

# MONITORING PERTUMBUHAN DAN PENINGKATAN KUALITAS PRODUK SOUVENIR BAHAN DASAR KAYU DAN TEMPURUNG KELAPA SEBAGAI PRODUK PARIWISATA SULAWESI UTARA

Agustinus Walansendow <sup>\*1</sup>, Bet El Silisna Lagarene <sup>2</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado.

<sup>2</sup> Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Manado

**Abstract:** Coconut-based material for various home industries in North Sulawesi has made a contribution and become a source of income for local community such as furniture, copra, coconut oil, delicated coconut, various cakes and handicrafts. This study is aimed to evaluate and monitor the growths and product quality of handicraft made of coconut wood and sheel that has been produced by local community in the handicraft centers. The souvenirs with a characteristic or symbol representing the local characteristics of North Sulawesi is taken into consideration to give values to the visitors so that they can prove to their families, relatives, and friends that they really visited the place. This study employed interviews, on-site observation and FGD (Focus Group Discussion). The research identified constraints, problems and challenges encountered by craftsmen and souvenir business operators. Thus, souvenir models and design as a supporting tourism product in North Sulawesi need to be improved in terms marketability, competitiveness and of uniqueness with its local characteristic of North Sulawesi.

**Key words:** montiroing, growths, product quality, souvenir

**Abstrak:** Bahan mentah industri rumah tangga dari bahan dasar kelapa di Sulawesi Utara telah memberikan kontribusi dan menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat lokal seperti mebel, kopra, minyak kelapa, bungkil kopra kelapa, berbagai macam penganan serta kerajinan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pertumbuhan dan kualitas produk kerajinan yang terbuat dari kayu dan tempurung kelapa yang dihasilkan oleh masyarakat setempat di pusat-pusat kerajinan. Souvenir dengan karakteristik atau simbol yang mewakili karakteristik lokal dari Sulawesi Utara menjadi perhatian untuk memberikan nilai kepada para pengunjung sehingga mereka dapat membuktikan kepada keluarga, kerabat, dan teman-teman mereka bahwa mereka benar-benar mengunjungi daerah ini. Metode penelitian yang digunakan adalah wawancara, observasi lapangan dan FGD (*Focus Group Discussion*). Melalui penelitian ini teridentifikasi kendala, masalah dan tantangan yang dihadapi oleh para pengrajin dan pelaku usaha souvenir. Dengan demikian, model souvenir dan desain sebagai produk pariwisata yang mendukung di Sulawesi Utara perlu ditingkatkan dalam hal pemasaran, daya saing dan keunikan dengan ciri khas lokal dari Sulawesi Utara.

**Kata kunci :** pariwisata, monitoring, pertumbuhan, kualitas produk, souvenir

Pengrajin memegang peranan penting bagi kelangsungan hidup usaha souvenir karena tanpa pengrajin souvenir tidak akan pernah ada dan berkembang. Begitu juga dengan mutu souvenir dan keaneka ragamannya, jika pengrajin tidak kreatif, inovatif dan trampil maka hal itu juga tidak akan pernah terwujud. Pengrajin souvenir Sulawesi Utara terdiri dari: (1) Pengrajin yang memang menggantungkan hidupnya dari usaha kerajinan tangannya itu sendiri. Pengrajin ini biasanya menghasilkan kerajinan rotan, bamboo, kain, dan kayu. (2) Pengrajin yang merupakan anggota masyarakat yang berprofesi ganda,

artinya tidak menggantungkan hidupnya dari kerajinan semata-mata. Mereka terdiri dari ibu rumah tangga, remaja putri putus sekolah dan tamatan SLTA yang tidak lagi melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Pengrajin ini biasanya menghasilkan barang-barang sulaman, bordiran, rajutan dan jahitan seperti baju adat, aneka macam tas, dompet, hiasan dinding, kopiah, batok kelapa dan kayu kelapa dll.(3) Pengrajin musiman dimana saat ada even MICE di Sulawesi Utara melalui pertemuan, pameran, event kunjungan, meeting. Mereka hadir dalam bentuk mendesain konveksi bordiran, sablon kaos, kain, jaket, gantungan kunci, topi. Potensi sumberdaya yang dapat membuka peluang untuk pemberdayaan ekonomi kerakyatan di Sulawesi Utara sangat besar, namun potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Masyarakat masih menganggap hal-hal seperti itu sebagai sesuatu yang kurang potensial akan tetapi jika dilakukan ternyata mampu menjawab permasalahan sosial yang besar. Sumberdaya yang terdiri dari barang (*goods*) dan jasa (*service*) perlu diolah kedalam bentuk komoditi, seperti barang-barang kerajinan (*crafts*), barang-barang *home industry*, obat-obatan tradisional termasuk jamu, barang-barang kosmetika, makanan dan minuman tradisional agar dapat dijual kepada konsumen. Sedangkan dalam bentuk jasa (*service*) terdiri dari Pengobatan Tradisional, Mandi Uap dan Spa.

### **Jenis-Jenis Ekspor Produk Turunan Kelapa Sulawesi Utara**

Produk turunan kelapa di Sulawesi Utara sebagian besar merupakan produk berpotensi ekspor di beberapa negara tujuan. Beberapa negara tujuan dengan jenis produk yang diekspor disajikan pada table dibawah ini :

Tabel 1. Jenis Produk Export Turunan Kelapa dan Negara Tujuan

<b>No</b>	<b>Jenis Komoditi</b>	<b>Negara Tujuan</b>
1	Minyak Kelapa	Singapura, Amerika, Belanda, Jerman, Arab Saudi
2	Arang Tempurung	Jepang, Korea, Malaysia, Thailand
3	Tepung Kelapa	Singapura, Amerika, Belanda, Afrika
4	Kopra	Belanda, Belgia, Malaysia
5	Bungkil	Singapura, India
6	Karbon Aktif	Amerika, Thailand

Sumber : Dinas Perindustrian dan perdagangan Sulawesi Utara, 2014

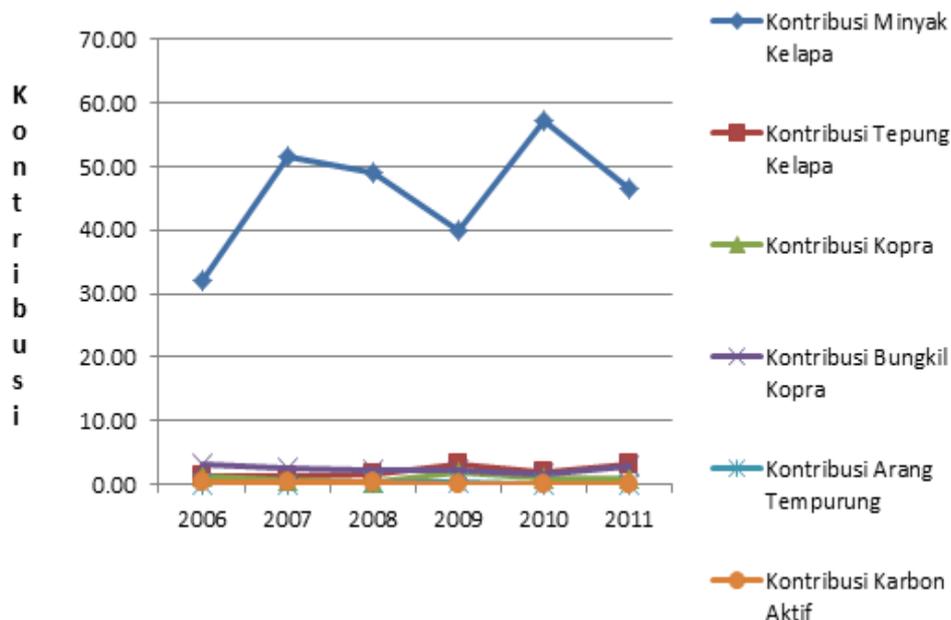
Tabel 1 menunjukkan bahwa produk turunan kelapa Sulawesi Utara di ekspor ke berbagai negara yang menjadi tujuan ekspor. Beragam jenis produk turunan kelapa dijadikan sebagai komoditi ekspor unggulan Sulawesi Utara yang memberikan kontribusi bagi kegiatan ekspor Sulawesi Utara. Jenis komoditi ekspor turunan kelapa ini, memegang peranan yang kuat dalam perekonomian khususnya di Sulawesi Utara. Produk turunan kelapa tidak hanya pada minyak kelapa tapi juga pada turunan kelapa lainnya seperti mebel dan kerajinan yang mampu dilirik sebagai alternatif meningkatkan export non-migas di Sulawesi Utara karena produk ini lebih banyak tersedia. Sentra industri bahan dasar kelapa merupakan salah satu sektor industri kecil yang dapat mendukung pemberdayaan ekonomi kerakyatan di Provinsi Sulawesi Utara. Sentra industri ini sudah dilaksanakan sejak lama dari generasi ke generasi yang berupaya tetap mempertahankan ciri khas daerah. Sentra industri kelapa untuk pembuatan souvenir saat ini mengalami beberapa kendala yakni dalam mengelola produknya masih menerapkan cara-cara tradisional atau konvensional, kurang inovatif serta masih kurang memperhatikan selera wisatawan yang berkunjung sehingga berpengaruh terhadap menurunnya minat beli konsumen (wisatawan). Untuk mendukung sasaran dan kebijakan

pemerintah Sulawesi Utara yaitu sasaran setiap produk unggulan menerapkan teknologi pengolahan dan kemasan yang unggul dengan mutu terjamin maka strategi yang dirumuskan adalah meningkatkan teknologi pengolahan dan kemasan produk daerah dengan arah kebijakan penguatan ekonomi kerakyatan. Untuk itu program yang diprioritaskan adalah :

1. Tahun 2012 Peningkatan profesionalisme produk kerajinan
2. Tahun 2013 Penyediaan pelatihan teknologi pengolahan dan kemasan produk di Balai Latihan Kerja (BLK); Penerapan kemasan produk sesuai SNI
3. Tahun 2014-2015 Penerapan kemasan produk sesuai SNI dan ISO

### Kontribusi total export turunan kelapa terhadap total export Sulawesi Utara

Gambar 1 dibawah ini menunjukkan bahwa untuk tahun 2007-2011 rata-rata kontribusi produk turunan kelapa terhadap total ekspor Sulawesi Utara berkisar 50%. Ini berarti sebagian besar nilai ekspor Sulawesi Utara didominasi oleh turunan kelapa. Dari komoditi tersebut minyak kelapa merupakan produk unggulan yang memiliki nilai tertinggi untuk ekspor Sulawesi Utara. Tahun 2010 lebih dari 60% produk turunan kelapa memberikan kontribusi bagi total ekspor Sulawesi Utara.



Gambar 1 : Kontribusi total export turunan kelapa terhadap total export Sulawesi Utara (Kuntel, 2012)

### Pemberdayaan Masyarakat

Pemanfaatan potensi alam Sulawesi Utara yaitu kelapa yang memiliki turunan yaitu kayu dan tempurung kelapa dapat dikembangkan sebagai produk souvenir yang dapat diusahakan oleh masyarakat lokal dalam menunjang pembangunan kepariwisataan Sulawesi Utara. Kegiatan ini dapat diusahakan oleh forum masyarakat yang berperan untuk menggali potensi alam penghasil kelapa melalui pelatihan untuk pengembangan kerajinan dan usaha-usaha berskala kecil dalam bentuk kegiatan masyarakat pembuatan souvenir. Dengan demikian terjadi penguatan forum masyarakat dan lembaga pemberdayaan masyarakat untuk turut secara aktif dalam pengembangan sektor pendukung pariwisata khususnya dalam penyediaan produk souvenir berciri khas daerah. Dari hasil penelitian melalui pengumpulan informasi tentang

produk souvenir yang sudah ada sekarang serta bagaimana model pengembangan yang lebih diadakan pelatihan-pelatihan untuk pengembangan usaha skala kecil dan pelatihan kerajinan barbahan dasar kayu dan tempurung kelapa bagi masyarakat atau desa yang memiliki bakat dan keinginan untuk kegiatan ini. Oleh sebab itu kegiatan penyediaan souvenir ini menerapkan teori-teori *community based development* yang dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat lokal melalui *partisipasi secara langsung (direct participation)*. Pengembangan produk souvenir di Sulawesi Utara akan berjalan secara berkelanjutan dan memiliki mutu yang baik jika melibatkan masyarakat lokal secara langsung berpartisipasi. Hal ini dilaksanakan dari tahap perencanaan pengembangan model hingga implementasi program atau kegiatan yang dapat mendatangkan *income* dan perluasan lapangan kerja bagi masyarakat lokal yang akhirnya dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat. France mengemukakan bahwa: “*Participation is a process of empowerment that helps to involve local people in problem identification, decision making and implementation processes, thereby contributing to sustainable development*” (1998: 224). Hal ini dikuatkan dengan pendelegasian kepada masyarakat (*community empowerment*) yaitu tingkat keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan dan pengembangan produk souvenir di Sulawesi Utara lebih menguntungkan bagi masyarakat lokal yang berpengaruh positif terhadap pembangunan pariwisata. Wearing and McLean mengemukakan bahwa : “*During the planning process it could be possible for the community to realise the potential benefits of such tourism without disadvantaging some sectors of the community*” (1998: p. 22). Oleh sebab itu *community empowerment* atau pendelegasian kepada masyarakat lokal memerlukan konsultasi masyarakat dari tahap perencanaan, pengembangan sampai pada tahap pelaksanaan dan implementasi kegiatan pengembangan produk souvenir pariwisata Sulawesi Utara. Dalam pengembangan produk souvenir diperlukan dukungan kuat dari seluruh masyarakat, pemerintah dan swasta. Sejumlah kalangan masyarakat telah merasakan manfaat langsung dari sektor pariwisata, namun ada juga yang belum menyadari akan pentingnya pengembangan pariwisata tersebut misalnya para petani dan nelayan yang biasanya menentang bentuk-bentuk pengembangan pariwisata di daerahnya karena mereka berpendapat bahwa kegiatan pariwisata dapat menghambat mata pencaharian mereka setiap hari. Oleh sebab itu diperlukan upaya-upaya maksimal untuk menanamkan konsep pengembangan produk wisata berbasis masyarakat secara benar dan tepat. Masyarakat lokal tidak hanya diberi kebebasan untuk hidup berinteraksi dengan ekosistem yang ada di sekitarnya tetapi juga diberi peluang untuk menggunakan dan mengelola sumberdaya alam daerah yang secara positif akan berpengaruh terhadap kualitas hidup yang sekaligus dapat meningkatkan rasa tanggung jawab bagi pengelolaan serta rasa bangga memiliki sumberdaya alam.

### **Kualitas produk**

Pengertian produk (*product*) menurut Kotler (2009) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Menurut Kotler dan Keller (2008), produk adalah elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya (Tjiptono, 2008). Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka produk didefinisikan sebagai kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merek ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya. Kualitas mengandung banyak pengertian, beberapa contoh dari pengertian

kualitas menurut Tjiptono (2008:55) adalah 1) Kesesuaian dengan persyaratan; 2) Kecocokan untuk pemakaian; 3) Perbaikan berkelanjutan; 4) Bebas dari kerusakan/cacat; 5) Pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat; 6) Melakukan segala sesuatu secara benar; dan 7) Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

Jadi kualitas merupakan totalitas dari karakteristik suatu produk (barang atau jasa) yang menunjang kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan. Kualitas sering kali diartikan sebagai segala sesuatu yang memuaskan konsumen atau sesuai dengan persyaratan atau kebutuhan. Stanton (1985) menjelaskan produk sebagai sekumpulan atribut yang nyata (intangible) yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi, di dalamnya sudah ter-cakup warna, harga, kemasan, prestise pabrik, prestise pengecer, dan pelayanan dari pabrik serta pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginan. Bagi perusahaan yang memproduksi suatu produk atau jasa, produk adalah alat atau sarana untuk mencapai sasaran, yaitu keuntungan perusahaan atau tujuan tertentu. Dalam era globalisasi ini, tampaknya masyarakat atau konsumen semakin kritis dalam menilai suatu produk. Kualitas produk merupakan suatu jaminan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen dalam memilih suatu produk dan dalam masalah ini citra rasa pribadi sangat berperan. Dari beberapa penjelasan tersebut di atas maka beberapa hal penting tentang kualitas produk adalah:

1. Kata 'jaminan' mengandung pengertian bahwa produk yang ditawarkan kepada konsumen benar-benar telah melalui proses pengukuran dan pengujian yang cermat dan rasional, sehingga layak untuk disertai dengan jaminan.
2. Kata 'cita rasa' yang menjadi motivasi konsumen dalam memilih produk adalah faktor yang menjadi fokus perhatian produsen atau pemasar. Jadi siapa yang menjadi konsumen atau pembeli itu sangat penting diketahui oleh pihak produsen atau pemasar.
3. Antara jaminan dan faktor kebutuhan terdapat rasionalisasi dan relevansi yang harus diterjemahkan secara tepat oleh pihak produsen atau pemasar.

Tujuan umum pembentukan kualitas produk itu sendiri adalah untuk meyakinkan konsumen bahwa produk yang terbaik menurut kebutuhan konsumen. Bahkan untuk lebih meyakinkan ada perusahaan-perusahaan yang berani memberi jaminan ganti rugi bila produknya tidak berkualitas atau tidak sesuai dengan promosi yang disampaikan. Dalam era perdagangan bebas seperti sekarang ini, dimana per-saingan produk semakin marak, perkara kualitas produk dan pelayanan menjadi sangat penting untuk ditonjolkan. Sebab bila hal ini tidak ditonjolkan maka konsekuensi logisnya adalah bahwa kualitas produk dan pelayanan yang ditawarkan bisa tergeser oleh kualitas produk dan pelayanan lain yang sejenis, yang lebih meyakinkan konsumen

### **Souvenir**

souvenir adalah barang-barang kerajinan tangan (handy crafts), yang merupakan hasil kreativitas para pengrajin yang mampu merubah benda-benda yang terbuang dan tidak berharga menjadi produk-produk kraft tangan yang menarik dan diminati banyak orang, terutama pada Wisatawan. Dalam kamus The Collins Cobuild Dictionary (2009), kata souvenir diartikan yaitu: *Souvenir is usually small and relatively inexpensive article given, kept or purchased as a reminder of a place visited, an occasion, etc.*" (Souvenir adalah benda yang ukurannya relative kecil dan harganya tidak mahal; untuk dihadiahkan, disimpan atau dibeli sebagai kenang-kenangan kepada suatu tempat yang dikunjungi atau suatu kejadian tertentu. Dalam kamus Webster English Dictionary (2004), kata souvenir diartikan sebagai, *'an object a traveler brings home for the memories associated with it'* atau souvenir adalah benda yang dibawa pulang oleh wisatawan sebagai kenang-kenangan bagi perjalanannya itu.

Dalam Bahasa Indonesia ‘souvenir’ sering disebut dengan cendera mata, oleh-oleh atau buah tangan. Jika seseorang melakukan perjalanan ke suatu tempat di luar tempat tinggalnya, keluarga, famili, atau rekan, mengharapkan untuk membawa pulang souvenir atau cenderamata sebagai kenang-kenangan. The Collins Cobuild Dictionary (Webster English Dictionary) menjelaskan bahwa souvenir adalah benda yang berukuran kecil, harganya murah dan sebagai kenang-kenangan bagi suatu perjalanan ke daerah tertentu. Dengan demikian souvenir berhubungan erat dengan kegiatan perjalanan seseorang sehingga istilah souvenir melekat dengan kegiatan pariwisata bahkan menjadi bagian dari produk wisata karena ada pengaruh identitas souvenir terhadap motivasi perjalanan seseorang ke suatu daerah tujuan wisata.

### **Souvenir Sebagai Produk Pariwisata**

Dari produk souvenir kita bisa menterjemahkan arti dan nilai suatu budaya dan daerah dimana souvenir itu berasal sebagaimana dijelaskan bahwa “a creative design for a tourist souvenir is an effective way to promote its sales. As a souvenir designer, you are not only to design its beautiful shape and outside looking, but also to give it a clearly regional characteristic and rich culture meaning” (Xin-ting, 2004). Oleh sebab itu bentuk dan desain yang terkandung dalam suatu souvenir menjelaskan tentang karakteristik suatu budaya atau daerah tertentu. Begitu pula dalam pengembangan produk souvenir berbahan dasar kayu dan tempurung kelapa di Sulawesi Utara menjadi sangat penting sebagai penunjang kepariwisataan Sulawesi Utara karena nilai dan keunikan yang berkualitas dan terkandung didalam souvenir itu akan mencerminkan keunikan daerah tujuan wisata tersebut sebagaimana dijelaskan bahwa “The core of the tourism merchandise is the souvenir and the uniqueness is the intrinsic quality of souvenir” (Xue-ling, 2004)

### **METODE PENELITIAN**

Dalam proses penelitian melalui tahapan-tahapan kegiatan survei, observasi lapangan dan wawancara hingga pada tahap lanjutan dari penelitian ini yaitu monitoring pembuatan souvenir yang memperhatikan pengembangan bentuk dan desain agar souvenir yang dibuat memiliki daya jual yang tinggi di pasar pariwisata Sulawesi Utara. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data-data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data diambil melalui wawancara, observasi lapangan dan kajian informasi. Dalam menyelesaikan permasalahan subjek yang diteliti menggunakan teori pengembangan kualitas yang berkaitan dengan produk yang mempunyai daya saing. Data-data penelitian diperoleh melalui observasi, pencatatan, pemotretan, dan kajian berbagai dokumen pengembangan kualitas produk souvenir. Penelitian dengan observasi lapangan dilakukan di wilayah Sulawesi Utara pada sentra-sentra industri kerajinan yang sudah ada maupun *home industry* perorangan dan toko-toko souvenir (*souvenir shop*). Data-data penelitian dianalisis secara kualitatif dengan menekankan pada penjelasan-penjelasan hasil interpretasi data melalui tahapan identifikasi, klasifikasi, kategorisasi dan analisis untuk mendapatkan kesimpulan dan rekomendasi. Data disajikan baik dalam uraian, gambar, symbol maupun tabel-tabel. Analisis data penelitian ini dimulai dari pra coding, coding, kategorisasi dan pembuatan deskripsi. Penelitian merupakan suatu informasi lengkap tentang hasil monitoring pengembangan kualitas produk souvenir berbahan dasar kayu dan tempurung kelapa di Sulawesi Utara yang dapat berpengaruh positif terhadap sumber daya pengrajin dalam mengembangkan produk sehingga secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap peningkatan kualitas produk yang di butuhkan oleh konsumen dalam hal ini wisatawan. Oleh sebab itu hasil dari penelitian ini nantinya akan dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kekurangan dalam hal penyediaan souvenir berciri khas produk pariwisata Sulawesi Utara.

## **Teknik Pengumpulan Data**

1. *Field observation* atau pengamatan langsung di lapangan untuk menemukan data-data yang sifatnya kurang terungkap dari wawancara (seperti sikap atau perilaku masyarakat pengrajin souvenir) dan bagaimana usaha mereka dalam memunculkan dan menuangkan ide-ide yang berhubungan dengan budaya dalam bentuk dan disain berciri khas daerah dalam hasil karya seni mereka.
2. *Interview* atau wawancara untuk mengungkapkan data-data yang sangat penting agar memperoleh gambaran jelas mengenai karakteristik dalam usaha pengembangan kualitas produk souvenir yang sedang dilaksanakan. Wawancara ini ditujukan kepada informan atau masyarakat yang memiliki usaha kerajinan souvenir baik yang ada pada sentra industri ataupun kelola sendiri secara perorangan. Namun untuk memperoleh data yang semakin lengkap wawancara juga ditujukan kepada informan yaitu para pengguna atau yang pernah membeli souvenir dari hasil produk pengrajin. Selain itu teknik wawancara mendalam (*indepth interview*) akan dilakukan dan akan berkembang pada tahapan ini karena pertanyaan akan berkembang secara detail tentang letak, tempat usaha dijalankan kemudian akan menentukan zonasi pengrajin di Sulawesi utara untuk pengembangan kualitas produk souvenir berbahan dasar kayu dan tempurung kelapa sebagai ciri khas produk pariwisata Sulawesi Utara sehingga dapat di monitoring dengan baik.
3. *Focus Group Discussion* (FGD), dilakukan suatu diskusi dengan sekumpulan atau sekelompok orang-orang tertentu yang dianggap cukup mengetahui materi yang ingin dicari. Dengan cara atau teknik ini diharapkan data yang diperoleh semakin akurat. Informan yang diperlukan dalam melakukan FGD ini diambil dari kalangan yang sederajat misalnya kelompok akademisi, Kepala bidang program dan destinasi Dinas Pariwisata, para manager toko-toko souvenir dan lain-lain yang akan berkembang selama dalam proses penelitian sesuai dengan kebutuhan data penelitian. Selain itu akan dilakukan cross check dengan melakukan FGD terhadap para konsumen dalam hal ini wisatawan yang memiliki kegiatan belanja souvenir dalam daftar kegiatan perjalanannya.

## **Jenis dan Sumber Data**

Data primer penelitian dikumpulkan dengan mengadakan observasi lapangan, wawancara dan atau wawancara mendalam dan *Focus Group Discussion* (FGD). Data sekunder dikumpulkan dari instansi-instnansi terkait seperti toko souvenir dan dan wisatawan (yg berbelanja souvenir) hasil hasil penelitian sebelumnya. Pemilihan informan dilakukan secara *snow ball sampling*. Oleh sebab itu responden atau informan tidak ditentukan sebelumnya kecuali informan kunci karena informan berikutnya didapatkan dari informan sebelumnya. Banyaknya responden atau informan yang diwawancarai tergantung pada kelengkapan informasi yang diperoleh dan dibutuhkan. Data kualitatif yang diperoleh dianalisa secara deskriptif yaitu dengan mengkaji, mendiskripsikan, kemudian memberikan interpretasi rasional yang memadai terhadap data dan fakta-fakta yang diperoleh di lapangan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Export Turunan Kelapa Sulawesi Utara**

Kelapa adalah tanaman serba guna. Seluruh bagian tanaman bermanfaat bagi kehidupan manusia (Setyamidjaja, 1984). Keragaan perkebunan kelapa menunjukkan (1) luas kepemilikan usaha tani kelapa rata-rata 0,5 ha/keluarga petani, (2) pertanaman umumnya diusahakan dalam bentuk monokultur, (3) adopsi teknologi budidaya belum dilaksanakan secara wajar, (4) produk usaha tani yang dihasilkan masih bersifat produk primer berbentuk kelapa butiran dan kopra, (5) produktivitas usaha tani kelapa rendah rata-rata 1,1 ton

kopra/ha/tahun (Tarigan, 2005). Di Indonesia, berdasarkan data tahun 1997, memiliki 4.640.000 pohon kelapa yang tidak produktif. Batang kelapa yang cukup besar ini akan mampu menghasilkan satu juta m<sup>3</sup> kayu per tahun. Jumlah ini setara dengan 2,5 % dari kebutuhan bahan baku kayu bagi industri kehutanan Indonesia. Batang kelapa memiliki sifat yang bervariasi dan mencolok mulai dari bagian tepi batang ke arah bagian dalam dan dari bagian pangkal batang ke arah tajuk. Pangkal batang pada umumnya memiliki sifat kekuatan dan keawetan yang lebih baik dibanding bagian dalam dan ujung batang. Ada tiga alasan yang menyebabkan batang kepala dapat dijadikan alternatif pengganti kayu, yaitu program peremajaan kebun kelapa akan berhasil dengan kelapa yang tidak dikeluarkan dari kebun akan menjadi sarang kumbang gerek. Dengan pengolahan yang benar batang kelapa akan menghasilkan kayu yang bisa bersaing dengan beberapa kayu jenis konvensional. Sulawesi Utara merupakan salah satu daerah produksi kelapa di Indonesia yang memiliki luas areal tanaman kelapa terbesar, sehingga daerah ini sering disebut dengan daerah nyiur melambai. Pada tahun 2010 luas areal perkebunan kelapa di Sulawesi Utara sebesar 276.069 ha atau dengan presentasi sebesar 76,06%. Produk turunan kelapa Sulawesi Utara mampu di pasarkan ke internasional karena kualitas yang dimiliki oleh produk olahan kelapa dan diminati oleh mancanegara, khususnya Belanda dan Amerika Serikat (Tatengkeng, 2011). Produk turunan kelapa Sulawesi Utara telah banyak diekspor diantaranya minyak kelapa, tepung kelapa, kopra, bungkil kopra, arang tempurung. Produk turunan kelapa di Sulawesi Utara sebagian besar merupakan produk berpotensi ekspor di beberapa negara tujuan. Beberapa negara tujuan dengan jenis produk yang diekspor disajikan pada Tabel 1

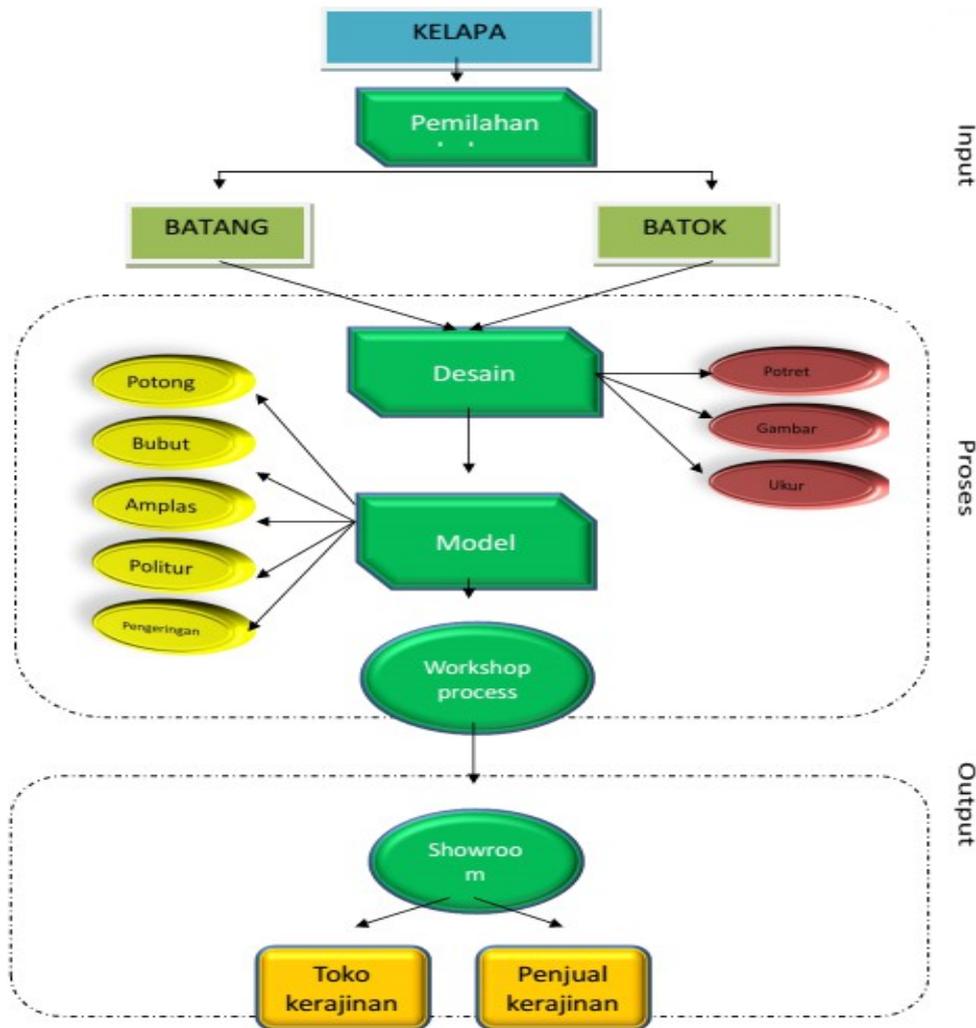
Tabel 1. Produk ekspor turunan kelapa SULUT dan negara tujuan

No	Jenis Komoditi	Negara Tujuan
1	Minyak Kelapa	Singapura, Amerika, Belanda, Jerman, Arab Saudi
2	Arang Tempurung	Jepang, Korea, Malaysia, Thailand
3	Tepung Kelapa	Singapura, Amerika, Belanda, Afrika
4	Kopra	Belanda, Belgia, Malaysia
5	Bungkil	Singapura, India

Sumber: Tatengkeng, 2011

Tabel 1 menunjukkan bahwa produk turunan kelapa Sulawesi Utara telah di ekspor ke berbagai Negara dan menjadi komoditi ekspor unggulan Sulawesi Utara yang memberikan kontribusi bagi kegiatan ekspor Sulawesi Utara. Selain itu penelitian sebelumnya menyimpulkan bahwa produk ekspor turunan kelapa memiliki nilai kontribusi yang besar bagi total ekspor provinsi Sulawesi Utara, dimana rata-rata nilai produksi untuk tahun 2006-2011 yaitu 51,86%, dan hampir semua kontribusi produk turunan kelapa berasal dari kontribusi minyak kelapa yaitu sebesar 46,09% dan sisanya berasal dari Bungkil Kopra 2,41%, Tepung Kelapa 1,98%, Kopra 1,01%, Karbon Aktif 0,20% dan Arang Tempurung 0,17% (Kuntel, 2012). Jenis komoditi ekspor turunan kelapa ini, memegang peranan yang kuat dalam perekonomian khususnya di Sulawesi Utara. Berdasarkan data ini, maka penelitian tentang pengembangan produk souvenir berbahan dasar tempurung kelapa ini dilakukan sebagai upaya pemanfaatan salah satu bahan limbah produksi (tempurung) untuk dijadikan bahan untuk pembuatan souvenir. Dengan demikian dalam proses pengembangan dan peningkatan produksi souvenir yang memperhatikan syarat-syarat produk berkualitas diharapkan akan masuk dalam daftar produk turunan kelapa yang diharapkan dapat dikelola dengan baik sehingga dapat pula menjadi produk yang diekspor ke negara-negara lain. Kelapa sebagai salah satu spesies dari genus *Cocos* memiliki 27 genera dan 600 spesies, yang diklasifikasikan dalam dua varietas yaitu kelapa Dalam (*typica Nar*) dan kelapa Genjah

(nana Griff). Ada pula yang mengklasifikasikan kelapa dalam tiga varietas yaitu selain kelapa Dalam dan Genjah juga ada kelapa Semi Dalam (*aurantiaca*). Masing-masing varietas kelapa memiliki karakteristik khusus yang membedakannya satu sama lain (Maskoro, 2000).



Gambar 2 : Alur Proses Desain dan Model Produk Turunan Kelapa (Peneliti, 2014)

Gambar 2 menunjukkan bahwa Kelapa adalah tanaman serba guna. Seluruh bagian tanaman bermanfaat bagi kehidupan manusia (Setyamidjaja, 1984). Mulai dari daun sampai ke akarnya pada penelitian ini alur prosesnya semenjak dari input maupun output dimana batang kelapa dan batok kelapa dapat dijadikan salah satu sumber pendapatan jika dikelola dengan baik. Yang dimulai dari pemilahan batang dan batok kemudian didesain sesuai dengan karakteristik budaya orang manado yang dimulai dengan memotret objek, menggambar dengan pencil dengan bantuan computer didapat lah gambar sesuai dengan ukuran setelah didesain maka masuk ke model. Dalam pemilihan model (batok kelapa) akan dibuat model flora and fauna khas Sulawesi utara, sementara batang kelapa juga dapat dideain yang sama artinya saling melengkapi antara satu dengan yang lain yang pasti bahwa model yang dipilih akan didesain dengan bahan campuran baik batok kelapa maupun batang kelapa atau di buat sesuai dengan fungsi gambar. Pada saat model sudah selesai melalui( memotong, bubut,

ampelas, cat, politur dan pengeringan). Hasil yang sudah siap dipasarkan dimasukan ke showroom untuk dipajang sehingga hasil pajangan akan jadi contoh untuk pemesanan baik took kerajinan maupun penjual kerajinan yang akan memesan.

Pengrajin memegang peranan penting bagi kelangsungan hidup usaha souvenir karena tanpa pengrajin souvenir tidak akan pernah ada dan berkembang. Begitu juga dengan mutu souvenir dan keaneka ragaman produknya, jika pengrajin tidak kreatif, inovatif dan terampil maka hal itu juga tidak akan pernah terwujud. Berdasarkan hasil observasi, Juli 2014, pengrajin souvenir Sulawesi Utara terdiri dari:

1. Pengrajin yang memang menggantungkan hidupnya dari usaha kerajinan tangannya itu sendiri Pengrajin ini biasanya menghasilkan kerajinan rotan, bamboo, kain, dan kayu.
2. Pengrajin yang merupakan anggota masyarakat yang berprofesi ganda, artinya tidak menggantungkan hidupnya dari kerajinan semata-mata. Mereka terdiri dari ibu rumah tangga, remaja putri putus sekolah dan tamatan SLTA yang tidak lagi melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Pengrajin ini biasanya menghasilkan barang-barang sulaman, bordiran, rajutan dan jahitan seperti baju adat, aneka macam tas, dompet, hiasan dinding, kopian, batok kelapa dan kayu kelapadll.
3. Pengrajin musiman dimana saat ada even MICE di Sulawesi Utara mereka mengahdiri pertemuan, pameran, event kunjungan, meeting dan mereka hadir dalam bentuk mendesain konveksi (bordiran,sablon kaos, kain, jaket, gantungan kunci, topi dll)

Keberadaan pengrajin dapat dilihat dari ada atau tidaknya stok produk souvenir di pasar. Jika di pasar terjadi pertumbuhan produksi souvenir berarti existensi pengrajin masih baik, tetapi jika produksi menurun maka existensi pengrajin terganggu, dan jika barang-barang souvenir sudah tidak ada lagi di pasar berarti pengrajin sudahtidak ada lagi. Kenyataannya, di lapangan masih ditemukan banyak stok produk barang-barang souvenir, maka dapat disimpulkan bahwa pengrajin Sulawesi utara masih ada (exist). Jumlah pengrajin di Sulawesi utara tergolong banyak. Kota manado Sulawesi Utara saja jumlahnya mencapai 22 orang, belum termasuk di kota-kota yang ada disekitar seperti Minahasa, Tomohon, Minahasa Tenggara, Minahasa Utara, Sangihe, Talaud, Sitaro, Bolaang Mingondow. Untuk menjaga existensi pengrajin, banyak pihak yang telah ikut memberikan perhatian dan batuanannya disamping pemerintah, lembaga keuangan atau juga organisasi dibawah binaan DinasPerindustrian, Dinas Pariwisata bekerja sama dengan pengrajin dalam negeri telah melaksanakan pelatihan-pelatihan bagi pengrajin mulai daripelatihan untuk meningkatkan ketrampilan, pelatihan manajemen pengelolaan usaha souvenir dan pelatihan pemasaran barang-barang souvenir. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Departemen Tenaga kerja dan Departemen perdagangan dan perindustrian Sulawesi Utara menyebutkan bahwa dari segi kuantitatif jumlah pengrajin yang sudah dilatih sudah banyak melalui beberapa kali pelatihan yangdiadakan sudah mencapai ratusan orang yang dilatih bahkan sudah membuka usaha sendiri.

### **Pengrajin Souvenir Sulawesi Utara**

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dijumpai permasalahan menyangkut barang-barang souvenir Sulawesi utara yang ada di toko-toko souvenir. Menurut wisatawan (konsumen) yang dijumpai di toko souvenir menyebutkan bahwa:

1. Pengrajin Souvenir Sulawesi Utara hampir tidak ada dalam bentuk miniature yang berhubungan dengan benda-benda budaya atau sejarah dan orang orang berjasa yang menarik, seperti: Dr Sam Ratulangi, Patung Toar –lumimuut, Patung kuda, Patung pendaratan HV.Worang, Tugo Dotulolong Lasut

2. Pengrajin Souvenir Sulawesi Utara masih terfokus pada barang-barang souvenir yang harganya “mahal” dan ukurannya “besar”, sehingga kalau membeli banyak tidak sanggup dibawa pulang, membeli sedikit nanti tidak cukup untuk dibagi-bagikan ketika kembali ke rumah,
3. Pengrajin Souvenir Sulawesi Utara kurang variasi atau tidak banyak ragamnya sehingga pengunjung seolah-olah tidak diberi peluang untuk memilih souvenir yang diinginkan,
4. Pengrajin Souvenir Sulawesi Utara masih mendesain sesuai dengan pesanan tanpa menyertakan nilai estetika, karakteristik budaya, serta pemahaman akan artefak dan arsitektur khas Sulawesi utara yang harus melekat pada souvenir yang dibuat sehingga menjadi unik dan mewakili daerah yang menjadi tujuan wisata

Dari hasil wawancara diketahui bahwa cara produksi souvenir Sulawesi utara sekarang hanya asal jadi dan mudah di buat, dapat dicopy serta di buat oleh orang lain, karena tidak memiliki karakter spesifik (Informan, Juli 2014). Oleh karena itu sejak Kota Manado dengan visinya menjadi kota pariwisata kerajinan tangan atau souvenir yang dibuat belum mencerminkan souvenir yang sesungguhnya, akibatnya banyak wisatawan kehilangan dan terkesan Manado tidak mempunyai souvenir yang berkarakter kuat dan hanya terbatas pada souvenir kain sulaman gorontalo, kain bentenan dan kain batik daerah lainnya. Pada saat pedagang souvenir (toko souvenir) menyiapkan bahan baku dan memberikan kepada pengrajin untuk dikerjakan. Setelah barang-barang itu siap, pedagang mendatangi pengrajin dan setelah membayar ongkos kerja, pedagang membawa barang-barang itu ke tokonya untuk dijual. Hal seperti itu tidak terlihat lagi sekarang. Sekarang, pedagang souvenir menyiapkan beberapa macam barang souvenir sebagai sampel, atau menyiapkan design, ukuran, bentuk, dan warna souvenir yang akan diproduksi. Kemudian pedagang souvenir menyerahkan sampel atau data tentang souvenir kepada pengrajin di luar daerah (Bali atau Jawa) untuk diproduksi secara massal. Setelah selesai, souvenir itu dibawa pulang ke Sulawesi Utara dan dimasukkan ke tokonya untuk dijual. Pembeli tidak merasa keberatan memandang juga tidak merasakan adanya pemalsuan barang-barang souvenir Sulawesi Utara seperti itu. Dengan kenyataan seperti ini maka yang mendapat manfaat dari souvenir Sulawesi Utara bukan pengrajin Sulawesi Utara, tetapi pengrajin dari luar daerah. Hal ini menjadi masukan bagi instansi yang berwenang untuk melakukan penelusuran yang lebih mendalam untuk dilakukan langkah-langkah kongkrit untuk mengatasi masalah dan meningkatkan kapabilitas para pengrajin souvenir lokal.

## **Analisis SWOT**

### **Strong (Kekuatan)**

Usaha ini didukung oleh pemerintah karena memanfaatkan bahan baku asli daerah, Pengusaha souvenir di Manado masih kurang, Banyaknya event MICE di Sulawesi Utara sangat mendukung dibutuhkan souvenir yang dapat dibawa pulang. Sumber bahan baku (tempurung dan Batang kelapa) banyak tersedia,

### **Weakness (Kelemahan)**

Modal yang masih kurang, sehingga memperlambat pertumbuhan usaha. Skill membuat souvenir yang masih terbatas, souvenir Sulawesi utara yang belum punya ciri khas daerah

### **Opportunity (Peluang)**

Peluang usaha ini sangat besar baik dalam bentuk dukungan pemerintah & sumber bahan baku, perkembangan Teknologi yang mampu memudahkan proses promosi lewat internet, persaingan pasar yang masih kurang. Event MICE yang sering dilakukan di SULUT yang membutuhkan souvenir yang dibawa pulang

### **Threat(Ancaman)**

Tidak ada ancaman yang terlalu signifikan, ancaman hanya berupa tenaga kerja yang terlambat karena harus didatangkan dari Pulau Jawa. Hal ini disebabkan kurangnya putra daerah yang mampu mengolah souvenir menjadi sesuatu yang lebih bermanfaat. Adanya souvenir sejenis dari luar daerah seperti dari Bali dan Jogja yang mempunyai kualitas dan desain yang menarik, selain itu faktor seringnya mati lampu juga ikut menjadi salah satu kendala dalam menjalankan usaha industri souvenir karena banyak menggunakan alat-alat potong yang menggunakan listrik.

### **Model dan desain souvenir eksisting (Hasil wawancara)**

Model dan desain yang dibuat pengrajin Sulawesi Utara belum menunjukkan keunikan dan nilai estetika dikarenakan bentuk dan desain atau pola yang dibuat tidak menunjukkan karakteristik budaya Sulawesi Utara. Berdasarkan hasil wawancara dijelaskan bahwa desain dan model yang dibuatnya masih terbatas pada jenis atau bentuk barang dapur dan lampu hias (Informan, Manado, 2014). Selanjutnya produk kerajinannya lebih pada miniature rumah adat Minahasa tapi bahan dasarnya dari sisa-sisa kayu yang tidak terpakai kemudian bahan dasar kerajinannya lebih banyak menggunakan kayu jati merah, nantu merah, rotan (Informan Tondano, 2014). Kerajinan dari rotan, kayu untuk pembuatan (binatang tarsius spectrum, kura-kura, kupu-kupu, dan hiasan dinding) pengrajin menjelaskan bahwa belum pernah mengikuti pelatihan dan mengharapkan ikut serta dalam kegiatan pelatihan usaha souvenir (Informan Minahasa Utara, 2014). Namun ada juga yang menjelaskan bahwa hasil kerajinan menggunakan bahan baku tempurung kelapa (batok kelapa) untuk membuat hasil kerajinan, bentuk dan desain lebih pada corak batik, tempat pensil, tempat tissue dan alat dapur. Kedepan (Informan Desa Wori, 2014). Pengrajin ini telah memiliki pengetahuan banyak tentang corak dan bentuk yang diinginkan wisatawan sehingga mempunyai banyak pilihan, beliau telah banyak mengikuti banyak pelatihan tentang usaha kerajinan sehingga produknya banyak dipamerkan pada event pameran pembangunan Sulawesi Utara bahkan sempat diundang mengikuti pameran diluar Sulawesi Utara (Jakarta, Denpasar dan Surabaya). Beberapa model dan desain adalah :

1. Model Patung ukiran budaya
  - a. Tarian cakalele/kabasaran
  - b. Tanam padi dan naik rumah baru
  - c. Marambak
2. Model ukiran tugu dan pahlawan
  - a. Patung kuda
  - b. Ibu Walanda maramis
  - c. Zero point
  - d. Dr. Sam ratulangi
  - e. Patung Toar Lumimuut
3. Model ukiran dan hiasan flora dan fauna
  - a. Tarsius spectrum
  - b. Coelachanth
  - c. Moleo
  - d. Monyet (kera) yaki hitam
  - e. Manguni/burung hantu
  - f. Ikan lainnya
4. Hiasan dinding (diukir pada batang kelapa)
  - a. Lukisan gunung dan sawah tondano
  - b. Bukit kasih
  - c. Patung memberkati Tuhan Yesus

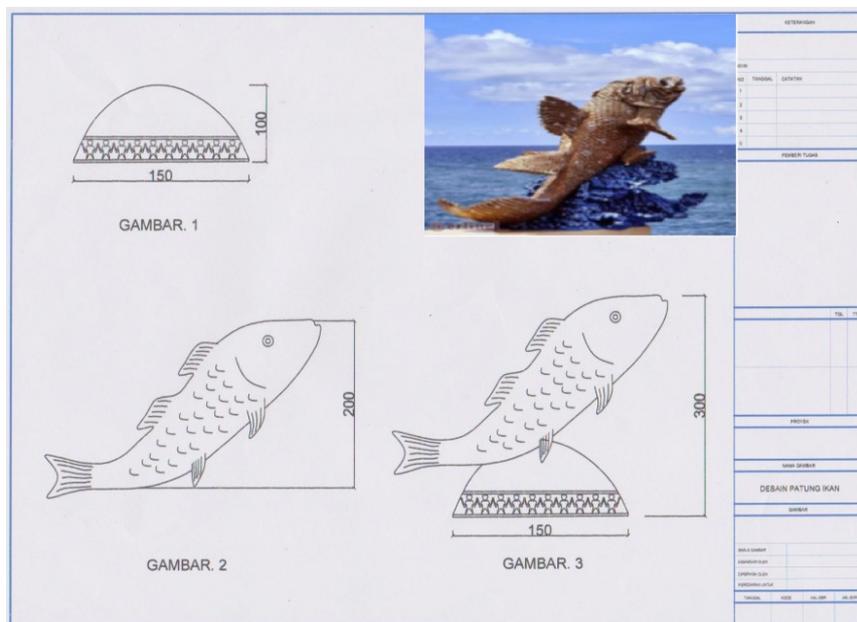
- d. Pulau bunaken
- e. Tarian suku yang ada di Sulawesi utara

### Motif dan Ragam souvenir

1. Motif ragam hias
  - Ragam Hias Flora dengan bahasa daerah *Resouan*.
  - Ragam Hias Fauna dengan bahasa daerah *Rerouan*.
  - Ragam Hias Manusia dengan Bahasa Daerah *Tetouan*.
2. Warna ragam hias
  - Pewarnaan Ragam Hias dengan bahasa daerah *Pagherasen*.
  - Pemaknaan Warna dengan bahasa daerah *Penoron Gheras*.

### Model dan desain yang disepakati untuk dikemabngkan (Hasil Focus Group Discussion 12 Maret 2015).

#### 1. Coelacanth Sulawesi Utara



- Bahan : Kayu Kelapa  
 Ukuran : 30 cm X 20 Cm  
 Kode : CSU-001 (Coelacanth Sulawesi Utara 001)  
 Ragam Hias : Bercorak desain Flora (bahasa Minahasa = Resouan)  
 Warna : Coklat Bergaris kayu ke hitam-hitaman

**Coelacanth** artinya ‘duri yang berongga’, dari perkataan Yunani *coelia* (berongga) dan *acanthos* (duri), merujuk pada duri siripnya yang berongga). IPA: ['si:lə,kænθ] adalah nama ordo (bangsa) ikan yang antara lain terdiri dari sebuah cabang evolusi tertua yang masih hidup dari ikan berahang. Coelacanth diperkirakan sudah punah sejak akhir masa Cretaceous 65 juta tahun yang lalu, sampai sebuah spesimen ditemukan di timur Afrika Selatan, di perairan sungai Chalumna tahun 1938. Sejak itu Coelacanth telah ditemukan di Komoro, perairan pulau Manado Tua di Sulawesi, Kenya, Tanzania, Mozambik, Madagaskar dan taman laut St. Lucia di Afrika Selatan. Di Indonesia, khususnya di sekitar Manado, Sulawesi Utara, spesies ini oleh masyarakat lokal dinamai **ikan raja laut**. Pada tahun 1998, enampuluh

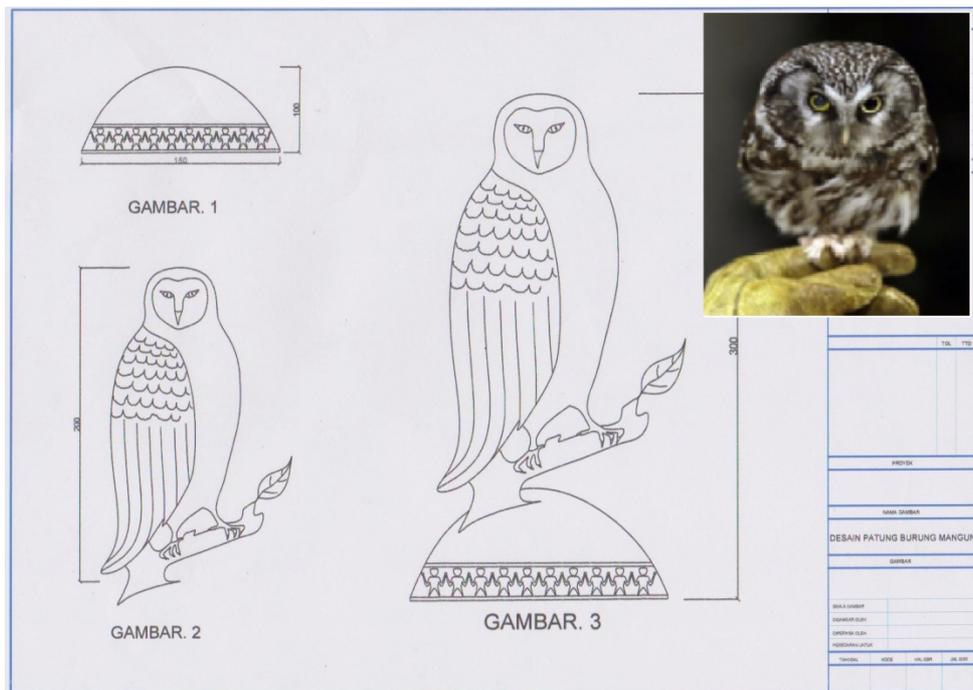




Panjang kepala dan tubuhnya 10 sampai 15 cm, namun kaki belakangnya hampir dua kali panjang ini, mereka juga punya ekor yang ramping sepanjang 20 hingga 25 cm. Jari-jari mereka juga memanjang, dengan jari ketiga kira-kira sama panjang dengan lengan atas. Di banyak ujung jarinya ada kuku namun pada jari kedua dan ketiga dari kaki belakang berupa cakar yang mereka pakai untuk merawat tubuh. Bulu tarsius sangat lembut dan mirip beludru yang bisanya berwarna cokelat abu-abu, cokelat muda atau kuning-jingga muda. Grup T. tarsier (Sulawesi) adalah:

1. Tarsius Sulawesi, *Tarsius tarsier*
2. Tarsius Dian, *Tarsius dentatus*
3. Tarsius Lariang, *Tarsius lariang*
4. Tarsius Peleng, *Tarsius pelengensis*
5. Tarsius Sangihe, *Tarsius sangirensis*
6. Tarsius Siau, *Tarsius tumpara*
7. Tarsius Kerdil, *Tarsius pumilu*

#### 4. Burung Hantu (manguni)



- Bahan : Kayu Kelapa dan tempurung kelapa  
 Ukuran : 20 cm X 20 Cm  
 Kode : BHSU-005 artinya ( Burung Hantu Sulawesi Utara 005)  
 Ragam Hias : Bercorak desain Flora (bahasa Minahasa = Resouan)  
 Warna : Coklat Bergaris kayu ke hitam-hitaman

Burung Manguni (Mauni = Mengamati) atau yang juga dikenal dengan sebutan Burung Tootosik, oleh orang [Manado](#) yang berasal dari Suku [Minahasa](#) di daerah [Sulawesi Utara](#) dianggap suci oleh karena burung ini di yakini di tugaskan khusus oleh Opo Empung untuk selalu memberi petunjuk kepada orang Minahasa. Burung Manguni memiliki banyak kekuatan yang di anggap gaib, mungkin sudah banyak dilupakan atau sudah tidak diketahui oleh orang

Minahasa pada umumnya karena hal ini memang di rahasiakan dan hanya diwariskan lewat lisan saja kepada keturunan atau anak cucu orang Minahasa. Di saat leluhur bangsa Minahasa sedang hanyut karena peristiwa air bah, mereka disuruh pergi ke tanah yang di janjikan oleh Opo Empung Wangko. Namun mereka tidak mengetahui jalan untuk ke sana, lalu mereka diarahkan oleh burung Manguni dan pada akhirnya mereka mengerti perilaku dari Manguni Makasiow (Makasiou).

### **Hasil FGD (Fokus Group Discussion) 12 April 2015**

Hasil FGD merumuskan beberapa rekomendasi untuk penjualan souvenir Sulawesi Utara agar meningkat yaitu para pengrajin perlu mempertimbangkan beberapa unsur pokok dalam bisnis souvenir, yaitu:

1. Harus ada keseriusan pengrajin dalam membuat barang-barang souvenir.
2. Perlu peningkatan ketrampilan pengrajin dalam memproduksi barang-barang souvenir sehingga kualitas, penampilan dan verifikasi produk souvenir dapat dilakukan.
3. Pengrajin perlu mengetahui selera pembeli sehingga barang-barang souvenir yang dibuat sesuai dengan selera mereka. Serta pengrajin mendirikan "outlet", yaitu tempat para pembeli menemukan barang-barang souvenir itu.
4. Pengrajin dalam menciptakan barang-barang souvenir perlu mempertimbangkan ukuran yang kecil, *packaging*-nya dan harganya yang bersaing karena salah satu pertimbangan konsumen membeli barang-barang souvenir adalah "ukuran yang tidak besar"
5. Pengrajin harus konsisten dengan melekatkan karakteristik budaya dan sejarah orang minahasa (SULUT) dalam artian agar souvenir mempunyai nilai estetika yang tidak gampang ditiru, bahkan unik sehingga mempunyai daya saing yang tinggi
6. Pengrajin harus mempunyai komitmen yang kuat dalam mempertahankan kualitas sehingga souvenir yang dibawa pulang mempunyai nilai bagi wisatawan yang berkunjung.

### **SIMPULAN**

Potensi sumberdaya alam yang dapat membuka peluang untuk pemberdayaan ekonomi rakyat di Sulawesi Utara sangat besar, namun potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Pengembangan kualitas produk souvenir Sulawesi Utara perlu didukung oleh semua pihak sehingga pengrajin souvenir dapat merasakan peningkatan perekonomian rakyat melalui usaha souvenir yang sekaligus dapat meningkatkan sektor pariwisata dan peningkatan perekonomian rakyat. Pengrajin souvenir perlu konsisten dengan melekatkan karakteristik budaya dan sejarah orang minahasa kedalam hasil kerajinan agar souvenir mempunyai nilai estetika yang tidak gampang ditiru, unik sehingga dan berdaya saing tinggi. Kualitas produk dapat ditingkatkan melalui pelatihan bagi pengrajin dalam memproduksi barang-barang souvenir sehingga kualitas, model, disain dan verifikasi produk souvenir dapat dilakukan. Pengrajin perlu mengetahui selera pembeli sehingga barang-barang souvenir yang dibuat sesuai dengan selera mereka. Selain itu pengrajin souvenir Sulawesi Utara harus mendirikan outlet yaitu tempat para pembeli menemukan barang-barang souvenir tersebut. Beberapa hal yang harus dipertimbangkan dalam menghasilkan souvenir yaitu ukuran yang kecil, *packaging* atau kemasan, serta harga yang terjangkau. Implikasi manajerial dari penelitian ini adalah produk souvenir dapat diproduksi oleh home industry yang memerlukan pendampingan dalam hal desain dan bentuk serta promosi dan pemasaran hasil. Pelatihan dan pendampingan perlu terus dilakukan terutama dalam hal peningkatandesain dan bentuk souvenir yang berkualitas dan berdaya saing sehingga menghasilkan souvenir yang mempunyai estetika dan berciri khas daerah Sulawesi Utara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Indeks, Jakarta
- Kuntel, Y., (2012)., *Kontribusi Ekspor Produk Turunan Kelapa Terhadap Total Ekspor di Provinsi Sulawesi Utara*, COSOS, Vol 1 (1)
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009)., *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta.
- Setyamidjaja, D. (1984). *Bertanam Kelapa*. Penerbit Kanisius, Yogyakarta
- Stanton, W. J., (2006)., *Fundamental of Marketing*, International Book, Company, Singapura.
- Tarigan, D.D. (2005). *Diversifikasi usahatani kelapa sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan petani*. Perspektif 4 (2) Desember : 64-70.
- Tatengkeng, H., (2011).*Produk Turunan Kepala Sulut Masih Terbatas*.  
<http://www.palakat.com/news/read/6768-produk-turunan-kelapa-sulutmasih-terbatas.html>, diakses 16 Maret 2014.
- The Collins Cobuild Dictionary (Webster English Dictionary)., (2009)
- Tjiptono,F., (2005). *Pemasaran Jasa*. Edisi 1. Bayumedia Publishing, Malang.
- Wearing, Stephen & McLean Joanne, 1998, “*Developing Ecotourism ; A Community based Approach*”, HM Leisure Planning Pty Ltd, Williamstown Victoria, Australia.
- Xin-ting, W., (2004), *A Study of Design for Enhancing the Value of Tourism*, Journal of Nanchang University(Social Science), Volume 3.
- Xue-ling, M., (2004), *Tourism Merchandise and Souvenirs: Discussion on the Conceptual Definitions and Local Features*, Tourism Tribune, Vol. 1.