

## STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN HASIL INDUSTRI EKONOMI KREATIF DI KOTA PALANGKA RAYA

Novita Chandra Wijaya

Fakultas Pertanian Universitas PGRI Palangka Raya  
(email: novitachandrawijaya@gmail.com)

### Abstrak

*Novita Chandra Wijaya, 2015. Product Development Strategy Creative Economy Industry Leading Results In the city of Palangkaraya. Thesis Master of Science in Management, Graduate University of Palangkaraya. Under the guidance of the Danes Jaya Negara and Tresia Kristiana.*

*This study aims to: 1). Specify 1 (one) of the most superior type of product from each group of craftsmen, entrepreneurs Material Wood household furniture and household furnishings Entrepreneur Material Aluminum types of industrial products of the creative economy in the city of Palangkaraya based on existing criteria. 2). Develop strategies and policies for the development of 1 (one) of the most superior products from each group creative economy in the city of Palangkaraya namely the craftsmen, entrepreneurs group Material Wood household furniture and household furnishings Employers group Material Aluminium based strengths, weaknesses, opportunities and challenges in its development efforts.*

*This research method through a systematic and structured approach. Systematic approach in which aspects of the research is always based on the aspect of Internal and External Aspects, both the potential and problems. While structured approach, namely: step strategy formulation always begins with identifying and assessing aspects of Internal and External Aspects, which was then followed by combining both aspects.*

*Based on the analysis of Expert Choice AHP program version 11.0 for a data value interest Saaty scale as calculation (attached) and SWOT analysis obtained results of the analysis can be concluded that: 1). The most superior product yield creative economy industry for this type of business in the city of Palangkaraya Crafts is Anyaman Rotan, industry for this type of business processing industry Appliances Wood materials is the type Lemari Kayu, and industry for this type of industry efforts Appliances Processing of Aluminium materials is the type Etalase. 2). The strategy should the government do Palangkaraya to develop Anyaman Rotan Crafts, Household Furniture Material Wood*

*Wardrobe in particular types of products and Appliances Material Aluminum particular types of products Showcase by building industry materials processing semi-finished and finished materials of rattan, wood and aluminum, open up investment opportunities widest, capital, possible market, improve service quality products, provide centers of the sale of products, improve the promotion, improve price stability, improve the quality of human resources, improving quality design products, develop innovative types of products, develop marketing research activities and processing, applying environmentally friendly technologies. 3). Measures taken in the form of trade policies rattan, wood and aluminum in essence swinging from one side to the opposite side with a slight variation. Swing to one side benefit manufacturers of rattan, wood and aluminum raw and consumer detriment processing industry as rattan, wood and aluminum raw, while others harm producers swing rattan, wood and aluminum raw and benefit consumers.*

**Keywords: Strategy Development - Product Highlights - Results Creative Industry**

## **Pendahuluan**

Di Indonesia, khususnya pada era otonomi daerah seperti sekarang ini, pembangunan ekonomi lokal mestinya berbasis potensi daerah. Skala unggulan daerah harus ditetapkan baik secara sektoral maupun skala lebih kecil yaitu jenis produk yang mempunyai nilai tinggi berupa produk hasil industri ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi.

Menurut Departemen Perdagangan, (2007) ada beberapa arah dari

pengembangan industri kreatif ini, seperti pengembangan yang lebih menitikberatkan pada industri berbasis: (1) lapangan usaha kreatif dan budaya (*creative cultural industry*); (2) lapangan usaha kreatif (*creative industry*), atau (3) Hak Kekayaan Intelektual seperti hak cipta (*copyright industry*).

Dalam menentukan produk unggulan hasil industri ekonomi kreatif sangat penting adalah kriteria suatu produk termasuk unggulan atau tidak terutama yang berbasis lokal dengan kualitas ekspor, sehingga pemasarannya diharapkan tidak hanya bersifat lokal tetapi juga memasuki pasar global (*ekspor*). Ada pun kriteria produk unggulan daerah menurut Kepmendagri Nomor : 050.05/30/Bangda, tanggal 7 Januari 1999 terdapat 7 (tujuh) kriteria, yaitu :

1. Kandungan lokal yang memiliki cukup menonjol dan *inovatif* baik sektor *agribisnis*, industri maupun jasa;
2. Memiliki daya saing tinggi dipasaran, baik ciri, kualitas maupun harga yang kompetitif, serta jangkauan pemasaran

- yang luas baik lokal, nasional maupun global (ekspor);
3. Mempunyai ciri khas Daerah karena melibatkan masyarakat yang banyak (tenaga kerja setempat);
  4. Mempunyai jaminan dan kandungan bahan baku lokal yang cukup banyak, stabil dan berkelanjutan;
  5. Difokuskan pada produk yang memiliki "nilai tambah tinggi", baik kemasan maupun pengolahannya;
  6. Secara ekonomi menguntungkan dan bermanfaat untuk meningkatkan pendapatan dan kemampuan sumber daya, manusia dan masyarakat;
  7. Ramah lingkungan serta tidak merusak budaya setempat.

Provinsi Kalimantan Tengah merupakan salah satu Provinsi yang memiliki produk ekonomi kreatif terutama yang berbasis lokal. Dalam hal ini Kota Palangka Raya merupakan sentra industri ekonomi kreatif, seperti Pengarjin Rotan, Benang Bintik, dan Kerajinan Getah Nyatu; sementara itu terdapat juga banyak pengusaha (UMKM) yang bergerak di bidang industri ekonomi kreatif ini seperti pengusaha Perabot Rumah Tangga yang terbuat dari bahan Kayu berupa Lemari Kayu, Kursi dan Meja; juga terdapat pengusaha Perabot Rumah Tangga yang terbuat dari bahan Aluminium.

Dari pengamatan peneliti terutama pada tahun-tahun terakhir ini sangat banyak pengrajin dan pengusaha yang bergerak dibidang industri ekonomi kreatif ini dimana pasarnya cukup baik pada skala lokal, regional, nasional maupun internasional (*ekspor*) hal ini dapat dilihat pada banyaknya penjualan hasil industri ekonomi kreatif yang konsumennya berupa masyarakat kota Palangka Raya sendiri, para tamu pemerintah, wisatawan lokal maupun asing, baik untuk dipakai sendiri, hadiah berupa souvenir, maupun dalam jumlah besar yang dipasarkan ke daerah lain dalam wilayah Provinsi Kalimantan Tengah, Provinsi lain bahkan

dijual ke luar negeri (pada kesempatan pentas seni dan budaya dalam rangka promosi daerah) di beberapa negara seperti Jerman, Belanda, Jepang, Korea, dan lain-lain.

Data statistik dari Disperindag Kota Palangka pada tahun 2014 mencatat bahwa jenis industri, jumlah usaha, tenaga kerja, nilai investasi dan nilai produksi industri kecil dan menengah yang merupakan industri ekonomi kreatif, seperti diuraikan pada tabel berikut :

**Tabel Jenis Industri, Jumlah Unit Usaha, Tenaga Kerja, Nilai Investasi dan Nilai Produksi Industri Kecil dan Menengah di Kota Palangka Raya Tahun 2014.**

Jenis Industri	Unit Usaha	Tenaga Kerja (org)	Nilai Investasi (Rp. 000)	Nilai Produksi (Rp. 000)
Pangan	271	652	2.588.656	9.808.904
Sandang	68	187	1.557.280	3.057.003
Kimia dan Komponen Bahan Bangunan	410	1.619	32.384.418	56.063.862
ILME	228	636	7.316.520	17.966.456
Kerajinan	42	305	1.069.159	3.182.622
Jumlah	1.019	3.399	44.916.042	90.078.907

Sumber : Disperindag Kota Palangka Raya, 2015

Dari tabel tersebut di atas dapat dilihat bahwa industri kecil dan menengah yang dikelompokkan dalam 5 jenis industri, dimana jenis yang paling banyak ada di Kota Palangka Raya berupa industri kimia dan komponen bahan bangunan yaitu sebanyak 410 buah. Dari jumlah usaha tersebut mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 1.619 orang, nilai investasi sebesar Rp. 32,384,418 juta dengan nilai produksi sebesar Rp. 56.063,862 juta dan yang paling sedikit berupa jenis industri kerajinan yaitu hanya 42 buah mampu menyerap tenaga kerja sebanyak

305 orang, nilai investasi sebesar Rp. 1.069,159 juta dengan nilai produksi sebesar Rp. 3.182,622 juta; sementara itu jenis industri sandang berjumlah 68 buah, mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 187 orang, nilai investasi sebanyak Rp. 1.557,280 juta dengan nilai produksi sebanyak Rp. 3.057,063 juta.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di muka dapat diketahui bahwa produk unggulan hasil industri ekonomi kreatif di Kota Palangka Raya Provinsi Kalimantan Tengah perlu pengembangan pasar terutama pasar luar negeri (*ekspor*) sesuai dengan potensi yang dimiliki. Atas dasar ini, penulis melakukan penelitian dengan judul : “Strategi Pengembangan Produk Unggulan Hasil Industri Ekonomi Kreatif di Kota Palangka Raya”.

### Rumusan Masalah

1. Bagaimana menentukan 1 (satu) jenis produk paling unggul untuk masing-masing kelompok jenis usaha, dari : Kelompok Pengrajin, berupa : Kerajinan Anyaman Rotan, Benang Bintik, dan Kerajinan Getah Nyatu; Kelompok Pengusaha Perabot Rumah Tangga yang terbuat dari Bahan Kayu, berupa : Lemari Kayu, Kursi dan Meja; dan Kelompok Pengusaha Perabot Rumah Tangga yang terbuat dari Bahan Aluminium berupa : Etalase, Rolling Door dan Lemari Aluminium, berdasarkan kriteria yang ada?
2. Bagaimana strategi dan kebijakan pengembangan 1 (satu) produk paling unggul dari masing-masing kelompok ekonomi kreatif di Kota Palangka Raya, berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan dalam upaya pengembangannya?

### Tujuan Penelitian

1. Menentukan 1 (satu) jenis produk paling unggul dari masing-masing Kelompok Pengrajin, Pengusaha Perabot rumah tangga Bahan Kayu dan Pengusaha Perabot rumah tangga

Bahan Aluminium jenis produk hasil industri ekonomi kreatif di Kota Palangka Raya berdasarkan kriteria yang ada.

2. Menyusun strategi dan kebijakan pengembangan 1 (satu) produk paling unggul dari masing-masing kelompok ekonomi kreatif di Kota Palangka Raya berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan dalam upaya pengembangannya.

### Tinjauan Pustaka

#### 1. Ekonomi Kreatif

Konsep Ekonomi Kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang penopang utamanya adalah informasi dan kreativitas dimana ide dan *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi. Perkembangan tersebut boleh dikatakan sebagai dampak dari struktur perekonomian dunia yang tengah mengalami gelombang transformasi teknologi dengan laju yang cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, dari yang tadinya berbasis Sumber Daya Alam (SDA) diikuti menjadi berbasis Sumber Daya Manusia (SDM), dari era genetika dan ekstraktif ke era manufaktur dan jasa informasi serta perkembangan terakhir masuk ke era ekonomi kreatif. Namun demikian konsep tentang ekonomi kreatif, rupanya bukan konsep yang sama sekali baru, secara tersirat dalam risalah klasiknya tahun 1911, melalui *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklungen* (Teori Pembangunan Ekonomi), Schumpeter mengusulkan sebuah teori tentang “*creative destruction*”. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan baru dengan spirit kewirausahaan muncul dan menggantikan perusahaan lama yang kurang inovatif.

Dalam konsep kewirausahaan maupun konsep ekonomi kreatif terdapat unsur benang merah yang sama, yakni terdapat konsep kreativitas, ide atau gagasan serta konsep inovasi. Kreativitas adalah proses berfikir dan menggugah inspirasi dengan cara yang berbeda dari biasanya, dimana seseorang tertantang untuk dapat melahirkan suatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Kreativitas dalam bisnis adalah bagaimana cara menerapkan kreativitas dalam pekerjaan yang sedang kita lakukan agar dapat memunculkan produk, prosedur dan struktur baru sekaligus meningkatkan cara kerja kita kearah yang lebih baik. Apa yang dibutuhkan oleh bisnis adalah penerapan proses kreatif pada masalah, isu, kesempatan dan peluang yang ada pada saat ini. Sementara produk kreatif, adalah kemampuan untuk melahirkan sesuatu benda atau hal yang sebelumnya sama sekali belum ada untuk dipergunakan. Ide yang kreatif dikaitkan dengan ide yang baru, yakni paling tidak untuk orang yang bersangkutan ide kreatif ini dapat melibatkan sebuah usaha penggabungan dua hal atau lebih ide-ide secara langsung (John Adair, 1996)

Istilah Ekonomi Kreatif pertama kali diperkenalkan oleh tokoh bernama John Howkins, penulis buku "*Creative Economy, How People Make Money from Ideas*". Jhon Howkins adalah seorang yang multi profesi. Selain sebagai pembuat film dari Inggris ia juga aktif menyuarakan ekonomi kreatif kepada pemerintah Inggris sehingga dia banyak terlibat dalam diskusi-diskusi pembentukan kebijakan ekonomi kreatif dikalangan pemerintahan negara-negara Eropa. Menurut definisi Howkins, Ekonomi Kreatif adalah

kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah Gagasan.

## 2. Sub-Sektor Industri Kreatif

Industri kreatif dapat dikelompokkan menjadi 14 subsektor. Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia dalam buku Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif 2025, ke 14 subsektor industri kreatif Indonesia adalah : periklanan (*advertising*), arsitektur, pasar barang seni, kerajinan (*craft*), desain, fesyen (*fashion*) , video, film dan fotografi, permainan interaktif (*game*), music, seni pertunjukan (*showbiz*), penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan perangkat lunak (*software*), televisi & radio (*broadcasting*), riset dan pengembangan (r&d)

## 3. Kebijakan Pemerintah Mengenai Formalitas Usaha

Ada tiga alasan utama mengapa pemerintah mengatur aktivitas sektor swasta: (i) perlindungan bagi publik (misalnya dari aktivitas-aktivitas yang berbahaya), (ii) kompensasi bagi kegagalan pasar (misalnya monopoli), dan (iii) penciptaan pendapatan bagi tujuan pemerataan. Pemerintah mengatur formasi dan operasi usaha dalam bentuk pendaftaran, lisensi, permit dan ijin; berdasarkan kombinasi dari alasan-alasan tersebut di atas. Oleh karena peran UMKM yang demikian signifikan dalam pertumbuhan ekonomi dan pengurangan kemiskinan, maka adalah penting bahwa semua wilayah kebijakan pemerintah secara bersama-sama memberikan kontribusi bagi pembentukan suatu lingkungan peraturan yang kondusif bagi fleksibilitas dan daya saing usaha, (ADB, 2001).

Pemenuhan berbagai persyaratan yang ditetapkan untuk memulai dan menjalankan suatu usaha adalah proses yang perlu dilalui setiap usaha sebelum menjadi badan hukum yang sah. Setelah melalui proses ini, sebuah badan usaha akan mendapatkan manfaat dalam bentuk pengakuan legal atau formalisasi, seperti perlindungan terhadap hutang hingga batas tertentu atau akses ke berbagai pelayanan formal (seperti pinjaman bank). Namun demikian, persyaratan yang telah ditetapkan ini juga membawa konsekuensi dari pemenuhannya.

### 1. Perijinan dan Persyarata Usaha

Peraturan-peraturan pemerintah dapat dikelompokkan berdasarkan kaitannya dengan siklus usaha. Misalnya, pada tahap memulai usaha ada persyaratan-persyaratan lokasi usaha dan persyaratan pendaftaran. Pada tahap operasional dan pengembangan usaha ada ijin impor dan ekspor atau peraturan-peraturan yang berkaitan dengan lingkungan. Pada tahap penutupan usaha ada prosedur untuk dinyatakan bangkrut atau gulung tikar. Berikut ini definisi dari perijinan usaha, permit, pendaftaran usaha menurut ADB (2001).

#### 1. Perijinan Usaha

Ijin usaha adalah suatu ijin umum yang formal bagi suatu badan usaha untuk memasuki suatu pasar dan menjalankan usaha. Pengaturan badan-badan usaha secara sistematis dan transparan dapat meningkatkan kepercayaan dan perlindungan konsumen serta meningkatkan pengembangan pasar dan persaingan. Tidak dimilikinya ijin akan merugikan (ADB, 2001)

- a. Ijin Usaha Umum
- b. Ijin Usaha Khusus

#### 2. Permit

Permit berkaitan dengan aktivitas-aktivitas yang umumnya dilarang, seperti penggunaan racun atau pembuatan senjata api, namun pemerintah memberikan pengecualian dengan persyaratan - persyaratan tertentu.

#### 3. Pendaftaran Usaha

Tujuan dari melakukan pendaftaran bukanlah untuk mengatur aktivitas melainkan untuk menciptakan suatu struktur informasi dasar. Struktur informasi dasar ini biasanya mencakup registrasi dari (i) tempat kediaman, (ii) perusahaan-perusahaan, (iii) tanah, dan (iv) tanggung jawab (misalnya tanggung jawab untuk membayar pajak). Pendaftaran usaha bermanfaat bagi pemerintah karena membantu menyediakan informasi yang lengkap dan selalu diperbarui mengenai populasi usaha untuk dipakai dalam pembuatan kebijakan publik dan keperluan administratif lainnya. Bagi dunia usaha, pendaftaran merupakan langkah penting yang relatif sederhana untuk memperoleh formalisasi dan berbagai keuntungan dari status hukum yang formal. Status hukum yang jelas akan memperkuat posisi usaha di hadapan administrasi publik (usaha-usaha informal, misalnya, selalu menjadi korban pungutan tidak resmi) dan dapat meningkatkan akses ke berbagai pelayanan seperti pembiayaan dari bank. (ADB, 2001)

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, yang dimaksud Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini. Adapun kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro.
  - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00,- (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00,- (tiga ratus juta rupiah);
2. Usaha Kecil.
  - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00,- (lima puluh juta rupiah), sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000,00,- (dua milyar lima ratus juta rupiah)
3. Usaha Menengah.
  - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00,- (lima ratus juta rupiah), sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00,- (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00,- (lima puluh milyar rupiah)
4. Industri dan dagang besar (ID-Besar) : 100 orang ke atas.  
Menurut Kementerian Perindustrian dan Kementerian Perdagangan yang dimaksud dengan industri-dagang mikro adalah industri-perdagangan yang mempunyai tenaga kerja 1-4 orang, sedangkan industri-dagang kecil adalah mempunyai tenaga kerja 5-19 orang. memiliki hasil

penjualan paling banyak Rp.100.000.000,- (seratus juta) per tahun, sedangkan usaha kecil memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.1.000.000.000,- (satu milyar) per tahun.

### 5. Produk dan Nilai Tambah Produk

Kotler (2002) mendefinisikan“ Produk adalah setiap tawaran yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan “. Istilah lain yang dipakai untuk menyebutkan produk adalah penawaran dan pemecahan. Produk atau penawaran dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu barang fisik, jasa dan gagasan. Tingkat kepentingan produk fisik lebih tergantung pada jasa yang mereka berikan kepada pemilikinya, sehingga produk fisik sebenarnya adalah sarana yang memberikan jasa kepada kita.

#### 1. Klasifikasi Produk

Produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok, yaitu:

- 1) Berdasarkan wujudnya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama, yaitu :
  - a. Barang
  - b. Jasa
- 2) Berdasarkan aspek daya tahannya produk dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu :
  - a. Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*)
  - b. Barang tahan lama (*durable goods*)
- 3) Berdasarkan tujuan konsumsi yaitu didasarkan pada siapa konsumennya dan untuk apa produk itu dikonsumsi, maka produk diklasifikasikan menjadi dua, yaitu:
  - a. Barang konsumsi (*consumer's goods*)
  - b. Barang industri (*industrial's goods*)

Menurut Kotler (2002), ”barang konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir sendiri (individu dan rumah tangga), bukan untuk

tujuan bisnis”. Pada umumnya barang konsumen dibedakan menjadi empat jenis:

- a) *Convenience goods*
- b) *Shopping goods*
- c) *Specialty goods*
- d) *Unsought goods*

## 6. Produk Unggulan

Produk unggulan merupakan produk yang potensial untuk dikembangkan dalam suatu kawasan (desa atau kecamatan) dengan memanfaatkan sumberdaya alam dan sumberdaya manusia setempat, serta untuk mendatangkan pendapatan bagi masyarakat pelaku usaha dan pemerintah. Produk unggulan juga merupakan produk yang memiliki daya saing, berorientasi pasar dan ramah lingkungan, sehingga tercipta keunggulan kompetitif yang siap menghadapi persaingan global.

Setelah teridentifikasi sebagai agregat dari produk unggulan daerah maka bahan informasi ini kemudian didiskusikan dengan stakeholder setempat melalui kegiatan Focus Group Discussion. Stakeholder daerah akan menyebutkan berbagai produk yang dianggap sebagai unggulan. Dengan persepsi dan preferensi masing-masing, para stakeholder ini juga dapat diminta untuk membandingkan keunggulan masing-masing produk tersebut. Menggunakan metode analitis lalu dirumuskan urutan produk unggulan daerah berdasarkan persepsi keunggulan stakeholder setempat.

## 7. AHP (*Analytic Hierarchy Process*)

*Analytic Hierarchy Process* (AHP), dikembangkan di Wharton School of Business oleh Thomas Saaty (1993). memungkinkan pengambil keputusan untuk memodelkan masalah kompleks dalam struktur hierarkis yang menunjukkan hubungan tujuan. AHP memungkinkan untuk data aplikasi,

pengalaman, wawasan, dan intuisi dalam cara yang logis dan komprehensif. menggabungkan kedua objektif dan subjektif pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan.

## 8. SWOT

Analisis SWOT (*Strengths* = S, *Weaknesses* = W, *Opportunities* = O, *Threats* = T) atau kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman/tantangan, merupakan alat analisis untuk mengidentifikasi kondisi dan situasi yang sistematis terhadap lingkungan internal dan eksternal suatu produk / komoditas, perusahaan, institusi, atau kegiatan. Hasil analisis SWOT dijadikan bahan dasar dalam mencari alternatif formulasi strategi kebijakan suatu kegiatan.

1. *Kekuatan (Strengths)*. Kekuatan merupakan unsur internal (kondisi) yang dimiliki oleh suatu komoditas, perusahaan, lembaga, atau institusi tersebut.
2. *Kelemahan (Weaknesses)*. Kelemahan merupakan unsur internal (kondisi) suatu produk / komoditas, perusahaan, lembaga, atau institusi tersebut. Kelemahan-kelemahan yang ada perlu diperhatikan agar tidak menjadi penghambat keberhasilan.
3. *Peluang (Opportunities)*. Peluang merupakan unsur eksternal (situasi) suatu produk / komoditas, perusahaan, atau institusi tersebut. Peluang adalah situasi yang dapat berupa perubahan teknologi, perubahan kebijakan pemerintah (deregulasi dan debirokratisasi) di bidang perdagangan.
4. *Ancaman/Tantangan (Threats)*. Ancaman/tantangan merupakan unsur eksternal (situasi) suatu komoditas, perusahaan, atau institusi tersebut. Ancaman/tantangan adalah situasi merugikan dari lingkungan eksternal.



### Metode Penelitian

Penelitian ini berjenis deskriptif kualitatif. Peneliti akan mendeskripsikan Pengembangan Produk Unggulan hasil Industri Ekonomi Kreatif di Kota Palangka Raya. Data yang dikumpulkan terdiri atas data *sekunder* dan data *primer*. Data *primer* berasal dari lokasi penelitian secara langsung, baik yang dilakukan melalui kuesioner, wawancara maupun diskusi. Sedangkan data *sekunder* diperoleh melalui *survey instansional* yang berupa peraturan-peraturan, laporan-laporan dan data tertulis lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini Sebagai populasi pada penelitian ini adalah semua pengusaha dan hasil produksi industri ekonomi kreatif dari Pengusaha Pengrajin, Pengusaha Perabot Rumah Tangga dari bahan kayu dan Pengusaha Perabot Rumah Tangga dari bahan aluminium yang ada di Kota palangka Raya; sedangkan sebagai sampel di ambil masing-masing 3 jenis produk ekonomi kreatif pada tiga kelompok usaha tersebut, yaitu : Produksi hasil Pengrajin, Produksi hasil industri Pengusaha Perabot Rumah Tangga Bahan Kayu, dan Produksi hasil industri Pengusaha Perabot Rumah Tangga Bahan Aluminium. Secara keseluruhan Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 macam, Metode Analisis AHP dan Analisis SWOT.

### Hasil dan Pembahasan

#### Hasil Analisis AHP (*Analytic Hierarchy Process*)

Analisis *AHP*, digunakan untuk menentukan produk paling unggul dari semua produk kandidat (unggulan) masing-masing kelompok Pengrajin : Anyaman Rotan, Benang Bintik dan Getah Nyatu; Pengusaha Perabot Rumah Tangga Bahan Kayu : Lemari Kayu, Meja Kayu dan Kursi Kayu dan Perabot Rumah tangga Bahan Aluminium :

Lemari Aluminium, Etalase dan Rolling Door. Dari hasil analisis (terlampir) diperoleh:

#### Tabel Hasil Analisis AHP Menurut Kelompok Usaha, Jenis Produk Unggulan, Total Nilai, Rerata Terbobot dan Rankingnya Di Kota Palangka Raya.

Kelompok Usaha	Jenis Produk Unggulan	Total Nilai	Rerata Terbobot	Ranking
1. Pengrajin	Anyaman Rotan	3,363	0,480	1
	Kain Batik	2,267	0,324	2
	Getah Nyatu	1,368	0,195	3
2. Pengusaha Bhn Kayu	Lemari Kayu	2,898	0,414	1
	Meja Kayu	2,231	0,319	2
	Korsi Kayu	1,867	0,267	3
3. Pengusaha Bhn Aluminium	Etalase	3,436	0,491	1
	Lemari Aluminium	2,103	0,300	2
	Rolling Door	1,458	0,208	3

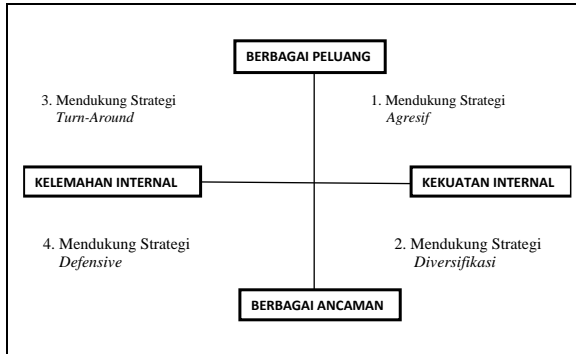
Dari hasil analisis pada tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk kelompok usaha Pengrajin, yang menempati ranking 1 adalah Anyaman Rotan, diikuti Kain Batik ranking 2 dan Gatah Nyatu ranking 3; sementara itu untuk pengusaha perabot rumah tangga bahan kayu yang menempati ranking 1 adalah Lemari Kayu, diikuti oleh Meja Kayu ranking 2 dan Korsi Kayu ranking 3; sedangkan untuk pengusaha perabot rumah tangga bahan aluminium yang menempati ranking 1 adalah Etalase, diikuti oleh Lemari Aluminium ranking 2 dan Rolling Door ranking 3.

#### Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai factor secara sistimatis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*), disamping itu analisis ini juga membandingkan antara factor

eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan factor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*)

### 1. SWOT – Strategi Kebijakan Produk Anyaman Rotan.

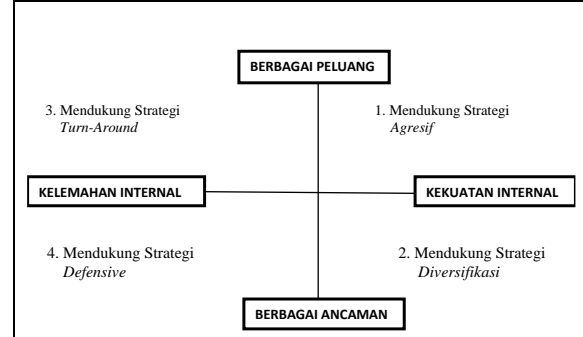


**Gambar Empat Kuadran Analisis SWOT - Strategi Kebijakan (Untuk Produk Anyaman Rotan)**

- I. Kuadran 1 : Daerah yang paling menguntungkan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).
- II. Kuadran 2 : Daerah yang meskipun menghadapi berbagai ancaman. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah menggunakan kekuatan untuk peluang jangka panjang dengan cara strategi difersifikasi baik produk maupun pasarnya.
- III. Kuadran 3 : Daerah dimana Produk Anyaman Rotan memiliki peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Strategi yang harus diambil dalam kondisi ini adalah meminimalkan masalah-masalah pengembangan produk anyaman rotan terutama yang berhubungan dengan kualitas produk sehingga dapat membuat peluang pasar yang lebih baik.
- IV. Kuadran 4 : Daerah yang sangat tidak menguntungkan. Strategi yang diambil mencari solusi untuk mengatasi berbagai macam ancaman dan kelemahan

internal yang dimiliki baik, teknologi, tenaga kerja, permodalan, dan lain-lain secara komprehensif.

### 2. SWOT Pengembangan Produk Lemari Kayu

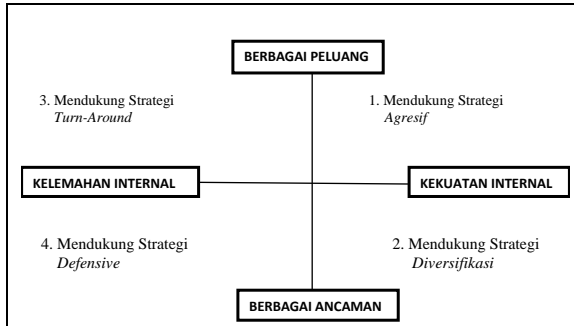


**Gambar Empat Kuadran Analisis SWOT - Strategi Kebijakan (Untuk Produk Lemari Kayu)**

- I. Kuadran 1 : Daerah yang paling menguntungkan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).
- II. Kuadran 2 : Daerah yang meskipun menghadapi berbagai ancaman Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah menggunakan kekuatan untuk peluang jangka panjang dengan cara strategi difersifikasi baik produk maupun pasarnya.
- III. Kuadran 3 : Daerah dimana Produk Lemari Kayu memiliki peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Strategi yang harus diambil dalam kondisi ini adalah meminimalkan masalah-masalah pengembangan produk anyaman rotan terutama yang berhubungan dengan kualitas produk sehingga dapat membuat peluang pasar yang lebih baik.
- IV. Kuadran 4 : Daerah yang sangat tidak menguntungkan. Produk Lemari Kayu menghadapi berbagai macam ancaman dan kelemahan internal. Strategi

yang diambil mencari solusi untuk mengatasi berbagai macam ancaman dan kelemahan internal yang dimiliki baik, teknologi, tenaga kerja, permodalan, dan lain-lain secara komprehensif.

### 3. SWOT – Strategi Kebijakan Produk *Etalase*.



**Gambar Empat Kuadran Analisis SWOT - Strategi Kebijakan (Untuk Produk *Etalase*)**

1. Kuadran 1 : Daerah yang paling menguntungkan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).
2. Kuadran 2 : Daerah yang meskipun menghadapi berbagai ancaman. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah menggunakan kekuatan untuk peluang jangka panjang dengan cara strategi difersifikasi baik produk maupun pasarnya.
3. Kuadran 3 : Daerah dimana Produk *Etalase* memiliki peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Strategi yang harus diambil dalam kondisi ini adalah meminimalkan masalah-masalah pengembangan produk anyaman rotan terutama yang berhubungan dengan kualitas produk sehingga dapat membuat peluang pasar yang lebih baik.
4. Kuadran 4 : Daerah yang sangat tidak menguntungkan. Produk *Etalase*

menghadapi berbagai macam ancaman dan kelemahan internal. Strategi yang diambil mencari solusi untuk mengatasi berbagai macam ancaman dan kelemahan internal yang dimiliki baik, teknologi, tenaga kerja, permodalan, dan lain-lain secara komprehensif.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini, dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain, yaitu :

1. Produk paling unggul hasil produksi industry ekonomi kreatif untuk jenis usaha Kerajinan di Kota Palangka Raya adalah Anyaman Rotan, untuk jenis usaha industry Pengolahan Perabot Rumah Tangga bahan Kayu adalah Lemari Kayu, dan untuk jenis usaha industry Pengolahan Perabot Rumah Tangga dari bahan Aluminium adalah Etalase.
2. Strategi yang harus dilakukan pemerintah Kota Palangka Raya untuk mengembangkan Kerajinan Anyaman Rotan, Perabot Rumah Tangga Bahan Kayu khususnya jenis produk Lemari Kayu dan Perabot Rumah Tangga Bahan Aluminium khususnya jenis produk Etalase dengan cara membangun Industri pengolahan bahan setengah jadi dan bahan jadi rotan, kayu dan aluminium, membuka peluang investasi yang seluas-luasnya, meningkatkan layanan kualitas produk, menyediakan sentra-sentra penjualan hasil produksi, meningkatkan promosi, meningkatkan stabilitas harga, meningkatkan kualitas SDM, meningkatkan kualitas design produk, mengembangkan inovasi jenis produk, mengembangkan berbagai kegiatan research pemasaran dan pengolahan, menerapkan teknologi yang ramah lingkungan.

3. Kebijakan yang diambil berupa kebijakan perdagangan rotan, kayu dan aluminium pada intinya berayun dari satu sisi ke sisi yang berlawanan dengan sedikit variasi. Ayunan ke satu sisi menguntungkan produsen rotan, kayu dan aluminium mentah dan merugikan industry pengolahan sebagai konsumen rotan, kayu dan aluminium mentah, sementara ayunan yang lain merugikan produsen rotan, kayu dan aluminium mentah dan menguntungkan konsumennya.

### Saran

Pada penelitian ini, penulis mengajukan beberapa saran antara lain, yaitu :

1. Untuk meningkatkan hasil produk industry ekonomi kreatif di Kota Palangka Raya kepada Pemerintah Daerah Kota Palangka Raya dan instansi terkait, khususnya Kementerian Perindustrian dan Perdagangan hendaknya dapat memberikan bimbingan teknis untuk meningkatkan kualitas produk, seperti pelatihan ketenagakerjaan, memberikan bantuan mesin-mesin (teknologi) sesuai dengan jenis produk yang dihasilkan, keringanan pajak, kemudahan untuk memperoleh permodalan.
2. Produk hasil industry ekonomi kreatif di Kota Palangka Raya merupakan salah satu komoditi yang dapat diharapkan peranannya sebagai sumber devisa, yaitu dengan cara mendorong usaha ini untuk meningkatkan kualitas produknya dengan nilai tambah dan daya saing tinggi terutama daya saing produk pada pasar global (ekspor) antara lain dengan cara meningkatkan kualitas bahan baku, serta meningkatkan penggunaan teknologi dalam proses produksi, mempermudah

tata niaga ekspor, meningkatkan promosi baik pada skala regional, nasional maupun global, dan lain-lain yang terkait.

3. Untuk memperoleh kepastian hukum dalam usaha industry ekonomi kreatif ini, maka kepada pihak yang berwenang di Kota Palangka Raya dapat memberikan kemudahan dalam memperoleh perizinan kepada pengrajin atau pengusaha sesuai peraturan perundangan yang berlaku.

### Referensi

- Anonim, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 *Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*
- Anonim, 2012, *Contoh Matriks SWOT untuk Faktor Internal dan Eksternal*  
<http://luk.staff.ugm.ac.id/phk/ContohSWOT.pdf> (Diakses, 10 Maret 2012)
- Anonim, Badan Pusat Statistik, 2013. *Pendapatan Regional Kalimantan Tengah 2013*. BPS Provinsi Kalimantan Tengah. Kerjasama BPS, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kalimantan Tengah.
- Anonim, Badan Pusat Statistik, 2008. *Profil Usaha Kecil dan Menengah Tidak Berbadan Hukum Tahun 2006*, BPS Jakarta, Indonesia.
- Anonim, Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008, *Studi Pemetaan Industri Kreatif Tahun 2007* : Buku Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia s/d Tahun 2025, diakses pada tanggal 1 Nopember 2014 melalui <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/31611/5/Chapter%2>

- [01.pdf](#).
- Anonim, Asian Development Bank (ADB), 2001. *Upaya Meringankan Beban Regulasi Bagi UKM Melalui Penyederhanaan Prosedur Perijinan Usaha dan Fasilitas Unit Pelayanan Terpadu*, SDB SME Development.
- Anonim, Departemen Perindustrian, 2007, *Jurnal*, “Kajian Pengembangan Kompetisi Inti Daerah Kabupaten Cirebon”, MACON Consulting and Training Services, PT. Multi Area Conindo
- Arvianto Ari, dkk, 2013, *Jurnal* “Strategi Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Mebel Rotan Single Chair Dengan Analisis Rantai Nilai (Studi Kasus Klaster Mebel Rotan Kabupaten Cirebon)”, J@TI Undip, Vol. VIII, No.2, Mei 2013
- Anggraini, Nenny, 2008. “Industri Kreatif”, *Jurnal ekonomi* Desember 2008 Volume XIII No. 3 hal.144-151.
- Adair, John, 1996, Konsep Kewirausahaan, *Jurnal*, diakses pada tanggal 3 Nopember 2014 melalui:  
[https://www.google.co.id/?gws\\_rd=cr&ei=WIQVVJG9GoaQuASn24GYCA#q=john%20adair%2c%201996](https://www.google.co.id/?gws_rd=cr&ei=WIQVVJG9GoaQuASn24GYCA#q=john%20adair%2c%201996)
- Gibbons et al. (1994) dalam *The New Production of Knowledge* dan Nowotny et al (2001) dalam *Re-Thinking Science*. (<http://arifh.blogdetik.com/industri-kreatif/pdf>), (diakses, tanggal 26 Pebruari 2015)
- Hj. Hodidjah, dkk, 2011, *Hasil Penelitian*, Program IPTEKS bagi Masyarakat (IbM) Kelompok Usaha Pemuda Bidang Kerajinan, Souvenir, Sablon Dan Percetakan (Studi Kasus Kampung Karanggedang Kelurahan Linggasari Kecamatan Kabupaten Ciamis), diakses pada tanggal 1 Nopember 2014 melalui:  
[https://www.google.co.id/?gws\\_rd=cr&ei=WIQVVJG9GoaQuASn24GYCA#q=hj.%20hodidjah%2c%20jurnal%2c%202011](https://www.google.co.id/?gws_rd=cr&ei=WIQVVJG9GoaQuASn24GYCA#q=hj.%20hodidjah%2c%20jurnal%2c%202011)
- Heru Yulius, dkk, 2008, *Jurnal*, “Strategi Pemasaran Mebel Kayu Sentra Industri Kecil Pondok Bambu Jakarta Timur”, JMHT Vol. XIV, (2) : 73-80, Agustus 2008, ISSN : 0215-157X
- Kotler, 2002, Tjiptono 1997, Produk dan Nilai Tambah, *Jurnal* : <http://digilib.petra.ac.id/jiunkpe/s1/masa/2011/jiunkpe-ns-s1-2011-36405040-20181-mandiri-chapter2.pdf> (diakses tanggal 10 Maret 2012)
- Pranata Yenni, 2013, *Jurnal*, “Pengelolaan Dana Pengembangan Fungsi Sumber Daya Manusia Pada UD. Delta Aluminium Surabaya”, AGORA Vol. 1, (2013)
- Pusparini, Hesti, 2011, *Hasil Penelitian*, ”Strategi Pengembangan Industri Kreatif di Sumatera Barat”, diakses pada tanggal 2 Nopember 2014 melalui  
[http://pasca.unand.ac.id/id/wp-content/uploads/2011/09/Artikel-Hesti\\_Pusparini\\_0921206005.pdf](http://pasca.unand.ac.id/id/wp-content/uploads/2011/09/Artikel-Hesti_Pusparini_0921206005.pdf)
- Pakerti, A, 1999, *Hasil Penelitian* yang dimuat pada jurnal P&PT No 9 Th. 1999, diakses pada tanggal 5 Nopember 2014.
- Rianse, Usman, dkk, 2013, *1 Nasional*, “Peranan Pemerintah dan Perguruan Tinggi Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Lokal”, disampaikan pada Kongres Kebudayaan Indonesia (KKI) Tahun 2013, Yogyakarta 8-11

Oktober 2013, diakses pada tanggal 20 Oktober 2014.

Saaty L, Thomas, (1993), Analytical Hierarchy Process (AHP), *Jurnal* :<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/20560/3/Chapter%20II.pdf> (Diakses 10 Maret 2012)

Suparwoko, 2010, Pengembangan Ekonomi Kreatif Penggerak Industri Pariwisata, *Jurnal*, diakses melalui : [http://dppm.uui.ac.id/dokumen/dikti/files/DPPMUUI\\_07.\\_5266\\_Pengembangan\\_Ekonomi\\_Kreatif\\_Sebagai\\_Penggerak\\_Industri\\_Pariwisata.pdf](http://dppm.uui.ac.id/dokumen/dikti/files/DPPMUUI_07._5266_Pengembangan_Ekonomi_Kreatif_Sebagai_Penggerak_Industri_Pariwisata.pdf). pada tanggal 25 Oktober 2014

Sufridson, Muses Embang, dkk. (2012) “Kajian Pengembangan Produk Unggulan OVOP Daerah Kalimantan Tengah”, penelitian kerjasama Universitas Palangka Raya dengan Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Kalimantan Tengah

Tambunan, T., 2001, *Perkembangan UKM dalam Era AFTA* : Peluang, Tantangan, Permasalahan dan Alternatif Solusinya, Kerjasama antara Yayasan Indonesia Forum dengan FE UI