

Analisis Peluang Pemasaran Produk Kerajinan Daun Silar pada Industri Kecil Menengah Lanu Nagaya Liku Kota Palu

An Analysis of Marketing Opportunities For Silar Leaf Craft Products in Lanu Nagaya Liku Micro Small and Medium Enterprises, Palu

¹Siti Fatimah Aslam*, ²Burhanuddin, ³sirajudin

^{1,2,3}Bagian Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Palu

(*)email korespondensi: sitifatimahaslam@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan : Untuk mengetahui dan menganalisis peluang pemasaran produk kerajinan daun silar pada Industri Kecil Menengah Lanu Nagaya Liku Kota Palu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil analisis IE Matrik, IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu berada pada sel I maka strategi yang digunakan yaitu melalui integrasi vertikal, strategi yang ditetapkan adalah konsolidasi, perusahaan yang berada pada sel ini dapat memperluas pasar, memperbaiki fasilitas produksi dan teknologi pengembangan internal dan eksternal melalui *join ventures (merger)*. Dari hasil analisis SWOT diketahui nilai $S < O$ yaitu ($0,34 < 0,36$), strategi yang dapat dilakukan IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu adalah dengan membuka lokasi baru karena IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu berada dalam kondisi Masih kurangnya industri kecil dan menengah daun silar di Kota Palu dan pangsa pasar yang besar, strategi lain yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan potongan penjualan jika konsumen melakukan pembelian ulang, hal ini dilakukan agar konsumen terus melakukan pembelian Kerajinan daun silar di IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu. Nilai $W < O$ yaitu sebesar ($0,30 < 0,36$), strategi yang dapat digunakan adalah strategi yang dapat dilakukan IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu adalah dengan memberikan pelatihan bagi para karyawan dengan mendatangkan tenaga ahli sebagai instruktur, untuk meningkatkan keahlian karyawan pada IKM. Nilai $S > T$ yaitu ($0,34 > 0,30$), strategi yang dapat dilakukan IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu adalah dengan terus meningkatkan kualitas dan Lokasi IKM mudah dijangkau agar konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli pada IKM. Nilai $W = T$ yaitu sebesar ($0,30 = 0,30$), Strategi yang dapat digunakan IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu adalah dengan terus meningkatkan kegiatan-kegiatan promosi agar konsumen menjadi tahu tentang IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu dan produk kerajinan daun silar yang dijualnya sehingga tertarik untuk membeli, strategi lain yang dapat digunakan adalah dengan meminimalkan biaya dan operasi yang tidak efisien.

Kata Kunci: Peluang Pemasaran dan Analisis SWOT.

Abstract

This research aims to determine and analyze the marketing opportunities of silar leaf craft product. The results show that the IE matrix analysis result is in cell i, the strategy used is vertical integration, the strategy set is consolidation, the company in this cell can expand markets, improve production facilities and internal and external development technology through joint ventures (mergers). The SWOT analysis shows that the value of $S < O$ is ($0.34 < 0.36$), a strategy that can be carried out is opening a new branch due to a lack of competitors and a large market share. Another strategy is providing discounts for purchase again. The value of $W < O$ is ($0.30 < 0.36$). A strategy that can be used is to provide training for employees by bringing in experts as instructors to improve employees skills. The value of $S > T$ is $0.34 > 0.30$, a strategy that can be carried out is to keep improving the quality and find easy to reach location. The value of $W = T$ is $0.30 = 0.30$. The strategy that can be used is by increasing promotional activities and minimizing costs and inefficient operations.

Key words : Market Opportunity and SWOT Analysis.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi tidak hanya di negara-negara sedang berkembang, tetapi juga di negara-negara maju. Di negara maju, UMKM sangat penting tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar, seperti halnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar.

Tanaman silar merupakan tanaman yang di kelompok keluarga palem-paleman (*arecaceae*) bersama kelapa dan pinang. Pohon ini juga dikenal dengan nama-nama lain seperti *gabang* (dayak ngaju), *gawang* (timor), pucuk, lontar utan nama ilmiah daun *in Corypha utan*. Pohon silar yang besar, berbatang tunggal, tinggi sekitar 15-20 m. Daun-daun besar berbentuk kipas, bulat menjari dengan diameter 2-3,5 m, terkumpul di ujung batang; bertangkai panjang hingga 7m, lebar, beralur dalam serta berduri tempel di tepinya. Bekas-bekas pelepah daun pada batang membentuk pola spiral. Silar dapat tumbuh di daerah yang rendah sampai dengan ketinggian 300 m dpl. Pohon ini dapat mencapai 20 meter dan diameter batang data mencapai 3 meter.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Lanu Nagaya Liku Kota Palu melakukan pemanfaatan daun silar, terutama yang muda, diolah menjadi berbagai bahan anyaman yang bagus; untuk bahan membuat tikar, topi, kantong, karung, tali, jala dan pakaian tradisional. Helai-helai pita dari olahan janur silar ini pada masa lalu ramai diperdagangkan terutama di Sulawesi Selatan; dikenal beberapa macamnya seperti agel, papas, dan akan. Berdasarkan data pada Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sulawesi Tengah jumlah UMKM yang terdata berjumlah 164.890 usaha UMKM. Sedangkan pada Kota Palu jumlah UMKM pada Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Palu berjumlah 2.151 pelaku usaha. Dengan melihat data tersebut pada usaha daun silar khususnya di Kota Palu yang menjadi pesaing dari usaha menengah kecil Lanu Nagaya Liku Kota Palu berjumlah 3 pelaku usaha yang sama. Maka dengan melihat data tersebut peneliti melakukan penelitian dengan judul "Analisis Peluang Pemasaran Produk Kerajinan Daun Silar Pada Industri Kecil Menengah Lanu Nagaya Liku Kota Palu".

Dari latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah pokok dalam penelitian ini adalah: Apakah peluang pemasaran produk kerajinan daun silar pada Industri Kecil Menengah Lanu Nagaya Liku Kota Palu ?

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Menurut Bogdan Tylor dalam Moelong (2002 : 8) mendefinisikan penelitian kualitatif "sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data diskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati". Berdasarkan uraian tersebut dapat dikemukakan bahwa penelitian diskriptif ini berusaha menggambarkan objek penelitian berdasarkan data dan fakta serta berusaha untuk menghubungkan kejadian-kejadian atau objek penelitian sekaligus menganalisisnya berdasarkan konsep-konsep yang telah dikembangkan sebelumnya sehingga memudahkan peneliti dalam memecahkan masalah. Adapun lokasi penelitian dilakukan oleh peneliti adalah industri kecil menengah Lanu Nagaya Liku Kota Palu yang Jl. Sempaga Biru Kel. Lambara Kecamatan Tawaeli. Kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada bulan November 2019 sampai dengan bulan Februari 2020.

Menurut Freddy, (2006:42) Matrik internal dan eksternal ini di kembangkan dari model *General Elektrik* (GE-Model). Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis ditingkatkan korporat yang lebih detail.

Setelah faktor-faktor strategis telah diidentifikasi, kemudian disusun tabel, IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan EFAS (*External Strategic Factor Analisis Summary*) untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal, dimana dalam tabel tersebut terdapat beberapa faktor-faktor yang telah teridentifikasi akan diberi nilai pembobotan dan rating: 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan perusahaan pada kolom 1. 2) Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak posisi strategis perusahaan. Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh

melebihi skor total 1,00. 3) Hitung rating untuk masing-masing faktor peluang, ancaman, kekuatan, kelemahan dengan memberi skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*). Pemberian nilai rating untuk faktor peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil diberi nilai +1. Pemberian nilai rating ancaman kebalikannya. Jika nilai ancaman sangat besar ratingnya adalah 1, sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4. begitu juga pemberian nilai kekuatan dan kelemahan.

Hasil dari pengkalian nilai bobot dan rating tersebut (pada kolom empat) akan digunakan dalam IE Matrik untuk menentukan gambaran strategis perusahaan sebagai berikut: 1) Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal (sel I) pertumbuhan konsentrasi melalui integrasi vertikal dengan cara mengambil alih fungsi distributor. Ini merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki posisi yang kuat di pasar. Integrasi vertikal dapat dicapai melalui sumber daya internal maupun eksternal. 2) Strategi konsentrasi integrasi horizontal (Sel II dan V) strategi melalui integrasi horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun dilokasi yang lain, dan meningkatkan jenis produk serta jasa. Jika perusahaan tersebut berada dalam industri yang sangat atraktif (sel 2), tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan dengan cara memanfaatkan keuntungan baik diproduksi ataupun dipasarkan. Jika perusahaan ini dalam moderate *attractive industry*, strategi yang ditetapkan adalah konsolidasi (sel 5), perusahaan yang berada pada sel ini dapat memperluas pasar, memperbaiki fasilitas produksi dan teknologi pengembangan internal dan eksternal melalui *join ventures* (merger). 3) *Retrenchmen strategy* (sel III, IV, IX) *retrenchmen strategy* adalah usaha memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan perusahaan. 4) Diversifikasi konsentris (VII) strategi pertumbuhan melalui diversifikasi umumnya di laksanakan oleh perusahaan yang memiliki kondisi *competitive position* sangat kuat tetapi nilai daya tarik industrinya sangat rendah. Perusahaan tersebut berusaha memanfaatkan kekuatannya untuk membuat produk baru secara efisien karena perusahaan sudah memiliki manufaktur dan pemasaran yang baik. 5) Diversifikasi konglomerat (sel VIII) Strategi pertumbuhan melalui kegiatan bisnis yang tidak saling berhubungan dapat dilakukan jika perusahaan menghadapi *competitive position* yang tidak begitu kuat dan nilai tarik industri sangat rendah. Strategi diversifikasi konglomerat sangat diperlukan, tekanan strategi ini lebih pada strategi financial dari *product market strategy*.

Menurut Freddy, (2006: 18-19) analisa SWOT merupakan identifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*). Pengambilan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan visi, misi, tujuan strategi dan kebijakan perusahaan, dengan demikian perencanaan strategi harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi saat ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam analisis SWOT hal mendasar yang pertama kali ditentukan adalah bobot dari tiap indikator yang berpengaruh terhadap peluang pasar kerajinan daun silar baik secara internal maupun eksternal, dengan ketentuan total bobot untuk tiap variabel sebesar 1 (satu). Maka dalam penelitian ini menggunakan responden atau sumber informasi yang telah mengisi kuesioner sebanyak 30 responden atau sumber yaitu 5 orang dari pihak IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu, 5 orang dari dinas terkait, dan 20 orang masyarakat (konsumen). Hasil pengumpulan dan pengolahan data sebagai mana terlihat pada tabel 1 dan 2 :

Tabel 1. Menentukan Bobot Variabel Internal

NO.	<i>Strength</i>	Survei			Jumlah	Bobot
		IKM	Dinas Terkait	Konsumen		
1	Kerajinan daun silar rapi dan menarik	0,13	0,10	0,10	0,33	0,11
2	Lokasi IKM mudah dijangkau	0,09	0,10	0,10	0,29	0,10
3	Sarana dan prasarana memadai	0,09	0,10	0,10	0,29	0,10

4	Bahan baku daun silar mudah didapatkan	0,13	0,13	0,10	0,36	0,12
5	Adanya bantuan modal dari pemerintah	0,09	0,10	0,10	0,29	0,10
Weakness						
1	Pemasaran yang belum optimal	0,09	0,10	0,10	0,29	0,10
2	Pengelolaan oleh pemilik belum optimal	0,09	0,10	0,10	0,29	0,10
3	Kurangnya dukungan pemerintah dan masyarakat	0,09	0,10	0,10	0,29	0,10
4	Belum adanya tempat menjual hasil karya daun silar	0,09	0,10	0,10	0,29	0,10
5	Penentuan harga pada produk daun silar yang belum stabil	0,09	0,10	0,10	0,29	0,10
Total		1	1	1	1	1

Sumber : Data diolah Tahun 2020

Tabel 2. Menentukan Bobot Variabel Eksternal

NO.	Opportunity	Survei			Jumlah	Bobot
		IKM	Dinas Terkait	Konsumen		
1	Dapat menciptakan lapangan kerja	0,13	0,12	0,10	0,35	0,12
2	Berpeluang menjadi cendramata Kota Palu	0,10	0,09	0,10	0,29	0,10
3	Diolah menjadi aset wisata	0,10	0,09	0,10	0,29	0,10
4	Masih kurangnya industri kecil dan menengah daun silar di Kota Palu	0,10	0,12	0,10	0,32	0,11
5	Hubungan yang baik dengan masyarakat	0,10	0,12	0,10	0,32	0,11
Treat						
1	Produk yang terbuat dari plastik	0,10	0,09	0,10	0,29	0,10
2	Rendahnya daya beli masyarakat	0,10	0,09	0,10	0,29	0,10
3	Produk yang lain mungkin jauh lebih murah	0,10	0,09	0,10	0,29	0,10
4	Rendahnya apresiasi terhadap karya daerah	0,10	0,09	0,10	0,29	0,10
5	Lokasi pesaing lebih strategis	0,10	0,09	0,10	0,29	0,10
Total		1	1	1	1	1

Sumber : Data diolah Tahun 2020

Menentukan Skala (*Rating*)

Setelah menentukan bobot masing-masing indikator dari tiap variabel langka selanjutnya menentukan skala (*rating*). Skala yang digunakan adalah 1 sampai dengan 4, misalkan : jika kekuatan(*Strength*) 1 = sangat tidak kuat, 2 = tidak kuat, 3 = kuat dan 4 = sangat kuat. Dari hasil sebaran kuesioner di lapangan sebagai mana terlihat pada tabel 3 dan 4 :

Tabel 3. Menentukan Skala (Rating) Variabel Internal

NO.	<i>Strength</i>	Survei			Jumlah	Reting
		IKM	Dinas Terkait	Konsumen		
1	Kerajinan daun silar rapi dan menarik	4	3	3	10	3,33
2	Lokasi IKM mudah dijangkau	3	3	3	9	3,00
3	Sarana dan prasarana memadai	3	3	3	9	3,00
4	Bahan baku daun silar mudah didapatkan	4	4	3	11	3,67
5	Adanya bantuan modal dari pemerintah	3	3	3	9	3,00
<i>Weakness</i>						
1	Pemasaran yang belum optimal	3	3	3	9	3,00
2	Pengelolaan oleh pemilik belum optimal	3	3	3	9	3,00
3	Kurangnya dukungan pemerintah dan masyarakat	3	3	3	9	3,00
4	Belum adanya tempat menjual hasil karya daun silar	3	3	3	9	3,00
5	Penentuan harga pada produk daun silar yang belum stabil	3	3	3	9	3,00

Sumber : Data diolah Tahun 2020

Tabel 4. Menentukan Skala (Rating) Variabel Eksternal

NO.	<i>Opportunity</i>	Survei			Jumlah	Reting
		IKM	Dinas Terkait	Konsumen		
1	Dapat menciptakan lapangan kerja	4	4	3	11	3,67
2	Berpeluang menjadi cendramata Kota Palu	3	3	3	9	3,00
3	Diolah menjadi aset wisata	3	3	3	9	3,00
4	Masih kurangnya industri kecil dan menengah daun silar di Kota Palu	3	4	3	10	3,33
5	Hubungan yang baik dengan masyarakat	3	4	3	10	3,33
<i>Treat</i>						
1	Produk yang terbuat dari plastik	3	3	3	9	3,00
2	Rendahnya daya beli masyarakat	3	3	3	9	3,00
3	Produk yang lain mungkin jauh lebih murah	3	3	3	9	3,00
4	Rendahnya apresiasi terhadap karya daerah	3	3	3	9	3,00
5	Lokasi pesaing lebih strategis	3	3	3	9	3,00

Sumber : Data diolah Tahun 2020

Analisis Internal-Eksternal (IE Matrik) Pemasaran Kerajinan daun silar pada IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu

Setelah menentukan bobot dan reteng maka selanjutnya akan dilakukan analisis IE Matriks. IE Matriks merupakan analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Dalam penelitian ini kaitannya dengan produk Kerajinan daun silar pada IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu, sebelum

melakukan analisis IE Matriks terlebih dahulu menghitung skor masing-masing variabel, sebagaimana berikut ini:

Internal Factors Analysis Summary (IFAS)

Internal Factors Analysis Summary atau IFAS merupakan analisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dalam bentuk tabel dengan memberikan bobot (*weight*) dan skala (*rating*) untuk menghitung skor masing-masing faktor tersebut, dengan cara mengkalikan bobot dengan skala sehingga didapat nilai dari variabel internal sebagaimana tabel berikut :

Tabel 5 Internal Factors Analysis Summary (IFAS)

NO.	<i>Strength</i>	<i>Weight</i>	<i>Rating</i>	<i>Weight score</i>
1	Kerajinan daun silar rapi dan menarik	0,11	3,33	0,37
2	Lokasi IKM mudah dijangkau	0,10	3,00	0,30
3	Sarana dan prasarana memadai	0,10	3,00	0,30
4	Bahan baku daun silar mudah didapatkan	0,12	3,67	0,44
5	Adanya bantuan modal dari pemerintah	0,10	3,00	0,30
<i>Weakness</i>				
1	Pemasaran yang belum optimal	0,10	3,00	0,30
2	Pengelolaan oleh pemilik belum optimal	0,10	3,00	0,30
3	Kurangnya dukungan pemerintah dan masyarakat	0,10	3,00	0,30
4	Belum adanya tempat menjual hasil karya daun silar	0,10	3,00	0,30
5	Penentuan harga pada produk daun silar yang belum stabil	0,10	3,00	0,30
Total		1		3,21

Sumber : Data diolah Tahun 2020

Berdasarkan pada Tabel 5 di atas menunjukkan bahwa kekuatan (*Strength*) dari IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu yang dilihat dari faktor-faktor internal yaitu kerajinan daun silar rapi dan menarik, Lokasi IKM mudah dijangkau, sarana dan prasarana memadai, bahan baku daun silar mudah didapatkan serta adanya bantuan modal dari pemerintah, sedangkan kelemahan (*Weakness*) yang terdiri dari faktor-faktor yaitu pemasaran yang belum optimal, pengelolaan oleh pemilik belum optimal, kurangnya dukungan pemerintah dan masyarakat, belum adanya tempat menjual hasil karya daun silar dan penentuan harga pada produk daun silar yang belum stabil, maka total skor untuk variabel internal sebesar 3,21.

Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS)

Internal Factors Analysis Summary atau IFAS merupakan analisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal dalam bentuk tabel mencari nilai dari variabel eksternal yaitu sebagai berikut :

Tabel 6. Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS)

NO.	<i>Opportunity</i>	<i>Weight</i>	<i>Rating</i>	<i>Weight score</i>
1	Dapat menciptakan lapangan kerja	0,12	3,67	0,44
2	Berpeluang menjadi cendramata Kota Palu	0,10	3,00	0,30
3	Diolah menjadi aset wisata	0,10	3,00	0,30
4	Masih kurangnya industri kecil dan menengah daun silar di Kota Palu	0,11	3,33	0,37
5	Hubungan yang baik dengan masyarakat	0,11	3,33	0,37
<i>Treat</i>				
1	Produk yang terbuat dari plastik	0,10	3,00	0,30

2	Rendahnya daya beli masyarakat	0,10	3,00	0,30
3	Produk yang lain mungkin jauh lebih murah	0,10	3,00	0,30
4	Rendahnya apresiasi terhadap karya daerah	0,10	3,00	0,30
5	Pemasaran yang belum optimal	0,10	3,00	0,30
Total		1		3,27

Sumber : Data diolah Tahun 2020

Berdasarkan pada hasil skor pada Tabel 6 di atas menunjukkan bahwa peluang (*Opportunity*) dari IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu yang dilihat dari faktor-faktor eksternal yaitu dapat menciptakan lapangan kerja, masih kurangnya industri kecil dan menengah daun silar di Kota Palu, berpeluang menjadi cendramata Kota Palu, diolah menjadi aset wisata masyarakat serta hubungan yang baik dengan masyarakat, sedangkan untuk sub-variabel ancaman (*Treat*) yang terdiri dari faktor-faktor yaitu, pengelolaan oleh pemilik belum optimal, kurangnya dukungan pemerintah dan masyarakat, produk yang lain mungkin jauh lebih murah, rendahnya apresiasi terhadap karya daerah, dan pemasaran yang belum optimal, maka total skor untuk variabel eksternal sebesar 3,27.

Matrik IE (Internal Eksternal)

Berdasarkan pada tabel IFAS dan EFAS maka analisis IE Matrik menunjukkan sebagaimana tabel matrik, sebagai berikut :

Tabel 7. Matrik IE IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu

		Skor total faktor internal						
		4,0	Kuat	3,0	Sedang	2,0	Lemah	1,0
Tinggi	3,0	IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu		II		III		
	2,0	IV		V		VI		
Skor Total Faktor Eksternal		VII		VIII		IX		

Sumber : Data diolah Tahun 2020

Tabel 7 IE Matrik IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu menunjukkan bahwa IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu berada pada sel I maka menurut Freddy (2006 : 152) jika perusahaan berada pada sel I maka Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal (sel I) Pertumbuhan konsentrasi melalui integrasi vertikal dengan cara mengambil alih fungsi distributor. Ini merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki posisi yang kuat di pasar. Integrasi vertikal dapat dicapai melalui sumber daya internal maupun eksternal. (sel 1), tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan dengan cara memanfaatkan keuntungan baik diproduksi ataupun dipasarkan. Jika perusahaan ini dalam *moderate attractive industry*, strategi yang ditetapkan adalah konsolidasi, perusahaan yang berada pada sel ini dapat memperluas pasar, memperbaiki fasilitas produksi dan teknologi pengembangan internal dan eksternal melalui *join ventures (merger)*.

Analisis SWOT IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu

Menurut Freddy, (2006: 18-19) analisa SWOT merupakan identifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*).

Setelah diketahui matrik IFAS, matrik EFAS dan matrik IE, maka dapat disusun matrik SWOT. Matrik SWOT disusun untuk menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Matrik SWOT dapat menghasilkan empat set strategi yang dapat dilakukan IKM. Lanu

Nagaya Liku Kota Palu. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 8. sebagai berikut :

Tabel 8. Matrik SWOT IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
IFAS	1. Kerajinan Daun Silar Rapi dan Menarik	1. Pemasaran yang belum optimal
	2. Lokasi IKM mudah dijangkau	2. Pengelolaan oleh pemilik belum optimal
	3. Sarana dan prasarana memadai	3. Kurangnya dukungan pemerintah dan masyarakat
EFAS	4. Bahan baku daun silar mudah didapatkan	4. Belum adanya tempat menjual hasil karya daun silar
	5. Adanya bantuan modal dari pemerintah	5. Penentuan harga pada produk daun silar yang belum stabil
Opportunity	Strategi SO :	Strategi WO :
1. Dapat menciptakan lapangan kerja	1. (0,37 : 0,44)	1. (0,30 : 0,44)
2. Berpeluang menjadi cendramata Kota Palu	2. (0,30 : 0,30)	2. (0,30 : 0,30)
3. Diolah menjadi aset wisata	3. (0,30 : 0,30)	3. (0,30 : 0,30)
4. Masih kurangnya industri kecil dan menengah daun silar di Kota Palu	4. (0,44 : 0,37)	4. (0,30 : 0,37)
5. Hubungan yang baik dengan masyarakat	5. (0,30 : 0,37)	5. (0,30 : 0,37)
	Rata-rata = (0,34 : 0,36)	Rata-rata = (0,30 : 0,36)
Treat	Strategi ST :	Strategi WT :
1. Produk yang terbuat dari plastik	1. (0,37 : 0,30)	1. (0,30 : 0,30)
2. Rendahnya daya beli masyarakat	2. (0,30 : 0,30)	2. (0,30 : 0,30)
3. Broduk yang lain mungkin jauh lebih murah	3. (0,30 : 0,30)	3. (0,30 : 0,30)
4. Rendahnya apresiasi terhadap karya daerah	4. (0,44 : 0,30)	4. (0,30 : 0,30)
5. Lokasi pesaing lebih strategis	5. (0,30 : 0,30)	5. (0,30 : 0,30)
	Rata-rata = (0,34 : 0,30)	Rata-rata = (0,30 : 0,30)

Berdasarkan Tabel 8 dalam analisis SWOT menunjukkan strategi SO menghasilkan nilai $S < O$, untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada, strategi yang dapat dilakukan IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu adalah dengan membuka lokasi baru karena IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu berada dalam kondisi masih kurangnya industri kecil dan menengah daun silar di Kota Palu dan pangsa pasar yang besar, strategi lain yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan potongan penjualan jika konsumen melakukan pembelian ulang, hal ini dilakukan agar konsumen terus melakukan pembelian Kerajinan daun silar di IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu.

Strategi WO menghasilkan nilai $W < O$, untuk memaksimalkan peluang yang ada serta meminimalkan kelemahan, strategi yang dapat dilakukan IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu adalah dengan memberikan pelatihan bagi para karyawan dengan mendatangkan tenaga ahli sebagai instruktur, untuk meningkatkan keahlian karyawan pada IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu. Strategi lain yang dapat dilakukan adalah dengan menambah jumlah tenaga pemasaran IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu dan produk Kerajinan daun silar yang dijualnya diketahui oleh banyak orang dan orang-orang akan tertarik untuk membeli produk Kerajinan daun silar yang dijual IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu.

Strategi ST menghasilkan nilai $S > T$, untuk memaksimalkan kekuatan serta untuk meminimalkan ancaman, strategi yang dapat dilakukan IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu adalah dengan terus meningkatkan kualitas dan Lokasi IKM mudah dijangkau agar konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli pada IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu, strategi lain yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan desain produk agar lebih unik dan menarik lagi. Hal ini dilakukan untuk mengurangi resiko konsumen tidak jadi membeli karena pilihan model maupun

ukuran pada kerajinan daun silar yang akan dibelinya.

Strategi WT menghasilkan nilai $W=T$, untuk meminimalkan kelemahan dan ancaman. Strategi yang dapat digunakan IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu adalah dengan terus meningkatkan kegiatan-kegiatan promosi agar konsumen menjadi tahu tentang IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu dan produk kerajinan daun silar yang dijualnya sehingga tertarik untuk membeli, strategi lain yang dapat digunakan adalah dengan meminimalkan biaya dan operasi yang tidak efisien, seperti meminimalkan penggunaan listrik dan telepon, agar IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu dapat menghemat pengeluaran biayanya.

Berdasarkan analisis SWOT IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu dapat memulai dari sekarang melaksanakan strategi-strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT, dengan catatan IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu harus mempunyai *cash flow* yang kuat untuk melaksanakan strategi pemasaran.

Berdasarkan hasil analisis di atas menunjukkan bahwa jika diterapkan strategi analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman), pada IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu dengan tepat maka hal ini akan meningkatkan penjualan. Sehingga dengan demikian dapatlah di jawab hipotesis dari penelitian ini yang menyatakan “Di duga peluang pemasaran terhadap produk kerajinan daun silar pada industri kecil menengah Lanu Nagaya Liku Kota Palu sudah meningkatkan penjualan.

KESIMPULAN

Setelah melakukan analisis terhadap hasil penelitian, pada bagian ini akan diuraikan kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan tersebut, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini sebagai berikut : 1) Dari hasil analisis IE Matrik, IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu berada pada sel I maka strategi yang digunakan yaitu melalui integrasi vertikal, strategi yang ditetapkan adalah konsolidasi, perusahaan yang berada pada sel ini dapat memperluas pasar, memperbaiki fasilitas produksi dan teknologi pengembangan internal dan eksternal melalui *joint ventures (merger)*. 2) Dari hasil analisis SWOT diketahui nilai $S < O$ yaitu ($0,34 < 0,36$), strategi yang dapat dilakukan IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu adalah dengan membuka lokasi baru karena IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu berada dalam kondisi Masih kurangnya industri kecil dan menengah daun silar di Kota Palu dan pangsa pasar yang besar, strategi lain yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan potongan penjualan jika konsumen melakukan pembelian ulang, hal ini dilakukan agar konsumen terus melakukan pembelian Kerajinan daun silar di IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu. 3) Nilai $W < O$ yaitu sebesar ($0,30 < 0,36$), strategi yang dapat digunakan adalah strategi yang dapat dilakukan IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu adalah dengan memberikan pelatihan bagi para karyawan dengan mendatangkan tenaga ahli sebagai instruktur, untuk meningkatkan keahlian karyawan pada IKM. 4) Nilai $S > T$ yaitu ($0,34 > 0,30$), strategi yang dapat dilakukan IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu adalah dengan terus meningkatkan kualitas dan Lokasi IKM mudah dijangkau agar konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli pada IKM. 5) nilai $W=T$ yaitu sebesar ($0,30 = 0,30$), Strategi yang dapat digunakan IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu adalah dengan terus meningkatkan kegiatan-kegiatan promosi agar konsumen menjadi tahu tentang IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu dan produk kerajinan daun silar yang dijualnya sehingga tertarik untuk membeli, strategi lain yang dapat digunakan adalah dengan meminimalkan biaya dan operasi yang tidak efisien.

SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, maka berikut ini dikemukakan beberapa saran-saran, untuk dapat dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan khususnya yang berkaitan dengan analisis peluang pemasaran produk pada IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu, sebagai berikut : 1) Hendaknya IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu mulai memperluas perusahaan dengan cara membuka cabang dan toko penjualan hasil karya kerajinan daun silar, dalam meningkatkan pendapatan dengan cara memanfaatkan keuntungan dipasaran. 2) IKM Lanu Nagaya Liku Kota Palu menjalin kerjasama dengan pemerintah Kota Palu guna mempromosikan hasil produk kerajinan daun silar. 3) Hendaknya IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu memulai dari sekarang melaksanakan strategi-strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT, dengan catatan IKM. Lanu Nagaya Liku Kota Palu harus mempunyai *cash flow* yang mencukupi untuk melaksanakan strategi pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sotjan. 2015. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Freddy, Rangkuti. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Penerbit : PT Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Hasan, Ali. 2013, *Marketing, Cetakan Pertama*. Media Pressdindo. Yogyakarta.
- Hendro. 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Erlangga. Jakarta.
- John W, Mullins dan Walker Jr, Orville C. 2013. *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition.
- Moleong, Lexy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. remaja Rosdakarya. Bandung.
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Erlangga, Jakarta.
- Tulus T.H. Tambunan. 2009. *UMKM di Indonesia*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 *tentang UMKM*, Bab IV pasal 6