

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN TANGAN MASYARAKAT LOKAL DI KAMPUNG MUPURUKA KABUPATEN MIMIKA

Yahya Nusa *¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Jembatan Bulan, Timika, Indonesia
yahya.nusa.yn@gmail.com

Theresia Kabarubun

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Jembatan Bulan, Timika, Indonesia
kabarubuntheresia@gmail.com

Theresia Magdarike Kuum

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Jembatan Bulan, Timika, Indonesia
kumtheresia88@gmail.com

Abstract

This research aims to determine the strategy for developing local community handicraft businesses in Mupuruka village. and to determine business growth and take advantage of opportunities to achieve business improvement in the strategy for developing local community handicraft businesses in Mupuruka village. The method used in this research is descriptive. Namely to develop a Local Community Handicraft Business Development Strategy in Mupuruka Village, Mimika Regency. The SWOT analysis instrument from the research results of handicraft businesses such as carvings/carvings, woven/noken, stick plates can be carried out by procurement and promotion to customers to contribute to increasing community self-reliance to improve welfare and can become a quality of carving and woven craftsmen as a culture. local community.

Keywords; Business development, growth and business improvement

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha kerajinan tangan masyarakat lokal di kampung mupuruka. dan untuk mengetahui pertumbuhan bisnis dan memanfaatkan peluang dalam untuk mencapai peningkatan bisnis dalam strategi pengembangan usaha kerajinan tangan masyarakat lokal di kampung mupuruka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Yaitu untuk mengembangkan Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tangan Masyarakat Lokal di Kampung Mupuruka Kabupaten Mimika. Instrumen analisis SWOT dari hasil penelitian usaha kerajinan tangan seperti, ukiran/pahatan, anyaman/noken, piring lidi dapat dilakukan dengan pengadaan dan promosi kepada pelanggan untuk kontribusi dalam peningkatan swadaya masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan dan dapat menjadi suatu kualitas pengrajin ukiran dan anyaman adalah sebagai budaya masyarakat lokal.

¹ Korespondensi Penulis

Kata Kunci; Pengembangan usaha, Pertumbuhan dan Peningkatan bisnis.

PENDAHULUAN

Mimika merupakan salah satu kabupaten di Indonesia yang dapat menghasilkan produk seni. Salah satu ciri khas produk kebudayaan yang dihasilkan adalah karya seni Suku Kamoro. Suku Kamoro merupakan salah satu suku terbesar yang mendiami pesisir selatan Kabupaten Mimika. Karya yang sangat terkenal adalah hasil kerajinan tangan seperti pahat kayu, tifa, patung, dan lain sebagainya. Beberapa benda kerajinan tangan yang memiliki nilai seni ini juga dahulu digunakan sebagai bagian dari upacara adat maupun ritual kebudayaan suku Kamoro.

Hasil kerajinan yang dihasilkan terutama ukiran kayu hanya boleh dibuat oleh orang asli suku Kamoro. Hal ini berhubungan dengan ciri khas dan nilai adat yang terkandung didalamnya. Itulah sebabnya ukiran atau patung yang dihasilkan terbatas. Hal ini berbeda dengan kerajinan tangan lain yang dihasilkan, misalnya tikar anyaman dan tas noken. Cara pembuatan kedua produk ini dapat diadopsi oleh orang luar (penduduk diluar suku Kamoro). Produktivitas masyarakat suku Kamoro juga didukung oleh pemerintah setempat dalam hal ini pemerintah desa. Salah satu contoh kontribusi pemerintah ialah melalui pelatihan dengan menggunakan dana desa dan berbagai aktivitas produksi lainnya sebagai upaya memberdayakan dan mendukung usaha kerajinan masyarakat lokal.

Sebagaimana dijelaskan oleh Krisna Wijaya (2010:2) dalam Kredit Mikro Pedesaan bahwa apabila usaha masyarakat hidup dan bertumbuh, berarti ada kegiatan ekonomi yang terus dan akan menjadi suatu mesin atau lokomotif dari sistem perekonomian masyarakat. Kalau dikembangkan dan disatukan dengan seluruh daerah-daerah dengan pola yang sama, maka muncullah gugus-gugus kekuatan ekonomi regional yang berbasis usaha mikro dan kecil di sektor pertanian. Kalau hal itu berkesinambungan, maka akan terbentuk apa yang disebut dengan ekonomi kerakyatan yang bertumpu pada kekuatan pasar secara natural. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa usaha masyarakat pedesaan dapat memberikan dampak yang besar kepada ekonomi nasional. Oleh sebab itu pemerintah sebagai pengatur dan pelaksana kebijakan harus mampu menciptakan program-program yang selaras dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat lokal (pribumi) dalam hal ini keberpihakan terhadap usaha masyarakat di Kampung Mupuruka.

Dalam UU Nomor 25 Tahun 2000 tentang Program Pembangunan Nasional (PROPENAS) Tahun 2000-2004 dan Program Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kabupaten Mimika dinyatakan bahwa tujuan pemberdayaan masyarakat adalah meningkatkan keberdayaan masyarakat melalui penguatan lembaga dan organisasi masyarakat setempat, penanggulangan kemiskinan dan perlindungan sosial masyarakat, peningkatan keswadayaan masyarakat luas guna membantu masyarakat untuk meningkatkan kehidupan ekonomi, sosial dan politik". Sehingga pencapaian

pembangunan untuk tujuan pemberdayaan masyarakat perlu didukung secara menyeluruh oleh perangkat pemerintah manapun masyarakat itu sendiri. Tersedianya alokasi dana desa dan adanya berbagai kegiatan pemerintah perlu dikaji kemudian untuk melihat seberapa jauh dampaknya terhadap peningkatan pendapatan maupun usaha masyarakat itu sendiri.

Kampung Mupuruka merupakan salah satu kampung di Kabupaten Mimika yang masih memiliki pematung tradisional. Patung-patung yang dihasilkan memiliki nilai dan ciri khas khusus yang menggambarkan *historical* budaya masyarakat daerah setempat, dalam hal ini Suku Kamoro. Biasanya ukuran dan bentuknya pun bervariasi, mulai dari ukuran terkecil, sedang hingga ukuran terbesar. Para pengrajin patung memasarkan hasil produksi (patung) mereka ke berbagai pihak, baik toko-toko seni di Kota Timika maupun permintaan dari penduduk Mimika hingga wisatawan asing.

Usaha masyarakat lokal menjadi salah satu tonggak terjadinya realisasi program yang dijalankan oleh pemerintah kampung, baik secara langsung maupun tidak. Namun, untuk mencapai proses peningkatan kesejahteraan masyarakat di kampung, memang bukanlah saja bertumpu pada usaha masyarakat itu sendiri namun juga merupakan keterlibatan dari kedua belah pihak, yaitu masyarakat dan pemerintah kampung.

Melihat lebih jauh akan adanya fenomena di atas tentang pentingnya strategi pengembangan suatu usaha atau bisnis lokal, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih seksama terhadap fenomena tersebut yakni **“Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tangan Masyarakat Lokal Di Kampung Mupuruka Kabupaten Mimika”**.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif. Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel lain (Sugiyono, 2009:35 dalam Elib Unikom, 2011:30). Sehingga penelitian deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena, dimana hasil akhirnya berupa tipologi atau pola-pola mengenai fenomena yang dibahas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Peneliti telah melakukan penelitian analisis SWOT pada Kelompok Kerajinan Tangan Kampung Mupuruka. Berdasarkan penelitian tersebut, maka dilakukan penelitian data berupa observasi, wawancara dan kuesioner. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan pengumpulan data kuesioner sebanyak 10 sampel, yang dibetuk dari setiap variabel SWOT. Tabel dibawah ini adalah indikator yang diberikan kepada responden yang membentuk variabel SWOT.

Tabel 5.1
Pernyataan Kuesioner Faktor Internal

No.	Kekuatan (STRENGTH)	No	Kelemahan (WEAK)
S1	Modal usaha yang besar	W1	Harga produk kerajinan tangan terjangkau di kalangan konsumen
S2	Tersedianya bahan baku di lingkungan sekitar	w2	Terjadi kerusakan bahan baku di lingkungan sekitar akibat hama
S3	Mempunyai seorang pengrajin patung dan anyaman yang handal	w3	Kurang kekompakan dalam menjalankan usaha pengrajin
S4	Memiliki keanggotaan usaha yang jelas dan lengkap	w4	Kurang mempromosikan hasil ukiran dan anyaman di media sosial
S5	Lokasi yang strategis		
S6	Model produk sesuai dengan kebutuhan pasar		
S7	Harga sesuai dengan mutu produk		
S8	Kebijakan penjualan dapat langsung diputuskan (potongah harga)		

Sumber: Data primer, diolah 2023

Tabel 5.2
Pernyataan Kuesioner Faktor Eksternal

No.	Peluang (OPORTUNITY)	No.	Ancaman (THREAT)
O1	Pangsa pasar yang luas	T1	Adanya pemberhentian bantuan dari pemerintah
O2	Kualitas Pelayanan jasa yang diakui oleh konsumen	T2	Ketidakersediaan pangsa pasar
O3	Kualitas hasil produksi	T3	Munculnya pesaing baru yang menduplikasi hasil produksi
O4	Usaha kerajinan didukung oleh pemerintah	T4	Jika usaha kerajinan tangan dibeli oleh pemasok dengan harga rendah
O5	Kemajuan teknologi saat ini	T5	Terjadinya peristiwa alam atau wabah yang menghambat proses produksi
O6	Banyaknya peminat dari masyarakat terhadap produk		
O7	Hubungan dengan pemasok produk		
O8	Banyaknya peminat dari luar daerah dan negeri		
O9	Promosi produk dari konsumen		
O10	Pelatihan dan pendanaan dari pemerintah kampung bermanfaat untuk usaha		

Sumber: Data primer, diolah 2023

Berikutnya adalah analisa perhitungan data dari jumlah responden yang memberikan skala penilaian pada setiap pernyataan yang disajikan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 5.3 dibawah ini.

Tabel 5.3
Data Hasil Kuesioner dan Pemberian Rating Faktor Internal

URAIAN	1	2	3	4	5
Matriks Faktor Strategi Internal					
Kekuatan	1	2	3	4	5
1. Modal usaha yang besar	1	0	1	7	1
2. Mengutamakan kualitas pelayanan demi mencapai loyalitas konsumen	0	1	0	7	2
3. Mengutamakan kualitas produk demi kenyamanan konsumen	0	0	2	6	2
4. Memiliki keanggotaan usaha yang jelas dan lengkap	0	0	0	9	1

5. Lokasi yang strategis	0	0	1	5	4
6. Model produk sesuai dengan kebutuhan pasar	2	0	2	4	2
7. Harga sesuai dengan mutu produk	1	0	0	4	6
8. Kebijakan penjualan dapat langsung diputuskan (potongang harga)	1	0	1	6	2
Kelemahan	1	2	3	4	5
1. Harga produk kerajinan tangan terjangkau di kalangan konsumen	1	1	1	7	0
2. Hasil produksi yang sulit berinovasi	0	3	2	5	0
3. Hasil produksi terbatas	0	2	1	7	0
4. Pengrajin tangan belum memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai bagian promosi	1	0	0	5	4

Sumber: Data primer, diolah 2023

Pada tabel 5.3 dapat terlihat dengan jelas bahwa dilakukan perhitungan berupa data dari jumlah responden yang telah memberikan skala penilaian rating pada masing-masing pernyataan. Contohnya pada pernyataan no 1, modal usaha yang besar dengan jumlah responden yang mengisi nilai rating 1 sebanyak 1 responden, nilai rating 2 ada 1 responden, nilai rating 3 ada 1 responden, nilai rating 4 ada 7 responden dan nilai rating 5 ada 0 responden.

Tabel 5.4
Data Hasil Kuesioner dan Pemberian Rating Faktor Eksternal

Matriks Faktor Strategi Eksternal					
Peluang	1	2	3	4	5
1. Pangsa pasar yang luas	1	1	2	5	1
2. Kualitas Pelayanan jasa yang diakui oleh konsumen	0	1	2	7	0
3. Kualitas hasil produksi	0	0	6	4	0
4. Usaha kerajinan didukung oleh pemerintah	0	1	0	5	4
5. Kemajuan teknologi saat ini	0	3	0	2	5
6. Banyaknya peminat dari masyarakat terhadap produk	0	1	0	5	4
7. Hubungan dengan pemasok produk	0	0	5	4	1
8. Banyaknya peminat dari luar daerah dan negri	0	4	2	6	0
9. Promosi produk dari konsumen	0	0	1	4	5
10. Pelatihan dan pendanaan dari pemerintah kampung bermanfaat untuk usaha	0	0	1	6	3
Ancaman	1	2	3	4	5
1. Adanya pemberhentian bantuan dari pemerintah	2	6	0	2	0

2. Ketidaktersediaan pangsa pasar	0	5	1	3	1
3. Munculnya pesaing baru yang menduplikasi hasil produksi	0	6	2	1	1
4. Jika usaha kerajinan tangan dibeli oleh pemasok dengan harga rendah	0	5	2	1	2
5. Terjadinya peristiwa alam atau wabah yang menghambat proses produksi	2	0	3	5	0

Sumber: Data primer, diolah 2023

Tabel 5.4 merupakan olahan data dari hasil kuesioner yang dijumlahkan berdasarkan total rating yang telah diisi oleh responden, dimana contoh perhitungannya sama dengan tabel 5.3.

Pembahasan Hasil Analisis

Analisis Bobot dan Rating Matriks

Untuk melakukan analisis bobot dan rating matriks maka diperlukan penggunaan IFAS, yaitu perhitungan matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*). Perhitungan matriks IFAS merupakan alat perhitungan untuk menentukan bobot, rating dan skor. Dimana, jumlah bobot tidak melebihi jumlah 1,00, dan menghitung nilai rating masing-masing faktor dengan memberikan skala 1 (dibawah rata-rata/sangat tidak setuju) sampai dengan skala 5 sangat setuju. Berikut adalah tabel hasil perhitungan matriks IFAS.

Tabel 5.5
Perhitungan Matriks Internal Strategic Factor Analisis Summary (IFAS)

URAIAN	Bobot	Rating	Skor
Matriks Faktor Strategi Internal			
Kekuatan			
1. Modal usaha yang besar	0,07	4	0,28
2. Mengutamakan kualitas pelayanan demi mencapai loyalitas konsumen	0,09	4	0,36
3. Mengutamakan kualitas produk demi kenyamanan konsumen	0,09	4	0,36
4. Memiliki keanggotaan usaha yang jelas dan lengkap	0,09	4	0,36
5. Lokasi yang strategis	0,09	4	0,36
6. Model produk sesuai dengan kebutuhan pasar	0,07	3	0,21
7. Harga sesuai dengan mutu produk	0,10	5	0,5

8. Kebijakan penjualan dapat langsung diputuskan (potongang harga)	0,08	4	0,32
<u>Total Kekuatan</u>	<u>0,68</u>		<u>2,68</u>
Kelemahan			
1. Harga produk kerajinan tangan terjangkau di kalangan konsumen	0,07	3	0,21
2. Hasil produksi yang sulit berinovasi	0,07	3	0,21
3. Hasil produksi terbatas	0,08	4	0,32
4. Pengrajin tangan belum memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai bagian promosi	0,09	4	0,36
<u>Total Kelemahan</u>	<u>0,32</u>		<u>1,21</u>
<u>Total Faktor Internal</u>	<u>1,00</u>		

Sumber: Data primer, diolah 2023

Contoh analisis IFAS dengan perhitungan bobot, rating dan skor kekuatan pada No.1 adalah:

a. Analisis perhitungan bobot untuk faktor kekuatan diperoleh dari total jawaban 10 responden dibagi dengan total perhitungan data kuesioner IFAS yaitu diperoleh bahwa hasil bobot = $\frac{34}{462} = 0,0745931$, dibulatkan 0,07.

b. Analisis perhitungan rating untuk faktor peluang kekuatan diperoleh dari total jumlah seluruh jawaban 10 responden dibagi dengan jumlah responden.

Analisisnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Rating} = \frac{34}{10} = 3,4 \text{ dibulatkan } 3.$$

c. Analisis perhitungan skor untuk faktor kekuatan diperoleh dari perkalian antara bobot dan rating. Hasilnya yang diperoleh adalah :

$$\text{Bobot} \times \text{Rating} = 0,07 \times 3 = 0,21.$$

Setelah memperoleh hasil analisa dari IFAS maka dilakukan pula analisa yang sama pada matrik EFAS (*Matriks Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*). Analisa IFAS yaitu diawali dengan menentukan bobot, rating hingga skor. Dimana jumlah bobot tidak melebihi jumlah 1,00. Perlu diperhatikan juga bahwa penghitungan nilai rating masing-masing faktor adalah dengan memberikan skala 1 (dibawah rata-rata/tidak setuju) sampai dengan 5 sangat setuju. Berikut ini adalah tabel hasil perhitungan matrik EFAS. Nilai rating kekuatan dan kelemahan selalu bertolak belakang, begitu juga dengan peluang dan ancaman. Hasil analisis dari EFAS dapat dilihat pada tabel 5.6 berikut.

Tabel 5.6
Perhitungan Matriks Eksternal Strategic Factor Analysis
Summary (EFAS)

Matriks Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
1. Pangsa pasar yang luas	0,06	3	0,18
2. Kualitas Pelayanan jasa yang diakui oleh konsumen	0,07	4	0,28
3. Kualitas hasil produksi	0,06	3	0,18
4. Usaha kerajinan didukung oleh pemerintah	0,08	4	0,32
5. Kemajuan teknologi saat ini	0,07	4	0,28
6. Banyaknya peminat dari masyarakat terhadap produk	0,08	4	0,32
7. Hubungan dengan pemasok produk	0,08	4	0,32
8. Banyaknya peminat dari luar daerah dan negri	0,07	4	0,28
9. Promosi produk dari konsumen	0,08	4	0,32
10. Pelatihan dan pendanaan dari pemerintah kampung bermanfaat untuk usaha	0,08	4	0,32
Total Peluang	0,73		2,80
Ancaman			
1. Adanya pemberhentian bantuan dari pemerintah	0,04	2	0,08
2. Ketidaktersediaan pangsa pasar	0,06	3	0,18
3. Munculnya pesaing baru yang menduplikasi hasil produksi	0,05	3	0,15
4. Jika usaha kerajinan tangan dibeli oleh pemasok dengan harga rendah	0,06	3	0,18
5. Terjadinya peristiwa alam atau wabah yang menghambat proses produksi	0,06	3	0,18
Total Ancaman	0,27		0,77
Total Faktor Eksternal	1,00		

Contoh analisis EFAS perhitungan bobot, rating dan skor peluang pada No.1 adalah:

- a. Hasil analisis bobot untuk faktor peluang diperoleh dari total jawaban 10 responden dibagi dengan total perhitungan data kuesioner EFAS yaitu diperoleh bahwa hasil bobot = $\frac{34}{497} = 0,0684105$ dibulatkan 0,06.

- b. Hasil analisis rating untuk faktor peluang, diperoleh dari total jumlah jawaban 10 responden dibagi dengan jumlah responden. Hasil analisisnya adalah sebagai berikut : $\text{Rating} = \frac{34}{10} = 3,4$ dibulatkan 3.
- c. Hasil Analisis skor untuk faktor kekuatan diperoleh dari perkalian antara bobot dan rating. Hasil yang diperoleh adalah $\text{Bobot} \times \text{Rating} = 0,06 \times 3 = 0,18$.

Maka, hasil analisis skor matriks IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut :

- a) Total skor kekuatan (*strengths*) = 2,68.
- b) Total skor kelemahan (*weaknesses*) = 1,21.
- c) Total skor peluang (*opportunities*) = 2,80.
- d) Total skor ancaman (*threats*) = 0,77.

Diagram Cartesius Analisis SWOT

Dari hasil perhitungan pada faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Diagram SWOT, dapat dilihat pada gambar 5.1. Rumus untuk mencari titik koordinatnya yaitu sebagai berikut : (x,y)

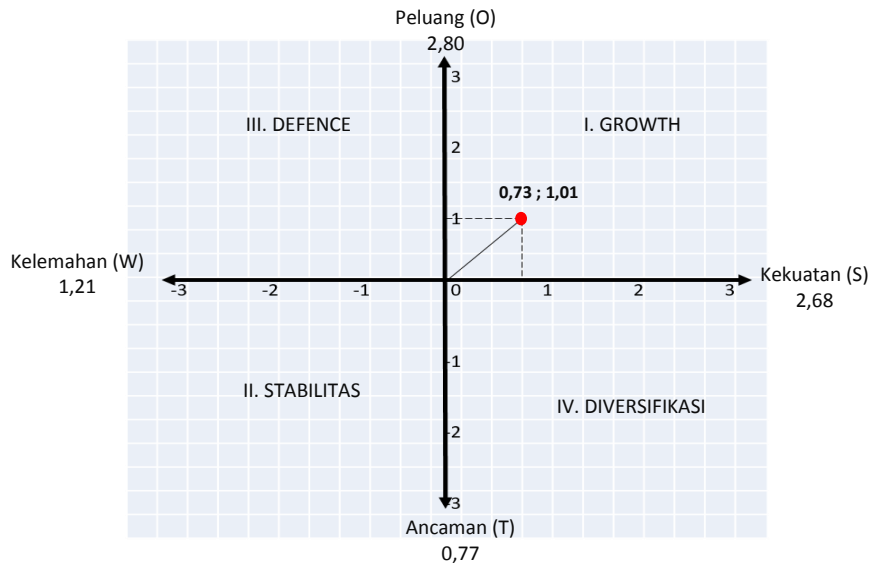
Untuk mencari koordinatnya, dapat dicari dengan cara sebagai berikut :

- a. Koordinat analisis internal ; koordinat analisis eksternal

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Total skor kekuatan} - \text{total skor kelemahan}}{2} ; \frac{\text{Total skor peluang} - \text{total skor ancaman}}{2} \\
 &= \frac{S - W}{2} ; \frac{O - T}{2} \\
 &= \frac{2,68 - 1,21}{2} ; \frac{2,80 - 0,77}{2} = 0,73 ; 1,01
 \end{aligned}$$

- b. Maka, titik koordinatnya terletak pada (0,73 ; 1,01)

Gambar 5.1 Diagram Cartesius SWOT



Matriks SWOT

Alat yang dipakai untuk merumuskan alternatif strategi bisnis untuk group kerajinan tangan Kampung Mupuruka adalah matriks SWOT. Nilai total dari faktor internal dan eksternal dapat digambarkan pada diagram analisis SWOT serta rumus kombinasi matrik SWOT. Rumusan alternatif strategi merupakan alternatif yang digunakan untuk group kerajinan dalam menjalankan bisnis kedepannya. Berikut ini adalah hasil dari kombinasi matrik yang didapat dari indikator dan dilakukan kombinasi antara faktor internal dan eksternal.

Tabel 5.7
Kombinasi Strategi Matriks SWOT Group Kerajinan Tangan
Kampung Mupuruka

	Kekuatan (STRENGTH)		Kelemahan (WEAK)	
	S1	S2	W1	W2
IFAS	Modal usaha yang besar	Mengutamakan kualitas pelayanan demi mencapai loyalitas konsumen	Harga produk kerajinan tangan terjangkau di kalangan konsumen	Hasil produksi yang sulit berinovasi
	EFAS			

	<p>S3 Mengutamakan kualitas produk demi kenyamanan konsumen</p> <p>S4 Memiliki keanggotaan usaha yang jelas dan lengkap</p> <p>S5 Lokasi yang strategis</p> <p>S6 Model produk sesuai dengan kebutuhan pasar</p> <p>S7 Harga sesuai dengan mutu produk</p> <p>S8 Kebijakan penjualan dapat langsung diputuskan (potongah harga)</p>	<p>W3 Hasil produksi terbatas</p> <p>W4 Pengrajin tangan belum memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai bagian promosi</p>
Peluang(OPORTUNITY)	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
O1 Pangsa pasar yang luas	a Pemberian harga terjangkau guna peningkatan kegiatan bisnis (S1, S8, S9, O1, O2)	a Memanfaatkan bantuan dan dukungan pemerintah guna menekan modal usaha (W1, O4)
O2 Kualitas Pelayanan jasa yang diakui oleh konsumen	b Memaksimalkan tenaga kerja (anggota) dan mesin sesuai trend dan harga yang terjangkau (O3, O5, S1, S2, S3, S4, S7)	b Memanfaatkan kemajuan teknologi dan pelayanan yang muaskan untuk berinovasi guna meningkatkan hasil produksi yang unikW2, W3, W4, O2, O3, O5, O6)
O3 Kualitas hasil produksi	c Memaksimalkan lokasi strategis dalam	

		pelayanan yang baik (S5, O6, O7, O8)	
O4	Usaha kerajinan didukung oleh pemerintah	d Memaksimalkan hubungan dengan pemasok guna perluasan promosi produk (S1, S7, S8, S9, O2, O6, O7, O8, O9)	
O5	Kemajuan teknologi saat ini	Memaksimalkan dukungan pemerintah dalam peningkatan kualitas produk (S2, S3, S6, S7, S8, O3, O4)	
O6	Banyaknya peminat dari masyarakat terhadap produk		
O7	Hubungan dengan pemasok produk		
O8	Banyaknya peminat dari luar daerah dan negeri		
O10	Pelatihan dan pendanaan dari pemerintah kampung bermanfaat untuk usaha		
Ancaman (THREAT)		STRATEGI S-T	STRATEGI W-T

T1	Adanya pemberhentian bantuan dari pemerintah	a Memaksimalkan fasilitas dan dukungan yang dimiliki agar bisnis tidak tergantung pada bantuan terbatas (S4, S5, S6, T1)	a. Melakukan Promosi yang inovatif (T1, T3, W2, W4)
T2	Ketidakterersediaan pangsa pasar	b Memaksimalkan harga dan kualitas produksi dan layanan guna dengan inovasi model dan fungsi produksi sehingga menciptakan pangsa pasar tersendiri dengan apresiasi harga dan kualitas dari konsumen (T2, T3, T4, S2, S3, S7, S8, S9)	b. Memberikan pelayanan yang maksimal dan menjaga kualitas produk dengan harga yang terjangkau (T2, T4,
T3	Munculnya pesaing baru yang menduplikasi hasil produksi	c Mempersiapkan produksi yang sesuai dengan keadaan dan situasi di lapangan guna menghindari fluktuasi kerugian akibat ketidakstabilan	c. Menjaga hubungan baik dengan pelanggan (T2, W1)

			n keuangan negara/daerah (S1, S7, S8, T52, T5)		
T4	Jika usaha kerajinan tangan dibeli oleh pemasok dengan harga rendah			d.	Mencari peluang guna memasarkan produk keberbagai wilayah (dalam-luar negeri) T1, T2, T3, W2, W3)
T5	Terjadinya peristiwa alam atau wabah yang menghambat proses produksi (krisis moneter, dll)				

Sumber: Data primer, diolah 2023

Setelah dilakukannya analisa matriks SWOT, maka selanjutnya penulis menggunakan analisis model kuantitatif sebagai dasar dari jumlah nilai skor pada setiap faktor yang ada pada masing-masing strategi S-O, W-O, S-T dan W-T. Berikut ini adalah tabel model kuantitatif rumusan strategi.

Tabel 5.8
Tabel Model Kuantitatif Rumusan Strategi

IFAS	Strength (S)	Weakness (W)
EFAS		
Opportunities (O)	Strategi S-O : Penggunaan kekuatan untuk manfaatkan peluang = 5,48	Strategi W-O : Minimalkan kelemahan melalui pemanfaatan peluang = 4,70
Threats (T)	Strategi S-T : Penggunaan kekuatan untuk dapat mengatasi	Strategi W-T : Minimalkan kelemahan dengan menghindari

	ancaman = 3,45	ancaman = 1,98
--	----------------	----------------

Sumber: Data primer, diolah 2023

- a. Contoh perhitungan untuk S-O :
Total skor Strength (S) + total skor Opportunities (O) = 2,68 + 2,80 = 5,48
- b. Perhitungan untuk W-O :
Total skor Weakness (W) + total skor Opportunities (O) = 1,21 + 2,80 = 4,01
- c. Perhitungan untuk S-T :
Total skor Strength (S) + total skor Treaths (T) = 2,68 + 0,77 = 3,45
- d. Perhitungan untuk W-T :
Total skor Weakness (W) + total skor Treaths (T) = 1,21 + 0,77 = 1,98

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti menggunakan metode wawancara langsung pada group kerajinan tangan Kampung Mupuruka. Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka diperoleh data yang kemudian diolah untuk dianalisis guna menemukan strategi bisnis. Situasi ini juga dapat menolong grup mengambil tindakan atau merespon kondisi yang dapat diupayakan untuk mencegah terjadinya kegagalan bisnis.

Pada hasil analisis SWOT pada group kerajinan tangan Kampung Mupuruka bahwa dana desa dan pelatihan kerajinan tangan dari pemerintah dapat mendukung pengembangan usaha kerajinan tangan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis pada gambar diagram 5.1 yang memperlihatkan kekuatan dan kelemahan berada di nilai 0,73 sedangkan peluang dan ancaman berada di bilai 1,01. Artinya, area SWOT berada di wilayah growth yang berarti bahwa semua komponen kekuatan dapat menekan kelemahan dan semua komponen peluang dapat mengendalikan ancaman sehingga usaha yang dijalankan oleh grup kerajinan tangan dapat berkembang dan bertumbuh secara sehat. Dengan demikian, ini membuktikan bahwa rumusan masalah dari penelitian, yaitu “apakah dana desa dan pelatihan kerajinan tangan dari pemerintah kampung dapat mendukung pengembangan usaha kerajinan tangan masyarakat kampung Mupuruka?” telah terjawab.

Pembahasan Hasil Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat analisis yang digunakan guna menyusun faktor-faktor strategi pemasaran. Melalui matriks ini peneliti dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh grup kerajinan tangan Kampung Mupuruka, dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini menghasilkan empat paket kemungkinan alternatif strategi yang dapat diambil oleh pimpinan grup dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Matriks SWOT dari grup kerajinan tangan Mupuruka dapat dilihat pada gambar 5.9, dimana dihasilkan penjelasan sebagai berikut:

1. Strategi *Strength-Opportunity*

Strategi *Strength-Opportunities* ini, merupakan penggunaan kekuatan yang dimiliki grup kampung Mupuruka untuk memanfaatkan semua peluang yang ada, sehingga grup usaha ini dapat memiliki keunggulan bersaing, jika dibandingkan dengan grup usaha serupa.

2. Pemberian harga yang terjangkau guna meningkatkan kegiatan usaha.

Grup kerajinan tang Kampung Mupuruka dapat mampu memberikan harga yang terjangkau guna memperoleh pangsa pasar yang lebih luas. Oleh sebab itu kualitas pelayanan jasa yang diakui oleh konsumen dapat mengoptimalkan hasil produksi.

3. Memaksimalkan Tenaga Kerja dan Mesin

Peluang-peluang yang mungkin terjadi misalnya dengan memaksimalkan tenaga kerja yang diperoleh dikombinasikan dengan mesin produksi. Hal ini bisa dilakukan dengan memanfaatkan bantuan pemerintah dan melakukan strategi potongan harga yang sesuai.

4. Memaksimalkan lokasi strategis dalam pelayanan yang baik

Kepemilikan gedung yang masih mengangkat proses produksi secara tradisional menjadikan grup kerajinan Mupuruka memiliki daya tarik tersendiri. Sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat atau pun pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan, karena adanya dorongan dari pengalaman yang dinikmati secara personal.

5. Memaksimalkan hubungan dengan pemasok guna perluasan promosi produk

Hasil produk yang bermutu dari grup kerajinan Mupuruka memberikan kesempatan kepada grup untuk memperluas penjualan hasil produksi melalui pihak ketiga, dalam hal ini adalah pemasok barang produksi. Dengan demikian pemanfaatan hubungan dengan pemasok dapat dimanfaatkan guna perluasan hasil produksi.

6. Peningkatan kualitas produk

Berdasarkan keterbukaan peluang untuk mendistribusi hasil produksi baik melalui pemasok, ataupun melalui aktivitas jual-beli secara langsung dilokasi penjualan (Kampung Mupuruka) grup wajib meningkatkan kualitas produk. Tujuannya untuk mempertahankan minat dan keyakinan pembeli terhadap produk kerajinan.

7. Strategi *Weakness-Opportunity*

Strategi ini diterapkan dengan cara meminimalkan kelemahan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang yang ada.

8. Memanfaatkan bantuan dan dukungan pemerintah guna menekan modal usaha

Kesempattan atau peluang yang dimiliki oleh grup kerajinan dapat digunakan untuk meminimalisir modal usaha yang timbul. Misalnya dukungan dana dan pelatihan yang diberikan oleh pemerintah desa dan daerah dapat digunakan untuk memperkecil biaya-biaya yang timbul akibat aktivitas produksi.

9. Memanfaatkan kemajuan teknologi dan pelayanan yang muaskan untuk berinovasi guna meningkatkan hasil produksi yang unik.

Dengan adanya peluang kemajuan teknologi, maka grup kerajinan Mupuruka wajib melakukan promosi yang dapat mamacu peningkatan minat dan keinginan konsumen. Dengan demikian hasil produksi akan semakin meningkat, sehingga grup kerajinan pun terdorong untuk menciptakan inovasi yang berguna demi mencapai kepuasan konsumen atas kualitas dan innovasi yang dihasilkan pada barang produksi.

10. Strategi *Strength-Threat*

Strategi ini diterapkan oleh grup kerajinan Mupuruka untuk memanfaatkan kekuatan yang ada dengan cara meminimalkan ancaman yang dimiliki, yaitu:

1) Memaksimalakan fasilitas dan dukungan yang dimiliki agar bisnis tidak tergantung dan terbatas hanya pada bantuan.

Poin dari strategi ini adalah bahwa grup kerajinan mengoptimalkan bantuan yang diberikan dari pemerintah sehingga ketika bantuan tersebut dihentikan, grup telah mampu mandiri.

2) Memaksimalkan harga dan kualitas produksi dan layanan

Ketika grup mampu memaksimalkan harga dan kualitas dari produksi yang dihasilkan, maka ancaman yang akan terjadi mampu diminimalisir. Strategi ini wajib direalisasikan oleh grup kerajinan guna

menciptakan pangsa pasar tersendiri. Hal ini juga dapat mendorong terciptanya inovasi model dan fungsi produksi.

- 3) Mempersiapkan produksi yang sesuai dengan keadaan dan situasi di lapangan guna menghindari fluktuasi kerugian akibat ketidakstabilan keuangan negara/daerah.

11. Strategi *Weekness-Threat*

Strategi ini direalisasikan dengan tujuan meminimalkan kelemahan yang dimiliki oleh grup kerajinan Mupuruka serta dengan menghindari ancaman. Dalam situasi bisnis ini, grup kerajinan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin hari semakin kompetitif.

- 1) Melakukan Promosi yang inovatif

Promosi yang inovatif dapat bernilai kreatif dan memicu peningkatan permintaan terhadap hasil produksi, sehingga hasil produksi bisa lebih bervariasi dan menarik untuk dipromosikan dan dijual dengan harga yang terjangkau.

- 2) Memberikan pelayanan yang maksimal dan menjaga kualitas produk dengan harga yang terjangkau

Pemberian pelayanan yang maksimal mulai dari permintaan pelanggan maupun pembeli sampai pada hasil barang produksi yang berkualitas dapat memperkecil adanya ancaman dan kelemahan baik berupa persaingan produksi dari kompetitor bisnis yang meniru hasil produksi maupun persaingan harga.

- 3) Menjaga hubungan baik dengan pelanggan

Membangun relasi yang baik dengan pelanggan dapat membangun isu kepercayaan yang secara langsung memberikan pengakuan yang kredibel terhadap kualitas layanan maupun hasil dari produksi barang.

- 4) Mencari peluang guna memasarkan produk ke berbagai wilayah (dalam-luar negeri)

Kekurangan pemanfaatan teknologi oleh grup kerajinan tangan kampung Mupuruka dapat diatasi dengan memanfaatkan peluang promosi dan penjualan melalui sosial media. Hal ini dapat secara langsung meningkatkan jumlah permintaan produk, karena pembeli yang berminat tidak hanya berasal dari kampung Mupuruka atau kota Timika saja, tapi juga dari seluruh wilayah di Indonesia bahkan di luar Indonesia. Sehingga pembeli potensial dapat berasal dari luar dan dalam negeri Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dana desa dan pelatihan kerajinan tangan dari pemerintah mendukung pengembangan usaha dan produksi kerajinan tangan masyarakat Kampung Mupuruka. Maka diketahui keadaan bisnis grup kerajinan tangan berada pada wilayah sehat (*growth*) dengan artinya S-O, artinya grup kerajinan tangan Kampung Mupuruka mengembangkan usaha dengan menggunakan kekuatan serta memanfaatkan peluang yang muncul sebagai akibat dari aktivitas bisnis.

Saran

Sebagai sarana untuk peningkatan wahana pendidikan dalam penelitian, maka saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut

1. Grup kerajinan tangan Kampung Mupuruka dan anggota disarankan untuk memaksimalkan bantuan pemerintah guna mewujudkan kemandirian bisnis kedepannya.
2. Grup kerajinan tangan Kampung Mupuruka disarankan untuk memaksimalkan penggunaan mesin dan teknologi untuk pengembangan bisnis.
3. Grup kerajinan tangan disarankan untuk merealisasikan hasil penelitian berupa strategi-strategi dari faktor internal maupun eksternal guna menghindari pertumbuhan bisnis yang tidak sehat.
4. Grup kerajinan tangan disarankan untuk tetap mempertahankan kualitas produk yang tradisional dan mencirikan karakter budaya kampung agar tetap mampu bersaing dengan produk kompetitor yang lebih modern seperti pengusaha kerajinan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinar, M., & Hasan, M. (2018). *Pengantar Ekonomi Teori dan Aplikasi*. CV. Nur Lina.
- Dirhamsyah, T., Mulyo, J. H., Darwanto, D. H., & Hartono, S. (2016). *Ketahanan Pangan*. Plantaxia Yogyakarta.
- Fathony, A. A., Iqbal, M., & Sopian, A. (2019). Pengaruh Alokasi Dana Desa Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Langonsari Kecamatan Pameungpeuk Kabupaten Bandung. *Ilmiah Akuntansi*, 10. <https://ejournal.unibba.ac.id/index.php/akurat/article/view/182>
- Indrawati, M. (2022). *Analisis SWOT usaha Rumah Tangga Kajian Dari Sisi Marketing Mix*. KYTA Jaya Mandiri.
- Mubyarto dkk. (2014). *Ekonomi Kerakyatan*. Lembaga Suluh Nusantara.
- Peraturan Bupati Mimika Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Tata Cara Pengalokasian Dan Pelaksanaan Serta Penetapan Lokasi Dan Alokasi Dana Desa Kabupaten Mimika Tahun 2020.
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor: 222/PMK.07/2020 Tentang Pengelolaan Dana Desa.

- Purbantara, A., & Mujiyanto. (2019). *Modul KKN Tematik Desa Membangun Pemberdayaan Masyarakat Desa*. Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia.
- Rahmatullah, Inanna, & Mustari. (2018). *Konsep Dasar Ekonomi*. CV. Nur Lina.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saly, J. N. (2008). *Kompendium Bidang Hukum Ekonomi Kerakyatan*. Badan Pembinaan Hukum Nasional Departemen Hukum Dan HAM RI.
- Santoso, I. R. (2021). *Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan*. Percetakan Bintang.
- Sugiarto, Herlambang, T., Brastoro, Sudjana, R., & Said Kelana. (2002). *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Sukirno, S. (2005). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Rajawali Press.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2000 Tentang Program Pembangunan Nasional (PROPENAS) Tahun 2000-2004.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa.
- Wijaya, K. (2010). *Kredit Mikro Pedesaan - Catatan Pengalaman Selama 25 Tahun*. CV. Andi Offset.
- Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. G. A. A., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*. Universitas Mahasaraswati Press.