

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI HANDYCRRAFT PADA CENDERAMATA ROTAN DI KELURAHAN TONDO KECAMATAN MANTIKULORE KOTA PALU

*Handycraft Industry Business Development Strategy in Rattan Souvenirs in Tondo
Sub-District Mantikulore Sub-District Palu City*

Riski Oktavia Saputri¹⁾, Abdul Muis²⁾, Sulmi²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tadulako, Palu.

²⁾ Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tadulako, Palu.

e-mail : riski.oktavia25@gmail.com, abdulmuis.oke11@gmail.com, sulmiagb@gmail.com

ABSTRACK

Indonesia is the world's largest rattan producer, nearly 85% of the world's rattan supply comes from Indonesia. Rattan can be used as a raw material for factories, industries or Home Industry, for example for the manufacture of household furniture and others. The purpose of the study was to determine the business development strategy for the rattan souvenir handycraft industry, Tondo Village, Mantikulore District, Palu City. This research was carried out in the rattan souvenir handycraft industry in Tondo Village, Mantikulore District, Palu City from October to December 2021. The research method used in this study was to use SWOT analysis by identifying internal factors (Strengths and Weaknesses) and external factors (Opportunities and Threats). . Determination of the sample was determined purposively, the number of samples was 5 people consisting of handycraft souvenir business owners, employees, consumers and competitors. Based on the results of data analysis, it is known that the SWOT analysis obtained a total IFAS score of 1.80 and a total EFAS score of 2.73. This indicates that the rattan souvenir handicraft industry is in the position of the strength axis (Strength) and opportunities (Opportunities), namely quadrant 1 meaning the rattan souvenir handicraft industry is advised to carry out a progressive strategy, namely utilizing internal strengths to gain external benefits and opportunities to achieve increased business growth.

Keywords: Development Strategy, Handycraft, Rattan Souvenirs.

ABSTRAK

Indonesia merupakan penghasil rotan terbesar didunia, hampir 85% pasokan rotan dunia berasal dari Indonesia. Rotan dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku pabrik, industri atau Home Industry, misalnya untuk pembuatan kerajinan perabot rumah tangga dan lain-lain. Tujuan penelitian yaitu menentukan strategi pengembangan usaha industri *Handycraft* cenderamta rotan Kelurahan Tondo Kecamatan Mantikulore Kota Palu. Penelitian ini dilaksanakan di industri *Handycraft* cenderamata rotan di Kelurahan Tondo Kecamatan Mantikulore Kota Palu pada bulan Oktober sampai Desember 2021. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT dengan mengidentifikasi faktor internal (*Strenght dan Weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunities dan Threats*). Penentuan sampel ditentukan secara sengaja (purposive), jumlah sampel sebanyak 5 orang terdiri dari pemilik usaha *Handycraft* cenderamata, karyawan, konsumen dan pesaing. Berdasarkan hasil analisis data yaitu diketahui pada analisis SWOT didapatkan total skor IFAS sebesar 1,80 dan total skor EFAS sebesar 2,73 hal

ini menunjukkan bahwa industri *Handycraft* cenderamata rotan berada pada posisi sumbu kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunities) yakni kuadran 1 artinya industri *Handycraft* cenderamata rotan disarankan untuk melakukan strategi progresif yaitu memanfaatkan kekuatan (Strength) internal untuk mendapatkan keuntungan dan peluang (Opportunities) eksternal untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang meningkat.

Kata kunci : Strategi Pengembangan, Handycraft, Cenderamata Rotan.

PENDAHULUAN

Negara penghasil rotan terbesar di dunia adalah Indonesia, hampir 85% pasokan rotan dunia berasal dari Indonesia. Rotan dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku pabrik, industri atau *Home Industry*, misalnya untuk pembuatan kerajinan perabot rumah tangga, perkantoran yang telah memberi kontribusinya untuk meningkatkan taraf hidup dan perekonomian masyarakat, terutama masyarakat sekitar hutan sebagai petani penghasil rotan (Edwin, dkk., 2013).

Rotan merupakan salah satu tumbuhan hutan yang mempunyai nilai komersil cukup tinggi, selain itu sebagai sumber devisa negara yang pemanfaatannya banyak melibatkan petani (Kalima dan Jasni, 2010). Hampir seluruh bagian rotan dapat digunakan baik sebagai konstruksi kursi, pengikat, maupun komponen desainnya (Kusnaedi dan Pramudita, 2013).

Provinsi Sulawesi Tengah merupakan salah satu daerah penghasil rotan, oleh karena itu industri rotan sangat prospektif untuk dikembangkan di Kota Palu (Manal dan Lamusa, 2014). Saat ini kebutuhan bahan baku rotan diperoleh dari hutan alam dan budidaya rotan masyarakat. Sementara untuk memenuhi kebutuhan rotan dimasa akan datang yang terus meningkat diperkirakan dua sumber rotan tersebut tidak mampu menyediakan dalam jumlah cukup dan lestari. Kondisi ini tak akan dapat diatasi, kecuali dengan melakukan pengembangan rotan secara besar-besaran melalui perbanyakan rotan (Kalima dan Sumarhani, 2015).

Kerajinan rotan merupakan salah satu industri kreatif dengan peluang pertumbuhan pasar yang pesat. Melalui penelitian dari (Hoang *et.al*, 2017) Indonesia juga dipandang memiliki daya saing yang kuat dalam hal

furniture rotan, dan posisi *furniture* rotan Indonesia telah berdaya saing menjadi salah satu pesaing kuat Vietnam.

Dalam perkembangannya setiap tahunnya jumlah pengrajin rotan semakin bertambah banyak, seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat sehingga persaingan dalam dunia usaha tidak bisa dihindari. Bahan rotan juga dapat dibuat menjadi produk yang dapat mengikuti perkembangan zaman yang selalu pantas dalam tata interior berbagai gaya dan budaya. Produk *Handycraft* rotan memberi kesan alami terhadap interior, sehingga produk dari rotan digemari konsumen baik dari dalam dan luar negeri.

Usaha ini mampu menghasilkan beberapa produk dari usaha *handycraft* rotan, seperti lampu hias, cermin, vas bunga, keranjang buah, keranjang parcel, dan lain-lain. Diversifikasi produk artinya menganeka ragamkan produk. Diversifikasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan yang dapat dilakukan oleh perusahaan.

Dalam menjalankan usahanya, pengrajin rotan ini masih mengalami berbagai macam hambatan dalam mengembangkan bisnisnya. Hambatan-hambatan yang dihadapinya yaitu masih terkendala terutama modal, tenaga kerja serta persaingan usaha yang dimilikinya dan juga masih minimnya pengetahuan tentang cara mengembangkan usahanya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan usaha Industri Handycraft Cenderamata Rotan di Kelurahan Tondo Kecamatan Mantikulore Kota Palu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Industri *Handycraf* Cendramata Rotan di Kelurahan Tondo Kecamatan Mantikulore Kota Palu. Penentuan lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa industri ini merupakan salah satu industri yang masih tergolong baru dalam memproduksi *Handycraf* rotan yang memiliki potensi untuk dikembangkan untuk meningkatkan jumlah penjualan produk dan juga belum adanya penelitian yang serupa khususnya mengenai strategi pengembangan handycraft rotan pada industri Cenderamata rotan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober sampai dengan Desember 2021.

Responden dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*Purposive*). Responden yang diambil dalam penelitian terdiri atas 5 orang yang dipilih dari pihak internal dan eksternal. Responden pihak internal terdiri atas 1 orang pemilik usaha, 2 orang karyawan, sedangkan responden pihak eksternal terdiri atas 1 orang pembeli dan 1 orang responden pesaing. Hal tersebut dilakukan dengan pertimbangan bahwa para responden berkompeten memberikan informasi sehubungan dengan penelitian yang dilaksanakan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara observasi dan wawancara langsung dengan pemilik usaha, dengan menggunakan daftar pertanyaan (Kuisisioner). Kemudian data sekunder diambil dari literatur dan instansi yang terkait.

Analisis Data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. SWOT merupakan singkatan dari lingkungan Internal *Strenghts* dan *Weaknesses* serta lingkungan Eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dengan faktor internal kekuatan (*Strenghts*) dan (*Weaknesses*) dalam dunia bisnis (Rangkuti, 2009).

Penentuan rating juga menggunakan metode obyektif, yaitu presepsi responden (Yantu, 2012). Menurut (Yantu dkk, 2001) bila IFAS dan EFAS lebih besar dari nilai rating tertinggi dibagi dua, maka perusahaan akan mampu merespon perubahan lingkungan internal dan eksternalnya. Penentuan bobot dihitung dengan menggunakan metode obyektif dengan rumus (Yantu, 2012), sebagai berikut :

$$Bi = \frac{Ri}{\sum Ri}$$

Keterangan :

Bi = Bobot faktor ke-i

Ri = Rating ke-i

$\sum Ri$ = Total rating

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Industri

Cenderamata Rotan. Industri *Handycraft* Cendramata Rotan didirikan oleh Bapak Lassenang pada tahun 2017 hingga sampai saat ini. Industri *Handycraft* Cendramata Rotan adalah salah satu industri yang menghasilkan produk olahan dengan berbahan dasar berupa rotan. Lokasi industri *Handycraft* Cendramata Rotan berada di Jl. Soekarno Hatta No.34, Kelurahan Tondo, Kecamatan Mantikulore, Kota Palu.

Struktur Organisasi. Struktur organisasi merupakan suatu cara pembagian tugas pekerjaan yang kemudian dikelompokkan serta dikoordinasikan yang melibatkan beberapa orang sebagai pelaksana tugas secara formal untuk mewujudkan keserasian, keharmonisan kerja dan tujuan bersama. Struktur organisasi harus selalu dievaluasi untuk memastikan konsistensinya dalam pelaksanaan operasi yang efektif dan efisien. Menurut Mt, Amri, dkk (2014) menyatakan bahwa struktur organisasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan dan juga bagaimana tata kelola suatu organisasi termasuk keuangannya.

Struktur organisasi Industri Cenderamata Rotan, merupakan struktur organisasi yang sederhana, dimana menempatkan Bapak Lassenang sebagai pemimpin/pemilik yang

bertanggung jawab sepenuhnya atas pengelolaan usaha pada industri, karena pemimpin memiliki kewenangan penuh untuk mengawasi (*quality control*) setiap pekerjaan bawahannya. Bendahara Cenderamata Rotan adalah istri bapak lassenang yaitu ibu masdina sekaligus bagian pemasaran (marketing) untuk mendistribusikan, mengetahui kondisi pasar, serta memperkenalkan produk ke khayalak umum, sedangkan 2 orang karyawan yaitu surya dan sandi bertugas bekerja di bidangnya masing-masing sejak dari persiapan sampai dengan *handycraft* siap dipasarkan.

Karakteristik Responden. Responden dalam penelitian ini adalah responden yang berkaitan langsung dengan usaha kerajinan rotan di Cenderamata Rotan, berdasarkan data yang diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara langsung dengan responden yang diambil meliputi umur responden, tingkat pendidikan yang dimiliki oleh para responden.

Umur Responden. Umur adalah suatu hal yang dapat mempengaruhi kemampuan dan prestasi kerja pengrajin dalam memproduksi, baik secara fisik, mental maupun dalam pengambilan keputusan. Tingkat umur responden yakni 18-51 tahun.

Adapun tingkat umur responden dalam penelitian ini masuk dalam kriteria usia produktif yaitu 15-64 tahun yang merupakan umur ideal bagi para pekerja. Angkatan kerja atau *labour force* adalah jumlah penduduk dengan usia produktif, yaitu 15-64 tahun yang sedang bekerja maupun yg mencari pekerjaan (Munir, 2014). Batasan usia kerja berbeda beda antara satu negara dengan negara yang lain, seperti di Indonesia batas usia kerja minimum 18 tahun tanpa batas umur maksimum, jadi setiap orang atau semua penduduk yang sudah berusia 18 tahun tergolong sebagai angkatan kerja (UU No.13 Tahun 2003)

Tingkat Pendidikan Responden. Menurut (Notoatmojo dalam Ariwibowo, 2013) pendidikan adalah proses seseorang mengembangkan kemampuan, sikap, dan

bentuk-bentuk tingkah laku lainnya dalam masyarakat tempat ia hidup.

Tabel 1 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden pada industri *handycraft* cenderamata rotan di peroleh yaitu SMA teriri dari 2 orang dan S1 berjumlah 3 orang. Hal ini memberikan suatu gambaran dimana tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang akan meningkatkan kualitasnya, karena dengan jenjang pendidikan yang tinggi, berkecenderungan kuat akan meningkatkan wawasan serta kemampuan seseorang untuk memegang tanggung jawab serta meningkatkan perannya dalam menjalankan tugasnya.

Pengalaman Berindustri. Pengalaman kerja adalah proses pembentukan pengetahuan atau ketrampilan tentang metode suatu pekerjaan karena keterlibatan karyawan tersebut dalam pelaksanaan tugas pekerjaan (Manullang, 2006). Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan usaha *handycraft* cenderamata rotan diperoleh hasil bahwa pengalaman berusaha sudah dirintis selama ± 4 tahun.

Proses Produksi Handycraft Cenderamata Rotan. Menurut Proses diartikan sebagai suatu cara, metode dan teknik bagaimana sesungguhnya sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan dan dana) yang ada diubah untuk memperoleh suatu hasil. Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan barang atau jasa (Assauri, 2008). Pada proses produksi industri Cenderamata Rotan yang dihasilkan merupakan *Handycraft* perabotan/dekorasi rumah tangga, seperti lampu hias, cermin hias, pot bunga, keranjang, kaligrafi dengan komitmen untuk selalu menjaga mutu, kualitas, estetika produksinya, sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan mampu bersaing dipasarannya

Proses produksi *Handycraft* dimulai dari menyiapkan bahan baku yang sesuai dengan kriteria desain model bentuk barang yang akan dibuat yang telah melalui pembentukan lekukan model barang dengan menggunakan alat stim. Untuk pembuatan rangka rotan sesuai dengan bentuk model barang yang di

inginkan dan diteruskan dengan penganyaman. Berikutnya adalah pengamplasan dan pembakaran anyaman rotan yang telah dibuat, pembakaran dilakukan untuk menghilangkan serabut pada anyaman rotan dan pengamplasan berguna untuk menghaluskan anyaman rotan. Setelah itu dilakukan proses vernis yang berguna untuk memperindah tampilan anyaman rotan. Kemudian proses terakhir yaitu pemasaran hasil anyaman rotan yang telah jadi. Lama waktu proses pembuatan kerajinan dari tahap awal sampai tahap akhir dapat mencapai waktu kurang lebih 4 – 5 hari tergantung pada kerumitan suatu produk.

Analisis Lingkungan Internal

Analisis Faktor Kekuatan (Strengths).

a) Letak industri yang strategis

Dari hasil penelitian bahwa lokasi industri Cendramata Rotan berada di kelurahan Tondo Kecamatan Mantikulore Kota Palu yang merupakan lokasi strategis karena akses yang mudah dilalui dan mudah dijangkau yakni berada di depan jalan raya/ jalan poros sehingga mudah dijangkau konsumen. Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan sebuah usaha. Pertimbangan pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi (Tjiptono, 2007) meliputi faktor – faktor:

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum;
 2. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan;
 3. Tempat parkir yang luas dan aman;
 4. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari;
 5. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
- b) Kualitas produk yang dihasilkan baik. Kotler dan Armstrong (2010) mengemukakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan

fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Cenderamata Rotan menggunakan bahan baku rotan pilihan yang dipilih secara langsung oleh perusahaan agar kualitas produk yang dihasilkan tetap terjaga serta inovasi produk rutin dilakukan. Kualitas produk sendiri sangatlah penting bagi suatu perusahaan karena merupakan faktor utama dalam perusahaan.

c) Tenaga kerja yang terampil dan berpengalaman

Tenaga kerja merupakan sumber daya perusahaan yang sangat dibutuhkan dalam proses produksi. Secara teknis keterampilan dan pengetahuan karyawan Cenderamata Rotan cukup memadai. Hal itu disebabkan karena karyawan produksi merupakan anak SMK dalam pembuatan rotan.

d) Banyaknya ragam produk yang ditawarkan

Menurut (Kotler & Keller, 2012) keragaman produk adalah tersedianya semua jenis produk mulai dari banyaknya jumlah, kesesuaian dengan selera dan keinginan serta ketersediaan produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau di konsumsi, oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Barang yang diproduksi Industri Cenderamata Rotan sangat beragam seperti vas bunga, keranjang buah dan yang paling berbeda dengan industri lainnya yaitu cermin hias dan lampu hias yang paling best seller atau banyak diminati oleh pelanggan.

Analisis Faktor Kelemahan (Weakness).

a) Keterbatasan Modal Usaha

Menurut (Ockta, 2012) menyatakan bahwa modal adalah salah satu faktor internal yang penting dalam pelaksanaan usaha yang dijalankan oleh suatu perusahaan. Sumber modal yang digunakan pada Industri Cenderamata Rotan menggunakan modal pribadi dalam menjalankan usahanya.

Sesuai hasil wawancara dengan pemilik industri diketahui bahwa pencatatan keuangan perusahaan sangat sederhana, serta penggunaan dana perusahaan bercampur dengan kebutuhan rumah tangga dengan modal usaha industri Cenderamata Rotan sangat terbatas, dengan demikian biaya yang dikeluarkan untuk membeli sarana produksi kurang mencukupi.

b) Terbatasnya jumlah tenaga kerja ketika melayani pesanan dalam jumlah besar.

Hasil wawancara dengan pemilik Industri Cenderamata Rotan memiliki tenaga kerja sebanyak 2 orang dimana setiap tenaga kerja memiliki tanggung jawab pada setiap pekerjaannya. Sehingga ketika mendapatkan orderan yang cukup banyak dengan jangka waktu yang diinginkan konsumen dapat membuat tenaga kerja pada Industri Cenderamata Rotan cukup kewalahan.

c) Manajemen industri masih dikelola secara sederhana.

Hasil wawancara dengan responden mengungkapkan bahwa manajemen industri Cenderamata Rotan dikelola dengan sederhana karena pada industri tersebut belum ada tenaga kerja yang mengkhususkan untuk bagian manajemen itu sendiri, melainkan semua yang mengatur adalah pimpinan. Pemimpin juga masih lemah dalam mengelola finansial (keuangan), misalnya dalam pembuatan anggaran masih dilakukan dengan pencatatan yang sederhana dalam membuat anggaran tidak adanya pembukuan secara baik. Serta tidak adanya batasan tegas antara keuangan milik pribadi maupun perusahaan.

d) Pengeluaran biaya diluar produksi

Pengeluaran biaya diluar produksi dapat terjadi akibat adanya bermacam-macam pengeluaran yang tidak relevan dengan kegiatan yang dilakukan sehingga menambah besarnya pengeluaran biaya produksi.

Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis Faktor Peluang (Opportunities).

a) Adanya dukungan pemerintah

Dukungan pemerintah sangat diperlukan untuk kemajuan suatu usaha atau industri kedepannya. Pemerintah memberikan perhatian terhadap sektor industri agar bisa menjalankan aktivitas sekaligus kinerjanya. Dari hasil wawancara dengan responden bahwa industri Cenderamata Rotan, pemerintah turut andil dalam memfasilitasi/memberikan bantuan berupa alat-alat produksi guna untuk meningkatkan produksi yang lebih baik dan berkualitas.

b) Berkembangnya media promosi

Media sosial merupakan salah satu media yang mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, dan berbagai pihak yang berkepentingan, kapanpun dan dimanapun. Media sosial sangat membantu sebagai penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen dimanapun mereka berada dan berapapun jaraknya. Media sosial merupakan media yang sangat berpotensi untuk menemukan konsumen serta membangun *image* tentang merk suatu produk (Merril, 2011). Menurut Kotler dan Keller (2007) menyatakan bahwa promosi adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau brand yang sedang dijual.

Tentunya dalam hal ini Industri Cenderamata Rotan bisa memanfaatkan promosi dalam suatu peluang. Produk ini dibuat mengikuti bentuk atau trend terbaru yang dapat menarik minat pembeli. Dan dalam penjualannya mereka juga menggunakan media sosial, ikut terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh pemerintah maupun dilokasi stand pameran Kota Palu.

c) Permintaan yang tinggi

Dari hasil wawancara dengan responden bahwa permintaan produk pada industri Cenderamata Rotan sangatlah tinggi. Permintaan tersebut didasari oleh tumbuhnya selera baru di masyarakat terhadap suatu

barang dan juga masyarakat membeli Handycraft ini sebagai oleh-oleh.
 d) Penjualan dapat berkembang hingga luar Kota Palu.

Hasil wawancara dengan responden mengungkapkan bahwa penjualan produk industri Cenderamata Rotan dapat berkembang hingga luar kota Palu dengan adanya reseller serta melakukan pengiriman ke makassar.

Analisis Faktor Ancaman (Threats).

a) Munculnya produk substitusi (non rotan)
 Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha bahwa keberadaan produk substitusi dengan bahan dasar yang mudah diperoleh pada dasarnya telah mengalihkan konsumen mulai beralih pada produk substitusi yang terbuat dari

bahan plastik yang memiliki harga relative lebih murah jika dibandingkan dengan produk olahan rotan. Produk pengganti secara fungsional mempunyai manfaat yang serupa dengan produk utama (asli), namun memiliki kualitas produk dan harga yang lebih rendah.

b) Adanya perusahaan pesaing
 Berdasarkan hasil wawancara bersama pemilik usaha bahwa banyaknya industri rotan dapat menyebabkan industri tersebut bersaing dalam meningkatkan strategi dan menciptakan inovasi produk dan memiliki kualitas yang baik sehingga dapat menarik minat konsumen. Persaingan seperti inilah yang akan menjadi ancaman bagi industri Cenderamata Rotan dalam mengembangkan usahanya.

Tabel 1. Klasifikasi Tingkat Pendidikan Responden pada Industri Cenderamata Rotan.

No	Nama Responden	Tingkat Pendidikan	Keterangan
1	Lassenang, S.E	S1	Pemilik
2	Gusra	S1	Pesaing
3	Sandi	SMA	Karyawan
4	Muh.Surya	SMA	Karyawan
5.	Salmia	S1	Konsumen

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Tabel 2. Analisis SWOT Matriks IFAS pada Industri Cenderamata Rotan.

Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
1. Kekuatan (Strenght)			
a. Letak Industri yang strategis	0,18	4	0,72
b. Kualitas produk yang dihasilkan baik	0,18	4	0,72
c. Tenaga kerja yang terampil	0,14	3	0,56
d. Banyaknya ragam produk yang ditawarkan	0,18	4	0,72
Sub Total	0,68	15	2,72
2. Kelemahan (Weakness)			
a. Keterbatasan Modal	0,10	2	0,20
b. Terbatasnya Tenaga Kerja	0,04	1	0,08
c. Manajemen industri masih sederhana	0,04	1	0,08
d. Pengeluaran biaya diluar produksi	0,14	3	0,56
Sub Total	0,32	7	0,92
Total	1,00	22	3,64
Sumbu X (Sub Total 1 – Sub Total 2)			1,80

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Tabel 3. Analisis SWOT Matriks EFAS pada Industri Cenderamata Rotan.

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
1. Peluang (Opportunities)			
a. Adanya bantuan pemerintah	0,18	3	0,54
b. Berkembangnya media promosi	0,18	3	0,54
c. Permintaan yang tinggi	0,24	4	0,96
d. Penjualan dapat berkembang hingga luar Kota	0,24	4	0,96
Sub Total	0,84	14	3,00
2. Ancaman (Threats)			
a. Munculnya produk substitusi (non rotan)	0,05	1	0,05
b. Adanya perusahaan pesaing	0,11	2	0,22
Sub Total	0,16	3	0,27
Total	1,00	17	3,27
Sumbu Y (Sub Total 1 – Sub Total 2)			2,73

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Tabel 2. Menunjukkan bahwa Faktor Koefisien IFAS dari kekuatan (*strenght*) adalah sebesar 2,72 dan kelemahan (*weakness*) adalah sebesar 0,92 sehingga diperoleh hasil sumbu X sebesar 1,80 dari pengurangan total skor faktor internal kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weakness*). Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang dimiliki Industri Cenderamata Rotan lebih besar di dibandingkan faktor kelemahannya. Oleh karena itu Industri Cenderamata Rotan dapat lebih memanfaatkan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki untuk lebih meningkatkan usahanya.

Tabel 3. Menunjukkan bahwa Faktor Koefisien EFAS dari peluang (*opportunities*) adalah sebesar 3,00 dan ancaman (*Threats*) adalah sebesar 0,27 sehingga diperoleh hasil sumbu Y sebesar 2,73 dari pengurangan total skor faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Hal ini menunjukkan bahwa hasil dari faktor peluang yaitu mendapatkan hasil lebih besar dari faktor ancaman. Oleh karena itu Cenderamata Rotan dapat memanfaatkan faktor peluang untuk meningkatkan usahanya.

Strategi. Berdasarkan data faktor-faktor internal dan eksternal didapatkan skor pembobotan sebagai berikut : faktor kekuatan = 2,72, faktor kelemahan = 0,92. Faktor peluang = 3,00 : faktor ancaman =

0,27. Pada analisis SWOT di dapatkan total skor IFAS sebesar 1,80 dan total skor EFAS sebesar 2,73.

Industri *Handycraft* Cenderamata Rotan berada pada posisi sumbu kekuatan (*Strenght*) dan peluang (*Opportunities*) yakni kuadran 1 artinya Industri *Handycraft* Cenderamata Rotan disarankan untuk melakukan strategi progresi yaitu memanfaatkan kekuatan (*Strenght*) internal perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan peluang (*opportunities*) eksternal untuk meningkatkan usaha Industri *Handycraft* Cenderamata Rotan, serta memiliki posisi yang kuat untuk berkembang.

Penentuan Alternatif Strategi Pengembangan dalam Mendukung Usaha Industri Handycraft Cenderamata Rotan. Hasil analisis menunjukkan bahwa kondisi yang tepat untuk diterapkan dalam strategi pengembangan tersebut adalah terletak pada strategi S-O. Strategi S-O merupakan strategi yang dapat digunakan karena usaha memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Perusahaan tersebut berada pada pertumbuhan yang dinamis pada strategi S-O dimana nilai dari kekuatan (*strenght*) dan peluang (*opportunities*) lebih besar dibandingkan dengan nilai kelemahan (*weakness*) dan nilai ancaman (*threats*). Berikut ada

beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mendukung pengembangan usaha industri *handycraft* pada Cenderamata Rotan, diantaranya adalah memanfaatkan dukungan pemerintah untuk meningkatkan penjualan yang dapat berkembang hingga luar Kota Palu dengan kualitas produk yang dihasilkan baik, meningkatkan beragam produk dengan tenaga kerja ahli dan memanfaatkan media guna meningkatkan penjualan, memperluas jaringan distribusi pasar agar dapat bersaing dengan produk olahan serupa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan.

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yakni faktor-faktor lingkungan internal yang mempengaruhi strategi pengembangan adalah letak industri yang strategis, produk yang dihasilkan berkualitas, tenaga kerja yang terampil, banyaknya ragam produk yang ditawarkan, keterbatasan modal, terbatasnya tenaga kerja, manajemen industri masih sederhana, dan pengeluaran biaya di luar produksi. Faktor-faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi adalah adanya bantuan pemerintah, berkembangnya media promosi, permintaan yang tinggi, penjualan dapat berkembang hingga luar Kota Palu, munculnya produk substitusi rotan, dan munculnya perusahaan pesaing.

Pada analisis SWOT di dapatkan total skor IFAS sebesar 1,80 dan total skor EFAS sebesar 2,73 sehingga diketahui bahwa Industri Cenderamata Rotan saat ini berada pada kuadran 1 yaitu pada posisi strategi kekuatan – Peluang (SO) artinya Industri Cenderamata Rotan disarankan untuk menggunakan strategi progressif. Posisi SO merupakan suatu yang sangat menguntungkan, posisi ini memberikan indikasi bahwa ada peluang untuk meningkatkan usaha di Industri Cenderamata Rotan. Serta memiliki posisi yang kuat untuk berkembang.

Saran

Saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi Industri Cenderamata Rotan dalam meningkatkan kinerjanya ke depan adalah perusahaan perlu menambah jumlah tenaga kerja untuk memaksimalkan kinerja ketika melayani pesanan dalam jumlah besar, kemudian meningkatkan kualitas dalam manajemen industri agar dapat meminimalisir pengeluaran biaya diluar produksi. Perusahaan juga perlu melakukan jalinan kerjasama secara resmi dengan pihak-pihak swasta yang akan menguntungkan kedua belah pihak demi meningkatkan jaringan pemasaran perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariwibowo, R. 2013. *Hubungan antara Umur, Tingkat Pendidikan, Pengetahuan, Sikap terhadap Praktik Safety Riding Awareness pada Pengendara Ojek Sepeda Motor di Kecamatan Banyumanik*. Jurnal Kesehatan Masyarakat, Vol. 2, No. 1
- Assauri, S. 2008. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Edwin, C., N. Setyawati, H.S. Nugraha, dan I. Ainuddin, 2013. *Karakteristik kewirausahaan dan Lingkungan Bisnis Sebagai Faktor Penentu Pertumbuhan Usaha (Studi IKM di Sentra Kerajinan Rotan Amutai Kab. Hulu Sungai Utara, Provinsi Kalimantan Selatan)*. Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 2, Nomor 1: 41-50. Maret 2013. FISIP, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hoang V, Tran T, Tu V, Nguyen N, Nguyen Q. 2017. Agricultural Competitiveness of Vietnam by the RCA and the NRCA Indices, and Consistency of Competitiveness Indice. *AGRIS on-line Papers in Economics and Informatics*. 9 (4): 53-67.
- Kalima ,T dan Jasni, 2010. *Tingkat Kelimpahan Populasi Spesies Rotan di Hutan Lindung Batu Kapar, Gorontalo Utara*. Jurnal Penelitian Hutan Dan Konservasi Alam. Bogor. Vol 7 (4):439-450.

- Kalima dan Sumarhani, 2015. *Identifikasi Jenis-Jenis Rotan Pada Hutan Rakyat di Katingan, Kalimantan Tengah dan Upaya Pengemangan*. Pusat Litbang Konservasi dan Rehabilitasi. ISSN:2407- 8050.
- Kotler, P., and Armstrong, G. 2010. *Principles of Marketing*. Thirteen edition. Prentice Hall. New Jersey
- Kotler, Philip & Kevin L Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran, Analisis perencanaan, implementasi dan pengendalian*. Jilid II. Jakarta : Erlangga.50 – 53, 187 – 188.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13,Jakarta : Erlangga
- Kusnaedi I, dan Pramudita A S, 2013. *Sistem Bending Pada Proses Pengolahan Kursi Rotan di Cirebon*. Jurnal Rekajiva. Vol 1 (2): 1-13 Institut Teknologi nasional, Cirebon
- Manal A, dan Lamusa A. 2014. *Kinerja Keuangan Industri Meubel Rotan Tora-Tora di Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah*. J.Agrotekbis. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako. Vol 2(5): 517-525.
- Manullang, 2006. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Edisi Revisi. Cetakan Ketujuh Belas. Jakarta. Liberty.
- Merril, T., Latham, K. Santalesa R, Navetta, D, 2011. *Social Media: The Business Benefit May Be Enormous, But Can The Risks-Reputation, Legal, Operational- Bemitigated Information Law Group*
- Mt, C. M., Amri, & Majid, M. S. A. (2014). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi, Struktur Organisasi, dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan serta Dampaknya pada Kinerja*. Program pascasarjana Universitas Syiah Kual. Jurnal Manajemen Pasca Sarjana Universitas Syiah Kuala, Vol 3(1):27–36.
- Munir, Irul. 2014. *Pengertian Angakatan Kerja, Tenaga Kerja, Kesempatan Kerja,Pengangguran*. <https://khoirullazuardi.wordpress.com>. Diakses pada Tanggal 12 September 2021.
- Ockta,S. 2012. *Keragaan dan Strategi Pemasaran Agroindustri Kerajinan Rotan untuk meningkatkan Volume Penjualan Ekspor (Studi Kasus di PT. Euroindo Jaya,Jakarta Timur)*. Skripsi Fakultas Pertanian. Unpad.
- Rangkuti, F. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Reorenasi konsep Perencanaan Strategis untuk menghadapi Abad-21*. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Tjiptono, F. 2007. *“Pemasaran Jasa”*. Bayumedia Publishing. Jawa Timur.
- Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 39)
- Yantu M. R, Eka Putra, Agus Prabowo, Fredy S. Ngiu, Abdul Haris Pana’I, Bambang Suprianto dan Iwan Mustafa. 2001. *Studi Kelayakan Pengelolaan Pembangunan Wilayah Terpadu dalam Perspektif Pertanian di Kawasan Pantura Kabupaten Gorontalo Provinsi Gorontalo*. Jurnal Agroland Vol 8 No.3: 278-283. September 2001. Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu.
- Yantu, M.R. 2012. *Perencanaan Tata Ruang Hand Out Paruh Kedua Versi Revisi*. Program Studi Magister Pengembangan Wilayah Perdesaan, Pascasarjana, Universitas Tadulako. Palu.