

## Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Pada Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku di Kabupaten Kepulauan Selayar)

Mega Krisdayani<sup>1</sup>, Muh. Ihsan Said Ahmad<sup>2</sup>, Marhawati<sup>3</sup>, Mustari<sup>4</sup>, Syamsu Rijal<sup>5</sup>  
Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar  
Email: megakrisdayani18@gmail.com

**Abstract.** This research aims to determine the business development strategy of Anjoroku Handicraft Center in Selayar Islands Regency. This research is categorized as qualitative research. The data was collected by means of observation, interview and documentation techniques. The analysis technique used is the SWOT analysis. The results show that the development strategy that can be applied in the Anjoroku Handicraft Center business in Selayar Islands Regency is in quadrant I, which is a strategy to support aggressive growth policies. This aggressive strategy is more focused on the SO (Strength-Opportunities) strategy, namely by using strength to take advantage of existing opportunities. The SO strategy is: maximizing the production of souvenirs with various variants, developing businesses using capital assistance from the government, maintaining product uniqueness in order to dominate the market, maximizing promotions to be better known to consumers, and improving service quality in order to always create a good impression in the eyes of consumers.

**Key words:** Development Strategy, Creative Economic, Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT)



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan dalam perekonomian saat ini menciptakan konsep baru yang disebut ekonomi kreatif yang menjadi alternatif yang tepat dan secara aktif menopang keberlangsungan perekonomian di Indonesia saat ini. Perkembangan kehidupan dunia dan bisnis pada saat ini telah mengalami pergeseran dari ekonomi berbasis sumber daya alam menjadi ekonomi berbasis sumber daya manusia, yakni pengetahuan dan kreativitas. "Ekonomi kreatif adalah ekonomi gelombang keempat setelah ekonomi pertanian, industri, dan informasi." (Kemenparekraf, 2014:314).

Konsep ekonomi kreatif pertama kali muncul dan dikenal ketika John Howkins (2001) menulis buku *Creative Economy, How People Make Money from Ideas*. Beliau mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas, budaya, warisan budaya dan lingkungan sebagai tumpuan masa depan (Moelyono, 2010:218). Menurut Hasan (2018:82) konsep ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang didasarkan pada kemampuan dan keterampilan manusia. Arjana (2017:227) juga berpendapat bahwa ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide, gagasan dan pengetahuan dari sumberdaya manusia sebagai faktor produksi.

Menurut Moelyono (2010:100) kemunculan ekonomi kreatif pada era sekarang ini, di satu sisi dilatari oleh keberadaan pelanggan yang semakin cerdas dengan variasi kebutuhannya yang berubah dengan cepat dan berkembang menjadi sangat kompleks, sedangkan di sisi yang lain dilatari oleh berbagai keterbatasan ekonomi informasi yang hanya mengandalkan kemajuan dan penerapan IPTEK khususnya teknologi informasi dan komunikasi. Padahal dalam kenyataannya, informasi tanpa dikemas sedemikian rupa dengan memadukan unsur kreativitas dan inovasi tidak akan memiliki nilai apa-apa. Itulah sebabnya, dalam ekonomi kreatif memberikan fokus yang lebih besar pada penciptaan barang dan jasa dengan kandungan pengetahuan dan keahlian, serta bakat dan kreasi yang lebih dominan.

Ekonomi kreatif sendiri bisa memberikan manfaat ekonomi dan mendorong menciptakan ide ide kreatif maupun inovasi baru untuk menciptakan sebuah persaingan dalam dunia ekonomi dan bisnis serta secara garis besar dapat menghasilkan pendapatan secara maksimum dan mampu mengangkat kesejahteraan masyarakat. Secara wacana maupun pendapat ekonomi kreatif memiliki sudut pandang yang tidak serta merta menguntungkan secara ekonomi, melainkan ekonomi kreatif dapat menguntungkan dari segi moral, budaya, alam dan lingkungan masyarakat (Gerriya dalam Bimantara, 2019:2). Dalam ekonomi kreatif ada 18 subsektor yang terdiri dari: Animasi, Arsitektur, Desain, Fotografi, Musik, Kerajinan, Kuliner, Mode, penelitian dan pengembangan, Penerbitan, Perfilman, Periklanan, Permainan interaktif, Seni pertunjukan, Seni rupa, Teknologi informasi, Televisi dan radio, dan Video (Suparmin, dkk, 2017:715).

Industri kreatif sektor kerajinan merupakan salah satu dari 18 sektor ekonomi kreatif, kegiatan ekonomi kreatif ini berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya. Kegiatan ekonomi kreatif ini dapat memberikan manfaat yang bisa

diraih. Pertama, bisnis UKM makin berkembang, kedua mengurangi tingkat kemiskinan, ketiga mengurangi tingkat pengangguran. Sedangkan secara khusus dapat memberikan peluang kerja bagi masyarakat setempat (Sudayat dalam Aini, 2019: 3).

Usaha ekonomi kreatif dalam sektor kerajinan di Indonesia tersebar di beberapa wilayah, termasuk di Kabupaten Kepulauan Selayar. Kabupaten Kepulauan Selayar merupakan salah satu Kabupaten yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Sebagai sebuah kabupaten yang terpisah dari daratan Provinsi Sulawesi Selatan, Kabupaten Selayar diberkahi oleh potensi sumber daya alam yang melimpah. Selayar juga terkenal dengan keindahan alamnya, sehingga menarik banyak wisatawan untuk berkunjung ke Selayar. Hal ini dapat dijadikan peluang usaha bagi individu kreatif untuk membuat suatu usaha yang memproduksi kerajinan khas Selayar sehingga para wisatawan dapat membawa oleh-oleh khas Selayar setelah menikmati keindahan alam yang ada di Selayar.

Salah satu industri kreatif yang bergerak dalam bidang kerajinan yaitu Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku, terletak di jalan DI Pandjaitan No. 47, Kecamatan Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar. Berdasarkan hasil wawancara dalam kegiatan pra-penelitian, usaha ini pertama kali dirintis oleh bapak Nur Kamar pada tahun 2018, Sentra kerajinan Tangan Anjoroku merupakan usaha yang unik, karena memanfaatkan bahan-bahan dari alam yang sebagian dari masyarakat Selayar menganggap bahwa bahan tersebut sebagai sampah, namun dengan kreativitas yang dimiliki bapak Nur Kamar dapat mengubah bahan baku tersebut menjadi berbagai macam souvenir yang memiliki nilai jual yang tinggi, dimana konsumennya berasal dari masyarakat lokal dan luar negeri yang sebagian besar adalah wisatawan.

Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku tidak selamanya mengalami kenaikan dan berjalan sesuai dengan keinginan pengusaha namun usaha ini juga mengalami dan menghadapi kendala, diantaranya peralatan dan tenaga kerja dalam memproduksi masih sedikit sehingga jika ada pesanan yang banyak penyelesaiannya lambat, dan juga memiliki kendala dalam pengiriman barang di luar Selayar karena biaya pengiriman yang mahal. Oleh karena itu dibutuhkan analisis strategi yang tepat dalam pengembangan usaha agar dapat bertahan lama (tangguh) dan tidak bangkrut, dengan cara mempertimbangkan faktor-faktor yang menjadi potensi atau menjadi hambatan dalam pengembangan usahanya atau dengan melakukan analisis strategi perusahaan dengan analisis yang tepat yaitu analisis SWOT. Dimana strategi adalah alat untuk mencapai tujuan (Rangkuti, 2008:3). Perusahaan melakukan strategi untuk memenangkan persaingan bisnis yang dijalankannya, serta untuk mempertahankan keberlangsungan kehidupan perusahaan dalam jangka panjang (Sule & Saefullah, 2015:135). Dengan penerapan strategi yang tepat maka diharapkan perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan sehingga dapat meningkatkan pendapatan keluarga. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk meneliti, tentang Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif (Studi Kasus pada Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku di Kabupaten Kepulauan Selayar).

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan analisis data kualitatif dengan langkah-langkah teknik analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2008). Sedangkan menurut Yunus (2016:83) Analisis SWOT merupakan kajian sistematis terhadap faktor-faktor kekuatan (strengths) dan kelemahan (weakness) internal perusahaan dengan peluang (opportunities) dan ancaman (threats) lingkungan yang dihadapi perusahaan. Perangkat analisis yang digunakan untuk menganalisis data adalah matriks faktor strategi eksternal dan matriks faktor strategi internal, penentuan strategi utama, serta analisis matriks SWOT. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan di Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku, Jalan DI Pandjaitan No. 47, Kecamatan Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar. Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik usaha Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku sedangkan objek dari penelitian ini adalah strategi pengembangan usaha Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Analisis lingkungan internal menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh usaha Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku. Analisis lingkungan internal meliputi komponen sebagai berikut: keuangan, sumber daya manusia, produksi, dan pemasaran. Sedangkan analisis lingkungan eksternal menggambarkan peluang dan ancaman yang dimiliki oleh usaha Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku. Analisis lingkungan eksternal meliputi komponen sebagai berikut: kompetitif, kebijakan pemerintah, teknologi, dan *partner strategis*.

Tabel 1. Analisis SWOT Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku

<b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>	<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>
1. Usaha dengan modal awal kecil yang kreatif 2. Tenaga kerja Terampil 3. Bahan baku melimpah 4. Produk yang unik dan banyak varian 5. Telah melakukan promosi secara online 6. Pelayanan yang baik	1. Sistem administrasi keuangan yang masih sederhana 2. Kurangnya tenaga kerja 3. Peralatan produksi masih tergolong sederhana 4. Mahalnya biaya pengiriman produk ke luar Selayar
<b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b>	<b>Ancaman (<i>Threat</i>)</b>
1. Objek wisata yang semakin berkembang di Kabupaten Kepulauan Selayar 2. Dukungan pemerintah	1. Munculnya pesaing baru di Selayar 2. Bencana COVID 19

<b>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</b>	<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>
3. Potensi pasar masih luas dan diminati oleh pembeli luar daerah, domestik maupun ekspor	
4. Varian produk yang masih sangat dapat dikembangkan	

## 2. Matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

Analisis mengenai kondisi lingkungan internal dipilih melalui dua unsur yaitu, kekuatan dan kelemahan. Penilaian bobot dan rating pada setiap komponen berdasarkan pertimbangan peneliti dari hasil penelitian yang dilakukan. Hasil tersebut dapat dilihat seperti pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku

<b>Faktor-faktor Strategi Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot x Rating</b>	<b>Komentar</b>
<b>Kekuatan</b>				
• Usaha dengan modal awal kecil yang kreatif	0,08	3	0,24	Modal utama adalah kreativitas
• Tenaga kerja Terampil	0,12	4	0,48	Memperlancar operasional usaha
• Bahan baku melimpah	0,12	4	0,48	Bahan baku yang digunakan adalah sampah dari alam (natural)
• Produk yang unik dan banyak varian	0,12	4	0,48	Kualitas kunci sukses
• Telah melakukan promosi secara online	0,08	3	0,24	Dapat menjangkau lebih banyak konsumen
• Pelayanan yang baik	0,08	3	0,24	Menciptakan kesan yang positif di mata konsumen
<b>Subtotal</b>	<b>0,60</b>		<b>2,16</b>	
<b>Kelemahan</b>				
• Sistem administrasi keuangan yang masih sederhana	0,08	2	0,16	Tingkatkan manajemen pencatatan keuangan
• Kurangnya tenaga kerja	0,12	1	0,12	Rekrut karyawan baru
• Peralatan produksi masih tergolong sederhana	0,12	1	0,12	Menambah Peralatan produksi

• Mahalnya biaya pengiriman produk ke luar Selayar	0,08	2	0,16	Kerja sama dengan perusahaan ekspedisi
<b>Subtotal</b>	<b>0,40</b>		<b>0,56</b>	
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>2,72</b>	

### 3. Matriks EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*)

Analisis mengenai kondisi lingkungan eksternal dipilih melalui dua unsur yaitu, peluang dan ancaman. Penilaian bobot dan rating pada setiap komponen berdasarkan pertimbangan peneliti dari hasil penelitian yang dilakukan. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel 3 berikut:

Tabel 3. Matriks EFAS Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku

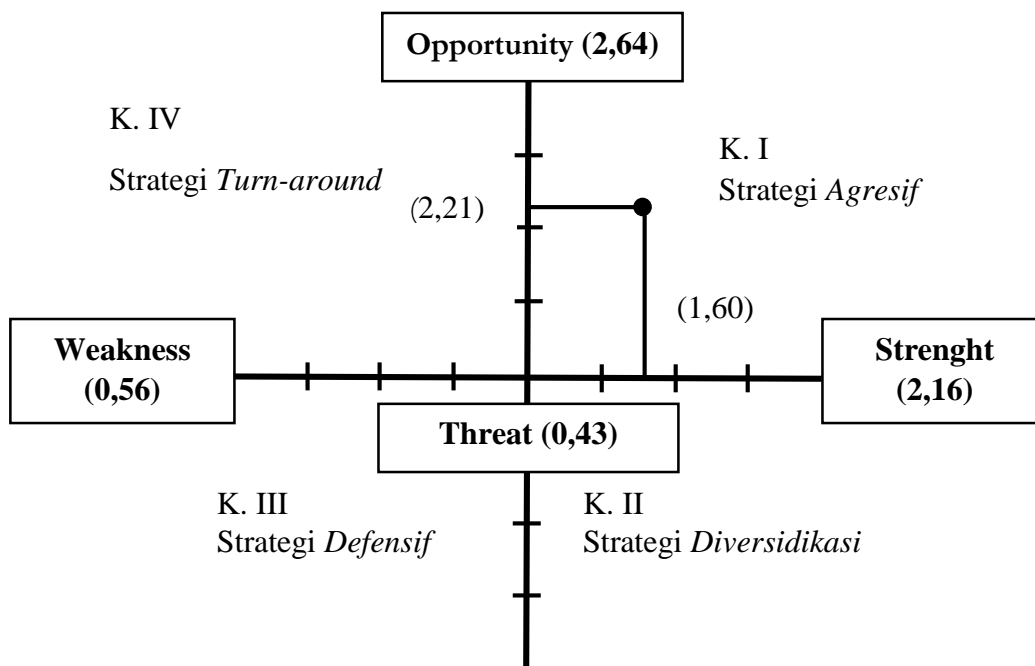
<b>Faktor-faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot x Rating</b>	<b>Komentar</b>
<b>Peluang</b>				
• Objek wisata yang semakin berkembang di Kabupaten Kepulauan Selayar	0,19	4	0,76	Pertahankan kerja sama dengan pengelola tempat wisata
• Dukungan pemerintah	0,12	3	0,36	Pertahankan relasi
• Potensi pasar masih luas dan diminati oleh pembeli luar daerah, maupun ekspor	0,19	4	0,76	Tingkatkan Promosi
• Varian produk yang masih sangat dapat dikembangkan	0,19	4	0,76	Tingkatkan Kreativitas
<b>Subtotal</b>	<b>0,69</b>		<b>2,64</b>	
<b>Ancaman</b>				
• Munculnya pesaing baru di Selayar	0,12	2	0,24	Lebih waspada
• Bencana COVID 19	0,19	1	0,19	Maksimalkan penjualan online
<b>Subtotal</b>	<b>0,31</b>		<b>0,43</b>	
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>3,07</b>	

#### 4. Diagram analisis SWOT

Tabel 4. Perbandingan Skor Internal dan Eksternal Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku

Internal	Eksternal
Kekuatan > Kelemahan	Peluang > Ancaman
2,16 > 0,56	2,64 > 0,43
1,60	2,21

Dari hasil perbandingan pada tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa skor kekuatan lebih besar dibandingkan skor kelemahan dengan selisih 1,60 dan skor peluang lebih besar dibandingkan skor ancaman dengan selisih 2,21. Maka hasil analisis faktor internal dan eksternal yang diperoleh dapat digambarkan ke dalam diagram analisis SWOT di bawah ini:



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku

Berdasarkan analisis SWOT di atas, menunjukkan bahwa Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku berada pada kuadran I dengan mendukung strategi agresif S-O pada matriks SWOT. Strategi S-O adalah strategi yang dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut peluang yang sebesar-besarnya. Hal ini menunjukkan bahwa Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku memiliki kekuatan dan peluang yang lebih besar dari kelemahan dan ancaman. Sehingga sangat memungkinkan

untuk terus melakukan ekspansi memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

**5. Matriks SWOT**

Tabel 5. Matriks SWOT Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku

<p style="text-align: center;"><b>IFAS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>EFAS</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>STRENGTHS (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha dengan modal awal kecil yang kreatif</li> <li>2. Tenaga kerja Terampil</li> <li>3. Bahan baku melimpah</li> <li>4. Produk yang unik dan banyak varian</li> <li>5. Telah melakukan promosi secara online</li> <li>6. Pelayanan yang baik</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>WEAKNESSES (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem administrasi keuangan yang masih sederhana</li> <li>2. Kurangnya tenaga kerja</li> <li>3. Peralatan produksi masih tergolong sederhana</li> <li>4. Mahalnya biaya pengiriman produk ke luar Selayar</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>OPPORTUNITIES (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Objek wisata yang semakin berkembang di Kabupaten Kepulauan Selayar</li> <li>2. Dukungan pemerintah</li> <li>3. Potensi pasar masih luas dan diminati oleh pembeli luar daerah, maupun ekspor</li> <li>4. Varian produk yang masih sangat dapat dikembangkan</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memaksimalkan produksi souvenir dengan berbagai varian</li> <li>2. Mengembangkan usaha dengan menggunakan bantuan modal dari pemerintah</li> <li>3. Mempertahankan keunikan produk agar dapat menguasai pasar</li> <li>4. Memaksimalkan promosi agar dapat lebih dikenal konsumen luar daerah maupun ekspor</li> <li>5. Meningkatkan kualitas pelayanan agar selalu menciptakan kesan yang baik di mata konsumen</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan manajemen pencatatan keuangan dengan menggunakan aplikasi pengelolaan keuangan</li> <li>2. Mempertahankan kesetiaan konsumen dengan memperbaiki sarana-sarana penunjang, display produk, meningkatkan kualitas produk dengan menggunakan teknologi dan berupaya untuk memperkenalkan produk lebih luas lagi</li> <li>3. Kerja sama dengan perusahaan ekspedisi</li> </ol>



TREATHS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Munculnya pesaing baru di Selayar 2. Bencana COVID 19	1. Meningkatkan kualitas produk dan menambah variasi produk sesuai dengan perkembangan pasar 2. Memaksimalkan penjualan secara online	1. Memaksimalkan kegiatan kerja sama kemitraan dengan pelaku usaha lain 2. Bekerja sama dengan pemerintah setempat untuk membina generasi muda lewat kerajinan tangan 3. Bekerja sama dengan pemerintah dalam mengupayakan pengadaan mesin produksi

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pengembangan yang dapat diterapkan dalam usaha Sentra Kerajinan Tangan Anjoroku di Kabupaten Kepulauan Selayar yaitu berada pada kuadran I, yaitu strategi mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Strategi agresif ini lebih fokus kepada strategi SO (Strenght-Opportunities), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi SO adalah: memaksimalkan produksi souvenir dengan berbagai varian, mengembangkan usaha dengan menggunakan bantuan modal dari pemerintah, mempertahankan keunikan produk agar dapat menguasai pasar, memaksimalkan promosi agar dapat lebih dikenal konsumen, dan meningkatkan kualitas pelayanan agar selalu menciptakan kesan yang baik di mata konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, L., M. (2019). Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif dalam Pemberdayaan Ekonomi Pengrajin Gerabah di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. *Skripsi*. Mataram: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram. <http://etheses.uinmataram.ac.id/id/eprint/2001>.
- Arjana, I. G. B. (2017). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Ed. 1. Cet. 3. Depok: Rajawali Pers.
- Bimantara, A. R. (2019). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Malang. *Skripsi*. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. <http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/53177>.
- Hasan, M. (2018). Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*. 1 (1), 81-86. DOI: 10.26858/jekpend.v1i1.5063

- Kemenparekraf. (2014). *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*.  
Kemenparekraf RI
- Moelyono, M. (2010). *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*. Ed. 1.  
Cet. 1. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rangkuti, F. (2008). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis - Reorientasi Konsep  
Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka  
Utama.
- Sule, E. T., & Saefullah, K. (2015). *Pengantar Manajemen*. Ed. 1. Cet. 9. Jakarta: Kencana.
- Suparmin., dkk. (2017). Eksplorasi Sub-Sub Sektor Industri Kreatif di Pusat-Pusat Keramaian  
Kabupaten Kulon Progo. Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For  
Papers Unisbank ke-3 (h. 712-720). Yogyakarta: Progam Studi Pendidikan Teknik  
Mesin, FKIP, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta.  
[https://www.researchgate.net/profile/Suparmin\\_Suparmin/publication/338523094](https://www.researchgate.net/profile/Suparmin_Suparmin/publication/338523094).
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Ed. 1. Yogyakarta: Andi.