

Jurnal SOLUSI

Kajian Ekonomi dan Bisnis

- Dheni Indra Kusuma* **Pengaruh Rasio Keuangan terhadap Profitabilitas Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2015**
- Enita Binawati* **Pengaruh Sumber Daya, Informasi dan Orientasi Tujuan terhadap Akuntabilitas Keuangan dan Akuntabilitas Kinerja, Studi pada Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta**
- Niken Widyastuti* **Pengaruh Dana Keistimewaan (DANAIS), Jumlah Obyek Wisata dan Jumlah Kunjungan Wisatawan terhadap Penerimaan Sektor Pariwisata di DIY**
- Dian Retnaningdiah
Sri Sukarni Pudji A.* **Analisis Pengaruh Pengambilan Risiko dan Kepercayaan Diri terhadap Kualitas Jiwa Kewirausahaan Perajin Batik**
- Kuswadi Rustam* **Pengendalian Rantai Pasok Daging Ayam Menggunakan EOQ dan Profit Margin di Kabupaten Bantul**
- Kristiana Sri Utami* **Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) Kerajinan Kreatif Anyaman Mendong di Kabupaten Sleman**

Jurnal Solusi

Penanggung Jawab

Lucia Ika Fitriastuti, S.E., M.Si

Redaktur Pelaksana

Enita Binawati, S.E., M.Sc

Dewan Penyunting

Zainal Mustafa EQ (Universitas Islam Indonesia Yogyakarta)

Irfan Nursasmita (Universitas Gadjah Mada)

Bachruddin (Universitas Islam Indonesia Yogyakarta)

Sekretaris

Surya Widya

Mukaromah

Alamat Sekretariat

STIE SBI Yogyakarta

Jl. Ring Road Utara No.17 Condong Catur Yogyakarta

Phone 0274-887984, 7486379, Fax.0274-887984

Email: info@stie-sbi.ac.id

Distribusi dan Sirkulasi

Bag. Perpustakaan STIE SBI Yogyakarta

Jurnal Solusi

Volume 11, Nomor 2, November 2016

ISSN 1907-2376

DAFTAR ISI

- Dheni Indra Kusuma* Pengaruh Rasio Keuangan terhadap Profitabilitas Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2015 ~ 1
- Enita Binawati* Pengaruh Sumber Daya, Informasi dan Orientasi Tujuan terhadap Akuntabilitas Keuangan dan Akuntabilitas Kinerja, Studi pada Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta ~ 17
- Niken Widyastuti* Pengaruh Dana Keistimewaan (DANAIS), Jumlah Obyek Wisata dan Jumlah Kunjungan Wisatawan terhadap Penerimaan Sektor Pariwisata di DIY ~ 43
- Dian Retmaningdiah*
Sri Sukarni Pudji A. Analisis Pengaruh Pengambilan Risiko dan Kepercayaan Diri terhadap Kualitas Jiwa Kewirausahaan Perajin Batik ~ 59
- Kuswadi Rustam* Pengendalian Rantai Pasok Daging Ayam Menggunakan EOQ dan Profit Margin di Kabupaten Bantul ~ 69
- Kristiana Sri Utami* Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) Kerajinan Kreatif Anyaman Mendong di Kabupaten Sleman ~ 87

**ANALISIS SWOT (STRENGTHS WEAKNESSES OPPORTUNITIES
THREATS) KERAJINAN KREATIF ANYAMAN MENDONG
DI KABUPATEN SLEMAN**

Kristiana Sri Utami

Fakultas Ekonomi, Universitas Widya Mataram Yogyakarta

email: utamisiswaya@yahoo.com

Abstract

Indonesia has great natural resources and rich of cultures. Those are great assets to make the country as a developed country. Creative Industry is a local resource which has great potential to be developed. Creative industries are mostly related to small businesses that most of them are located in rural areas. This is a strategic opportunity to create public welfare and improve the quality of living. One of the creative industry sector is craft. Woven rushes (mendong) craft industries in Sleman district are centered in Minggir which is also the center for the cultivation of rushes. As one of the craft heritage, this industry is very important to preserve.

With SWOT analysis, it is found that the strength factor (Strength) is the creative and assertive leader and craftsmen's mental are strong as well, weaknesses factor (Weaknesses) is the lack of product innovation, low product promotion, and the limited number of craftsmen. The main opportunities factor (Opportunities) is the availability of distribution channels such as modern and traditional markets, galleries, shops, more open access to technology and the increasing number of tourists. Threats factor (Threats) is the other competing product.

As the world of industry has entered the era of globalization, it is the demand for the creative industry sectors to be more developed to support the goal of creative economic vision 2025.

Keywords: *Creative Industries, Small Business Crafts, Woven Mendong*

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Ekonomi kreatif yang didalamnya mencakup industri kreatif ini dipercaya dapat menjadi solusi berbagai permasalahan yang sedang dihadapi yaitu relatif rendahnya pertumbuhan ekonomi pasca krisis, masih tingginya tingkat pengangguran, tingginya tingkat kemiskinan, dan rendahnya kemampuan bersaing industri-industri di Indonesia. Ekonomi kreatif juga diharapkan dapat menjawab tantangan seperti isu *global warming*, pemanfaatan energi yang terbarukan dan pengurangan emisi karbon, karena arah pengembangan industri kreatif ini akan menuju pola industri ramah lingkungan. (Departemen Perdagangan RI, 2008).

Industri kreatif ini sebagian besar menyentuh kelompok mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang banyak berkembang di pelosok daerah yang merupakan potensi bagi pembangunan nasional untuk mewujudkan visi Indonesian 2025 yaitu menjadi negara yang maju. Subsektor kerajinan ini memegang peranan penting yang dalam pembangunan nasional. Secara umum UKM memberikan kontribusi yang signifikan kepada perekonomian nasional. Sebagai gambaran, pada tahun 2000 tenaga kerja yang diserap industri rumah tangga (salah satu bagian dari usaha mikro sektor perindustrian) dan industri kecil mencapai 65,38% dari tenaga kerja yang diserap sektor perindustrian nasional. Hal ini membuktikan UKM memiliki kemampuan yang cukup besar dalam penyerapan tenaga kerja. Pada tahun yang sama sumbangan usaha kecil terhadap total PDB mencapai 39,93% (BPS, 2001).

Mengingat saat ini dunia industri sudah memasuki era globalisasi dengan perkembangan yang sangat pesat, serta didasari kenyataan bahwa peran UKM kerajinan sebagai salah satu bagian dari industri kreatif sektor kerajinan sangat strategis untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat maka diperlukan perumusan strategi pengembangan yang tepat agar industri kreatif pedesaan dapat berkembang dengan baik guna mendukung tercapainya visi ekonomi kreatif 2025. Dalam rangka perumusan strategi pengembangan yang tepat maka diperlukan model Analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*) atas Industri Kerja Kreatif Anyaman Mendong di Kabupaten Sleman.

Rumusan Masalah

- a. Bagaimana variable-variabel internal (*Strength, Weaknesses*) dan eksternal (*Opportunities, Threats*) UKM kreatif pedesaan kerajinan anyaman mendong di Kabupaten Sleman?
- b. Bagaimana strategi yang tepat untuk mengembangkan UKM kreatif pedesaan kerajinan anyaman mendong di Kabupaten Sleman?

Tujuan Penelitian

- a. Menganalisis variable-variabel internal (*Strength Weaknesses*) dan eksternal (*Opportunities, Threats*) UKM kreatif pedesaan kerajinan anyaman mendong di Kabupaten Sleman.
- b. Menemukan strategi yang tepat untuk mengembangkan UKM kreatif pedesaan kerajinan anyaman mendong di Kabupaten Sleman.

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Usaha Kecil Menengah

Pemerintah menjamin kepastian dan keadilan usaha dan untuk menghadapi perkembangan lingkungan perekonomian yang semakin dinamis dan global bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan mengganti Undang-Undang No. 9 tahun 1995 dengan Undang-Undang No. 20 tahun 2008. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyebutkan bahwa

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produk yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2. Industri Kreatif

Industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri kreatif ini di Indonesia dikembangkan dengan menggunakan: (a). Pondasi yaitu people (sumber daya insani); (b). Pilar utama yaitu: Industry, Technology, Resources, Institution, Financial dan Intermediary; (c). Dipayungi oleh interaksi dari Intellectuals (Intelektual), Business (Bisnis), dan Government (Pemerintah) sebagai para aktor utama penggerak industri kreatif.

Arah perkembangan ekonomi nasional memasuki era ekonomi kreatif menuntut setiap departemen membuat program untuk mengembangkan industri kreatif. Hal ini membutuhkan dukungan pemerintah daerah dengan mengembangkan produk atau komoditas unggulan daerah. Kriteria produk unggulan adalah (Tambunan dan Nasution, 2006): (1) menggunakan bahan baku lokal, (2) sesuai dengan potensi dan kondisi daerah, (3) memiliki pasar yang luas, (4) mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak, (5) merupakan sumber pendapatan masyarakat, (6) volume produksi yang cukup besar dan kontinyu, (7) merupakan ciri khas daerah, (8) memiliki daya saing relatif tinggi, dan (9) dapat memacu perkembangan komoditas yang lain. Jika upaya mengembangkan komoditas unggulan tersebut dikerjakan dengan sungguh-sungguh oleh sumber daya manusia yang kreatif maka tidak mustahil nantinya akan muncul komoditas daerah yang mempunyai daya saing di pasar internasional.

Klasifikasi industri kreatif di Indonesia dapat dikategorikan menjadi 14 subsektor yaitu periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, design, fesyen, film video fotografi, permainan interaktif, music, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan computer dan piranti lunak, televise dan radio, serta riset dan pengembangan.

Alternatif definisi industri kerajinan, berdasarkan Simposium Internasional UNESCO/ITC *Craft and the International Market Trade and Custom Codification* di Manila tahun 1997 yaitu, kerajinan adalah industri yang menghasilkan produk-produk, baik secara keseluruhan dengan tangan atau menggunakan peralatan biasa, juga peralatan mekanis sepanjang kontribusi para perajin tetap lebih substansial pada komponen produk akhir. Produk kerajinan tersebut dibuat dari *raw material* dalam jumlah yang tidak terbatas. Produk ini dapat berupa produk untuk kegunaan, estetik, artistik, kreatif, pelestarian budaya, dekoratif, fungsional, tradisional, religius dan simbol-simbol social. (Departemen Perdagangan RI, 2008).

METODAPENELITIAN

Lokasi Penelitian

Obyek penelitian ini adalah kelompok-kelompok pengrajin anyaman mendong yang berada di Kecamatan Minggir, Kabupaten Sleman. Kecamatan Minggir dikenal sebagai penghasil mendong/budidaya mendong dan penghasil kerajinan anyaman mendong.

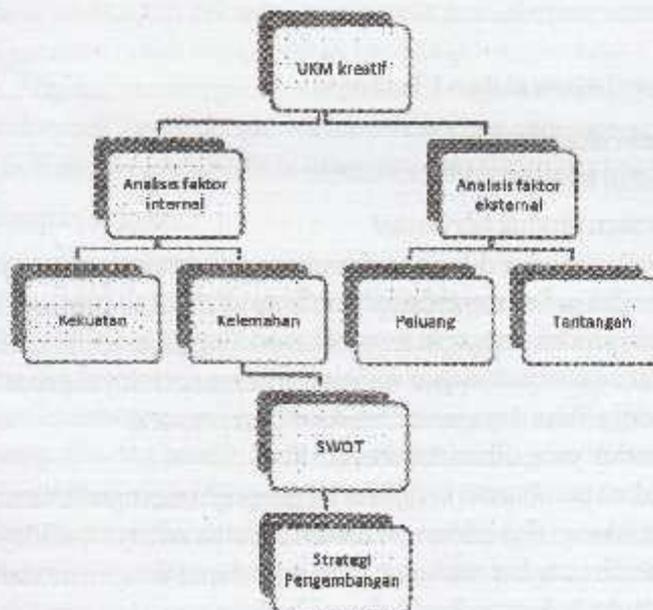
Metode Pengumpulan Data

- Wawancara terstruktur.
- Observasi
- Dokumentasi, diperlukan untuk melengkapi data wawancara dan observasi
- Kuisisioner

Kerangka Analisis

Kerangka analisis dalam penulisan jurnal ini dapat digambarkan dalam lingkaran (merupakan bagian dari kerangka penelitian senyara menyeluruh) pada gambar dibawah.

Gambar 1. Kerangka pemikiran dan pemecahan masalah



Teknik Analisis Data

Analisa data dilakukan dengan analisis SWOT (Strength Weakness Opportunity Threats). Dengan analisis ini akan dilakukan pemetaan kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman subsektor industri kerajinan anyaman mendong sehingga diketemukan strategi pengembangan yang tepat. Hasil analisis digambarkan dalam table IFAS dan EFAS dan diagram analisis SWOT.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pengrajin

Bahan baku anyaman mendong adalah mendong yang merupakan kekayaan alam nusantara. Mendong merupakan sumberdaya local masyarakat Minggir.

Tabel .1. Kelompok Pengrajin

kelompok	nama	jumlah	SD
KUM bermasyarakat	Darji (2009)	27	40
	Hinari (2002)	13	
Matsuri	Riski	15	15

Analisis Faktor Internal dan Eksternal

A. Identifikasi Faktor Internal

1. Kekuatan Industri

a.) Design produk bervariasi

Design produk dibuat berdasarkan pada pesanan maupun design produk dengan pola yang sedang 'tren' banyak disukai masyarakat. Dalam satu jenis produk pengrajin anyaman mendong dapat membuat dalam berbagai variasi warna. Dengan warna-warna mencolok yang saat ini sedang tren menjadikan daya tarik tersendiri bagi pembeli.

b). Produk yang dihasilkan berkualitas

Dalam pembuatan kerajinan ini pengrajin memperhatikan unsur kualitas mendong. Hal ini sangat didukung oleh adanya budidaya mendong di daerah tersebut sehingga pengrajin dapat dengan mudah memperoleh mendong dengan kualitas yang baik.

- c). Harga yang ditawarkan bersaing
Harga merupakan hal yang sangat sensitif bagi konsumen, jika harga yang ditawarkan tinggi maka produk ini tidak akan dapat bersaing di pasar. Pengrajin bersedia menawarkan produk dengan harga cukup berbagai segmen. Dengan banyaknya persediaan bahan baku di daerah tersebut maka biaya untuk memperoleh bahan baku dapat diminimalkan.
 - d). Kerjasama yang baik antar pengrajin
Lokasi pengrajin yang berada dalam satu area kecamatan sangat memudahkan untuk saling berbagi informasi antar pengrajin. Dengan komunikasi yang baik mampu menciptakan kerjasama diantara para pengrajin anyaman mendong.
 - e). Pimpinan yang kreatif dan tegas
Ide-ide baru kebanyakan diusulkan oleh ketua kelompok. Pimpinan yang kreatif dan tegas sangat mendukung kemajuan industry kecil ini ke arah masa depan yang jauh lebih baik.
 - f). Lokasi dekat dengan sumber bahan baku
Tersedianya bahan baku di daerah sekitar menjadi kekuatan bagi industry kecil ini, sehingga sangat kecil kemungkinan adanya keterlambatan pengiriman karena masalah bahan baku.
 - g). Kemampuan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan
Pengrajin anyaman mendong memiliki pelanggan dalam lingkup nasional. Meskipun masih dalam volume penjualan yang terbatas, hubungan yang baik ini menjadi kekuatan untuk terus menjalankan usaha.
 - h). Kemauan untuk mengajarkan kepada generasi muda.
Keinginan untuk regenerasi keahlian menganyam ditunjukkan oleh ketua kelompok Deriji dengan mengajarkan cara-cara menganyam mendong pada siswa-siswa SMKN Minggir sebagai kegiatan ekstra kulikuler.
2. Kelemahan Industri
- a) Sikap dan mental pengrajin
Pengrajin anyaman mendong seluruhnya berasal dari warga sekitar. Banyak sekali contoh mental karyawan yang kurang seperti tingkat loyalitas dan komitmen untuk menjadi pengrajin anyaman mendong sehingga ketika terbentur pada masalah kecil dengan mudahnya berhenti menjadi pengrajin dan beralih pada usaha lain.
 - b) Kuantitas pengrajin kurang
Jumlah penduduk di wilayah kecamatan Minggir cukup banyak tetapi yang memiliki loyalitas untuk menjadi pengrajin sangat kecil. Jumlah pengrajin ini mengalami penurunan dibanding pada saat awal berdirinya kelompok.

- c) Keinginan sumber daya manusia baru untuk menekuni kerajinan masih rendah
Untuk menjadi pengrajin tidak membutuhkan pendidikan yang tinggi, tetapi lebih pada kemauan yang keras untuk berlatih. Sedikitnya jumlah pengrajin menunjukkan kecilnya keinginan masyarakat sekitar untuk menggeluti kerajinan anyaman mending.
- d) Kemampuan pengelolaan pembukuan masih minim
Sistem pencatatan keuangan pada kelompok pengrajin masih sangat minim. Yang dimiliki kelompok pengrajin hanyalah faktur pembelian dan faktur penjualan.
- e) Etos Kerja dan disiplin kurang
Disiplin pengrajin ditunjukkan dengan adanya pengrajin yang membuat anyaman hanya pada saat ada waktu luang saja sehingga berakibat pada kuantitas produk yang dihasilkan masih terbatas.
- f) Teknologi informasi masih minim
Minimnya kemampuan penggunaan media oleh para pengrajin anyaman mending ini menjadi kelemahan tersendiri.
- g) Inovasi produk
Keterbatasan wawasan pengrajin memberi dampak yaitu kurangnya ide – ide dari pengrajin untuk melakukan inovasi produk.
- h) Belum mengenal penerapan e-commerce
Pemasaran di internet (e-commerce) akan sangat membantu pengrajin untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pengrajin anyaman mending belum mengenal e-commerce, hal ini ada hubungannya dengan masih minimnya kemampuan pengrajin dalam teknologi informasi.
- i). Promosi produk masih minim
Upaya promosi yang dilakukan oleh pengrajin anyaman mending baru terbatas pada keikutsertaan dalam pameran hasil kerajinan yang difasilitasi oleh pemerintah daerah.

B. Identifikasi Faktor Eksternal

1. Peluang industri

- a) Memiliki pelanggan tetap
Pelanggan tetap hasil kerajinan ini dari beberapa toko kerajinan yang berada di Yogyakarta.
- b) Ketersediaan Sumber Daya Manusia
Lokasi UKM Kerajinan anyaman mending ini berada di sebuah Kecamatan yang memiliki ketersediaan SDM yang cukup.

- c) Peningkatan jumlah wisatawan
Yogyakarta sebagai salah satu tujuan wisata bagi wisatawan domestic maupun wisatawan mancanegara menjadi peluang pasar yang sangat baik untuk produk UKM ini.
- d) Kondisi Ekonomi Stabil
Adanya kondisi ekonomi yang stabil memperbesar peluang UKM untuk dapat berkembang.
- e) Jalur distribusi fisik semakin banyak
Tersedianya jalur distribusi fisik seperti pasar modern dan tradisional, galeri, toko kerajinan, dan lainnya memberikan peluang yang besar untuk memasarkan produk.
- f). Apresiasi pasar luar negeri lebih baik dalam hal originalitas seni, budaya, dan design.
Konsumen mancanegara sangat menyukai produk-produk yang memiliki originalitas seni, budaya dan design, hal ini merupakan peluang.
- g). Semakin terbukanya akses terhadap teknologi
Saat ini tersedianya media online banyak digunakan oleh pelaku usaha untuk mempromosikan produknya.h). **Dukungan pemerintah dalam industry kreatif**

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.28 Tahun 2008 tentang kebijakan industry nasional dan termasuk didalamnya adalah industry kreatif yang kemudian dijabarkan dalam rencana pengembangan 14 subsektor industry kreatif oleh Departemen Perdagangan adalah merupakan bentuk kebijakan-kebijakan pemerintah dan aturan untuk pengembangan ekonomi kreatif.

2. Ancaman Industri

- a). Penipuan pemesanan
Adanya penipuan pemesanan yang perlah dialami pengrajin menjadikan kekhawatiran tersendiri sehingga mereka sangat hati-hati dalam menerima tawaran pemesanan. Kekhawatiran ini akan menjadi ancaman bagi pengrajin.
- b) Cuaca
Faktor cuaca merupakan factor yang tidak dapat diprediksikan oleh manusia. Cuaca mempengaruhi proses produksi kerajinan anyaman mending. Pengeringan yang kurang sempurna akan mempengaruhi kualitas hasil produk kerajinan.

- c) Inflasi
Adanya inflasi menyebabkan harga-harga barang maupun jasa meningkat. Kenaikan harga produk kerajinan anyaman mendong dipengaruhi langsung oleh harga bahan baku dan bahan pendukung.
- d) Kekuatan tawar Menawar Pembeli
Pembeli yang memesan dalam jumlah besar memiliki kekuatan tawar menawar.
- e) Pesaing dari dalam negeri
Pesaing produk kerajinan anyaman mendong di Kabupaten Sleman ini salah satunya adalah kerajinan anyaman mendong dalam negeri yang terdapat Tasikmalaya.

Tabel 2. Faktor Internal Subsektor Industri Kerajinan Anyaman Mendong

Kelebihan	
Kelebihan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain produk bervariasi 2. Produk yang dihasilkan berkualitas 3. Harga yang ditawarkan bersaing 4. Kerjasama yang baik antar penarsang 5. Pimpinan kreatif dan tegas 6. Lokasi dekat dengan sumber bahan baku 7. Kemampuan mempartisipasikan bahan yang baik dengan pelanggan 8. Kemauan untuk menajarkan kepada generasi muda
Kelemahan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mental pengrajin 2. Terbatasnya jumlah pengrajin 3. Keinginan untuk menekuni kerajinan anyaman mendong masih rendah 4. Terbatasnya kemampuan pengelolaan pembukuan 5. Riis kerja dan disiplin masih rendah 6. Kurangnya inovasi produk 7. Penggunaan Teknologi Informasi masih terbatas 8. Belum mengenal penerapan e-commerce 9. Promosi produk masih minim

Sumber: data diolah

Faktor kekuatan utama yang dimiliki adalah factor-faktor yang memiliki skor di atas rata-rata yaitu 0.177168 (table 4). Faktor kekuatan tersebut adalah lokasi dekat dengan sumber bahan baku, produk yang dihasilkan berkualitas, kerjasama yang baik antar pengrajin.

Tabel 3. Faktor Eksternal Subsektor Industri Kerajinan Anyaman Mendong

Faktor Eksternal (Opportunities, Threats) Industri Kerajinan Anyaman Mendong	
Opportunity	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki banyak pelanggan dan relasi 2. Ketersediaan SDM banyak di daerah sekitar 3. Peningkatan jumlah wisatawan 4. Kondisi ekonomi stabil 5. Jalur distribusi fisik seperti pasar modern dan tradisional, galeri, toko dan lain-lain semakin banyak 6. Apresiasi pasar luar negeri lebih baik dalam hal ornamenasi seni budaya dan desain 7. Semakin terbukanya akses terhadap teknologi 8. Dukungan pemerintah dalam bentuk kebijakan dan aturan untuk pengembangan ekonomi kreatif sudah mulai bermunculan
Threats	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya penipuan pemesanan 2. Cuaca yang kurang mendukung 3. Kekuatan tawar-menawar pembeli 4. Ancaman produk pesaing 5. Inflasi

Sumber : data diolah

Kelemahan utama yang dimiliki didasarkan pada nilai skor di atas rata-rata yaitu kemampuan dalam penggunaan teknologi informasi masih rendah, kemampuan pengelolaan pembukuan masih minim, etos kerja dan disiplin masih rendah, kuantitas pengrajin kurang, serta promosi produk masih minim.

Tabel 4. Skore Faktor Internal

Faktor	Rating	Bobot	Skore	
Strength	1	2.675	0.062268	0.166566
	2	2.8	0.063197	0.176952
	3	2.725	0.056227	0.153218
	4	2.925	0.05948	0.173978
	5	2.675	0.05855	0.156622
	6	4	0.064126	0.256506
	7	2.725	0.062268	0.169679
	8	2.075	0.059944	0.124384
	Total			1.377904
Weakness	1	1.875	0.052974	0.099326
	2	2.15	0.05158	0.110897
	3	1.65	0.052974	0.087407
	4	1.975	0.05948	0.117472
	5	2.5	0.05158	0.12895
	6	1.7	0.063197	0.107435
	7	2.55	0.056691	0.144363
	8	1.275	0.059944	0.076429
	9	1.675	0.06552	0.109747
	Total			0.982226

Faktor peluang utama yang dimiliki oleh industry ini adalah factor-factor yang memiliki skore diatas rata-rata yaitu 0.246329. Faktor peluang yang utama tersebut adalah semakin terbukanya akses terhadap teknologi, jaiur distribusi fisik yang semakin banyak, dan peningkatan jumlah wisatawan.

Factor ancaman utama yang dihadapi oleh industry ini adalah factor yang memiliki skore diatas rata-rata yaitu cuaca yang kurang mendukung, ancaman produk pesaing dalam negeri maupun luar negeri, dan kekuatan tawar-menawar pembeli.

Tabel 5. Skore Faktor Eksternal

Faktor	Rating	Bebot	Skore	
Opportunity	1	2.65	0.081957	0.217186
	2	2.625	0.07878	0.206798
	3	3.35	0.079416	0.266042
	4	2.85	0.080051	0.228145
	5	3.4	0.083863	0.285133
	6	3.075	0.075604	0.232481
	7	3.475	0.085133	0.295839
	8	2.85	0.083863	0.239009
	Total			1.970632
Thrcats	1	2.1	0.066074	0.138755
	2	2.775	0.075604	0.2098
	3	2.5	0.06925	0.173126
	4	2.65	0.069886	0.185197
	5	2.225	0.070521	0.156909
	Total			0.863787

Strategi SWOT dari industry ini dengan mendasarkan pada faktor-faktor eksternal dan internal dapat disusun dalam strategi SWOT (pada table 6).

Strategi SO

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi ini dapat dilakukan dengan membangun metodologi yang baru yang sesuai dengan kekuatan industry. Dengan mempertimbangkan kekuatan dan peluang yang dimiliki industry kerajinan anyaman mendong dapat melakukan stretegi *market penetration* dan *development product* (pengembangan produk). *Market penetration* merupakan strategi untuk meningkatkan *market share* suatu produk melalui usaha pemasaran yang lebih besar. Pengrajin anyaman mendong dapat melakukan strategi ini melalui pemanfaatan media teknologi informasi ataupun e-commerce untuk memaksimalkan pemasaran sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Strategi *product development* merupakan strategi yang bertujuan agar perusahaan dapat meningkatkan penjualan misalnya dengan cara inovasi produk.

Strategi ST

Strategi ini disusun menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Dengan mempertimbangkan kekuatan dan ancaman, industry kerajinan anyaman mendong dapat melakukan strategi mempertahankan pasar yang sudah dimiliki dengan menjaga kualitas produk dan harga agar dapat bersaing.

Strategi WO

Strategi ini disusun berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Dalam strategi ini industry kerajinan anyaman mendong dapat melakukan perbaikan dalam manajemen internal dengan meningkatkan mental pengrajin dalam menekuni usaha, meningkatkan kualitas pengrajin dalam pembukuan maupun penerapan teknologi. Peningkatan kualitas pengrajin dapat dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan.

Tabel 7. Indeks Posisi Subsektor Industri Kerajinan Anyaman Mendong

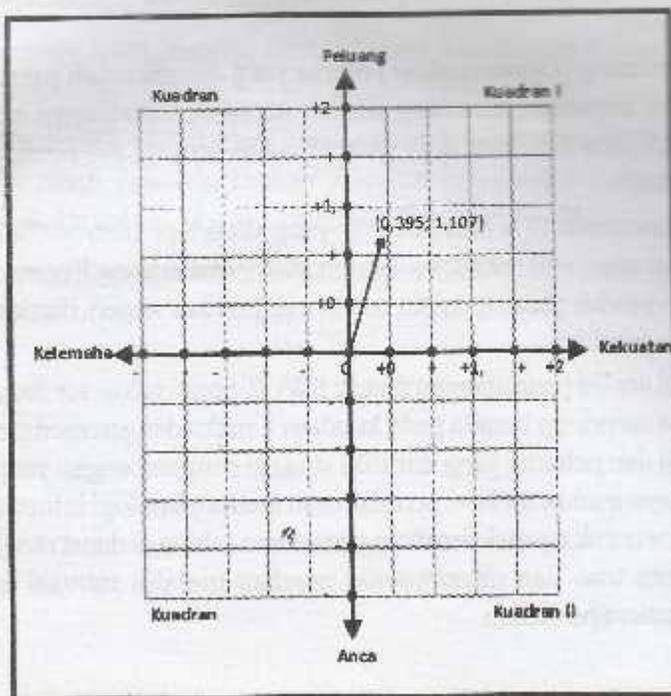
No.	Uraian	Nilai
A. Analisis Faktor Internal		
1	Strength	1.377904
2	Weakness	0.982226
	Indeks posisi A	0.395678
B. Analisis Faktor Eksternal		
1	Oppportunity	1.970632
2	Strength	0.863787
	Indeks posisi B	1.106846

Strategi WT

Strategi ini disusun dengan meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Dalam strategi ini pengrajin anyaman mendong dapat melakukan strategi melalui peningkatan penggunaan teknologi untuk mengatasi adanya ancaman produk pesaing.

Hasil penghitungan pada table indeks (table 7) diatas digunakan untuk menggambarkan posisi industry kerajinan anyaman mendong di dalam diagram matriks SWOT.

Gambar 2. Diagram Matriks SWOT Industri Kerajinan Anyaman Mendong



Dalam diagram matriks SWOT posisi industry kerajinan anyaman mendong berada di kuadran I dengan nilai factor internal +0.395 dan factor eksternal +1.107 Hal ini menunjukkan bahwa industri ini memiliki posisi yang kuat meskipun nilainya kecil dibawah +0.5 dan memiliki peluang yang bagus untuk berkembang. Dari diagram diatas industry kerajinan anyaman mendong berada di kuadran I, dengan mempertimbangkan kekuatan dan peluang yang industry ini dapat melakukan strategi *market penetration* melalui pemanfaatan media teknologi informasi ataupun e-commerce untuk memaksimalkan pemasaran sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan *development product* melalui inovasi produk untuk meningkatkan penjualan.

KESIMPULAN

1. Faktor kekuatan (*Strength*) yang utama yang dimiliki subsector industry kerajinan anyaman mendong adalah lokasi dekat dengan sumber bahan baku, produk yang dihasilkan berkualitas, dan kerjasama yang baik antar pengrajin.
2. Faktor kelemahan (*Weaknesses*) utama yang dimiliki oleh subsector industry kecil kerajinan mendong ini adalah kemampuan dalam penggunaan teknologi

informasi masih rendah, kemampuan pengelolaan pembukuan masih minim, etos kerja dan disiplin masih rendah, kuantitas pengrajin kurang, serta promosi produk masih minim.

3. Faktor peluang (*Opportunities*) utama yang dimiliki oleh subsector industry kerajinan anyaman mendong adalah semakin terbukanya akses terhadap teknologi, jalur distribusi fisik yang semakin banyak, dan peningkatan jumlah wisatawan.
4. Faktor ancaman (*Threats*) utama yang dihadapi oleh subsector industry kerajinan anyaman mendong adalah factor cuaca yang kurang mendukung, ancaman produk pesaing dalam negeri maupun luar negeri, dan kekuatan tawar-menawar pembeli.
5. Dari hasil analisi pada diagram matrik SWOT posisi subsector industry kerajinan anyaman mendong berada pada kuadran I, maka dengan mempertimbangkan kekuatan dan peluang yang dimiliki strategi pengembangan yang tepat adalah *market penetration* melalui pemanfaatan media teknologi informasi ataupun *e-commerce* untuk memaksimalkan pemasaran sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan *development product* melalui inovasi produk untuk meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2009. *Studi Industri Kreatif Indonesia 2009*. Jakarta: Departemen Perdagangan RI.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. *Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Departemen Perdagangan RI.
- Ilamidi, 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. UMM Press.
- Heryadi, 2004. *Pengembangan Usaha Kecil*. Economic Review Journal, No.198 (<http://www.bni.co.id>).
- Khristianto, Wheni, 2008. *Peluang dan Tantangan Industri Kreatif Indonesia*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Vo.5 No.1, Hal 33-37.
- Pusparini H, 2011. *Strategi Pengembangan Industri kreatif di Sumatera Barat, Studi Kasus Industry Kreatif Subsektor Kerajinan: Industri Bordir/ Sulaman dan Pertunjukan*. Artikel Penelitian Pasca Sarjana. Universitas Andalas.

- Porter, M. E. (1995). *Strategi Bersaing : Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Terjemahan. Erlangga, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2000. *Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta, PT. SUN.
- Rini, P., & Czafrani S., 2010, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Oleh Pemuda Dalam Rangka Menjawab tantangan Ekonomi Global*, Jurnal UI, Vol.1, Desember 2010, hal 13-24.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995 tentang *Usaha Kecil*.