

**Strategi Pengembangan Usaha Industri Kerajinan Rotan (Studi Kasus) Di Desa Keude Bieng Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar**  
*(Strategy For Development Of Rattan Craft Industry (Case Study) In Keude Bieng Village, Lhoknga District, Aceh Besar Regency)*

**Samsul Bahri<sup>1</sup>, T. Makmur<sup>1</sup>, Otto Nur Abdullah<sup>1</sup>.**

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala

\*Corresponding author: aroenjeram1959@gmail.com

**Abstrak.** Industri kerajinan rotan di Desa Keude Bieng telah menghasilkan berbagai macam produk kerajinan rotan seperti kursi, pot bunga, tempat sampah, serta tudung saji sehingga bisa menjadi kenyamanan dan memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan dengan produk rotan lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal apa saja yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha kerajinan rotan di Desa Keude Bieng Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar, dan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha kerajinan rotan di Desa Keude Bieng Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal yang dapat mendukung kembangnya usaha kerajinan rotan di Desa Keudee Bieng yaitu faktor kekuatan yang meliputi kualitas produk yang dihasilkan baik sedangkan faktor kelemahan adalah kurangnya promosi dalam pemasaran produk yang belum terlaksanakan. Sedangkan Faktor eksternal yang dapat mendukung dan menghambat tumbuh kembangnya usaha kerajinan rotan di Desa Keudee Bieng yaitu faktor peluang yang meliputi potensi lokasi yang mendukung usaha serta faktor ancaman meliputi pengaruh masuknya pesaing. Dengan ini maka faktor-faktor eksternal maupun internal berpengaruh nyata terhadap strategi pengembangan usaha kerajinan rotan di Desa Keude Bieng Kecamatan Lhoknga kabupaten Aceh Besar, dengan melakukan Analisis IFAS dan Analisis EFAS maka diperoleh strategi perusahaan yang dapat dikembangkan melalui matrik SWOT yang sudah dilakukan, maka strategi yang paling tepat digunakan dengan melakukan strategi agresif yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Pemilik usaha kerajinan rotan sebaiknya melakukan manajemen pemasaran melalui promosi *digital marketing* maupun secara langsung kepada seluruh konsumen khususnya yang ada didaerah Aceh, sehingga akan meluasnya minat konsumen untuk membeli dan meminimalisir masuknya pesaing yang ada pada usaha kerajinan rotan di Keudee Bieng, sehingga akan meminimalisir kelemahan yang ada pada industri, serta dapat mempertahankan kekuatan dan peluang yang ada

**Kata kunci :** Strategi Pengembangan, Metode SWOT, Usaha Kerajinan Rotan

**Abstract.** The rattan handicraft industry in Keude Bieng Village has produced various kinds of rattan handicraft products such as chairs, flower pots, trash cans, and serving hoods so that they can be comfortable and have their own charm compared to other rattan products. This study aims to determine what internal factors and external factors influence the strategy of developing rattan handicraft business in Keude Bieng Village, Lhoknga District, Aceh Besar District, and to determine the strategy of developing rattan handicraft business in Keude Bieng Village, Lhoknga District, Aceh Besar District. . The object of this research is focused on the strategy of developing the rattan handicraft industry in Keude Bieng Village and the scope of the research is limited to the strategy of developing the rattan handicraft industry in Keude Bieng Village, Lhoknga District, Aceh Besar District. The method used in this research is a case study. The results showed that the internal factors that could support the development of the rattan craft business in Keudee Bieng Village were the strength factor which included good product quality, while the weakness factor was the lack of promotion in product marketing that had not been implemented. Meanwhile, external factors that can support and hinder the growth and development of the rattan craft business in Keudee Bieng Village are opportunity factors which include potential locations that support the business and threat factors include the influence of competitors' entry. With this, external and internal factors have a significant effect on the strategy of developing rattan handicraft business in Keude Bieng Village, Lhoknga District, Aceh Besar District. The most appropriate is to use an aggressive strategy, namely a strategy that uses strength to take advantage of existing opportunities. Rattan craft business owners should carry out marketing management through digital marketing promotions and directly to all consumers, especially those in the Aceh area, so that it will expand consumer interest to buy and minimize the entry of competitors in the

rattan craft business in Keudee Bieng, so that it will minimize the weaknesses that arise. exist in the industry, and can maintain existing strengths and opportunities.

**Keywords:** Development Strategy, SWOT Method, Rattan Craft Business

## PENDAHULUAN

Rotan merupakan bahan baku industri bersifat ramah lingkungan, sehingga produk olahan dari rotan juga merupakan produk yang ramah lingkungan. Rotan merupakan hasil hutan non kayu karena memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Usaha yang memproduksi kerajinan rotan merupakan salah satu bentuk IKM (Industri Kecil Menengah). Industri kerajinan rotan di Desa Keude Bieng telah menghasilkan berbagai macam produk kerajinan rotan seperti kursi, pot bunga, tempat sampah, serta tudung saji sehingga bisa menjadi kenyamanan dan memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan dengan produk rotan lainnya. Berdasarkan hal tersebut perlu dilakukan penelitian untuk memperoleh gambaran tentang bagaimana strategi yang digunakan pada industri kerajinan Rotan, yang saat ini memiliki produksi yang relatif tinggi namun menghadapi keterbatasan dalam pemasaran. Menganalisis suatu strategi dan situasi, bertujuan untuk mempertimbangkan keadaan pada perusahaan baik situasi internal perusahaan maupun lingkungan eksternal, yang mempengaruhi peluang dan pilihan strategi. Analisis industri dan persaingan menekankan pada pengaruh lingkungan eksternal perusahaan sedangkan analisis situasi perusahaan berdasarkan pada pengaruh lingkungan internal perusahaan. Dalam lingkungan eksternal adalah faktor-faktor yang lebih luas di luar perusahaan seperti munculnya pesaing baru, Pemasok yang kuat, Selera konsumen yang berubah, teknologi dan kebijakan. Sedangkan yang termasuk dalam lingkungan internal adalah faktor-faktor yang lebih sempit dan dekat dengan perusahaan seperti produk, kualitas produk, pemasaran, SDM, operasional. Penelitian ini bertujuan untuk Faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal apa saja yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha kerajinan rotan dan Bagaimana strategi pengembangan industri kerajinan rotan.

## METODE PENELITIAN

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Keudeu Bieng Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar. Sedangkan waktu penelitian dilakukan pada bulan Februari 2021-Maret 2021. Adapun pertimbangan lokasi penelitian ini terpilih karena pada kecamatan tersebut

memiliki beberapa usaha rotan yang menjadikan peneliti mudah dalam proses penelitian karena banyaknya informasi penting yang akan didapatkan.

### Jenis dan Sumber Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini diperoleh dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara di lapangan, sedangkan data sekunder dari studi kepustakaan, dokumen terkait, dan instansi terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

### Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Objek penelitian ini difokuskan pada strategi pengembangan usaha industri kerajinan rotan di Desa Keude Bieng dan ruang lingkup penelitian terbatas pada strategi pengembangan usaha industri kerajinan rotan yang ada di Desa Keude Bieng Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar.

### Metode Analisis

Analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan analisis IFE/EFE, dan analisis SWOT. Data yang didapat dari hasil penelitian dianalisa bertahap yang diawali dengan pembobotan faktor-faktor strategi yang berpengaruh, kemudian hasil dari pembobotan strategi dianalisa menggunakan matriks SWOT. Sedangkan aliran pemasaran dianalisis secara kualitatif.

Tahapan formulasi strategi yang digunakan yaitu:

1. Tahap input atau pemasukan data menggunakan matriks IFE dan EFE
2. Tahap pencocokan dengan menggunakan matriks IE (internal-eksternal) dan matriks SWOT.
3. Tahap pengambilan keputusan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pemberian Bobot dan Rating

Bobot dan rating pada faktor internal diberikan berdasarkan pada dari hasil wawancara. Faktor internal yang diperoleh terdapat didalam tabel berikut:

Tabel.1 Bobot dan rating internal ( kekuatan dan kelemahan)

No	KEKUATAN	Bobot	Rating	Skor
1	Kualitas produk yang dihasilkan baik	0,14	4	0,56
2	Produsen memiliki keahlian dan pengalaman yang cukup untuk mengolah anyaman rotan	0,16	3	0,48
3	Memiliki sumberdaya yang mendukung	0,12	3	0,36
4	Keragaman produk	0,17	3	0,51
Sub Total		0,59		1,91
KELEMAHAN		Bobot	Rating	Skor
1	Kurangnya promosi dalam pemasaran produk	0,19	2	0,38
2	Modal masih terbatas	0,17	1	0,17

3	Keterbatasan lokasi produksi	0,14	1	0,14
4	Volume penjualan relatif rendah	0,14	1	0,14
Sub Total		0,64		0,83
Total				2,74

Sumber : Data Primer, (diolah 2020)

Data yang terdapat pada tabel diatas merupakan hasil dari pembagian skor dari setiap indikator kekuatan dan kelemahan dengan total keseluruhan sehingga menghasilkan bobot. Penjumlahan keseluruhan nilai bobot harus 1 tidak melebihi dari skor total = 1, sehingga faktor kekuatan dan kelemahan menjadi faktor penting.

Bobot dan rating pada faktor eksternal diberikan berdasarkan pada dari hasil wawancara. Faktor eksternal yang dipeoleh sebagai berikut:

Tabel. 2 Bobot dan rating eksternal (peluang dan ancaman)

No	PELUANG	Bobot	Rating	Skor
1	Potensi lokasi yang mendukung usaha	0,17	4	0,68
2	Peluang pasar yang luas	0,12	3	0,36
3	Memiliki mitra kerja dengan pihak lain (pedagang pengumpul)	0,15	3	0,45
4	Keberadaan atau bantuan lembaga pemerintah	0,15	3	0,45
Sub Total Peluang		0,59		1,94
No	ANCAMAN	Bobot	Rating	Skor
1	Pengaruh masuknya pesaing	0,13	2	0,26
2	Permintaan pasar tidak stabil	0,12	1	0,12
3	Terjadinya fluktuasi harga rotan	0,11	1	0,11
4	Perubahan cuaca dalam pengolahan bahan baku	0,14	1	0,14
Sub Total Ancaman		0,50		0,63
Total				2,57

Sumber : Data Primer (Diolah, 2020)

Data yang terdapat pada tabel diatas merupakan hasil dari pembagian skor dari setiap indikator peluang dan ancaman dengan total keseluruhan sehingga menghasilkan bobot. Penjumlahan keseluruhan nilai bobot harus 1 tidak melebihi dari skor total = 1, sehingga faktor peluang dan ancaman menjadi faktor penting.

## 2. Analisis Matrik IFAS (Internal Factors Analysis Summary)

Faktor-faktor internal dan eksternal yang dianalisis melalui tabel IFAS yang terdiri dari nilai bobot, rating dan skor yang disajikan dalam bentuk tabel berikut ini:

Tabel 3. Analisis Matriks IFAS (Internal Factors Analysis Summary)

No	KEKUATAN	Bobot	Rating	Skor
1	Kualitas produk yang dihasilkan baik	0,14	4	0,56
2	Produsen memiliki keahlian dan pengalaman yang cukup untuk mengolah anyaman rotan	0,16	3	0,48

3	Memiliki sumberdaya yang mendukung	0,12	3	0,36
4	Keragaman produk	0,17	3	0,51
Sub Total Kekuatan		0,59		1,91

Sumber : Data Primer (Diolah 2020)

No	KELEMAHAN	Bobot	Rating	Skor
1	Kurangnya promosi dalam pemasaran produk	0,19	2	0,38
2	Modal masih terbatas	0,17	1	0,17
3	Keterbatasan lokasi produksi	0,14	1	0,14
4	Volume penjualan relatif rendah	0,14	1	0,14
Sub Total Kelemahan		0,64		0,83
Total				2,74

Berdasarkan dari hasil perhitungan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa total nilai skor dari faktor internal kekuatan dan kelemahan pada usaha kerajinan rotan di Keudee Bieng Aceh Besar adalah sebesar 2,74. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ini mampu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengurangi kelemahan dengan subtotal skor dari kekuatan sebesar 1,91 yang mana lebih tinggi dari subtotal skor pada kelemahan yang sebesar 0,83. Adapun yang menjadi kekuatan pada usaha kerajinan rotan di Keudee Bieng yaitu Kualitas produk yang dihasilkan baik, Produsen memiliki keahlian dan pengalaman yang cukup untuk mengolah anyaman rotan, Hubungan dengan pemasok bahan baku terjalin baik dan Memiliki izin usaha dari kepala desa. Sedangkan yang menjadi faktor kelemahan yaitu Kurangnya promosi dalam pemasaran produk, Modal masih terbatas, Proses pemasaran yang diterapkan belum maksimal dan Teknologi pengolahan produksi rotan masih sederhana.

### 3. Analisis Matrik EFAS (External Factors Analysis Summary)

Faktor-faktor eksternal pada usaha pembesaran udang vaname secara intensif dianalisis melalui tabel EFAS yang terdiri dari bobot, rating dan skor faktor peluang dan ancaman yang muncul dari luar usaha pembesaran udang vaname secara intensif. Berikut tabel analisis faktor eksternal

Tabel 4. Analisis matriks EFAS (External Factors Analysis Summary)

No	PELUANG	Bobot	Rating	Skor
1	Potensi lokasi yang mendukung usaha	0,17	4	0,68
2	Peluang pasar yang luas	0,12	3	0,36
3	Memiliki mitra kerja dengan pihak lain (pedagang pengumpul)	0,15	3	0,45
4	Keberadaan atau bantuan lembaga pemerintah	0,15	3	0,45
Sub Total		0,59		1,94
No	ANCAMAN	Bobot	Rating	Skor
1	Pengaruh masuknya pesaing	0,13	2	0,26
2	Permintaan pasar tidak stabil	0,12	1	0,12
3	Terjadinya fluktuasi harga rotan	0,11	1	0,11

4	Perubahan cuaca dalam pengolahan bahan baku	0,14	1	0,14
Sub Total		0,5		0,63
Total				2,57

Berdasarkan dari hasil perhitungan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa total nilai skor dari faktor eksternal peluang dan ancaman pada usaha kerajinan rotan di Keudee Bieng Aceh Besar adalah sebesar 2,57. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ini mampu memanfaatkan peluang yang dimiliki untuk mengurangi ancaman dengan subtotal skor dari peluang sebesar 1,94 yang mana lebih tinggi dari subtotal skor pada ancaman yang sebesar 0,63. Adapun yang menjadi peluang pada usaha kerajinan rotan di Keudee Bieng yaitu potensi lokasi yang mendukung usaha, peluang pasar yang luas, memiliki mitra kerja dengan pihak lain (pedagang pengumpul dan keberadaan atau bantuan lembaga pemerintah. Sedangkan yang menjadi faktor ancaman yaitu pengaruh masuknya pesaing, permintaan pasar tidak stabil, terjadinya fluktuasi harga rotan dan perubahan cuaca dalam pengolahan bahan baku.

#### 4. Tahap Pencocokkan Dengan Matriks IE (Internal-Eksternal) dan Matriks SWOT

Tahap pencocokkan merupakan langkah kedua dalam perumusan suatu strategi yang berfungsi untuk dapat menentukan pengambilan keputusan suatu alternatif strategi. Setelah matriks IE dilalui kemudian dianalisis kembali menggunakan matriks SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*).

#### 5. Matrik IE (Internal-Eksternal)

Pertemuan titik dari hasil analisis matrik IFAS dan EFAS merupakan hasil yang dipergunakan untuk menentukan matrik IE. Hasil analisis dari matrik IFAS diperoleh sebesar 2,74 dan hasil dari matrik EFAS diperoleh sebesar 2,57. Berdasarkan titik pertemuan dari hasil analisis matrik IFAS dan EFAS dapat diketahui posisi usaha kerajinan rotan di keudee Bieng terletak pada posisi strategi sel V yaitu pertumbuhan stabilitas. Posisi matrik IE usaha kerajinan rotan di keudee Bieng dapat dilihat pada Tabel berikut :

**Tabel 5 Matrik Internal-Eksternal (IE)**

		Kuat		Rata-rata		Lemah
		4.0	3.0	2.74	2.0	1.0
Tinggi		I Pertumbuhan		II Pertumbuhan		III Penciutan
3.0						
Menengah		IV		V Pertumbuhan Stabilitas		IV Penciutan
2.57		Stabilitas				
2.0						
Rendah		VII		VIII Pertumbuhan		IX Lkuidasi

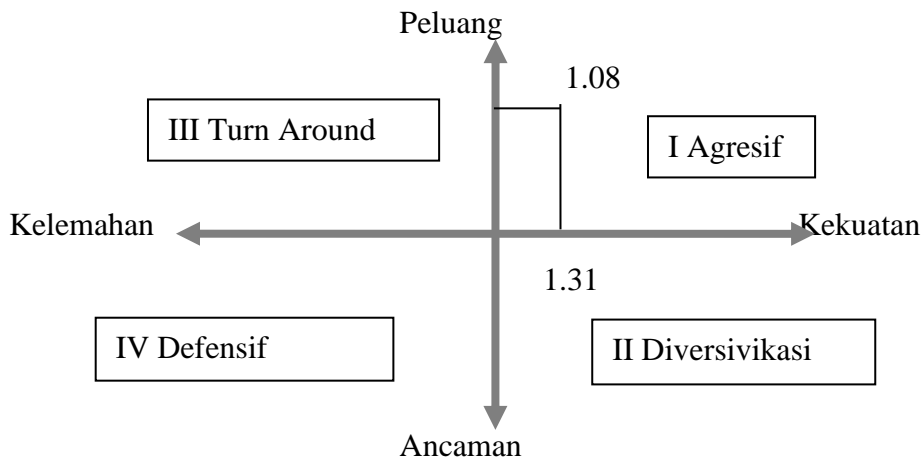


1.0

Berdasarkan pada gambar matriks IE diatas dapat dilihat bahwa posisi usaha kerajinan rotan Keudee Bieng berada pada kuadran V dimana pada kondisi ini usaha Kerajinan rotan dapat dikembangkan dengan strategi mempertahankan dan memelihara (*hail and maintain*).

### 6. Diagram Analisis SWOT

Berdasarkan hasil analisis pada matriks IFAS diperoleh total nilai skor kekuatan sebesar 1.91 dan total nilai skor kelemahan (subtotal kelemahan) sebesar 0,83 dan selisih kedua total nilai skor antara kekuatan dan kelemahan yaitu sebesar 1.08. Sedangkan pada matriks EFAS diperoleh total nilai skor peluang sebesar 1,94 dan total nilai skor ancaman sebesar 0,63, sehingga selisih kedua total nilai skor antara peluang dan ancaman sebesar 1.31. Kemudian dimasukkan kedalam diagram analisis SWOT. Skor pada faktor internal menjadi titik pada sumbu X dan faktor eksternal menjadi titik pada sumbu Y. Berikut ini diagram analisis SWOT yang menunjukkan posisi usaha kerajinan rotan:



Sumber : Data Primer (Diolah, 2020)

Gambar 1. Diagram analisis SWOT usaha Kerajinan Rotan Keudee Bieng

Berdasarkan pada gambar diatas dapat dilihat bahwa usaha kerajinan rotan berada pada kuadran 1 dari koordinat 1,08 dan 1,31. Adapun strategi yang dapat diterapkan yaitu strategi SO. strategi SO adalah gabungan dari faktor internal strength dan faktor eksternal opportunity, strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Inilah yang merupakan strategi agresif positif yaitu menyerang penuh inisiatif dan terencana. Dalam strategi SO, organisasi mengejar peluang-peluang dari luar dengan mempertimbangkan kekuatan organisasi. strategi agresif yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

### 7. Matriks SWOT (Strength-Weakness-Opportunity-Threat)

Matrik SWOT digunakan untuk menggambarkan secara jelas internal dan eksternal pada usaha pembesaran udang vaname. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi seperti ditunjukkan pada tabel.

Tabel 6. Matriks SWOT

SWOT	Strength (S)	Weakness (W)
	1 Kualitas produk yang dihasilkan baik 2 Produsen memiliki keahlian dan pengalaman yang cukup untuk mengolah anyaman rotan 3 Memiliki sumberdaya yang mendukung 4 Keragaman produk	1 Kurangnya promosi dalam pemasaran produk 2 Modal masih terbatas 3 Keterbatasan lokasi produksi 4 Volume penjualan relatif rendah
<i>Opportunities (O)</i>	<i>Strategi S-O</i>	<i>Strategi W-O</i>
Potensi lokasi yang mendukung usaha Peluang pasar yang luas Memiliki mitra kerja dengan pihak lain (pedagang pengumpul) Keberadaan atau bantuan lembaga pemerintah	Mempertahankan kualitas produk Kerajinan Rotan (S1, O1,O2) Memperluas jaringan pemasaran melalui media sosial dan web Bekerjasama dengan pemerintah dan dewan kerajinan nasional daerah serta pedagang pengumpul Bantuan berupa modal usaha dan sarana prasarana produksi	Meningkatkan promosi dalam pemasaran (W1, O3,O4) Meningkatkan kemampuan teknologi informasi (IT) Meningkatkan promosi melalui dekranasda untuk memasarkan produk kerajinan rotan Kerjasama dengan pemerintah untuk mendapatkan modal langsung
<i>Threats(T)</i>	<i>Strategi S-T</i>	<i>Strategi W-T</i>
Pengaruh masuknya pesaing Permintaan pasar tidak stabil Terjadinya	Meningkatkan penjualan produk (S2, T1, T3) Bekerjasama dengan pihak pemerintah daerah untuk membantu memasarkan atau mempromosikan Menggunakan atau memilih	Menggunakan teknologi yang lebih modern (W4, T1, T2, T4) Melakukan koordinasi dengan pihak pemerintah daerah dalam hal membantu promosi produk kerajinan rotan Bekerjasama dengan



fluktuasi harga rotan	supplier bahan baku dengan membuat kontrak kerja dan perjanjian harga rotan	supplier bahan baku agar harga bahan baku dapat stabil
Perubahan cuaca dalam pengolahan bahan baku	Berusaha menggunakan dan menyediakan teknologi pengolahan bahan baku yang lebih modern menggunakan alat khusus tanpa tergantung pada cuaca	Menyiapkan modal untuk pembelian alat pengering bahan baku rotan

Sumber : Data primer (Diolah 2020)

Berdasarkan tabel di atas matrik SWOT diperoleh strategi yang dapat dijadikan sebagai alternatif strategi pengembangan usaha kerajinan rotan di Desa keudee Bieng. Berikut adalah alternatif yang dapat dipergunakan sebagai strategi pengembangan:

#### 1. Strategi S-O (Strenght-Opportunity)

Strategi SO yang dapat diterapkan pada usaha kerajinan rotan secara intensif yaitu sebagai berikut :

##### a. Mempertahankan kualitas produk Kerajinan Rotan

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Produk yang berkualitas akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pembeli.

##### b. Memperluas jaringan pemasaran melalui media sosial dan web

Promosi merupakan hal terpenting dalam hal pemasaran sbuah produk dalam hal ini adalah produk kerajinan rotan, menggunakan sosial media dan web untuk memasarkan dan melakukan promosi terhadap produk merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan pada saat sekarang ini.

##### c. Bekerjasama dengan pemerintah dan dewan kerajinan nasional daerah serta pedagang pengumpul

Dalam dtruktur pemerintah daerah terdapat sebuah wadah yang dapat digunakan untuk memperkenalkan potensi daerah dalam hal ini kerajinan rotan yaitu dewan kerajinan nasional daerah (Dekranasda), wadah ini dapat secara langsung memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan oleh sebuah daerah ke tingkat kabupaten bahkan tingkat provinsi dan nasional, sehingga produk kerajinan rotan dapat lebih terkenal.

d. Bantuan berupa modal usaha dan sarana prasarana produksi.

Modal merupakan hal terpenting dalam sebuah usaha, adanya bantuan modal usaha serta sarana dan prasarana produksi usaha kerajinan rotan diupayakan dapat meningkatkan produksi dan berpengaruh terhadap penjualan.

2. Strategi S-T

Strategi ST yang dapat diterapkan pada usaha kerajinan rotan secara intensif, yaitu :

a. Meningkatkan penjualan produk

Peningkatan penjualan produk dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya adalah dengan mengikuti event-event pengembangan potensi daerah yang biasanya diadakan oleh pemerintah daerah ataupun dengan meningkatkan kualitas dari produk kerajinan rotan

b. Bekerjasama dengan pihak pemerintah daerah untuk membantu memasarkan atau mempromosikan

Promosi dapat dilakukan sendiri oleh pemilik usaha dan juga dapat dilakukan bersama-sama dengan pemerintah daerah dalam lingkup yang lebih besar lagi, dengan tujuan akhir adalah meningkatkan penjualan

c. Menggunakan atau memilih supplier bahan baku dengan membuat kontrak kerja dan perjanjian harga rotan

Supplier bahan baku rotan adalah pemasok utama bahan baku untuk membuat suatu produk, agar kerjasama lebih terarah dan mempunyai keterikatan antara satu dengan yang lain maka perlu dilakukannya kontrak kerja agar adanya keberlangsungan dalam hal kerjasama tersebut.

d. Berusaha menggunakan dan menyediakan teknologi pengolahan bahan baku yang lebih modern menggunakan alat khusus tanpa tergantung pada cuaca

Selama ini pengolahan bahan baku hanya dilakukan secara tradisional dalam hal ini adalah mengandalkan cahaya matahari untuk mengeringkan bahan baku namun hal ini akan lebih baik lagi jika ada alat khusus yang digunakan untuk mengeringkan rotan agar tidak hanya tergantung pada cuaca

3. Strategi W-O

Strategi WO yang dapat diterapkan pada usaha kerajinan rotan secara intensif, yaitu:

a. Meningkatkan promosi dalam pemasaran

Pemilik usaha kecil menengah, dalam pemasaran suatu produk, perlu memperhatikan cara promosi produk yang efektif dan tepat sasaran. Dengan menggunakan cara dan strategi yang cocok dan tepat, maka akan lebih mudah untuk meraih keberhasilan dalam berbisnis. Selain itu, perlu untuk menentukan pencapaian target penjualan.

b. Meningkatkan kemampuan teknologi informasi

Pemahaman teknologi dan informasi terkait dengan pemasaran produk kerajinan rotan untuk sekarang ini harus lebih ditingkatkan lagi, karena penggunaan teknologi informasi untuk masa sekarang lebih diprioritaskan dibandingkan hanya dilakukan secara konvensional.

c. Meningkatkan promosi melalui dekranasda untuk memasarkan produk kerajinan rotan

Dekranasda merupakan organisasi nirlaba yang menghimpun pencinta dan peminat seni untuk memayungi dan mengembangkan produk kerajinan dan mengembangkan usaha tersebut, serta berupaya meningkatkan kehidupan pelaku bisnisnya, yang sebagian merupakan kelompok usaha kecil dan menengah. Promosi melalui dekranasda merupakan pilihan untuk meningkatkan pengenalan produk dan pada akhirnya berdampak pada penjualan produk

d. Kerjasama dengan pemerintah untuk mendapatkan modal langsung

Modal memiliki banyak arti yang berhubungan dalam ekonomi, finansial, dan akunting. Dalam finansial dan akunting, modal biasanya menunjuk kepada kekayaan finansial, terutama dalam penggunaan awal atau menjaga kelanjutan bisnis. Dalam hal kerajinan rotan pemilik usaha dapat membuat suatu proposal permintaan modal dari pemerintah khususnya dari Desperindag dalam rangka meningkatkan produksi.

4. Strategi W-T

Strategi WT yang dapat diterapkan pada usaha kerajinan rotan secara intensif, yaitu:

a. Menggunakan teknologi yang lebih modern

Teknologi modern adalah merupakan sarana bisa juga berupa ilmu yg menggunakan alat canggih dengan paduan komponen terkini disegala bidang, salah satunya adalah jaringan internet untuk pemasaran produk kerajinan rotan dan alat khusus untuk packaging produk, agar terlihat lebih bagus.

- b. Melakukan koordinasi dengan pihak pemerintah daerah dalam hal membantu promosi produk kerajinan rotan

Koordinasi antara pemilik usaha dengan pemerintah daerah perlu diupayakan dalam rangka meningkatkan promosi produk kerajinan rotan

- c. Bekerjasama dengan supplier bahan baku agar harga bahan baku dapat stabil

*Supplier* barang berfungsi untuk memasok bahan baku, menjalin kerjasama dengan supplier sangat penting dilakukan agar penyediaan bahan baku tetap stabil

- d. Menyiapkan modal untuk pembelian alat pengering bahan baku rotan

Pemilik usaha harus memikirkan dan menyediakan modal pengadaan alat pengering bahan baku rotan agar produksi dapat berjalan dengan lebih lancar.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap usaha kerajinan rotan di Desa Keudee Bieng yang dilakukan dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor internal yang dapat mendukung kembangnya usaha kerajinan rotan di Desa Keudee Bieng yaitu faktor kekuatan yang meliputi kualitas produk yang dihasilkan baik sedangkan faktor kelemahan adalah kurangnya promosi dalam pemasaran produk yang belum terlaksanakan. Sedangkan Faktor eksternal yang dapat mendukung dan menghambat tumbuh kembangnya usaha kerajinan rotan di Desa Keudee Bieng yaitu faktor peluang yang meliputi potensi lokasi yang mendukung usaha serta faktor ancaman meliputi pengaruh masuknya pesaing. Dengan ini maka faktor-faktor eksternal maupun internal berpengaruh nyata terhadap strategi pengembangan usaha kerajinan rotan di Desa Keude Bieng Kecamatan Lhoknga kabupaten Aceh Besar
2. Dengan melakukan Analisis IFAS dan Analisis EFAS maka diperoleh strategi perusahaan yang dapat dikembangkan melalui matrik SWOT yang sudah dilakukan, maka strategi yang paling tepat digunakan dengan melakukan strategi agresif yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

### Saran

1. Pemilik usaha kerajinan rotan sebaiknya melakukan manajemen pemasaran melalui promosi *digital marketing* maupun secara langsung kepada seluruh konsumen khususnya yang ada didaerah Aceh, sehingga akan meluasnya minat konsumen untuk membeli dan

- meminimalisir masuknya pesaing yang ada pada usaha kerajinan rotan di Keudee Bieng, sehingga akan meminimalisir kelemahan yang ada pada industri, serta dapat mempertahankan kekuatan dan peluang yang ada.
2. Dapat menggunakan alternatif strategi berdasarkan pada model analisis matriks SWOT yaitu alternatif strategi yang dapat diterapkan berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimana terdiri dari empat macam strategi yaitu strategi SO ( *Strength-Opportunity* ) dimana usaha itu sendiri dengan menggunakan kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2008). *Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan kedelapan*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Beddig. (2008). Cluster Development Policy rooted in the Collective Efficiency Approach: An Effective Poverty Alleviation Tool in the Indian Handloom Sector? Case studies: the Varanasi and Chanderi Handloom Clusters .
- David, F. R. (2009). *Manajemen Strategis Konsep, Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Manajemen Strategis Konsep (12nd ed Vo; 1)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Destiyanti. (2016). Analisis SWOT dan Strategi Pengembangan Pada Keberhasilan Industri Kecil Rotan Kota Padang. *E Jurnal Apresiasi ekonomi*.
- Fatkhurrahman. (2017). Peran Modal Manusia dan Modal Investasi Terhadap NilaiProduksi Industri Kecil di Kota Pekanbaru. *Jurnal Benefita 1-9*.
- Hani, H. T. (2000). *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi, Edisi 1*. Yogyakarta : BPPE.
- Humaizar. (2010). *Manajemen Peluang Usaha*. bekasi: Dian Anugerah Perkasa.
- Idris, M. (2015). Strategi Pengembangan Industri Meubel Rotan Irma Jaya di Kota Palu. *Jurnal Agrotekbis*.
- Kustoro, B. (2009). *pengantar Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Marhaini, S. S. (2014). Strategi Pengembangan Industri Kecil Produk Rotan di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi*.
- Maxfield, F. N. (1930). *The Case Study, Educ. Ress., Bull.*, 99 pp 117 – 122.
- Moeljadi. (2008). *Manajemen Keuangan (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif)*. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.
- Mudrajad, K. (2007). *Otonomi & Pembangunan Daerah (Reformasi, Perencanaan, Strategi dan Peluang)*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, F. (1999). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rasdiyanah, d. (2018). Strategi Pengembangan Industri Rotan di Kota Palu Sulawesi Tengah Studi Kasus CV. Bone Layana Jaya. *Jurnal Warta Rimba*.
- Sadono, S. (2002). *Pengantar Teori Makroekonomi Edisi Ketiga*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Siregar, S. A. (2017). Analisis Nilai Tambah Dan Strategi Pengembangan Usaha Industri Pengolahan Rotan (*Calamus, Sp*) Menjadi Furnitur Di Kota Medan. *Agribisnis Fakultas Pertanian USU*.
- Subagyo, A. (2008). *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia.
- Suryatama, E. (2014). *Lebih Mengenal Analisis SWOT Dalam Bisnis*. Surabaya: Kata Pena.
- Widistuti. (2008). Analisis Strategi Pengembangan Sentra Produksi Rotan Dengan Menggunakan Konsep SWOT di Kabupaten Jepara. *Jurnal Dinamika ekonomi dan Bisnis*.