particularly by women who symbolize the figure of Bundo Kanduang. This activity has become both a primary and supplementary livelihood within households. Silungkang Oso Village, located in the Silungkang District, is one of the centers of songket artisanship as well as a tourist village with several attractive spots frequently visited by both local and outside visitors. This presents a significant opportunity to develop marketing strategies that position songket as a cultural tourism attraction. This study employs a descriptive qualitative approach using SWOT analysis and library research methods. The SWOT analysis is conducted to provide an in-depth understanding of how local songket artisans can create effective marketing strategies. Meanwhile, the library research method involves reviewing relevant theories and literature from various sources. The aim of this research is to analyze songket marketing strategies based on SWOT analysis to enhance the cultural tourism appeal of songket in Silungkang Oso Village, Sawahlunto. By identifying the factors that influence songket marketing, this study is expected to provide strategic recommendations for local entrepreneurs and government stakeholders in optimizing the potential of songket as a key element in cultural tourism development in the region.*

**Keywords:** *Silungkang Songket, Silungkang Oso Village, Cultural Tourism Attraction, Marketing Strategy, SWOT Analysis*

#### **Abstrak**

Songket Silungkang merupakan salah satu warisan budaya Minangkabau yang dikenal dengan sebutan "songket benang emas". Tradisi menyongket telah dilakukan secara turun-temurun oleh masyarakat Silungkang, khususnya para ibu yang merepresentasikan sosok *Bundo*

*Kanduang*. Aktivitas ini telah menjadi pekerjaan utama maupun sampingan di rumah. Desa Silungkang Oso, yang terletak di Kecamatan Silungkang, merupakan salah satu sentra pengrajin songket sekaligus desa wisata yang memiliki berbagai spot menarik dan sering dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun luar daerah. Hal ini membuka peluang besar dalam mengembangkan strategi pemasaran songket sebagai daya tarik wisata budaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis SWOT dan studi pustaka (*library research*). Analisis SWOT digunakan untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana para perajin songket di desa ini dapat menciptakan strategi pemasaran yang efektif. Sementara itu, studi pustaka dilakukan dengan mengkaji teori-teori dari berbagai sumber literatur yang relevan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran songket berbasis analisis SWOT guna meningkatkan daya tarik wisata budaya di Desa Silungkang Oso, Sawahlunto. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran songket, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategis bagi para pelaku usaha dan pemerintah daerah dalam mengoptimalkan potensi songket sebagai elemen penting dalam pengembangan pariwisata budaya di wilayah tersebut

**Kata Kunci:** Songket Silungkang, Desa Silungkang Oso, Daya Tarik Wisata Budaya, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

## PENDAHULUAN

Pariwisata budaya saat ini menjadi salah satu sektor kunci dalam pembangunan ekonomi lokal, terutama di daerah yang kaya akan tradisi dan warisan budaya. Produk kerajinan tradisional, seperti songket Silungkang, tidak hanya berfungsi sebagai simbol identitas budaya, tetapi juga memiliki potensi ekonomi yang signifikan jika dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Songket Silungkang, yang berasal dari Desa Silungkang Oso di Sawahlunto, terkenal tidak hanya karena keindahan dan kehalusan tenunannya, tetapi juga karena nilai filosofis Minangkabau yang terkandung dalam setiap motif dan teknik pembuatannya (Iswandi, Mubarat, & Prasetya, 2024).

Namun, di tengah arus globalisasi dan perkembangan industri kreatif yang pesat, songket Silungkang menghadapi berbagai tantangan dalam hal pelestarian dan pemasaran. Minat generasi muda untuk menjadi perajin

menurun, akses pasar yang terbatas, serta kurangnya promosi yang efektif mengancam keberlangsungan eksistensi songket ini.

Dalam konteks ini, strategi pemasaran yang efektif menjadi sangat mendesak untuk memperluas jangkauan pasar songket Silungkang. Penerapan pendekatan adaptif, seperti pemanfaatan media digital, promosi berbasis cerita budaya (*cultural storytelling*), dan kolaborasi dengan sektor pariwisata, merupakan langkah penting untuk meningkatkan visibilitas dan nilai jual songket (Hartati & Mala, 2025). Pendekatan ini tidak hanya diharapkan dapat menarik lebih banyak wisatawan ke Desa Silungkang Oso, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang berbasis pada komunitas lokal.

Untuk merumuskan strategi yang tepat, diperlukan analisis mendalam terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dihadapi oleh para pelaku usaha

songket. Menurut Abubakar et al. (2021), analisis SWOT merupakan alat penting dalam pengambilan keputusan strategis, karena ia mampu memetakan kondisi internal dan eksternal yang mempengaruhi performa usaha kecil dan menengah (UMKM). Dengan memanfaatkan analisis ini, perajin dan pemangku kepentingan dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih responsif dan berkelanjutan, sesuai dengan potensi dan tantangan yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran songket Silungkang berbasis analisis SWOT sebagai upaya untuk meningkatkan daya tarik wisata budaya di Desa Silungkang Oso, Sawahlunto. Melalui pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan rekomendasi strategis yang aplikatif bagi pelaku usaha songket, pemerintah daerah, dan pelaku pariwisata, sehingga dapat memperkuat identitas budaya lokal sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui sektor pariwisata budaya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif, menggunakan metode analisis SWOT dan studi pustaka sebagai strategi utama dalam pengumpulan dan analisis data. Pendekatan kualitatif dipilih karena kemampuannya untuk menggali makna, pemahaman, serta dinamika sosial dan budaya secara mendalam, khususnya dalam konteks pemasaran produk budaya, seperti songket Silungkang, yang memiliki nilai

tradisional dan lokalitas yang tinggi (Creswell, 2016).

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kondisi internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran songket oleh masyarakat Desa Silungkang Oso, terutama para perajin. Tujuan dari analisis ini adalah untuk merumuskan strategi pemasaran yang relevan dan aplikatif, guna meningkatkan daya tarik wisata budaya berbasis kerajinan tradisional. Sebagaimana dinyatakan oleh Kotler & Keller (2016), analisis SWOT merupakan alat strategis yang efektif dalam merancang kebijakan pemasaran, terutama dalam konteks pengembangan destinasi wisata dan produk kreatif daerah.

Selain itu, metode studi pustaka digunakan untuk menggali teori, data, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Metode ini memungkinkan peneliti membangun fondasi teoritis yang kuat, serta menelaah praktik-praktik pemasaran serupa di konteks lain, dan membandingkan pendekatan yang telah terbukti efektif. Studi pustaka dilakukan secara sistematis dengan mengakses sumber akademik yang terpercaya, seperti Google Scholar, Garuda Ristekbrin, Connected Papers, serta dokumen resmi dari situs pemerintahan daerah dan kementerian terkait (Kemenparekraf, 2023; BPS Sawahlunto, 2022 ; Desa Silungkang Oso).

Dalam konteks penelitian ini, studi pustaka juga berfungsi untuk mengidentifikasi peluang strategis yang berkaitan dengan tren pengembangan pariwisata berbasis budaya dan ekonomi kreatif yang semakin berkembang di Indonesia. Analisis data dilakukan secara kualitatif melalui interpretasi naratif terhadap temuan pustaka dan sintesis data SWOT, yang kemudian dikategorikan ke dalam faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman). Hasil dari analisis ini dirumuskan dalam bentuk alternatif strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan oleh para perajin dan pemangku kepentingan pariwisata di Desa Silungkang Oso.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **a. Analisis Strategi Pemasaran Songket dalam Skema SWOT**

Analisis SWOT adalah metode strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal (Strengths dan Weaknesses) serta eksternal (Opportunities dan Threats) yang mempengaruhi keberhasilan suatu entitas bisnis atau produk. Dalam konteks ini, fokusnya adalah pada songket sebagai daya tarik wisata budaya. Metode ini efektif dalam merumuskan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi aktual yang dihadapi oleh pelaku usaha di lapangan (Kotler & Keller, 2016; David & David, 2017). Berikut ini adalah hasil analisis SWOT

terhadap strategi pemasaran songket di Desa Silungkang Oso, Sawahlunto :

- **Strengths**

Desa Silungkang Oso memiliki potensi besar dalam pengembangan kerajinan dan pariwisata berbasis masyarakat. Terletak strategis di perbatasan antara Kabupaten Solok dan Kota Sawahlunto, desa ini mudah diakses oleh wisatawan dan mitra usaha. Statusnya sebagai desa wisata memberikan nilai tambah, karena masyarakat lokal telah memiliki pemahaman dasar tentang prinsip-prinsip pariwisata, termasuk keramahan dan keterbukaan terhadap pengembangan potensi desa.

Keunggulan utama desa ini terletak pada aktivitas kerajinan songket yang dominan. Hampir setiap rumah memiliki alat tenun tradisional, mencerminkan kekayaan warisan budaya dan menjadi modal sosial serta ekonomi yang kuat. Keberadaan alat tenun tidak hanya sebagai sarana produksi, tetapi juga sebagai simbol identitas budaya lokal yang dilestarikan secara turun-temurun. Hal ini menunjukkan bahwa desa ini kaya secara budaya dan memiliki sumber daya manusia yang terampil.

Selain itu, desa ini dikelilingi oleh berbagai spot wisata menarik yang dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produk lokal,

seperti songket. Spot-spot tersebut menawarkan keindahan alam dan dapat diintegrasikan dengan aktivitas wisata edukatif, seperti kunjungan ke rumah-rumah perajin. Kerja sama dengan workshop songket di desa tetangga juga memberikan peluang kolaborasi dan pengembangan keterampilan bagi para perajin di Silungkang Oso. Sinergi antara potensi alam, budaya, dan pendidikan ini menjadikan desa sebagai model ideal dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.

- **Weaknesses**

Salah satu kelemahan utama yang dihadapi oleh perajin di Desa Silungkang Oso adalah keterbatasan modal. Banyak perajin hanya aktif menenun saat menerima pesanan, sehingga produksi tidak berlangsung secara kontinu. Ketergantungan pada sistem pesanan ini menunjukkan bahwa aktivitas produksi masih bersifat reaktif, menghambat stok barang siap jual dan pengembangan desain yang inovatif. Keterbatasan modal juga menghambat pengadaan bahan baku berkualitas dan investasi dalam peralatan modern untuk meningkatkan efisiensi produksi.

Distribusi produk songket masih sangat tergantung pada pihak ketiga, terutama distributor yang telah menjadi mitra perajin. Ketergantungan

ini menyebabkan minimnya upaya promosi mandiri oleh perajin, baik melalui media sosial maupun partisipasi dalam pameran. Akibatnya, jangkauan pasar menjadi sempit, dan nilai jual produk tidak berkembang secara optimal. Kurangnya akses terhadap pelatihan pemasaran dan teknologi digital memperkuat posisi tawar perajin yang lemah, menyulitkan mereka untuk membangun jejaring pasar yang lebih luas dan berkelanjutan.

- **Opportunities**

Peluang yang dimiliki pengrajin songket di Desa Silungkang Oso sangat besar, terutama dalam era digital ini. Perkembangan teknologi informasi membuka akses yang lebih luas terhadap pasar nasional dan internasional. Pemasaran digital melalui media sosial, marketplace, dan website resmi dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produk songket tanpa batasan geografis. Dengan memanfaatkan platform ini, pengrajin dapat memperkenalkan keunikan dan nilai budaya dari songket Silungkang kepada audiens yang lebih luas.

Inovasi produk juga menjadi peluang penting. Songket dapat dikembangkan menjadi berbagai bentuk produk turunan, seperti tas, topi, dompet, dan aksesoris fashion modern lainnya. Inovasi ini menjadikan songket lebih relevan dengan gaya hidup

masyarakat masa kini dan meningkatkan nilai ekonominya. Diversifikasi produk ini membuka segmen pasar baru, terutama di kalangan generasi muda yang mencari produk bernuansa lokal namun bergaya modern.

Kerja sama dengan institusi pariwisata, budaya, dan lembaga pendidikan juga merupakan peluang strategis. Melalui kemitraan ini, songket Silungkang dapat dimasukkan ke dalam program promosi wisata budaya, pelatihan keterampilan, dan pameran budaya tingkat lokal maupun nasional. Kolaborasi ini tidak hanya memperluas jaringan distribusi dan promosi, tetapi juga memperkuat posisi songket sebagai bagian dari identitas budaya Minangkabau yang layak dipertahankan dan dikembangkan secara berkelanjutan.

- **Threats**

Salah satu ancaman utama yang dihadapi oleh pengrajin songket Silungkang adalah naiknya harga bahan baku. Bahan-bahan berkualitas tinggi, seperti benang emas dan pewarna alami, tidak selalu tersedia dengan harga stabil. Kenaikan biaya produksi ini berdampak langsung pada harga jual songket, menyulitkan daya saing produk di pasar, terutama jika dibandingkan dengan produk tekstil massal yang lebih murah. Ini menjadi tantangan serius bagi keberlanjutan usaha

kecil dan menengah di bidang kerajinan songket.

Ancaman lain berasal dari fluktuasi minat pasar terhadap produk songket. Dalam era mode yang dinamis dan dipengaruhi tren global, minat konsumen terhadap produk tradisional seperti songket dapat berubah dengan cepat. Jika tidak ada strategi pemasaran yang adaptif dan inovatif, produk songket dapat kehilangan daya tarik, terutama di kalangan generasi muda yang lebih memilih produk modern dan praktis. Kurangnya pembaruan dalam desain dan fungsi juga dapat menyebabkan stagnasi permintaan.

Kondisi ekonomi makro yang tidak stabil, seperti krisis ekonomi atau penurunan daya beli masyarakat, juga menjadi ancaman signifikan. Dalam situasi ekonomi sulit, konsumen cenderung mengurangi pengeluaran untuk barang-barang non-primer seperti kain songket yang tergolong produk mewah. Hal ini dapat menyebabkan penurunan permintaan dan berdampak langsung pada pendapatan para pengrajin. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi diversifikasi dan fleksibilitas dalam model bisnis agar dapat bertahan menghadapi situasi ekonomi yang tidak menentu.

## **b. Potensi Songket sebagai Daya Tarik Wisata**

Songket Silungkang merupakan salah satu warisan Budaya Minangkabau, Songket Silungkang dikenal sebagai “Songket benang emas”, Songket dibuat dengan tangan menggunakan alat yang disebut “Panta”, Kegiatan Menyongket biasanya dilakukan oleh para ibu yang merupakan lambang dari seorang Bundo Kandung dan sudah menjadi pekerjaan sehari-hari atau sampingan di rumah.



Gambar 1. Panta (Alat Menenun)

Songket Silungkang memiliki ciri khas tersendiri yang terdapat pada benang pakan (benang hias) dan hal ini menjadikan Songket Silungkang memiliki keistimewaan tersendiri dibandingkan dengan kain Songket dari daerah lainnya. biasanya Songket digunakan untuk kegiatan adat seperti upacara adat dan sebagainya, namun seiring dengan perkembangan zaman Songket berevolusi sebagai fashion dalam balutan busana kerja, sehari-hari maupun sebagai bagian dari hiasan aksesoris seperti handycraft.

Perkembangan zaman dan evolusi dari kegunaan kain songket

silungkang sebagai bagian dari fashion masyarakat menciptakan potensi bagi Songket silungkang sebagai daya tarik wisata di kawasan Silungkang terkhususnya di Desa Silungkang Oso sendiri sebagai kawasan destinasi wisata favorit di kawasan silungkang, Sawahlunto. terdapat berbagai macam motif Songket Silungkang yang mana memiliki filosofi tersendiri seperti Pucuak Rabuang, Itiak Pulang Patang, Bada Mudiak dan sebagainya. Salah satu motif songket silungkang yang terkenal adalah Pucuak Rabuang atau pucuk rebung terinspirasi dari bentuk penampang tunas bambu. Motif ini sangat umum dijumpai, khususnya pada kain tenun songket. Motif ini biasanya memiliki pola dasar berbentuk segitiga atau tumpal, dan dikenal sebagai salah satu motif tertua.



Gambar 2. Motif Pucuak Rabuang

Dengan keanekaragaman motif dan Evolusinya sebagai fashion, Songket Silungkang memiliki potensi sebagai daya tarik wisata di kawasan Silungkang terkhususnya Desa Silungkang Oso yang memiliki objek wisata menarik yang dapat dimanfaatkan sebagai media promosi wisata dengan

memberikan ciri khas lokalnya, di setiap rumah di desa silungkang oso baik di dalam rumahnya atau di bagian luar rumahnya terdapat alat tenun songket yang biasanya dijadikan sebagai tempat kegiatan menenun songket, hal ini dapat dikembangkan menjadi potensi wisata bagi para wisatawan yang ingin mengetahui produksi dan seperti apa songket silungkang itu sendiri melalui kunjungan ke rumah-rumah warga yang berkegiatan bertenun, dalam hal ini potensi ini sudah terimplementasikan dalam bentuk rumah produksi dan workshop di daerah silungkang duo yang berbatasan dengan silungkang oso, tempat ini menyediakan olahan kerajinan tangan dari songket silungkang seperti tas, selempang, topi dan semacamnya dari kain songket Silungkang. Daya tarik wisata dari songket silungkang juga dapat dilakukan melalui fashion show di salah satu spot wisata favorit di Desa silungkang oso yaitu Batu runcing yang memiliki keindahan alam yang sangat memukau.

### **c. Penekanan dan Strategi Analisis SWOT**

Berdasarkan analisis SWOT, strategi pemasaran songket di Desa Silungkang Oso menunjukkan bahwa desa ini memiliki potensi besar sebagai pusat kerajinan dan destinasi wisata budaya. Kekuatan utama terletak pada sumber daya

lokal yang melimpah, seperti keberadaan para perajin dan alat tenun yang tersedia hampir di setiap rumah. Letak geografis yang strategis semakin memperkuat posisi desa ini. Keunikan songket sebagai warisan budaya lokal merupakan modal budaya yang sangat berharga dalam konteks pariwisata budaya, terutama jika dikelola secara berkelanjutan (Richards, 2018). Status desa sebagai desa wisata dan keberadaan spot-spot wisata juga menambah nilai strategis dalam memperkuat identitas songket sebagai daya tarik utama.

Namun, pengembangan pemasaran songket masih menghadapi berbagai tantangan internal. Keterbatasan modal membuat produksi hanya dilakukan berdasarkan pesanan, sementara ketergantungan pada distributor tertentu menghambat usaha pemasaran secara mandiri. Hambatan eksternal juga muncul dari naiknya harga bahan baku, fluktuasi minat pasar, dan kondisi ekonomi yang tidak stabil, yang dapat mengurangi daya beli konsumen.

Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan strategi inovatif dan adaptif. Digitalisasi dan diversifikasi produk menjadi peluang besar yang dapat dimanfaatkan. Songket tidak hanya dipertahankan dalam bentuk tradisional, tetapi juga dapat dikembangkan menjadi produk modern yang lebih praktis, seperti aksesoris, tas, dan barang fesyen lainnya.

Selain itu, strategi Strength-Opportunities (SO) dapat diterapkan dengan memanfaatkan kekuatan komunitas dan dukungan sektor pariwisata. Pemrograman rebranding songket melalui desain modern yang menarik bagi generasi muda, serta pendekatan storytelling budaya, dapat meningkatkan daya tarik produk. Penguatan kelembagaan, seperti pembentukan koperasi perajin, juga penting untuk mendukung pembiayaan, pelatihan digital, dan pemasaran kolektif.

Inisiatif berbasis community-based tourism (CBT), seperti ekowisata edukatif "Live Weaving Experience," dimana wisatawan dapat belajar menenun dan membeli produk langsung dari tempat produksi, menjadi pendekatan strategis yang tidak hanya memperkuat pemasaran, tetapi juga meningkatkan ketertiban dan kesejahteraan masyarakat lokal (Timothy & Tosun, 2003). Dengan demikian, pengembangan strategi pemasaran songket di Desa Silungkang Oso harus berfokus pada penguatan potensi lokal, pemanfaatan teknologi digital, dan kolaborasi dengan sektor pariwisata untuk menciptakan model pemasaran yang berkelanjutan dan adaptif terhadap dinamika pasar.

## **KESIMPULAN**

Songket Silungkang sebagai warisan budaya Minangkabau memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata budaya di Desa Silungkang Oso, Sawahlunto. Hasil

analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan desa terletak pada keberlimpahan sumber daya budaya dan manusia, serta dukungan statusnya sebagai desa wisata. Namun demikian, tantangan internal seperti keterbatasan modal dan ketergantungan pada distributor, serta ancaman eksternal berupa fluktuasi pasar dan kenaikan harga bahan baku, menjadi hambatan signifikan dalam pengembangan pemasaran songket.

Strategi pemasaran yang inovatif dan adaptif sangat diperlukan untuk mengatasi tantangan tersebut. Pemanfaatan media digital, diversifikasi produk berbasis songket, penguatan kelembagaan perajin, serta integrasi dengan sektor pariwisata melalui konsep community-based tourism menjadi langkah strategis yang mampu meningkatkan daya saing songket di pasar modern. Pendekatan ini tidak hanya memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan nilai ekonomi produk, tetapi juga memperkuat pelestarian identitas budaya lokal.

Dengan strategi yang tepat, songket Silungkang dapat menjadi pilar penting dalam pengembangan ekonomi kreatif dan pariwisata budaya yang berkelanjutan, sekaligus mendorong kesejahteraan masyarakat lokal serta menjaga kelestarian tradisi tenun sebagai bagian dari warisan budaya Indonesia.

## **SARAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, terdapat beberapa saran strategis yang dapat dipertimbangkan oleh

berbagai pihak untuk mendukung pengembangan pemasaran songket Silungkang sebagai daya tarik wisata budaya:

1. Digitalisasi Pemasaran  
Perajin dan pelaku usaha lokal disarankan untuk mengoptimalkan pemanfaatan media digital, seperti media sosial, e-commerce, dan website resmi, guna memperluas jangkauan promosi produk songket. Pelatihan literasi digital dan pemasaran daring perlu difasilitasi oleh pemerintah daerah atau lembaga terkait agar perajin lebih siap menghadapi pasar global.
2. Diversifikasi Produk dan Inovasi Desain  
Untuk menarik minat generasi muda dan pasar yang lebih luas, pengembangan produk turunan dari songket, seperti tas, aksesoris, pakaian kasual, hingga dekorasi rumah, sangat diperlukan. Inovasi dalam desain motif dan fungsi produk pun penting agar songket tetap relevan di tengah perubahan tren konsumen.
3. Penguatan Kelembagaan dan Akses Permodalan  
Pembentukan koperasi atau kelompok usaha bersama yang dapat mengelola produksi, distribusi, dan keuangan secara kolektif menjadi krusial. Ini akan mempermudah akses terhadap pendanaan, pelatihan, dan program pendampingan dari instansi pemerintah maupun sektor swasta.
4. Pengembangan Wisata Edukatif Berbasis Komunitas  
Pemerintah desa dan pelaku pariwisata dapat mengembangkan program wisata edukatif, seperti "Live Weaving Experience," di mana wisatawan dapat belajar langsung tentang proses menenun, mengenal

filosofi motif songket, dan membeli produk secara langsung. Program ini tidak hanya akan meningkatkan pemasukan bagi perajin, tetapi juga memperkuat keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata budaya.

5. Kolaborasi Lintas Sektor  
Sinergi antara perajin, pemerintah daerah, pelaku pariwisata, lembaga pendidikan, dan komunitas kreatif perlu diperkuat untuk menciptakan ekosistem pemasaran yang berkelanjutan. Kolaborasi ini dapat mencakup promosi bersama, penyelenggaraan pameran budaya, pelatihan desain dan bisnis, serta program pengenalan budaya lokal melalui kegiatan di sekolah atau kampus.

Dengan menerapkan saran-saran di atas secara konsisten dan berkelanjutan, diharapkan songket Silungkang dapat berkembang tidak hanya sebagai produk kerajinan, tetapi juga sebagai identitas budaya yang menjadi daya tarik utama dalam pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal di Sawahlunto.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kemala, S., permata, D., Almasdi, Supriyanita, R., & Mardiaty, L. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Songket Pada Studio Songket Palantaloom Kecamatan IV Angkek. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*.
- Egim, A.S., & Putri, H. (2022). Peranan Market Orientation, Inovasi Produk dan Competitive Advantage Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Songket di

- Kota Sawahlunto. Jurnal Ecogen.
- Afrilian, P., Veronika, W., & Silvandi, G.O. (2024). PENGARUH VENUE PADA EVENT SAWAHLUNTO INTERNATIONAL SONGKET SILUNGKANG CARNAVAL TERHADAP MEMORABLE TOURISM MELALUI REVISIT INTENTION. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*.
- Iswandi, H., Mubarat, H., & Prasetya, D. (2024). Analisis Interpretasi pada Kain Songket Silungkang melalui Pendekatan Hermeneutika Wilhelm Dilthey. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 6(2), 224-234.
- Wahyuni, S., & Khaidir, A. (2020). Implementasi strategi dinas pariwisata pemuda dan olahraga dalam mengembangkan ekonomi kreatif di kota Sawahlunto. *Jurnal Manajemen dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 2(4), 20-27.
- Rumangkit, S., & Nusantara, B. (2023). The Relationship between Digital Marketing Dimension and International Virtual Heritage Tourism in Indonesia: A Conceptual Model. *Journal of Digitainability, Realism & Mastery (DREAM)*.
- Indra, F., Nathalie, Devina, & Valensky, S. (2024). Potensi Kue Tradisional Bolu Kujo dan Kue Apem Mangkok sebagai Daya Tarik Wisata di Provinsi Bangka Belitung. *EDUTOURISM Journal Of Tourism Research*.
- Cholistiana, N. (2024). Peran Analisis Swot dalam Perumusan Strategi Bisnis untuk Ukm dalam Menghadapi Persaingan Global. *Jurnal Inovasi Global*.
- Adlini, M.N., Dinda, A.H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S.J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*.
- Hasanuddin, H., & Pramono, P. (2021). KOMODIFIKASI SONGKET SILUNGKANG DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KOTA SAWAHLUNTO. *Jurnal Ilmu Budaya*, 9(2), 161-172.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of hospitality and tourism management*, 36, 12-21.
- Nurhalisa, N., Hakim, L.N., & Abdi, A. (2024). PENGEMBANGAN COMMUNITY BASED TOURISM (CBT) DI DESA WISATA BISSOLORO KABUPATEN GOWA. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)*.
- Ishtiaq, M. (2019). *Book Review Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. English Language Teaching.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. (2023). *Statistik Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia 2022–2023*.