

STRATEGI PEMASARAN USAHA KECIL MENENGAH KERAJINAN ROTAN YANG BERBASIS POTENSI LOKAL (STUDI KASUS : DI DESA DELAS KECAMATAN AIR GEGAS KABUPATEN BANGKA SELATAN)

Eko Mas, Fournita Agustina, dan Yudi Sapta Pranoto

Program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Perikanan dan Biologi, Universitas Bangka Belitung

Email: ekomas53@yahoo.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah menghitung pendapatan usaha kecil kerajinan rotan dan merumuskan alternatif strategi pemasaran usaha kecil kerajinan rotan di Desa Delas Kecamatan Air Gegas Kabupaten Bangka Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Metode penarikan contoh dalam penelitian ini menggunakan metode sensus dan purposive sampling. Metode sensus adalah suatu metode pengambilan data secara keseluruhan dari semua populasi. Populasi Kerajinan Rotan ada 30 orang . Purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel secara sengaja dengan pertimbangan tertentu Sementara responden yang dianggap paham betul dengan perencanaan strategis dan ahli dibidangnya yaitu Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan 2 orang, ketua kelompok di Desa Delas 1 orang. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa jumlah pendapatan rata-rata yang diperoleh pengrajin rotan di Desa Delas dalam satu bulan produksi adalah sebesar Rp.2.478.333. Jumlah pendapatan rata-rata tersebut diperoleh dari jumlah penerimaan sebesar Rp. 5.670.000 dikurangi dengan jumlah biaya produksi sebesar Rp.3.191.667. Strategi pemasaran Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan rotan di Desa Delas Kecamatan Air Gegas Kabupaten Bangka Selatan strategi SWOT.

Kata Kunci: strategi pemasaran, usaha kecil dan menengah, pemasaran

Abstract

This research aims to calculate the income of small and medium enterprises of rattan handicraft and formulate alternative marketing strategy of small and medium business of rattan handicraft in Delas Village, Air Gegas Sub-district of South Bangka Regency. The research method used is the method of case studies. The withdrawal method is an example of using the method of the census and purposive sampling. The census method was conducted on 30 rattan craftsmen. The purposive sampling method was done by the respondents who understood well with strategic planning and expert in their fields, namely the Head of Industry and Trade Office, 2 persons, head of farmer group 1 person, and agricultural extension 1 person. The results of this research were obtained conclusions that calculate revenue small and medium enterprises rattan handicraft in Delas Village has an average monthly income of Rp 2,478,333, revenue Rp 5.670.000 and production cost of Rp 3,191,667. The strategy of marketing small and medium enterprises of rattan handicrafts are SWOT startegy

Keywords: marketing strategy, small medium enterprises, revenue, marketing

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di berbagai negara termasuk di Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat yang tangguh. Hal ini

karena kebanyakan para pengusaha mikro, kecil dan menengah berangkat dari industri keluarga atau rumahan. Dengan demikian, konsumennya pun berasal dari kalangan menengah ke bawah. Peranan UMKM terutama sejak krisis moneter tahun 1998 dapat dipandang sebagai katup penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional, baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja (Wati, 2011).

Kepulauan Bangka Belitung merupakan salah satu Provinsi yang sangat potensial untuk dikembangkannya Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM), hal ini didukung karena potensi sumber daya yang cukup banyak baik hasil laut, hasil perkebunan, maupun Hasil Hutan Non Kayu (HHNK) seperti produksi tumbuhan rotan yang digunakan sebagai bahan baku kerajinan untuk industri rumah tangga. Selain itu Bangka Belitung juga memiliki tempat-tempat wisata yang menarik dan banyak digemari oleh wisatawan baik dari lokal maupun mancanegara sehingga konsumenpun bertambah untuk membeli hasil usaha masyarakat terutama kerajinan yang menjadi simbol salah satu cinderamata yang berasal dari Propinsi Bangka belitung.

Hasil kerajinan tangan yang diciptakan atau dibuat oleh masyarakat desa Delas berupa tangguk rotan, suyak, dll. Tangguk rotan yaitu alat yang digunakan oleh masyarakat untuk mencuci lada yang sudah di rendam. Kerajinan tangguk rotan ini dapat memberikan keuntungan bagi masyarakat khususnya para pengrajin untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, oleh karena itu sungguh sangat disayangkan jika kerajinan tangguk rotan ini hilang begitu saja sedangkan permintaan terhadap tangguk rotan ini masih banyak, karena kerajinan tangguk rotan ini merupakan salah satu ciri budaya dari desa yang harus dilestarikan dan dapat memberi keuntungan bagi pengrajin.

Berbagai produk baru yang diciptakan dari kerajinan tangan, saat ini sudah mulai banyak dikenal oleh masyarakat khususnya Bangka Belitung, hal ini dibuktikan dengan adanya permintaan pasar terhadap berbagai produk yang diciptakan serta produksi yang secara terus menerus dilakukan oleh para pengrajin. Permintaan konsumen terhadap produk kerajinan tersebut banyak dilakukan melalui pedagang pengecer, biasanya para pengecer secara rutin membeli atau memesan terlebih dahulu produk kerajinan tersebut kepada para pengrajin atau pedagang pengumpul dalam setiap bulannya dan kerja sama ini masih berjalan hingga saat ini.

Dalam usaha kecil kerajinan rotan, terdapat permasalahan yaitu pemasaran hasil dari kerajinan rotan belum begitu luas, jumlah produksi semakin meningkat, dan kurangnya perhatian dari pemerintah. Sehingga seringkali ketika ada *order* yang banyak industri kecil ini mengalami kesulitan untuk memenuhi target yang sudah ditentukan. Padahal jumlah permintaan produksi semakin meningkat. sangat disayangkan usaha kerajinan rotan ini tidak dikembangkan dan kurangnya perhatian pemerintah seperti dalam bentuk binaan.

Melihat permasalahan yang ada pada usaha kerajinan rotan, maka diperlukan strategi-strategi untuk mengembangkan usaha kerajinan tersebut salah satunya dengan cara strategi pemasaran usaha kerajinan. Selama ini telah banyak upaya pembinaan dan pemberdayaan usaha kecil yang dilakukan oleh pihak- pihak terkait, baik institusi pemerintah maupun swasta. Upaya-upaya yang dilakukan tersebut belum dapat berfungsi secara maksimal terhadap perkembangan industri. Hal ini dikarenakan pembinaan usaha kecil yang dilakukan selama ini sering tumpang tindih dan dilakukan sendiri-sendiri oleh masing-masing institusi tanpa adanya saling koordinasi yang baik sehingga pembinaan dan pemberdayaan usaha kecil kerajinan rotan kurang efektif dan efisien. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti "Strategi Pemasaran Usaha Kecil

Menengah Kerajinan Rotan di Desa Delas Kecamatan Air Gegas Kabupaten Bangka Selatan”

Tujuan dari penelitian ini adalah menghitung pendapatan usaha kecil kerajinan rotan di Desa Delas Kecamatan Air Gegas Kabupaten Bangka Selatan. Merumuskan alternatif strategi pemasaran usaha kecil kerajinan rotan di Desa Delas Kecamatan Air Gegas Kabupaten Bangka Selatan. Adapun kegunaan yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu sebagai pertimbangan bagi para pengrajin rotan dalam mengambil keputusan untuk mengembangkan strategi pemasaran usaha kerajinan rotan di Desa Delas Kecamatan Air Gegas Kabupaten Bangka Selatan agar usaha yang dijalankan oleh masyarakat dapat lebih berkembang. Sebagai bahan informasi bagi pengrajin rotan terhadap usaha yang mereka lakukan. Sebagai tambahan kepustakaan untuk penelitian lanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan di Desa Delas Kecamatan Air Gegas Kabupaten Bangka Selatan. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) berdasarkan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan salah satu wilayah yang memproduksi kerajinan rotan di Kecamatan Air Gegas. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Nopember 2017 sampai dengan Desember 2017.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Menurut Wirartha (2006), metode studi kasus memusatkan perhatian kepada suatu kasus secara intensif dan mendetail. Subjek yang diselidiki terdiri atas satu unit (kesatuan unit) yang dipandang sebagai kasus. Oleh karena sifat mendalam dan mendetail maka studi kasus pada umumnya menghasilkan gambaran yang longitudinal, yaitu hasil pengumpulan dan analisis data dalam satu jangka waktu. Kasusnya dapat terbatas pada satu orang, satu keluarga, satu lembaga, satu peristiwa, satu desa ataupun satu kelompok manusia dan kelompok objek lain yang terbatas dipandang sebagai kesatuan.

Metode penarikan contoh dalam penelitian ini menggunakan metode sensus dan *proposive sampling* (Sugiyono 2011). Metode sensus adalah suatu metode pengambilan data secara keseluruhan dari semua populasi. Populasi kerajinan rotan ada 30 orang. *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel secara sengaja dengan pertimbangan tertentu sementara responden yang dianggap paham betul dengan perencanaan strategis dan ahli dibidangnya yaitu kepala dinas perindustrian dan perdagangan 2 orang, ketua kelompok di Desa Delas 1 orang dan penyuluh pertanian 1 orang. Sehingga sampel yang diambil sebanyak 30 orang.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, wawancara, angket dan studi kepustakaan. Untuk menjawab tujuan pertama tentang pendapatan pengrajin rotan menggunakan rumus matematis yaitu sebagai berikut (Sugiarto, 2005) :

$$TR = P \times Q \quad (1)$$

$$Pd = TR - TC \quad (2)$$

Dimana:

TR : *total revenue*

P : *price* (harga hasil usaha kerajinan)

Q : *quality* (jumlah produksi usaha kerajinan)

Pd : pendapatan usaha kerajinan

Menurut Rahim dan Hastuti(2007) untuk menjawab tujuan penelitian yang kedua strategi pemasaran kerajinan rotan menggunakan perumusan strategi evaluasi faktor

eksternal (*External Factor Evaluation-EFE*) digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal. Pada matriks analisis EFE dikembangkan daftar peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang harus dihindari. Sedangkan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation-IFE*) digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting.

HASIL DAN PEMBAHSAN

Analisa Usaha Kerajinan Rotan

Untuk menghitung analisa usaha kerajinan rotan ini, maka dibuat asumsi bahan baku kerajinan rotan terdiri dari rotan besar dengan harga Rp. 5.000 per batang dengan panjang 4 m dan deameter 16 cm dan rotan kecil dengan harga Rp. 2.000 per batang dengan panjang 4 m deameter 5 cm. Dalam satu bulan pengrajin rotan diasumsikan dapat memproduksi sebanyak 11 unit ragak motor, 8 unit tanggok, 6 unit suyak. Rata-rata produksi dilakukan 6 kali dalam seminggu. Harga jual dari kerajinan rotan ini per unitnya adalah untuk produk ragak motor Rp. 250.000, tanggok Rp. 150.000, suyak Rp. 70.000,.

Adapun jenis biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi setiap unit produk kerajinan rotan di Desa Delas adalah sebagai berikut :

1. Ragak motor, 2 buah rotan besar, 30 buah rotan kecil, dan tali atau nilon.
2. Tanggok, 20 buah rotan kecil, dan tali atau nilon.
- 3). Suyak, 10 buah rotan kecil, dan tali atau nilon.

Analisis kelayakan usaha kerajinan rotan di Desa Delas dilakukan sampai dengan satu bulan produksi oleh para pengrajin.

Biaya Produksi Kerajinan Rotan

Adapun biaya yang dikeluarkan oleh pengrajin rotan di Desa Delas dalam satu bulan produksi berupa biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap merupakan biaya untuk sarana produksi yang dipakai dalam produksi yang tidak langsung mempengaruhi biaya produksi. Dalam hal ini yang termasuk dalam biaya tetap dalam usaha kerajinan rotan adalah biaya penyusutan peralatan yang digunakan. Adapun biaya rata-rata yang dikeluarkan oleh pengrajin rotan untuk pengadaan peralatan dalam satu bulan produksi tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Biaya Tetap Rata-rata yang Dikeluarkan Pengrajin Rotan di Desa Delas Untuk Pengadaan Peralatan Dalam Satu Bulan Produksi Tahun 2017.

No	Jenis	Keperluan Rata-rata	Harga Beli (Rp)	Harga Jual (Rp)	Umur Ekonomis (Bulan)	Nilai Penyusutan (RP)
1.	Parang	1	120.000	120.000	24	5.000
2.	Pisau	1	70.000	70.000	24	2.917
3.	Gergaji	1	60.000	60.000	24	2.500
4.	Meteran	1	30.000	30.000	24	1.250
Jumlah			4.280.000	280.000		11.667

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2017

Biaya variabel rata-rata yang dikeluarkan oleh pengrajin rotan di Desa Delas Kecamatan Air Gegas dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Biaya Variabel Rata-rata yang Dikeluarkan Pengrajin Rotan di Desa Delas Dalam Satu Bulan Produksi Tahun 2017.

No	Jenis	Volume	Harga (Rp)	Total Biaya (Rp)
1.	Bahan baku			
	Rotan Besar	160 Batang	5.000	800.000
	Rotan Kecil	550 Batang	2.000	1.100.00
2.	Tali / Nilon	2 Unit	10.000	20.000
3.	HOK	20 Hari	63.000	1.260.000
Total				3.180.000

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2017

Tabel 3. Biaya Produksi Rata-rata yang Dikeluarkan Pengrajin Rotan di Desa Delas Dalam Satu Bulan Produksi Tahun 2017.

	Biaya Produksi	Jumlah (Rp)
1.	Biaya Tetap	11.667
2.	Biaya Variabel	3.180.000
	Biaya Total	3.191.667

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2017

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2017

Tabel 4. Penerimaan Rata-rata yang Diperoleh Pengrajin Rotan di Desa Delas Dalam Satu Bulan Produksi Tahun 2017.

No	Produksi	Jumlah (Unit)	Harga (Rp)	Penerimaan (Rp)
1	Ragak Motor	15	250.000	3.750.000
2	Tanggok	10	150.000	1.500.000
3	Suyak	6	70.000	420.000
Total		25	538.6855.670.000	

Sumber : Olahan Data Primer, 2017

Tabel 5. Pendapatan Rata-rata yang Diperoleh Pengrajin Rotan di Desa Delas Dalam Satu Bulan Produksi Tahun 2017

No	Uraian	Jumlah (Rp)
1	Penerimaan	5.670.000
2	Biaya Produksi	3.191.667
3	Pendapatan	2.478.333

Sumber : Olahan Data Primer, 2017

Berdasarkan Tabel 5 diatas, dapat dilihat bahwa jumlah pendapatan rata-rata yang diperoleh pengrajin rotan di Desa Delas dalam satu bulan produksi adalah sebesar Rp.2.478.333. Jumlah pendapatan rata-rata tersebut diperoleh dari jumlah penerimaan sebesar Rp. 5.670.000 dikurangi dengan jumlah biaya produksi sebesar Rp.3.191.667. Bisa dilihat pada lampiran 4.

Analisis Matriks Swot

Alternatif strategi yang akan direkomendasikan untuk UKM kerajinan Rotan Desa Delas ini dirumuskan dari matriks SWOT dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT merupakan perumusan strategi konvensional yang mendasari bentuk strategi yang disesuaikan dengan kondisi lapangan. Dalam perumusan strategi matriks SWOT menghasilkan beberapa alternatif strategi seperti ditampilkan pada Tabel 6.

Tabel 20. Matriks SWOT Pemasaran Kerajinan Rotan

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Internal	1. Kualitas bahan baku	1. Kurangnya media promosi
	2. Memiliki umur simpan yang lama	2. Kurangnya distribusi pemasaran keluar daerah
Eksternal	3. Harga jual tinggi	3. Peralatan yang digunakan masih sederhana tidak strategis
	4. Penggunaan modal secara pribadi	
Peluang (O)	Strategi S – O	Strategi W – O
1. Meningkatkan pendapatan pengrajin	1. Menjaga kualitas produk untuk meningkatkan daya saing produk (S1,S2,S3,O1,O2,O4)	1. Peningkatan media promosi produk (W1,W2,W4,O1, O2,O4,O6)
2. Peluang pasar bagi pengrajin	2. Memperluas jaringan pemasaran dan pelayanan yang memuaskan (S4,S5,O1,O3,O4,O5,O6, O7)	2. Perlu adanya bantuan pemerintah dalam bentuk binaan untuk meningkatkan wawasan bagi para pengrajin (W1,W2,W3,O2, O6)
3. Saluran pemasaran yang sederhana		
4. Potensi desa		
5. Respon positif dari masyarakat		
6. Membuka lapangan pekerjaan		
Ancaman (T)	Strategi S – T	Strategi W- T
1. Harga dari produk lain	1. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk (S1,S2,S3,T1,T2)	1. Memperluas jaringan pemasaran dengan pemanfaatan media promosi secara maksimal (W1,W2,W4,T1,T2)
2. Pengaruh dari produk lain	2. Optimalisasi pembinaan (S1,S5,T3,T4)	2. Menciptakan produk yang berkualitas (W2,W3,T1,T2)
3. Rendahnya pengetahuan pengrajin	3. Peningkatan produksi secara terus menerus dapat membantu masyarakat dalam memperoleh pekerjaan (S5,T2)	
4. Kurangnya perhatian pemerintah		

1. Strategi S-O (kekuatan – peluang)

Strategi S-O adalah strategi yang dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan internal yang dimiliki oleh kelompok kerajinan rotan Desa Delas untuk menggunakan peluang yang ada. Dari analisis matrik SWOT menghasilkan beberapa alternatif strategi S-O sebagai berikut :

a. Menjaga kualitas produk untuk meningkatkan daya saing produk.

Membuat produk dari rotan yang berkualitas dan berbagai bentuk produk baru seperti ragak motor, tanggok,suyak dan produk lainnya untuk memanfaatkan peluang yang lebih besar, hal ini bertujuan agar pengrajin dapatmem buat produk baru yang

berbeda dengan produk yang sudah ada. Dengan demikian pengrajin mempunyai jenis produk lebih dari satu untuk dipasarkan, sehingga memerlukan perhatian tersendiri terutama dalam sistem pemasarannya, dikarenakan tidak setiap wilayah pasar mempunyai jenis produk lebih dari satu untuk dipasarkan, sehingga memerlukan perhatian tersendiri terutama dalam sistem pemasarannya, dikarenakan tidak setiap wilayah pasar mempunyai kedudukan dan informasi yang sama.

b. Memperluas jaringan pemasaran dan pelayanan yang memuaskan

Memiliki jaringan bisnis yang cukup luas tentunya akan memudahkan pengrajin kerajinan rotan dalam menjalankan usaha. Banyak manfaat yang bisa pengrajin dapatkan dari jaringan bisnis. Mulai dari peluang kerjasama dibidang permodalan, memudahkan pengrajin dalam pemasaran bisnis, serta tidak menutup kemungkinan bahwa beberapa kendala yang selama ini pengrajin hadapi dalam menjalankan usaha dapat terselesaikan dengan bantuan jaringan bisnis yang pengrajin bangun dengan baik.

Adapun strategi memperluas jaringan meliputi memperbanyak kenalan yang menguasai pemasaran, bergabung dengan forum atau komunitas pengusaha, dan membangun hubungan baik dengan relasi. Pelayanan yang memuaskan merupakan sesuatu yang sangat penting dalam proses jual beli dengan cara melayani pelanggan dengan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan agar bisa mendapatkan kesan yang baik dari konsumen. Konsumen sangat menyukai pelayanan yang ramah tamah dan sopan.

c. Peningkatan produksi secara terus menerus dapat membantu masyarakat dalam memperoleh pekerjaan

Peningkatan produksi secara terus menerus dapat membantu masyarakat dalam memperoleh pekerjaan. Kemitraan usaha dalam bentuk jalinan kerjasama usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha kecil dengan pengusaha menengah/besar disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh pengusaha besar, sehingga saling memerlukan, menguntungkan dan dapat meningkatkan produksi untuk menambah penghasilan pengrajin.

2. Strategi W-O (kelemahan – peluang)

Strategi W-O adalah strategi yang memanfaatkan peluang yang dimiliki oleh Kelompok UKM kerajinan rotan di Desa Delas untuk mengatasi berbagai kelemahan yang ada. Strategi W-O pada pemasaran kerajinan rotan di Desa Delas sebagai berikut:

a. Peningkatan media promosi produk

Promosi merupakan hal yang tak terpisahkan dalam bisnis, dengan promosi, produk yang dijual menjadi populer dimata calon konsumen karena telah mengetahui produk yang ditawarkan. Dana promosi perlu dialokasikan dalam bisnis. Kegiatan promosi harus digiatkan agar masyarakat pada umumnya lebih mengetahui tentang kerajinan rotan, diantaranya melalui media masa, *website*, radio, tingkatkan kualitas pelayanan, mengembangkan pemesanan melalui *delivery*, buat tempat khusus untuk memamerkan produk dan membeli langsung.

b. Perlu adanya bantuan pemerintah dalam bentuk binaan untuk meningkatkan skil bagi para pengrajin

Dukungan dari pemerintah terhadap suatu usaha itu sangatlah penting. Usaha kerajinan rotan yang ada di Desa Delas ini masih membutuhkan dukungan pemerintah dalam bentuk seperti pembinaan, pembukaan pameran dan lainnya. Agar usaha kecil yang dilakukan pengrajin di Desa Delas dapat lebih berkembang bukan hanya didalam daerah saja tapi ke luar daerah juga.

3. Strategi S-T (kekuatan – ancaman)

Strategi S-T adalah strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh kelompok UKM kerajinan rotan untuk mengatasi berbagai ancaman yang berasal dari luar kelompok UKM kerajinan rotan. Strategi S-T dalam pemasaran kerajinan rotan di Desa Delas sebagai berikut:

a. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk

Membuat produk dari rotan yang berkualitas dan berbagai bentuk produk baru seperti ragak motor, tanggok, suyak dan produk lainnya untuk memanfaatkan peluang yang lebih besar, hal ini bertujuan agar pengrajin dapat membuat produk baru yang berbeda dengan produk yang sudah ada. Dengan demikian pengrajin mempunyai jenis produk lebih dari satu untuk dipasarkan, sehingga memerlukan perhatian tersendiri terutama dalam sistem pemasarannya, dikarenakan tidak setiap wilayah pasar mempunyai jenis produk lebih dari satu untuk dipasarkan, sehingga memerlukan perhatian tersendiri terutama dalam sistem pemasarannya, dikarenakan tidak setiap wilayah pasar mempunyai kedudukan dan informasi yang sama.

b. Membuat Toko UKM kerajinan rotan

Di saat daya beli masyarakat semakin meningkat, keinginan untuk membuat toko UKM kerajinan rotan pun harusnya ditingkatkan. Inilah yang melahirkan tempat-tempat semacam pasar kerajinan rotan. Membuka suatu tempat berupa toko kerajinan rotan yang akan mempermudah konsumen untuk mencari produk kerajinan rotan.

4. Strategi W-T (kelemahan – ancaman)

Strategi W-T adalah strategi yang meminimalkan kelemahan yang ada pada Kelompok UKM kerajinan rotan di Desa Delas dan menghindari berbagai ancaman yang berasal dari luar lingkungan kelompok UKM kerajinan rotan. Dari analisis matriks SWOT, strategi W-T dalam pemasaran kerajinan rotan sebagai berikut :

a. Memperluas jaringan pemasaran dengan pemanfaatan media promosi secara maksimal

Memanfaatkan jaringan internet untuk memasarkan produk, menjadi salah satu strategi khusus bagi pengrajin rotan untuk memperluas peluang pasar yang dimiliki. Saat ini sudah banyak pelaku usaha yang berhasil mengeksport produk unggulan yang diciptakan berkat bantuan jaringan internet. Hal ini menjadi bukti nyata bagi pelaku usaha bahwa internet memberikan peranan yang cukup penting untuk kemajuan usaha di dalam negeri. UKM Kerajinan rotan sudah dapat memanfaatkan secara maksimal media promosi yang tersedia. Di antaranya, melalui media elektronika (TV dan radio), internet dan *handphone*. Semua media ini merupakan alat yang baik bagi para pengrajin untuk menjalankan promosi Kerajinan rotan.

b. Menciptakan produk dengan kualitas

Menciptakan produk yang baik adalah salah satu cara untuk memikat konsumen dengan kerajinan produk baru, seperti pembuatan tanggok rotan, suyak dan ragak motor dan sebagainya, sehingga bagi pengrajin bisa menambah keuntungan lagi. Langkah-langkah penting untuk menciptakan produk baru:

- a) Mengembangkan ide produk
- b) Menentukan apa yang konsumen butuhkan
- c) Menilai kelayakan ide produk
- d) Merancang dan Menguji produk
- e) Mendistribusikan dan Mempromosikan produk
- f) Pengawasan paska produksi.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Usaha Kecil Menengah (UKM) kerajinan rotan memiliki pendapatan cukup baik hal ini berdasarkan hasil penelitian, pendapatan rata-rata perbulan pengrajin rotan sebesar Rp2.478.333, penerimaan Rp 5.670.000 dan biaya produksi sebesar Rp 3.191.667.
2. Strategi pemasaran Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan rotan di Desa Delas Kecamatan Air Gegas Kabupaten Bangka Selatan adalah strategi S-O yakni menjaga kualitas produk untuk meningkatkan daya saing, memperluas jaringan pemasaran dan pelayanan yang memuaskan, strategi W-O yakni meningkatkan media promosi produk dan perlu adanya bantuan pemerintah dalam bentuk binaan, strategi S-T yakni mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan pembuatan toko UKM kerajinan rotan, dan strategi W-T yakni memperluas jaringan pemasaran dengan pemanfaatan media promosi secara maksimal dan menciptakan produk berkualitas.

Saran

Saran yang dapat peneliti sampaikan adalah :

1. Kepada kelompok kerajinan rotan dalam pengembangan strategi pemasaran kerajinan rotan diharapkan dapat meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat melalui sosialisasi langsung maupun melalui media massa sehingga masyarakat mengetahui tentang produk dari hasil olahan kerajinan rotan dan pemasaran kerajinan rotan harus ditingkatkan.
2. Kepada pemerintah perlu mengadakan program yang lebih optimal sehingga pemasaran produk dapat ditingkatkan dan dapat dipercaya oleh konsumen, dalam UKM kerajinan rotan perlu ditingkatkan lagi untuk mengadakan kegiatan seperti pelatihan dan pembinaan yang intensif kepada anggota sehingga dapat meningkatkan skill sumber daya manusia di kelompok kerajinan rotan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alrasyid, H., & J. Dali. 2005. Prospek budi daya rotan potensial. *Proc. Lokakarya Nasional Rotan*.
- Angga, S. 2010. Strategi Pengembangan Pemasaran UKM Pengrajin Sepatu Sandal di Ciomas Kabupaten Bogor. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan UKM*.
- Anoraga, Pandji, dan Djoko, Sudantoko. 2002. *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Azhari, Saleh Irsan. 2002. *Industri Kecil Sebuah Tinjauan Dan Perbandingan*. Jakarta: LP3ES.
- Dina, W.S. 2011. Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Bordir Di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kendal. *Jurnal Penelitian dan Strategi Pengembangan Industri Kecil*.
- Fitragusi, V. 2014. *Analisis Deskriptif Perilaku Kewirausahaan pada Pengusaha Industri Mochi di Kota Sukabumi*. Universitas Pendidikan Indonesia
- Fred, R. D. 2009. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat
- Irdiansya, D. 2010. Prospek Usaha Pengolahan Resam dan Rotan di Kecamatan Kelapa Kabupaten Bangka Barat. *Jurusan Agribisnis*. Universitas Bangka Belitung.
- Irawan, dan Suparmoko, M. 2002. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: BPFYogyakarta.
- Januminro. 2003. *Rotan Indonesia*. Yogyakarta : KANISIUS

- Kartasapoetra, 2014. *Profil Industri Kerajinan Dulang dan Sumbangannya terhadap Pendapatan Total Rumah Tangga Petani*. Universitas Udayana.
- Kuncoro, Mudrajat. 2000. *Usaha Kecil di Indonesia : Profil, Masalah dan Strategi Pemberdayaan*. Tersedia pada: [http:// www.google.com](http://www.google.com) .(20 Agustus 2009).
- Mankiw, N. G. 2003. *Teori Makro Ekonomi Terjemahan*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Moh. Nazir. 2005, *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Prasetyo, P. E. 2004. Strategi Pemberdayaan Industri Kecil Dan Kerajinan Melalui Faktor Internal Dan Eksternal. *Jurnal Ekonomi*
- Rahim, A. dan Hastuti, D. R. W. 2007. *Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rangkuty, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Ikrar Mandiriabadi.
- Setri, H.S. 2014. Strategi Pengembangan Industri Kecil Produk Rotan di Kota Medan. *Jurnal Penelitian Strategi Pengembangan Industri Produk Rotan*.
- Soekartawi. 2003. *Agribisnis Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta
- Sugiarto, Agus. 2005. *Korespondensi Bisnis*. Gaya Media: Yogyakarta.
- Sunandar, D. 2011. *Efisiensi Pemasaran Usaha Kerajinan Ragak Motor di Desa Terentang Kecamatan Kelapa Kabupaten Bangka Barat*. Universitas Bangka Belitung.
- Tambunan, T. T. H. 2000. *Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali
- Wirartha, I. M. 2005. *Metodologi Penelitian Social Ekonomi*. Yogyakarta : ANDI