

BAB V

PEMBAHASAN

A. Faktor-Faktor Internal Kekuatan dan Kelemahan Pada Kerajinan batok Kelapa “Coco Art”

Faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan adalah sebagai berikut :

1. Kekuatan Pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

Kekuatan yang terdapat didalamnya yaitu 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 yang memadai.

Hal ini sesuai yang disampaikan oleh Sondang P. Siagian, bahwa kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran¹ Hal ini sesuai juga dengan penelitian Onny mengenai tujuan manajemen strategi meliputi Meninjau kembali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bisnis yang

¹ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategic*,....., hlm 172

ada, melakukan inovasi atas produk agar selalu sesuai dengan selera konsumen dan mengusahakan selalu ada *product development*²

Hal ini juga diperkuat dengan yang disampaikan oleh Silvana, bahwa faktor kekuatan dapat menentukan arah yang terbaik untuk organisasi yang meliputi faktor keuangan perusahaan, sumberdaya manusia, operasional, fasilitas fisik dan organisasi.³ Hal ini diperkuat juga dengan yang disampaikan Nanang Fattah dalam bukunya bahwa strategi sebagai sebuah kerangka bisnis ada beberapa tahapan yaitu memahami kondisi perusahaan saat ini berdasarkan analisis kekuatan faktor internal terutama tantangan lingkungan dinamis, membuat action plan dan penganggaran berdasarkan skala waktu, sumberdaya manusia yang dibutuhkan, biaya sarana dan prasarana untuk mencapai program prioritas.⁴

Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Risdayani dalam jurnalnya bahwa strategi pengembangan harus didasarkan penguatan untuk pemanfaatan produk, produk yang berkualitas, menggunakan produk yang asli dan bahan baku yang berkualitas.⁵

² Onny Juwono, "Analisis Manajemen Strategic Perusahaan Waralaba Studi Kasus Di Restoran Cepat Saji Mcdonald's", *Jurnal Ekonomi*, Volume 2 No.3, hlm. 5

³ Silvana, *Pengantar Manajemen Agrabisnis*,....., hlm. 231

⁴ Nanang Fattah, *Manajemen Strategic Berbasis Nilai*,....., hlm 31-32

⁵ Risdayani, Strategi Pengembangan Usaha Cokelat Pasta Pada Industri Rumah Coklat Di Kota Palu", *Jurnal Agrotekbis*, Volume 4 No.3, hlm. 361

2. Kelemahan Pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

Kelemahan yang terdapat didalamnya yaitu kondisi cuaca yang tidak menentu, barang produksi yang tidak tahan air, akses ketempat lokasi kurang mudah dijangkau.

Hal ini juga disampaikan oleh Silvana bahwa, kelemahan perusahaan adalah berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan yang dimiliki.⁶ Hal ini juga sesuai yang disampaikan Onny bahwa, Mengevaluasi kinerja, meninjau dan mengkaji ulang situasi serta melakukan berbagai penyesuaian dan koreksi jika terdapat penyimpangan di dalam pelaksanaan strategi⁷

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

Faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman adalah sebagai berikut :

1. Peluang Pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

Peluang yang terdapat di kerajinan ini yaitu Perkembangan teknologi informasi dan internet, memberikan lapangan pekerjaan masyarakat sekitar, cara pembuatan produk *handmade*.

⁶ Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik*,....., hlm 173

⁷ Onny juwono, Onny Juwono, “Analisis Manajemen Strategic Perusahaan Waralaba Studi Kasus Di Restoran Cepat Saji Mcdonald’s”, *Jurnal Ekonomi*, Volume 2 No.3, hlm.5

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan Silvana, bahwa analisis lingkungan eksternal mengidentifikasi semua peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) yang akan mempengaruhi keberadaan organisasi, yang meliputi faktor ekonomi, sosial budaya, teknologi, pemerintah, persaingan.⁸ Hal tersebut juga sesuai yang disampaikan oleh Sujud Marwoto dalam bukunya yaitu berkembangnya kerajinan batok diharapkan jika ada investor dapat melakukan upaya penggunaan alat-alat pembuat bahan kerajinan ini dengan teknologi yang tepat juga sederhana, murah namun dapat dilipatgandakan produksi.⁹ Selain itu keterampilan pengrajin dapat ditingkatkan dengan menggali motif baru yang diminati dipasaran untuk dapat disesuaikan pada kerajinan tempurung kelapa¹⁰

Dalam bukunya Sujud Marwoto, adanya sentra kerajinan tempurung kelapa yang ada saat ini dapat menjadi pemicu bagi tumbuhnya sentra kerajinan sejenisnya, sehingga dapat menumbuhkan semangat kewirausahaan masyarakat secara lebih luas dan pastinya meningkatkan taraf pendapatan dan kesejahteraan masyarakat setempat.¹¹

2. Ancaman Pada Kerajinan batok Kelapa “Coco Art”

Ancaman yang terdapat pada kerajinan ini antara lain adanya pesaing, model produk ditiru pesaing.

⁸ Maulidah, *Pengantar Manajemen Agribisnis*,....., hlm. 231

⁹ Sujud Marwoto, *Kerajinan Tempurung*....., hlm 2

¹⁰ *Ibid*

¹¹ *Ibid*, hlm 4

Kerajinan batok saat ini terus mengalami perkembangan munculnya pengrajin lain menyebabkan persaingan antar pengrajin ini semakin ketat. Sebuah perusahaan dikatakan memiliki pesaing apabila adanya kesan lebih baik dari pesaingnya dimata konsumen. Dengan mendahului pesaingnya dalam berinovasi terkait model, pengembangan desain pada produk dan terus dilakukan maka tidak menutup kemungkinan perusahaan dapat menang dalam persaingan.

Hal ini serupa dengan penelitian oleh Pujiati yaitu bahwa perusahaan memiliki daya saing bila pelanggannya memperoleh kesan bahwa produk atau jasanya lebih baik dari pada produk atau pesaingnya. Hal ini diperkuat pada buku Sondang P.Siagian yaitu ancaman adalah suatu satuan bisnis. Jika tidak diatasi maka ancaman menjadi ganjalan bagi satuan bisnis baik dimasa sekarang maupun masa depan.¹²

C. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dengan Pendekatan Analisis SWOT yang Diterapkan Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art”

Analisis SWOT adalah singkatan dari *Strenght* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (ancaman). Analisis SWOT adalah analisis yang terdiri dari analisis lingkungan mikro yang bertujuan

¹² Sondang P.Siagian, *Manajemen Strategi*,... hlm 173

untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan, dan analisis makro yang bertujuan untuk mengetahui peluang dan ancaman bagi perusahaan¹³

Pada Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” terdapat beberapa strategi yang diterapkan dengan analisis internal dan eksternal. Berdasarkan hasil analisis SWOT, diketahui bahwa tempat ini menerapkan alternative SO (*Strengths-Opportunity*). Strategi SO ini yaitu pertemuan dua elemen kekuatan dan peluang sehingga organisasi tidak boleh membiarkan peluang tersebut hilang begitu saja, namun sebaliknya organisasi harus segera memperkuatnya dengan berbagai perencanaan yang mampu membuatnya. Bagian ini memberi kemungkinan bagi organisasi untuk berkembang lebih cepat, namun harus senantiasa waspada terhadap perusahaan yang tidak menentu dalam lingkungannya. Adapun strategi SO Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan inovasi produk dengan tetap menonjolkan ciri khas pada produknya

Dalam hal ini strategi yang digunakan yaitu melakukan inovasi produk pada kerajinan batok kelapa “coco art”. Bentuk dari pengembangannya yaitu menjadikan batok kelapa dengan berbagai model dan ukuran, dan penambahan desain gambar pada produknya.

Ciri khas pada kerajinan batok “coco art” adalah warna dasar batok

¹³Nizar Sapta Nuary, “Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Analisis SWOT Pada PT. Super Sukses Motor Banjarmasin”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Volume 2 No. 1, Th. 2016, hlm 5.

coklat gelap dan mengkilat, jadi dapat memberi nilai tambah pada konsumen yang akan membelinya.

Menurut Zimmerer, sebagaimana dikutip oleh Suryana inovasi merupakan salah satu bentuk usaha atau tindakan dari kreativitas atau proses penggunaan atau implementasi gagasan, pemecahan masalah, atau peluang baru yang muncul dari kreativitas.¹⁴ Hal ini diperkuat penelitian yang dilakukan Onny Melakukan inovasi atas produk agar selalu sesuai dengan selera konsumen dan mengusahakan selalu ada *product development*¹⁵

2. Konsisten mempertahankan kualitas produk dan pengerjaan produk

Dalam hal ini strategi yang diterapkan yaitu pemilik kerajinan batok kelapa “coco art” yaitu konsisten dalam mempertahankan dan menjaga produknya. Selain itu bila ada pemesanan juga konsisten dalam pengerjaan agar tidak menimbulkan kekecewaan konsumen dan konsumen tetap menyukai produk dari kerajinan tersebut.

Dalam buku Freddy Rangkuti dijelaskan bahwa dalam strategi kualitas perusahaan harus menentukan persepsi konsumen dalam kualitas yang diharapkan selain itu juga merumuskan secara jelas kebijakan serta prosedur untuk mencapai kualitas seperti yang diharapkan konsumen dan perusahaan mempertahankan produk

¹⁴ Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide.....*, hlm. 23

¹⁵ Onny Juwono, “Analisis Manajemen Strategic Perusahaan Waralaba Studi Kasus Di Restoran Cepat Saji Mcdonald’s”, *Jurnal Ekonomi*, Volume 2 No.3, hlm. 5

berkualitas tinggi dengan konsisten serta menyediakan kinerja produk yang baik agar bisa bersaing untuk memperoleh keunggulan bersaing.¹⁶

Diperkuat dengan penelitian dari Muhammad Afridhal didalam jurnalnya yaitu bahwa pengembangan usaha yang dilakukan pemilik usaha dengan meningkatkan dan mempertahankan kualitas dan kuantitas roti tanjung serta efisiensi penggunaan sarana dan prasarna produksi yang bertujuan agar usaha yang dijalankan dapat tumbuh dan berkembang lebih baik lagi.¹⁷

3. Penjualan langsung dengan mengikuti perkembangan teknologi dan internet

Disini pemilik kerajinan batok kelapa “coco art” menerapkan penjualan langsung. Karena dengan penjualan langsung konsumen bisa memilih ukuran, model sesuai keinginannya. Akan tetapi yang jarak jauh konsumen kadangkala datang langsung namun, jika pembelian banyak menggunakan ekspedisi. Selain itu juga dengan mengikuti promosi dengan cara mengikuti pameran selain itu promosi juga memanfaatkan media social seperti facebook, website dan twitter.

¹⁶ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT*,..., hlm 112

¹⁷ Muhammad Afridhal, “Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjung di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen”, *Jurnal S.Pertanian*, Vol. 1 No. 3, 2017, hlm. 223-233

Dalam buku Rahmat dijelaskan bahwa strategi penjualan langsung akan tercipta relasi yang baik dimana memperlakukan konsumen sebagai mitra.¹⁸ Dalam hal promosi dalam penelitian dari Hanifah Asmawati dalam jurnalnya bahwa pengembangan usaha melalui promosi dengan memanfaatkan teknologi dan kemampuan sumber daya manusia yang ada. Selain itu mengenalkan produk pada konsumen, memberi informasi tentang produk. Karena, promosi berhubungan positif dengan permintaan produk.¹⁹

4. Pelayanan yang baik terhadap pelanggan

Dalam hal ini pemilik kerajinan batok kelapa “coco art” berusaha untuk memberikan pelayanan terhadap pelanggan. Dengan cara ikut melayani pelanggan, selain itu memberikan solusi atas apa yang diinginkan pelanggan dan bersikap ramah terhadap pelanggan yang datang.

Dalam bukunya Freddy Rangkuti menjelaskan bahwa perusahaan memberikan pelayanan jauh melebihi harapan konsumen serta menciptakan pelayanan yang jauh lebih baik daripada yang dibayangkan konsumen. Perusahaan berusaha membina hubungan baik dengan konsumen, akan menciptakan loyalitas konsumen.²⁰

¹⁸ Kriyantono, *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik.....*, hlm. 141

¹⁹ Hanifah Asmawati, “Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisa SWOT Pada Usaha Laundry Istiqomah Di Samarinda”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6 No. 1, 218, hlm. 65-76

²⁰ Freddy Rangkuty, *Analisis SWOT.....*, hlm 96

5. Meningkatkan ketrampilan untuk tenaga kerja

Dalam hal ini salah satu strategi yang dilakukan pemilik kerajinan batok kelapa “coco art” adalah dengan meningkatkan ketrampilan dan kreativitas tenaga kerjanya melalui pelatihan-pelatihan dari dinas setempat yang terkait.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan Suryana dalam bukunya, bahwa Pemerintah sebagai aktor penggerak industri kreatif bertugas mengatur mekanisme pemberian program insentif, pengendali iklim bisnis yang kondusif, pemberi arahan edukatif kepada pelaku usaha untuk mendukung pengembangan industri kreatif.²¹

Hal ini sesuai dengan penelitian dari Hanifah dalam jurnalnya bahwa tenaga kerja merupakan bagian paling penting dari faktor produksi dalam upaya memaksimalkan usaha produktif baik pada sisi kualitatif maupun pada sisi kuantitatif. Penggunaan tenaga kerja yang efektif dan memiliki ketrampilan serta kemampuan yang memadai merupakan faktor yang penting dalam mencapai keberhasilan²²

²¹ Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide.....*, hlm. 52

²² Hanifah Asmawati, “Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisa SWOT Pada Usaha Laundry Istiqomah Di Samarinda”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6 No. 1, 218, hlm. 65-76