

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Profil Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” di Kota Blitar

Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” didirikan pada tahun 2009 oleh Bapak Ismarofi dan Bapak Anas, dan saat ini sudah menjadi dua tempat yaitu milik Bapak Ismarofi dan Bapak Anas, dengan bentuk Usaha Dagang (UD). Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” bertempat di Jalan Glagah No. 48 Rt. 02 RW. 09 Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar Jawa Timur. Sejarah berdirinya bermula dari ngobrol biasa antara Bapak Ismarofi dan Bapak Anas tentang banyak limbah batok kelapa dilingkungan sekitar dan mereka berinisiatif dari limbah tersebut bisa memiliki nilai jual dan dapat menyerap tenaga kerja dari warga sekitar. Seiring berjalannya waktu usaha tersebut berkembang dan dikenal banyak orang yang kemudian menjadi dua tempat milik Bapak Anas dan Bapak Ismarofi. Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” telah mempunyai legalitas usaha sejak tahun 2011 antara lain : SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), dan merek dagang Coco Art.

Filosofi pengambilan nama Coco Art untuk nama usahanya yaitu diambil dari bahasa Inggris yang berarti Seni Kelapa dengan tujuan agar mudah dimengerti dan diingat bukan hanya oleh orang dalam negeri akan tetapi orang luar negeri juga. Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” saat ini memproduksi antara lain kalung, gelang, gantungan kunci, brose, cangkir,

tas dengan berbagai ukuran, dompet dan tempat lampu. Pangsa pasar penjualan produk Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” sebagian besar yaitu 60% untuk wilayah karisidenan Kediri yang meliputi wilayah Blitar, Kediri, Nganjuk, Trenggalek dan Tulungagung. Sedangkan yang 40% untuk wilayah luar Jawa Timur seperti langganan yang melakukan pemesanan ulang (*repeat order*).

Karyawan yang bekerja di Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” sebanyak 7 orang, yaitu :

Tabel 4.1

Daftar Nama Karyawan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

No.	Nama Karyawan	Asal
1.	Ririn	Tanjungsari
2.	Wati	Tanjungsari
3.	Sumiati	Tanjungsari
4.	Beti	Tanjungsari
5.	Eko	Tanjungsari
6.	Novan	Tanjungsari
7.	Imam	Tanjungsari

(sumber : data saat wawancara)

2. Lokasi Penelitian

Lokasi usaha ini berada di Jalan Glagah No.48 RT.02 RW. 09 Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar Jawa Timur. Letak lokasi ini alat transportasi bisa masuk ketempat ini dengan mudah. Sehingga customer yang dekat seperti Kediri, Nganjuk, Trenggalek dan Tulungagung bisa datang dan membeli produknya sendiri.

3. Visi dan Misi

Visi

Berasal dari usaha kecil yang mempunyai keinginan besar menjadi sebuah usaha untuk pemberdayaan masyarakat.

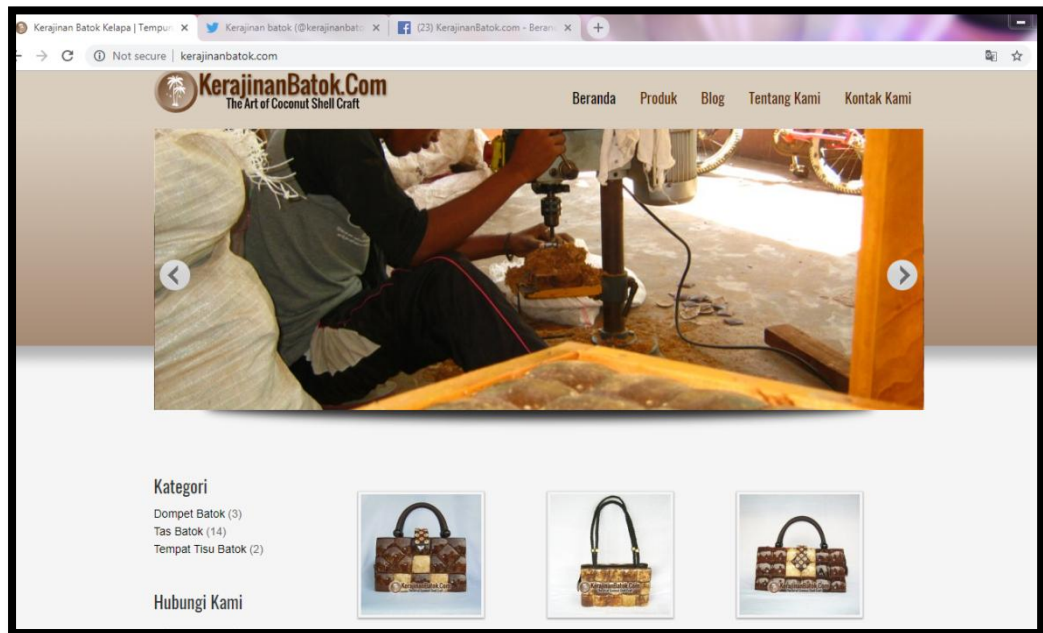
Misi

Kerajinan ini dapat mejadi wisata kampung batok yang terdapat edukasi ataupun pelatihannya. Dan warga sekitar yang tidak berkecimpung dikerajinan bisa ikut membuat kuliner didalam kampung batok

4. Akun Website, Twitter, dan Facebook

Gambar 4.1

Akun Website Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Blitar



(Sumber: www.kerajinanbatok.com)

Di Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar produksi kerajinannya yaitu antara lain tas dengan berbagai ukuran dan model, dompet batok dengan berbagai ukuran dan model selain itu juga tempat tisu yang terbuat dari batok.

Gambar 4.2

Akun Twitter Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Blitar

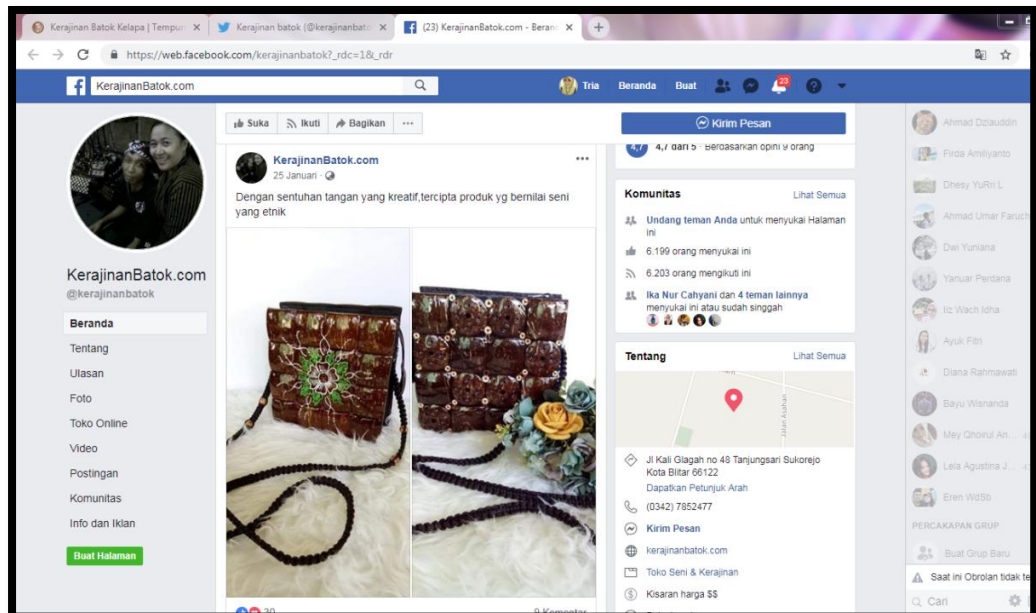


(Sumber: <http://twitter.com/kerajinanbatok>)

Dalam media social Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar produksi kerajinannya antara lain tas batok dengan berbagai ukuran dan model, dompet batok dengan berbagai model dan ukuran, kotak tisu dari batok, cangkir dan aksesoris.

Gambar 4.3

Akun Facebook Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Blitar



(Sumber: <http://web.facebook.com/kerajinanbatok>)

Pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” produknya antara lain tas dengan berbagai model dan ukuran, dompet dengan berbagai ukuran dan model, gantungan kunci, tempat tisu, cangkir, mangkuk dengan berbagai ukuran dan tempat lampu dari batok.

Dalam melakukan promosi melalui media social Website, Twitter dan Facebook. Dengan menggunakan akun tersebut dengan cara memposting dan berpromosi produk batok kelapa serta *reseller*. Didalam akun tersebut juga terdapat nomor owner yang bisa dihubungi serta yang ingin bertanya tentang usaha atau produk batok kelapa “Coco Art”.

B. Temuan Penelitian

1. Faktor-Faktor Internal Kekuatan dan Kelemahan pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

a. Faktor Internal Kekuatan (*Strengths*) Pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

Faktor internal yang menjadi kekuatan yang ada di Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” adalah seperti yang diungkapkan Bapak Ismarofi mengenai legalitas usaha, sebagai berikut :

“ untuk masalah persyaratan izin hukum dan merek saya sudah ada. Disini sudah mempunyai SIUP dan yang lainnya sejak tahun 2011 selain itu rutin membayar pajak yang sekarang dibayar setiap bulannya. Untuk usahanya kita berbentuk UD”¹

Berdasarkan penjelasan Bapak Ismarofi, legalitas usaha dan merek Batok Kelapa “Coco Art” telah dilakukan pengurusannya. Dengan adanya legalitas maka akan dapat memberikan manfaat sebagai sarana perlindungan hukum, dan dapat menunjang perkembangan usaha.

Dalam hal sumber daya manusia atau tenaga kerja juga menjadi kekuatan, berikut penjelasan Bapak Ismarofi :

“Jumlah karyawan yang bekerja disini yang dari pagi sampai sore itu sejumlah 7 orang, yang dibawa pulang sekitar 35 orang. Untuk 30% itu bagian penjaitan dalamnya tas, 70% perangkaiannya atau finishing. Untuk tingkat pendidikan sumber daya manusia rata-rata lulusan SMA/SMK.”²

¹ Hasil wawancara dengan Bapak Ismarofi selaku pemilik Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

² Hasil wawancara dengan Bapak Ismarofi selaku pemilik Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kuantitas SDM memadai dalam melakukan proses produksi yaitu 42 orang, dimana 7 orang bekerja ditempat usaha dan 35 orang melakukan pekerjaannya dirumah. Bidang pekerjaannya yaitu 30% bagian penjaitan dalam tas dan 70% perangkaian atau finishing. Untuk tingkat pendidikannya rata-rata adalah tamat SMA/SMK.

Inovasi, penentuan harga dan ciri khas produk juga merupakan kekuatan yang ada pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”, berikut penjelasan Bapak Ismarofi :

“ iya mbak, kalau kita itu harus berinovasi tidak hanya berhenti disini karena kalau berhenti dari inovasikan barang atau produk kita itu tetap yang lama. Antara lain inovasinya itu bentuk batok yang bulat dicampur dengan yang kotak kalau tidak gitu ada juga bentuk batok segitiga. Juga pada tas itu ada yang penambahan lukisan mbak. Untuk produk itu kita konsisten dalam mempertahankan kerajinan ini bahan-bahannya pun kita pilih yang no satu, walaupun harga nantinya akan lebih mahal sedikit. Ciri khas dari tempat ini itu warna coklat dalam batok ini itu benar-benar asli hanya saja nanti dispeth agar lebih mengkilat tetapi kalau dijejerkan dengan tempat lain itu keliatan kok perbedaannya.”³

Pernyataan serupa mengenai kekuatan yang ada pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” diungkapkan oleh Mbak Wati karyawan yang telah bekerja hamper 3 tahun, berikut penjelasannya :

“kekuatannya itu harganya lebih terjangkau dan disini itu menggunakan bahan yang nomor satu karena disini kami menjaga kualitas.”⁴

³ Hasil wawancara dengan Bapak Ismarofi selaku pemilik Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

⁴ Hasil wawancara dengan Wati karyawan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

Tanggapan mengenai kekuatan pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” juga diperkuat oleh Mbak Beti, berikut penjelasannya :

“kekuatannya itu disini model produknya banyak, dan harganya juga terjangkau mbak.”⁵

Hal yang sama mengenai kekuatan pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” diungkapkan oleh Ibu Sri yang merupakan pelanggan, berikut penjelasannya :

“disini itu model produknya ada banyak mbak, juga harganya terjangkau warnanya juga bagus,”⁶

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa inovasi produk yang dilakukan oleh pemilik Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” yaitu mencakup inovasi dengan menciptakan model produk yang semakin beragam jumlahnya, inovasi penambahan lukisan pada tas. Untuk penciptaan ide dan inovasi dilakukan oleh pemiliknya sendiri. Dalam hal berkreasi pemilik mempertahankan beberapa hal yang sudah jadi ciri khas sejak dulu seperti model dan warnanya.

Pemilik konsisten dalam menjaga kualitas kerajinannya, juga konsisten dalam pengerjaan pemesanan. Dalam penentuan harga itu tergantung dalam hal pada model produk, ukuran, tingkat kesulitan dalam pembuatannya, dan menggunakan bahan baku pendukung yang terbaik.

⁵ Hasil wawancara dengan Beti selaku karyawan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Sri pelanggan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 15 Maret 2019

Mengenai segi operasional yang menjadi kekuatan pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” dari Bapak Ismarofi, sebagai berikut :

“Dalam semua mesin dan peralatan yang dimiliki itu bisa memenuhi kebutuhan produksi sehari-hari hingga menjadi suatu barang. Dalam mendapatkan bahan pendukung itu kita biasanya memilih sendiri. Biasanya kalau didalam kota ada ya kita beli didalam kota kalau stoknya habis kita harus membeli diluar kota. Untuk bahan baku kerajinan ini kan dari limbah batok sekitar, sebelum kami memulai kami melihat limbah ini perkiraan 50 th lagi masih ada dan disekitar lingkungan juga banyak jadi sudah menjadi kekuatan kami.”⁷

Dari penjelasan pemilik Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” bahwa dari segi operasional produksi semua berjalan dengan baik dari segi mesin dan peralatan yang dimiliki dapat memenuhi kebutuhan produksi sehari-harinya. Pasokan bahan pendukung mudah didapat biasanya diluar kota maupun didalam kota. Untuk pasokan bahan baku juga mudah dijumpai karena mudah mencarinya disekitar lingkungan.

b. Faktor Internal Kelemahan (*Weakness*) Pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

Faktor internal yang menjadi kelemahan pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” kondisi cuaca yang tidak menentu. Berikut penjelasan dari mbak Ririn marketing sebagai berikut :

“Produksi kita itu tergantung cuaca, jadi kalau cuacanya mendung cuaca tidak mendukung kita tidak bisa proses finishing. Selain itu barang kami tidak tahan air”⁸

⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Ismarofi selaku pemilik Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

⁸ Hasil wawancara dengan Ririn marketing Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

Pernyataan yang sama juga diungkapkan oleh mbak Bety karyawan sebagai berikut :

“Kendalanya kalau cuaca tidak mendukung tidak bisa beraktivitas tidak bisa memproduksi tas. Juga barang-barangnya tidak tahan air”⁹

Pertanyaan tersebut juga diperkuat oleh ungkapan mbak Wati karyawan sebagai berikut :

“Jika musim hujan kita jadi nggak bisa produksi otomatis kita nggak bisa nyepath jadikan nggak bisa buat tas. Kalau belum disepeth kita nggak bisa finishingnya.”¹⁰

Dari pernyataan mbak Ririn tersebut dapat diketahui bahwa perubahan kondisi cuaca dapat menghambat berlangsungnya produksi kerajinan karena jika musim penghujan para pekerja tidak bisa menyepet dan *finishing* dikarenakan tidak adanya sinar matahari.

Dalam hal lokasi usaha seperti yang diungkapkan oleh Bapak Ismarofi berikut penjelasannya :

“untuk lokasi usaha yang masuk gang seperti ini sedikit menyulitkan yang mencarinya, akan tetapi diluar gang sudah ada plang jadi membantu mempermudah pelanggan yang mau kesini.”¹¹

Hal serupa juga diungkapkan mengenai kelemahan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”, disampaikan oleh Mbak Wati sebagai karyawan, berikut penjelasannya :

“kalau lokasi ini agak sedikit masuk gang ya, jadi kalau ada rombongan begitu gitu kurang bisa jadi kendaraanya harus

⁹ Hasil wawancara dengan Bety karyawan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

¹⁰ Hasil wawancara dengan Wati karyawan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

¹¹ Hasil wawancara dengan Bapak Ismarofi selaku pemilik Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

diparkir jalan besar utara sana itu kalau bus tapi kalau mobil masih bisa masuk sini, tetapi sudah ada plangnya di jalan besar jadi bisa mempermudah yang mencarinya.”¹²

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu Sri pelanggan, berikut penjelasannya :

“lokasinya masuk gang begini akan tetapi adanya plang di jalan besar juga sudah mempermudah menemukan lokasi ini.”¹³

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa pemilik mempertahankan keaslian lokasi usahanya mengenai lokasi usahanya yang masuk kedalam gang akan tetapi sekarang sudah terdapat plang jadi sedikit mempermudah menemukan lokasi. Untuk kelemahannya yaitu lokasi usahanya yang kurang strategis.

2. Faktor-Faktor Eksternal Peluang dan Ancaman Pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

a. Faktor Eksternal Peluang (*Opportunity*) Pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

Pada zaman saat ini perkembangan teknologi dan internet semakin cepat dan canggih yang bisa membantu aktivitas manusia dalam melakukan pekerjaan. Hal ini juga terjadi di kerajinan batok kelapa “Coco Art” Kota Blitar seperti yang diungkapkan oleh Bapak Ismarofi sebagai berikut :

“Promosinya online dan offline. Kalau onlinekan jangkauannya sudah luas, saya juga punya website,

¹² Hasil wawancara dengan Wati karyawan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

¹³ Hasil wawancara dengan Ibu Sri karyawan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 15 Maret 2019

facebook itu kan yang beli dari Kalimantan ada Jakarta juga ada. Kalau offline itu kadang ada konsumen yang datang kesini kadang ada juga yang pakek ekspedisi itu biasanya yang Surabaya karenakan banyak.”¹⁴

Pernyataan juga diperkuat oleh Mbak Ririn marketing sebagai berikut penjelasannya:

“Untuk promosi produknya yang online ya via facebook, instagram begitu. Sejak awal itu sudah ada websitenya tapi saat ini masih diperbaiki belum ada pembaharuan produk. Kalau yang offline itu langsung kesini mbak kalau ngga ya pameran-pameran itu.”¹⁵

Pernyataan senada diungkapkan oleh mbak Bety karyawan sebagai berikut penjelasannya :

“Iya mbak disini promosinya online sama offline disini juga udah ada website, kalau yang offline itu biasanya langsung kesini kalau tidak begitu biasanya pameran mbak.”¹⁶

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dapat diketahui bahwa kerajinan batok kelapa “Coco Art” sudah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan internet seperti website, facebook, dan instagram.

Dalam hal ini kerajinan batok kelapa “Coco Art” dapat memberikan lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar. Seperti yang diungkapkan oleh bapak Ismarofi pemilik sebagai berikut :

“Saya pengennya adanya kerajinan disekitar sini ini dapat menyerap tenaga kerja dari lingkungan sini yang menganggur jadi mereka bisa memiliki pekerjaan.”¹⁷

¹⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Ismarofi selaku pemilik Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

¹⁵ Hasil wawancara dengan Ririn marketing Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

¹⁶ Hasil wawancara dengan Bety karyawan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

Pernyataan ini diperkuat oleh mbak Beti karyawan sebagai berikut :

“Iya mbak tetangga sekitar bisa bekerja disini untuk menambah pemasukan, ya daripada hanya dirumah jadi ibu rumah tangga mbak.”¹⁸

Pernyataan senada diungkapkan oleh mbak Wati karyawan sebagai berikut :

“Untuk ibu-ibu itu daripada hanya dirumah lihat tv bisa kerja disini kan bisa menambah pemasukan kepala keluarga.”¹⁹

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kerajinan batok kelapa “Coco Art” itu dengan adanya kerajinan ini dapat menyerap tenaga kerja sekitar daripada hanya dirumah ini sangat memberikan peluang yang baik untuk masyarakat sekitarnya.

Selain itu kerajinan batok kelapa untuk cara pembuatannya itu handmade. Berikut pernyataan dari mbak ririn marketing sebagai berikut :

“Sementara tas batok ini masih manual mbak jadi ini betul-betul handmade. Akan tetapi untuk pemotong bahan seperti itu sudah memakai alat.”²⁰

¹⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Ismarofi selaku pemilik Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

¹⁸ Hasil wawancara dengan Bety karyawan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

¹⁹ Hasil wawancara dengan Wati karyawan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

²⁰ Hasil wawancara dengan Ririn marketing Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

Pernyataan diperkuat oleh mbak Wati karyawan sebagai berikut :

“Iya mbak, kalau tas batok ini masih manual disini. Semuanya masih dijalankan tenaga manusia.”²¹

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kerajinan batok kelapa “Coco Art” itu dapat diketahui bahwa pembuatannya masih sederhana, dimana semuanya masih menggunakan tenaga manusia, akan tetapi untuk pemotong bahan sudah menggunakan alat.

b. Faktor Eksternal Ancaman (*Threats*) Pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

Untuk ancaman pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” yaitu adanya pesaing. Berikut pernyataan bapak Rofi sebagai berikut penjelasannya:

“Batok kelapa ini kompetitornya masih jarang mbak jadi disitu kami tidak mempermasalahkan lagi karena punya keunggulan sendiri-sendiri dan selalu menjaga kualitas.”²²

Pernyataan tersebut diperkuat oleh mbak Ririn marketing sebagai berikut penjelasannya:

“Untuk pesaing itu selalu ada tetapi kita tetap mengutamakan mutu disini juga pesaing masih jarang dikota hanya ada 2 tempat. Selain itu orang lain bisa meniru kerajinan kita akan tetapi tidak bisa sama. Contohnya itu tas ini untuk satu tas yang mengerjakan itu 7 orang”²³

²¹ Hasil wawancara dengan Wati karyawan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

²² Hasil wawancara dengan Bapak Ismarofi selaku pemilik Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

²³ Hasil wawancara dengan Ririn marketing Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

Pernyataan serupa juga diungkapkan oleh mbak Wati sebagai berikut penjelasannya:

“Begini mbak pesaing itu selalu ada akan tetapi untuk meniru kerajinan seperti ini itu tidak bisa sama karena satu produk dikerjakan beberapa orang”²⁴

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa adanya pesaing seharusnya tempat kerajinan ini tetap mewaspadainya walaupun pesaingnya masih jarang. Misalnya itu dengan terus meningkatkan kualitas produk agar lebih baik. Serta adanya peniruan model produk yang dilakukan pesaing.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang telah dilakukan, maka dapat didapatkan data terkait faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman).

Kekuatan (*strengths*) Pada Kerajinan Batok Kelapa Coco Art :

- 1) Memiliki legalitas usaha
- 2) Jumlah tenaga kerja yang memadai
- 3) Produk yang inovatif yaitu model, ukuran dan desain produk
- 4) Konsisten menjaga kualitas produk dan pengerjaan pemesanan
- 5) Harga cukup terjangkau
- 6) Bahan baku mudah diperoleh
- 7) Peralatan produk pengolahan produk memadai

²⁴ Hasil wawancara dengan Wati karyawan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

Kelemahan (*Weakness*) Pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

- 1) Kondisi cuaca yang tidak menentu
- 2) Barang produksi yang tidak tahan air
- 3) Akses ketempat lokasi kurang mudah dijangkau

Peluang (*Opportunity*) Pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

- 1) Perkembangan teknologi informasi dan internet
- 2) Memberikan lapangan pekerjaan masyarakat sekitar
- 3) Cara pembuatan produk handmade

Ancaman (*Threats*) Pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

- 1) Adanya pesaing
- 2) Model produk ditiru pesaing

3. Strategi Pengembangan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” yang diterapkan dengan Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman

a. Strategi Pengembangan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

Strategi yang dilakukan untuk pengembangan usahanya berikut penjelasan Bapak Ismarofi :

“Kita harus berinovasi tidak hanya sampai disini karena kalau berhenti dari inovasikan barang atau produk kita tetap yang lama. Kita juga melihat pesaingnya tidak seberapa dikota kan hanya ada 2 trus dikabupatenkan ada 2 itu saja kecil begitu. Kita juga harus menjaga mutu begitu juga dengan kualitasnya. Selain itu kita juga promosi dengan mengikuti media social mbak, karena lebih banyak penggunanya juga”²⁵

²⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Ismarofi selaku pemilik Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

Strategi pengembangan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

menurut Mbak Wati karyawan, berikut penjelasannya :

“begini mbak strateginya itu baik kepada para pelanggan dengan menganggap pelanggan seperti saudara sendiri. Itu nantinya yang akan bikin mereka beli lagi kesini. Selain itu disini pemilik juga ikut turun tangan dalam melayani pembeli.”²⁶

Strategi pengembangan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

menurut yang diungkapkan Mbak Bety karyawan, berikut penjelasannya :

“kita harus membuat inovasi-inovasi baru untuk mempertahankan produk ini agar tidak berhenti sampai disini mbak, seperti halnya model batok yang baru supaya lebih beragam dan disenangi pelanggan.”²⁷

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan melalui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” yaitu meningkatkan inovasi produk dengan menonjolkan ciri khasnya dan untuk meningkatkan keunggulannya. Konsisten dalam pengerjaan produk dan waktu pengerjaan dalam pemesanan. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan selain itu pemilik juga ikut melayani pelanggan.

²⁶ Hasil wawancara dengan Wati karyawan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

²⁷ Hasil wawancara dengan Bety karyawan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kota Blitar pada tanggal 13 Maret 2019

b. Matriks Faktor Strategi Internal dan Eksternal Pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

Dari data yang telah didapat selanjutnya peneliti akan melakukan beberapa langkah dalam menyusun matriks analisis SWOT yaitu matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan matriks EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*).

1) Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)

Setelah faktor-faktor strategi internal suatu perusahaan teridentifikasi, maka disusun tabel matriks IFAS yang terdiri dari faktor kekuatan dan kelemahan. Berikut adalah cara penentuan faktor strategi internal :

- a) Susunlah dalam kolom 1 (5-10 kekuatan dan kelemahan)
- b) Berilah bobot masing-masing faktor pada kolom 2 dengan skala mulai dari 1.0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan.
- c) Hitung rating dalam kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outsanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan. Pemberian nilai rating untuk kekuatan bersifat positif. Pemberian nilai rating pada kelemahan adalah bersifat *negative*. Jika kelemahan sangat besar, ratingnya dalah 1, sebaliknya jika nilai kelemahannya sedikit ratingnya 4.

d) Kalikan bobot pada kolom 2 dan rating pada kolom 3, untuk mendapatkan faktor pembobotan pada kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor.

e) Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan

Berikut adalah tabel matriks IFAS Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” di Tanjungsari Kota Blitar

Tabel 4.2

Matriks IFAS Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan			
▪ Memiliki legalitas usaha	0,10	3	0,30
▪ Jumlah tenaga kerja yang memadai	0,05 0,15	3 4	0,15 0,60
▪ Produk yang inovatif yaitu model, ukuran dan desain produk	0,15	4	0,60
▪ Konsisten menjaga kualitas produk dan pengerjaan pemesanan	0,10 0,15	4 4	0,40 0,60
▪ Harga cukup terjangkau	0,05	3	0,15
▪ Bahan baku mudah diperoleh			
▪ Peralatan produk pengolahan produk memadai			
Sub Total	0,75		2,80
Kelemahan			
▪ Kondisi cuaca yang tidak menentu	0,10 0,05	2 3	0,20 0,15
▪ Barang produksi yang tidak tahan air	0,05	4	0,20
▪ Akses ketempat lokasi kurang mudah dijangkau			
Sub Total	0,20		0,55
Total	0,95		3,35

SELISIH SKOR KEKUATANN DAN KELEMAHAN	2,40
---	-------------

(Sumber : data yang diolah dari wawancara)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat diketahui faktor internal kekuatan (*strengths*) memiliki skor 2,80 dan skor kelemahan (*weakness*) 0,55. Sehingga skor total faktor strategi internal adalah 3,35, selisish skor faktor internal kekuatan dan kelemahan 2,40.

2) Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Setelah faktor-faktor strategi eksternal suatu perusahaan teridentifikasi, maka disusun tabel matriks EFAS yang terdiri dari faktor peluang dan ancaman. Berikut adalah cara penentuan faktor strategi eksternal :

- a) Susunlah dalam kolom 1 (5-10 kekuatan dan kelemahan)
- b) Berilah bobot masing-masing faktor pada kolom 2 dengan skala mulai dari 1.0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan.
- c) Hitung rating dalam kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outsanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan. Pemberian nilai rating untuk kekuatan bersifat positif. Pemberian nilai rating pada kelemahan adalah bersifat *negative*. Jika kelemahan sangat

besar, ratingnya adalah 1, sebaliknya jika nilai kelemahannya sedikit ratingnya 4.

- d) Kalikan bobot pada kolom 2 dan rating pada kolom 3, untuk mendapatkan faktor pembobotan pada kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor.
- e) Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan

Berikut adalah tabel matriks EFAS Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” I Tanjungsari Kota Blitar

Tabel 4.3

Matriks EFAS Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang			
▪ Perkembangan teknologi informasi dan internet	0,15	4	0,60
▪ Memberikan lapangan pekerjaan masyarakat sekitar	0,10	3	0,30
▪ Cara pembuatan produk handmade	0,15	4	0,60
Sub Total	0,40		1,50
Ancaman			
▪ Adanya pesaing usaha	0,15	1	0,15
▪ Model produk ditiru pesaing	0,15	1	0,15
Sub Total	0,30		0,30
Total	0,70		1,80
SELISIH SKOR PELUANG DAN ANCAMAN			1,20

(Sumber: data yang diolah dari wawancara)

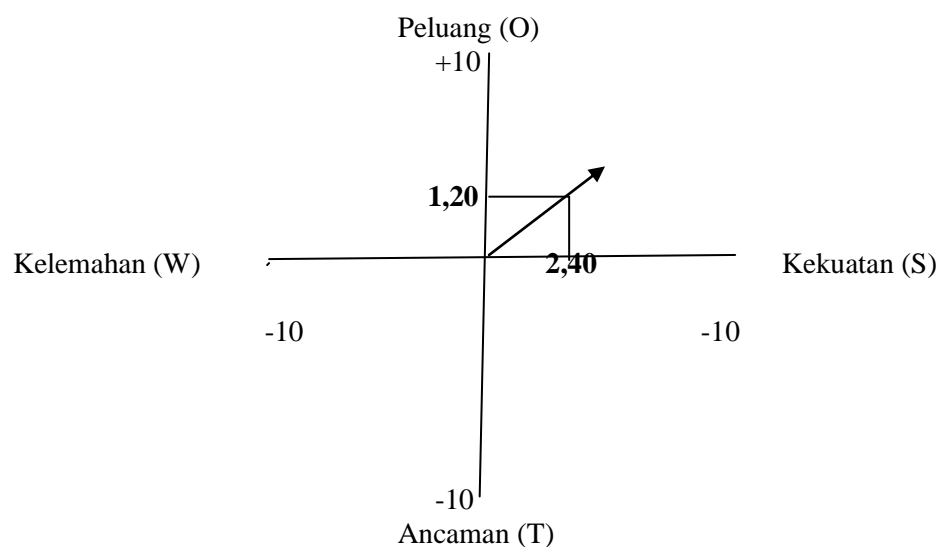
Berdasarkan tabel 4.3 diatas, dapat diketahui faktor eksternal peluang (*opportunity*) memiliki skor 1,50 dan skor ancaman

(*threats*) 0,30. Sehingga skor total faktor strategi eksternal adalah 1,80, selisih skor faktor eksternal peluang dan ancaman 1,20.

Dari data diatas dapat diketahui bahwa matriks IFAS dan EFAS lalu dibuat diagram analisis SWOT untuk mengetahui posisi perusahaan yang terdapat 4 kuadran didalamnya. Dengan selisih skor kekuatan dan kelemahan 2,40 berada pada sumbu $X=2,4 > 0$ dan selisih skor peluang dan ancaman 1,20 berada pada sumbu $Y = 1,2 > 0$. Berikut adalah diagram analisis SWOT pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

Diagram 4.1

Analisis SWOT Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”



Berdasarkan diagram 4.1 diatas dapat diketahui bahwa Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” berada dikuadran 1 dengan menerapkan strategi progresif. Hal ini sesuai dengan pendapat M.

Ismail Yusanto dan M. Karebet Widjajakusuma dalam bukunya manajemen strategis prespektif syariah, yang menyatakan bahwa kuadran 1 ini bahwa usaha ini dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

c. Penerapan Matriks SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threats*) Pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

Sebelum membuat matriks SWOT peneliti akan menghitung nilai pada matriks IFAS dan EFAS yaitu untuk mengetahui sel kemungkinan untuk strategi pada analisis SWOT.

Tabel 4.4

Matriks IFAS dan EFAS Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

EFAS	Peluang (<i>Opportunity</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
IFAS		
Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Strategi SO $2,80 + 1,50 = 4,30$	Strategi ST $2,80 + 0,30 = 3,10$
Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Strategi WO $0,55 + 1,50 = 2,05$	Strategi WT $0,55 + 0,30 = 0,85$

(Sumber: data yang diolah)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa nilai matriks IFAS dan EFAS diperoleh strategi SO (*Strengths-Opportunity*) yang memiliki nilai tinggi yaitu 4,30. Strategi SO yaitu pertemuan dua elemen kekuatan dan peluang sehingga perusahaan tidak boleh membiarkan peluang tersebut hilang begitu saja, namun sebaliknya perusahaan harus segera memperkuat dengan berbagai perencanaan yang mampu

membuatnya dengan terus berkembang lebih cepat, namun harus senantiasa mewaspadaikan terhadap perusahaan yang tidak menentu dalam lingkungan.

Selanjutnya menyusun faktor strategi perusahaan dengan matriks SWOT dengan menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yaitu :

Tabel 4.5

Matriks SWOT Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

<p>EFAS</p>	<p>Peluang (<i>Opportunity</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Perkembangan teknologi informasi dan internet ▪ Memberikan lapangan pekerjaan masyarakat sekitar ▪ Cara pembuatan produk handmade 	<p>Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Adanya pesaing usaha ▪ Model produk ditiru pesaing
<p>IFAS</p> <p>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Memiliki legalitas usaha ▪ Jumlah tenaga kerja yang memadai ▪ Produk yang inovatif yaitu model, ukuran dan desain produk ▪ Konsisten menjaga kualitas produk dan pengerjaan pemesanan ▪ Harga cukup terjangkau ▪ Bahan baku mudah diperoleh ▪ Peralatan produk pengolahan produk memadai 	<p>STRATEGI SO</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Meningkatkan inovasi produk dengan tetap menonjolkan ciri khas pada produknya ▪ Konsisten mempertahankan kualitas produk dan pengerjaan produk ▪ Penjualan langsung dengan mengikuti perkembangan teknologi dan internet ▪ Pelayanan yang baik terhadap pelanggan ▪ Meningkatkan ketrampilan untuk tenaga kerja 	<p>STRATEGI ST</p>

Kelemahan (<i>Weakness</i>)	STRATEGI WO	STRATEGI WT
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kondisi cuaca yang tidak menentu ▪ Barang produksi yang tidak tahan air ▪ Akses ketempat lokasi kurang mudah dijangkau 		

(Sumber: data yang diolah)

Dari tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa dengan strategi SO yang dapat digunakan yaitu meningkatkan inovasi produk dengan tetap menonjolkan ciri khas pada produknya, konsisten mempertahankan kualitas produk dan pengerjaan produk, penjualan dengan mengikuti perkembangan teknologi dan internet, pelayanan yang baik terhadap pelanggan, dan meningkatkan ketrampilan untuk tenaga kerja.