

**JURNAL**

**STRATEGI BERSAING TERKAIT DENGAN ERA 4.0 DALAM PRODUK UKM  
ROTAN DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT  
(Kasus Pada UKM Teknik Rotan H. Muhid Hulu Sungai Utara)**

**Penulis:**

**EKA SANTI AGUSTINA, S.Sos.,MM  
SYAHRIL RAMADHANI  
WELDI TAHTA CAHYADI**

ekasanti.agustina@yahoo.co.id

**ABSTRAK**

Pada UKM Teknik Rotan H. Muhid Hulu Sungai Utara ini bertujuan untuk meberdayakan masyarakat dalam hal pemanfaatan rotan, agar bisa membantu meningkatkan perekonomian dan lingkungan yang sehat, bersih serta nyaman. Hal ini diungkapkan oleh kepala desa Umar Kepala Desa Sungai Limas Rt.002 No.082 Kec. Haur Gading Kab. Hulu Sungai Utara mengatakan bahwa:

*“Untuk meningkatkan perekonomian di sekitar rotan yang menumpuk sehingga lingkungan tersebut jadi bersih, maka upaya kami dalam mengelola kaca yaitu dengan memberikan kreativitas kepada masyarakat sekitar agar bisa dimanfaatkan dan bernilai ekonomis”*

Berdasarkan hasil dan uraian yang dikemukakan sebelumnya startegi bersaing UKM Rotan dengan menggunakan analisis SWOT yang dimiliki oleh H.Muhid Desa Sungai Limas Kecamatan Haur Gading Hulu Sungai Utara, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

*Strenght* (S) atau Kekuatan dalam strategi bersaing produk UKM H. Muhid Desa Sungai Limas Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara, yaitu Reputasi yang dimiliki oleh UKM Rotan ini dapat disebut baik, UKM ini termasuk UKM yang sangat fleksibel dalam menghadapi dalam kasus dan permintaan konsumen, Biaya overhead yang dimiliki oleh UKM Rotan ini tergolong rendah. Jadi harga yang ditawarkan tentunya lebih murah dibandingkan ekspor, Dalam hal ini dalam pemberin respon terhadap permintaan pelanggan UKM Rotan ini tergolong cepat dan tidak melalui proses yang panjang, Kemampuan dan ketrampilan yang dimiliki karyawan UKM Rotan ini dapat dikatakan tinggi.

*Opertunities (O) atau Peluang dalam strategi bersaing produk UKM H. Muhid Desa Sungai Limas Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara (UKM Rotan ini memiliki dukungan dari Pemerintah daerah dan Sector atau bidang rotan ini mengalami peningkatan)*

*Weakness (W) atau Kelemahan dalam strategi bersaing produk UKM H. Muhid Desa Sungai Limas Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara, yaitu UKM Rotan ini memiliki modal yang terbatas, Arus kas UKM Rotan ini berjalan tidak lancer dan Pemasaran dilakukan hanya dengan *face to face**

*Threats (T) Ancaman dalam strategi bersaing produk UKM H. Muhid Desa Sungai Limas Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara, yaitu: Sering terjadinya perubahan strategi dari persaingan sehingga dapat menjadi suatu ancaman terhadap posisi UK Rotan H. Muhid dan Perkembangan teknologi yang cepat sehingga berdampak pada keterlambatan UKM Rotan ini dalam mengadopsinya.*

### **ABSTRACT**

*In the H. Muhid Hulu Sungai Utara Rattan Technique UKM aims to empower the community in terms of rattan utilization, so that it can help improve the recording and healthy, clean and comfortable environment. This was revealed by the village head of Umar Head of Sungai Limas Village Rt.002 No.082 Kec. Haur Gading Kab. Hulu Sungai Utara says that:*

*"To improve the environment around rattan that has accumulated so that the environment becomes clean, our efforts in managing glass are to provide creativity to the surrounding community so that it can be utilized and economically valuable"*

*Based on the results and descriptions stated earlier, the competitive strategy of Rattan SMEs using the SWOT analysis owned by H. Muhid Sungai LImas Village, Haur Gading Hulu Sungai Utara District, the conclusions can be drawn, namely:*

*Strength (S) or Strength in the competitive strategy of H. Muhid SME products in Sungai Limas Village, Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara, namely the reputation owned by Rattan SMEs can be called good, these SMEs include SMEs that are very flexible in dealing with cases and consumer demand, overhead costs owned by these Rattan SMEs are relatively low. So the price offered is certainly cheaper than exports. In this case, in providing response to the demand of Rattan UKM customers, it is quite fast and does not go through a long process, the ability and skill of this Rattan UKM employee can be said to be high.*

*Opertunities (O) or Opportunities in the competitive strategy of H. Muhid SME products in Sungai Limas Village, Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara (Rattan UKM has support from the local government and the sector or the rattan sector has increased)*

*Weakness (W) or Weaknesses in the competitive strategy of H. Muhid SME products Sungai Desa Limas Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara, namely this Rattan UKM has limited*

*capital, the Rattan UKM cash flow is running smoothly and marketing is done only by face to face*

*Threats (T) Threats in the competitive strategy of H. Muhid SME products in Sungai Limas Village, Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara, namely: Frequent changes in strategy from competition so that it can be a threat to the position of UK Rotan H. Muhid and rapid technological developments that have an impact on the delay of this Rattan SMEs in adopting it.*

## Latar Belakang

Suatu cara bagaimana perusahaan menciptakan nilai melalui konfigurasi dan koordinasi dari aktivitas multipasarnya (Collis & Montgomery, 1998: 5). Ketika strategi korporat membangun keseluruhan arah dan tujuan yang diharapkan oleh suatu perusahaan, strategi perusahaan lain yaitu fungsional dan kompetitif memberikan arti atau mekanisme untuk memastikan perusahaan mencapai tujuannya. Strategi perusahaan digunakan untuk mengendalikan perusahaan pada tujuan tertentu, tetapi strategi perusahaan yang lain digunakan untuk memastikan arah tujuan tersebut diikuti, dan memastikan untuk bisa mengerti dan mengatur jika terjadi perkembangan yang signifikan. (Kuncoro, 2005).

Hasil karya para karyawan Teknik Rotan H. Muhid Hulu Sungai Utara dijual langsung oleh H. Muhid ke

pasar-pasar, terutama pasar Amuntai. Hasil kerajinan tangan para karyawan ini lah yang menentukan hasil akhir dari profit Teknik Rotan. Oleh sebab itu, banyaknya kendala membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap strategi bersaing produk. Penulis melakukan penelitian pada UKM Teknik Rotan H. Muhid Hulu Sungai Utara

### 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah kegiatan-kegiatan manajemen produksi yang dilakukan oleh UKM Teknik Rotan H. Muhid Hulu Sungai Utara?
2. Bagaimanakah kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman umkm dalam segi manajemen produksi UKM Teknik Rotan H. Muhid Hulu Sungai Utara?
3. Bagaimanakah menyusun strategi manajemen produksi UKM Teknik Rotan H. Muhid Hulu Sungai Utara?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk membuat model manajemen yang sesuai dengan kondisi UKM sehingga bisa diaplikasikan lebih jauh untuk mengembangkan UKM-UKM yang ada di wilayah Hulu Sungai Utara. Sedangkan tujuan khususnya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi kegiatan-kegiatan manajemen produksi yang dilakukan oleh UKM Teknik Rotan H. Muhid Hulu Sungai Utara
2. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman umkm dalam segi manajemen produksi UKM Teknik Rotan H. Muhid Hulu Sungai Utara
3. Untuk menyusun strategi manajemen produksi UKM Teknik Rotan H. Muhid Hulu Sungai Utara

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis  
Sebagai bahan pengaplikasian teori yang telah diperoleh dan dapat memberikan kontribusi tentang pemahaman teori-teori yang menjelaskan strategi bersaing dengan menggunakan analisis SWOT
2. Bagi Perusahaan  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi mengenai strategi bersaing untuk menciptakan produk
3. Bagi Akademis

Sebagai bahan refrensi dan sumbangan pemikiran mengenai strategi bersaing produk dengan analisis SWOT

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Penulis menemukan penelitian LILA BISMALA (2016) tentang “Analisis SWOT Pada Implementasi Manajemen Produksi UMKM di Sumatera Utara”. Penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum umkm belum mengaplikasikan manajemen produksi secara konsisten, namun hanya berdasarkan pemahaman dan pengetahuan yang dimiliki saja. Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan, diperoleh strategi manajemen produksi yang dapat diimplementasikan, yaitu Strategi S-O, dengan memanfaatkan pembinaan/ pelatihan untuk mempelajari inovasi di wilayah lain, mengkaitkan kluster umkm dengan pariwisata di wilayah umkm berada. Strategi W-O, dengan adanya keberanian berinovasi (menjadi berbeda) dan meningkatkan mutu dengan memperhatikan kualitas bahan baku, serta memperhatikan/memenuhi keinginan konsumen, melakukan perhitungan kapasitas/persediaan secara tidak berlebihan. Strategi ST, dengan

membentuk koperasi dan memikirkan penyaluran yang efektif dan mekanisme harga, dan membentuk proteksi produk lokal, dengan bekerja sama dengan sejumlah instansi untuk menggunakan produk buatan umkm. Strategi W-T, dengan mempertahankan ciri khas kedaerahan, memberikan bbm bersubsidi dengan mekanisme khusus, menjangkau lebih luas kepesertaan umkm dalam pembinaan instansi terkait.

Penulis juga menemukan penelitian oleh Annisa Novceria Rahma (2018), tentang “Strategi Bersaing Produk UKM Lunpia Dengan Menggunakan Analisis *Five Forces Porter* dan SWOT (Kasus pada UKM Lunpia Kings Semarang)”. Penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan metode *five forces Porter* maka strategi bisnis yang dapat dikembangkan oleh UKM Lunpia Kings adalah strategi biaya rendah, dimana strategi ini digunakan untuk menekan biaya produksi sehingga dapat mengurangi harga jual. Berdasarkan metode SWOT, strategi pengembangan bisnis UKM Lunpia Kings adalah strategi penetrasi pasar, dimana UKM akan melakukan penetrasi pasar pada masyarakat ekonomi menengah.

## 2.2 Era 4.0

Ada empat prinsip rancangan dalam Industri 4.0. Prinsip-prinsip ini membantu perusahaan mengidentifikasi dan mengimplementasikan skenario-skenario Industri 4.0

- Interoperabilitas (kesesuaian): Kemampuan mesin, perangkat, sensor, dan manusia untuk berhubungan dan berkomunikasi dengan satu sama lain lewat Internet untuk segala (IoT) atau Internet untuk khalayak (IoP). IoT akan mengotomatisasikan proses ini secara besar-besaran
- Transparansi informasi: Kemampuan sistem informasi untuk menciptakan salinan dunia fisik secara virtual dengan memperkaya model pabrik digital dengan data sensor. Prinsip ini membutuhkan pengumpulan data sensor mentah agar menghasilkan informasi konteks bernilai tinggi.
- Bantuan teknis: Pertama, kemampuan sistem bantuan untuk membantu manusia dengan mengumpulkan dan membuat visualisasi informasi secara menyeluruh agar bisa membuat keputusan bijak dan menyelesaikan masalah genting yang mendadak. Kedua, kemampuan sistem siber-fisik untuk membantu manusia secara fisik dengan melakukan serangkaian tugas yang tidak menyenangkan, terlalu berat, atau tidak aman bagi manusia.

- Keputusan mandiri: Kemampuan sistem siber-fisik untuk membuat keputusan sendiri dan melakukan tugas semandiri mungkin. Bila terjadi pengecualian, gangguan, atau ada tujuan yang berseberangan, tugas didelegasikan ke atasan.

### 2.3 Defenisi Strategi

Strategi adalah Rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi (Glueck dan Jauch, p.9, 1989). Kata strategi berasal dari bahasa Yunani "strategia" yang diartikan sebagai "the art of the general" atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan. definisi strategi secara umum dan khusus sebagai berikut:

#### 1) Definisi Umum

Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

#### 2) Definisi khusus

Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian,

strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

### 2.4 Perumusan Strategi

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan customer value terbaik. Beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskan strategi, yaitu:

- 1) Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di masa depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.
- 2) Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan misinya.
- 3) Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (key success factors) dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.

- 4) Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.
- 5) Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang. (Hariadi, 2005).

## 2.5 Pengertian Strategi Bersaing

Kompetisi mempunyai pengertian adanya persaingan antara perusahaan untuk mencapai pangsa pasar yang lebih besar. Kompetisi antara perusahaan dalam merebutkan pelanggan akan menuju pada inovasi dan perbaikan produk dan yang pada akhirnya pada harga yang lebih rendah. Dalam pengertian sempit kompetisi adalah perusahaan-perusahaan berusaha sekuat tenaga untuk membuat pelanggan membeli produk mereka bukan produk pesaing. Oleh karena itu, akan terdapat pihak yang menang dan yang kalah.

Kotler dan Porter menyatakan bahwa persaingan dalam konteks pemasaran adalah keadaan dimana perusahaan pada pasar produk atau jasa tertentu akan memperlihatkan keunggulannya masing-masing, dengan atau tanpa terikat peraturan tertentu dalam rangka meraih pelanggannya. Menurut Porter, persaingan akan terjadi pada beberapa kelompok pesaing yang tidak hanya pada produk atau jasa sejenis, dapat pada produk atau jasa substitusi maupun persaingan pada hulu dan hilir.

## 2.6 Rotan

Rotan tumbuh liar di dalam hutan atau ada yang sengaja ditanam. Rotan dapat dipanen setiap saat, dengan memperhatikan bagian bawah batangnya tidak tertutup oleh kelopak, daun sudah mengering, duri dan kelopak daun sudah rontok. Panen rotan yang tidak benar menghasilkan limbah yang besar. Rata-rata limbah pemanenan rotan secara tradisional di Indonesia sebesar 12,6-28,5%, dan dengan menggunakan alat bantu tirfor dan lir sebesar 4,1-11,1%, sedangkan besarnya limbah yang dihasilkan selama pengangkutan berkisar antara 5-10%,

Indonesia adalah Negara penghasil rotan terbesar di dunia. Luas hutan rotan di Indonesia sebesar 13,20 juta hektar tergolong kedalam 8 marga dan 306 jenis daripadanya 51 jenis yang sudah dimanfaatkan. Jenis yang memiliki harga yang tinggi adalah *Calamus* dan *Daemonorops*, yang terdapat juga di Maluku.

Rotan adalah sekelompok palma dari puak (*tribus*) Calameae yang memiliki habitus memanjat, terutama *Calamus*, *Daemonorops*, dan *Oncocalamus*. Puak Calameae sendiri terdiri dari sekitar enam ratus anggota, dengan daerah persebaran di bagian tropis Afrika, Asia dan Australasia. Ke dalam puak ini termasuk pula marga *Salacca* (misalnya salak), *Metroxylon* (misalnya rumbia/sagu), serta *Pigafetta* yang tidak memanjat, dan secara tradisional tidak digolongkan sebagai tumbuhan rotan.

## 2.6 Defenisi SWOT

SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*). SWOT akan lebih baik dibahas dengan menggunakan tabel yang dibuat dalam kertas besar, sehingga dapat dianalisis dengan baik hubungan dari setiap aspek.

Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, di mana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

### **BAB III**

## **METODE PENELITIAN**

### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu mengamati, mengumpulkan data dan menganalisa data serta mengungkapkan secara jelas tentang strategi bersaing produk UKM rotan dengan analisis SWOT.

Menurut Sukmadinata (2005) dasar penelitian kualitatif adalah konstruktivisme yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dan suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh setiap individu. Peneliti kualitatif percaya bahwa kebenaran adalah dinamis dan dapat ditemukan hanya melalui penelaahan terhadap orang-orang melalui interaksinya dengan situasi sosial mereka (Danim, 2002).

### **3.2 Tipe Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif sifatnya deskriptif analitik. Data yang diperoleh seperti hasil pengamatan, hasil wawancara, hasil pemotretan, analisis dokumen, catatan lapangan, disusun peneliti di lokasi penelitian, tidak dituangkan dalam bentuk dan angka-angka. Peneliti segera melakukan analisis data dengan memperkaya informasi, mencari hubungan, membandingkan, menemukan pola atas dasar data aslinya (tidak ditransformasi dalam bentuk angka).

### **3.3 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang dipilih, yaitu Teknik Rotan Jl. Sungai Limas Rt.002 No.082 Kec. Haur Gading Kab. Hulu Sungai Utara

### **3.4 Informasi Penelitian**

Penelitian ini mengambil informasi penelitian pada:

1. Pemilik UKM Teknik Rotan H. Muhid
2. Karyawan Pengrajin
3. Pembeli Rotan

### 3.5 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data dan teknik pengumpulan data yang diambil dalam penelitian ini berasal dari dua sumber data utama, yaitu:

#### 1. Data Primer

Keseluruhan data yang hasil penelitian diperoleh melalui wawancara serta observasi langsung ke lapangan.

- Wawancara, yaitu berupa tanya jawab antara penulis dengan sumber informasi yang berlangsung secara lisan, guna mencapai data yang jelas sehingga penulis lebih mudah untuk menganalisis dan mengembangkan data yang dihasilkan dari wawancara tersebut. Wawancara ini dilakukan berdasarkan teknik *snow-ball sampling* (penarikan sampel secara bola salju). Penarikan sampel pola ini dilakukan dengan menentukan sampel pertama, sampel ketiga ditentukan berdasarkan informasi dari sampel pertama, sampel ketiga ditentukan oleh sampel ke dua dan seterusnya sehingga jumlah sampel semakin besar, seolah-olah terjadi efek bola salju.

- Observasi (Pengamatan), yaitu dengan cara mengamati secara

langsung tentang pola-pola perilaku yang sebagaimana adanya. Memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai perilaku manusia yang mungkin tidak ditemukan dalam teori.

#### 2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari studi literatur serta dalam data-data resmi mengenai objek yang diteliti, yaitu berasal dari UKM yang telah diteliti (dokumen). Dokumentasi merupakan data-data yang diperoleh melalui bahan-bahan mengenai objek yang diteliti dari UKM terkait.

### 3.5 Analisis Data

Sebagian telah diungkapkan sebelumnya bahwa penelitian ini menggunakan metode kualitatif, sehingga dalam menganalisa data tidak dilakukan uji statistic. Hasil wawancara pertama-tama dibuat transkrip, selanjutnya dikategorikan sesuai dengan tema atau konsepnya, kemudian dianalisis secara kualitatif untuk memperoleh gambaran dari fenomena yang diteliti.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM

#### 4.1 Profil Desa Sungai Limas Kec. Haur Gading Kab. Hulu Sungai Utara

Kabupaten Hulu Sungai Utara (HSU) terletak pada 2°1'37" sampai 2°35'58"

Lintang Selatan dan antara 114°50'58" sampai 115°50'24" Bujur Timur. Kabupaten HSU dengan ibukotanya Amuntai merupakan salah satu dari 13 (tiga belas) kabupaten/kota Provinsi Kalimantan selatan yang terletak di tengah-tengah. Di HSU terdapat ada 10 kecamatan yakni, Kecamatan Amuntai Utara, Kecamatan Haur Gading. Kemudian Kecamatan Amuntai Selatan, Kecamatan Paminggir, Kecamatan Danau Panggang. Kecamatan Babirik, kecamatan Sungai Pandan, Kecamatan Sungai Tabukan, kecamatan Amuntai Tengah dan kecamatan Banjarang.

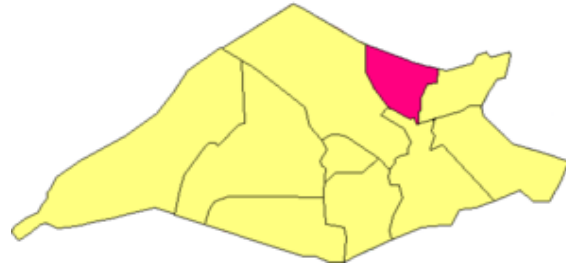
Adapun batas-batas wilayahnya Kabupaten HSU sebagai berikut :

Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Barito Selatan Provinsi Kalimantan Tengah dan Kabupaten Tabalong. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Balangan. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Hulu Sungai Tengah dan Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Barito Selatan Provinsi Kalimantan Tengah dan Kabupaten Tabalong.

Kabupaten HSU sendiri merupakan wilayah yang terdiridari dataran rendah dengan ketinggian berkisar antara 0 - 25 meter dari permukaan laut yang didominasi oleh lahan rawa baik yang tergenang monoton maupun tergenang secara periodik. Wilayah Kabupaten Hulu Sungai Utara mempunyai kelas lereng tunggal yakni datar antara (0-2 %), dengan rata-rata ketinggian antara 0 hingga 7 m dari permukaan laut.

**Gambar 4.1**

**Peta Kecamatan Haur Gading**



Kecamatan Haur Gading terdiri dari 18 desa, yaitu:

1. Bayur
2. Haur Gading
3. Jingah Bujur
4. Keramat
5. Lok Soga
6. Palimbangan
7. Palimbangan Gusti
8. Palimbang Sari
9. Panawakan
10. Pihaung
11. Pulantani
12. Sungai Binuang
13. Sungai Limas
14. Tambak Sari Panji
15. Tangkawang
16. Teluk Haur
17. Tuhuran
18. Waringin

#### **4.2 Profil Perekonomian Desa Sugai Limas Kec. Haur Gading Kab. Hulu Sungai Utara**

Sedangkan menurut sebagian orang (masyarakat desa) diantara mereka memiliki usaha kecil seperti warung makan, warung jajanan kecil, dan produksi koe bulu, tukang becak, pedagang sayur dan lain-lain. Hal tersebut menunjukkan adanya potensi kewirausahaan. Usaha rotan ini merupakan salah satu bisnis yang cukup menjanjikan, disamping mudah bagi kita untuk menemukan bahan baku, kita juga bisa mengkreasikan rotan menjadi barang yang bernilai ekonomis. Selain itu juga bisa membantu pemerintah dalam rangka program peningkatan perrekonomian masyarakat. Konsep rotan ini merupakan upaya untuk membangun Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Desa Sungai Limas Kecamatan Haur Gading Kab Hulu Sungai Utara. (Wawancara Tanggal 24 Desember 2019)

#### **4.3 Struktur UKM Teknik Rotan H. Muhid Hulu Sungai Utara**

Struktur kepengurusan UKM Teknik Rotan H. Muhid ini tidak menggunakan struktur yang kongkrit hanya saja menggunakan pemilik sebagai orang yang paling berperan dan memiliki beberapa karyawan sebagai pelaksana. (wawancara pada tanggal 24 Desember 2019)

#### **4.4 Tugas dan Wewenang Masing-Masing Jabatan**

- a. Pemilik
- b. Karyawan
- c. Pengrajin

#### **4.5 Uraian Tugas UKM Teknik Rotan H. Muhid Hulu Sungai Selatan**

- a) Pemilik, tidak hanya sebagai pemilik tapi juga ikut serta dalam penjualan. Turun langsung ke pasar untuk menjual dan melayani langsung pembeli
- b) Karyawan, meraka melakukan tugasnya dengan merapikan dan mengangkut semua barang yang akan di bawa ke pada pasar-pasar yang nantinya sebagai tempat penjualan dan ikut serta melayani pembeli.
- c) Pengrajin, adalahnkaryawan yang diperuntukan hanya membuat kerajinan yang diminta atau desain-desain yang sudah mengalami persediaan tipis.

## **BAB V PEMBAHASAN**

### **5.1 Hasil Penelitian**

#### **5.1.1 Strategi Bersaing Terkait dengan ERA 4.0 dalam Produk UKM Rotan dengan**

**Menggunakan  
Analisis SWOT  
(Kasus Pada UKM  
Teknik Rotan H.  
Muhid Hulu Sungai  
Utara)**

Menteri Perindustrian dan Perdagangan melalui Surat Keputusan No.355/ MPP/Kep/5/2004 tanggal 27 Mei 2004 kembali mengeluarkan sebuah kebijakan tentang Pengaturan Ekspor Rotan. Rotan dimaksud adalah yang berasal dari hutan alam dan rotan yang berasal dari tanaman budidaya berupa rotan asalan, rotan sudah dipoles halus dan rotan setengah jadi dalam bentuk kulit rotan dan hati rotan yang termasuk dalam Pos Tarif/HS 1401.20.00.00.

Rotan yang berasal dari hutan alam meliputi jenis-jenis rotan manau, rotan batang, rotan lambang, rotan pulut, rotan tohiti, rotan semambu, dan jenis rotan lainnya dalam bentuk mentah, dirunti, digosok atau tidak, dicuci, diasap atau dibelerang, dilarang untuk diekspor. Sementara jenis rotan tanaman budidaya meliputi jenis rotan taman/sega dan rotan irit, dengan diameter 4 s/d 16 mm yang dirunti, digosok atau tidak, dicuci, diasap atau dibelerang dan rotan bulat yang dipoles halus, termasuk rotan setengah jadi dalam bentuk kulit rotan dan hati rotan, dapat untuk diekspor.

Keputusan baru itu dimaksudkan sebagai upaya untuk menata kembali pemanfaatan rotan sebagai bahan baku industri guna

meningkatkan nilai tambah yang lebih tinggi, sekaligus menjaga pelestarian hutan, mengingat hutan sebagai salah satu penentu sistem penyangga kehidupan dan sumber kemakmuran rakyat Indonesia, saat ini kondisinya cenderung terus mengalami penurunan, sehingga keberadaannya harus dipertahankan secara optimal dan dijaga daya dukungnya secara lestari. Selain itu, rotan yang merupakan bahan baku industri dapat memberikan kesempatan kerja sangat luas khususnya bagi masyarakat kecil.

Dalam kaitan ini jumlah dan jenis rotan yang dapat diekspor harus disesuaikan dengan persediaan bahan baku dalam negeri dan tidak mengancam kelestarian sumber daya hutan dan lingkungan hidup, ditetapkan oleh Direktur Jenderal Perdagangan Luar Negeri Deperindag, didasari pada pertimbangan rekomendasi dari pemerintah Daerah Kabupaten/Kota Sentra penghasil rotan. Pelaksanaan ekspor rotan hanya dapat dilakukan oleh perusahaan atau perorangan yang telah mendapat pengakuan sebagai Eksportir Terdaftar Rotan (ETR) dari Direktur Jenderal Perdagangan Luar Negeri.

Setiap pelaksanaan ekspor rotan oleh ETR harus terlebih dahulu mendapat persetujuan ekspor dari Direktur Jenderal Perdagangan Luar Negeri cq. Direktur Ekspor Produk Pertanian dan Pertambangan meliputi jumlah dan jenis rotan, pelabuhan muat, negara tujuan dan masa berlaku

persetujuan ekspor. Dalam pelaksanaannya harus memenuhi ketentuan pembayaran dilakukan dengan Sight L/C melalui Bank Devisa dan harga yang dimuat dalam L/C yang dibuka oleh importir/pembeli di luar negeri tidak boleh lebih rendah dari Harga Patokan Ekspor (HPE) yang berlaku pada saat L/C dibuka.

Pelanggaran terhadap ketentuan tersebut di atas akan dikenakan sanksi administrasi berupa pembekuan dan atau pencabutan pengakuan sebagai ETR dan atau sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Dengan diberlakukannya ketentuan baru tersebut, maka SK Menperindag No.440/MPP/ Kep/9/1998 tentang Ketentuan Ekspor Rotan Bulat dan SK Menperindag No.647/MPP/Kep/10/2003 tentang Ketentuan Ekspor Produk Industri Kehutanan yang bertentangan dengan ketentuan baru dimaksud dinyatakan tidak berlaku lagi.

Pemberitahuan Rencana Ekspor Rotan Bulat yang telah diterbitkan berdasarkan SK Menperindag Nomor 440/MPP/Kep/9/1998 dinyatakan tetap berlaku dengan ketentuan bahwa eksportir yang bersangkutan telah memperoleh Pemberitahuan Rencana Ekspor Rotan Bulat serta menerima pembukaan L/C dari pembeli di luar negeri sebelum ditetapkannya Keputusan ini harus merealisasikan

eksportirnya paling lambat s/d tanggal 30 Juni 2004.

Jadi bisa dikususkan bahwa peningkatan perekonomian pada UKM Teknik Rotan H. Muhid Hulu Sungai Utara ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dalam hal pemanfaatan rotan, agar bisa membantu meningkatkan perekonomian dan lingkungan yang sehat, bersih serta nyaman. Hal ini diungkapkan oleh kepala desa Umar Kepala Desa Sungai Limas Rt.002 No.082 Kec. Haur Gading Kab. Hulu Sungai Utara mengatakan bahwa:

*“Untuk meningkatkan perekonomian di sekitar rotan yang menumpuk sehingga lingkungan tersebut jadi bersih, maka upaya kami dalam mengelola kaca yaitu dengan memberikan kreativitas kepada masyarakat sekitar agar bisa dimanfaatkan dan bernilai ekonomis (wawancara pada tanggal 24 Desember 2019) “*

Hal tersebut diperkuat oleh ibu Hartati selaku ketua ibu PKK yang menyatakan bahwa:

*“Dalam meningkatkan perekonomian, maka masyarakat harus diberdayakan dengan kreativitas pengelolaan rotan yang berada di Desa Sungai Limas, kreativitas masyarakat diberi pelatihan untuk mendaur ulang rotan dan masyarakat diharuskan untuk ikut serta dalam pemasaran hasil dari kreativitas rotan” ( wawancara pada tanggal 24 Desember 2019)*

Apa yang diungkapkan oleh kepala desa dan ketua ibu PKK sesuai dengan apa yang disebutkan oleh H. Muhid selaku pemilik usaha rotan, beliau mengutarakan bahwa:

*“Dalam mengelola rotan, saya mengkrektuk karyawan dari masyarakat Desa Sungai Limas Kecamatan Haur Gading Hulu Sungai Utara, selain itu karyawan memilah rotan yang ada di dipinggiran jalan kemudian bisa dimodifikasi atau di daur ulang sehingga menjadi bernilai ekonomis.”* (wawancara pada tanggal 24 Desember 2019)

Kemudian Bapak Zulkipli sebagai masyarakat Desa Sungai limas Kecamatan Haur Gading sedikit berbeda tentang pengelolaan rotan, beliau mengatakan bahwa:

*“Kami sebagai karyawan H. Muhid Desa Sungai Limas Kecamatan Haur Gading kurang mengerti mengenai pemilihan rotan, tetapi saya sangat mendukung dengan adanya kreativitas rotan ini. Saya berharap adanya respon yang baik kepada kami terhadap kedekatan dengan pengelola dan atau kreativitas rotan mengenai yang sudah bernilai ekonomis.”* (wawancara pada tanggal 24 Desember 2019)

Apa yang diungkapkan oleh Kepala Desa, Ketua ibu PKK, karyawan kreativitas rotan H. Muhid, serta masyarakat Desa Sungai Limas Kecamatan Haur Gading, pernyataan

tersebut diperkuat oleh hasil penelitian/observasi peneliti, bahwa selama ini kepala desa, ketua ibu PKK, karyawan H. Muhid dan masyarakat Desa Sungai Limas sudah memberikan sumber daya manusia terhadap pengelolaan rotan yang bernilai ekonomis hal ini sangat bermanfaat terhadap peningkatan perekonomian tentang kemandirian mereka untuk pembangunan. Jadi sebagai masyarakat yang wajib mengelola rotan maka diharuskan untuk sekreatif mungkin agar tercapai peningkatan perekonomian dengan baik.

### **5.1.2 Metode 4P Dalam UKM Rotan Dengan Menggunakan Analisis SWOT (Kasus Pada UKM Teknik Rotan H. Muhid Hulu Sungai Utara)**

Sebagai seorang pelaku UKM yang kreatif, H. Muhid dituntut untuk bisa untuk menentukan komoditas apa saja yang memiliki nilai jual cukup tinggi di pasaran dan sebagai seorang yang jeli H. Muhid memiliki aturan analisis dalam dunia pemasaran modern yang ke depannya bisa digunakan untuk melacak dan mengukur seberapa potensial pasar yang H. Muhid bidik.

Berbagai tips yang ditujukan untuk meningkatkan jumlah penjualan UKM H. Muhid diantaranya sebagai berikut:

1. *Product* (Produk) dalam strategi bersaing produk UKM

H. Muhid Desa Sungai Limas  
Kec. Haur Gading Hulu  
Sungai Utara

Setiap UKM harus bisa menentukan produk apa yang menjadi andalannya dan bagaimana cara mengembangkan produk andalannya tersebut. Misalnya dengan menambah varian rasa, varian ukuran, varian bentuk dan juga varian kemasannya. Hal yang paling penting dan krusial yang harus dijaga adalah kualitas dari produk andalan. Seorang UKM jangan pernah melakukan perubahan rasa, bentuk, warna, ukuran dan kualitas tanpa melakukan info atau pemberitahuan ke pelanggan sebelumnya. Karena perubahan produk yang tiba – tiba akan menyebabkan pelanggan kecewa dan apabila pelanggan kecewa hal tersebut akan berlanjut dan akan berakibat ke penurunan penjualan.

Hal yang sama diungkapkan oleh Pak H. Muhid pemilik usaha UKM Rotan Desa Sungai Limas Kecamatan Haur Gading Hulu Sungai Utara, mengatakan bahwa:

*“Sudah melakuakn penambahan desain baru, ukuran berbagai mcam dan bentuk serta pemilihan rotan yang baik untuk mempertahankan kualitas dari hasil olahannya”. (wawancara pada tanggal 24 Desember 2019)*

Hal ini sebanding dengan hasil wawancara kepada salah satu karyawan UKM rotan H. Muhid atas nama , mengatakan bahwa

*“Saya mengetahui bahwa setiap desain baru yang kami buat untuk menarik konsumen membeli dan kualitas rotan yang kami pilih adalah kualitas yang memang paling baik”. (wawancara pada tanggal 24 Desember 2019)*

Dari hasil wawancara yang didapatkan diatas menggambarkan bahwa di UKM Rotan H. Muhid Desa Sungai Limas Kecamatan Haur Gading Hulu Sungai Utara telah melakukan kreatifitas yang selalu dikembangkan dengan hasil produk yang semakin kreatif dalam meningkatkan perekonomian tersebut, tetapi hanya karyawan dari UKM Rotan H. Muhid Desa Sungai Limas Kecamatan Haur Gading Hulu Sungai Utara saja. Sedangkan warga dan lainnya yang tidak sebagai karyawan tidak tahu tentang srategi produk rotan ini.

2. *Price* (Harga) dalam strategi bersaing produk UKM H. Muhid Desa Sungai Limas Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara

Penentuan harga produk sangat menentukan dalam kesuksesan proses penjualan. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa. Dalam bauran pemasaran, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu

produk. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Dari kebiasaan para konsumen, dapat disimpulkan bahwa strategi penetapan harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran produk yang ditawarkan.

Terkait hal tersebut, Pak H. Muhid selaku pemilik UKM Rotan di Desa Sungai Limas Kecamatan Haur Gading Hulu Sungai Utara, mengatakan bahwa:

*“Saya sebagai pemilik dari usaha rotan ini memberikan harga untuk satu desain produk rotan ini melihat dari kerumitan pembuatan, seberapa banyak waktu yang diperlukan untuk penyelesaiannya dan seberapa banyak rotan yang digunakan untuk satu desain kerajinan tanpa mengurangi kualitasnya”. (wawancara pada tanggal 24 Desember 2019)*

Hal yang sama diungkapkan oleh karyawan UKM rotan H. Muhid Desa Sungai Limas Kecamatan Haur Gading Hulu Sungai Utara, mengatakan bahwa:

*“Sejauh ini kami menentukan harga dari berapa waktu yang dihabiskan untuk pembuatan satu desain dan seberapa banyak yang dipesan oleh pembeli”. (wawancara pada tanggal 24 Desember 2019)*

Pernyataan tersebut sejalan dengan yang diutarakan oleh Pak H.

Muhid selaku pemilik dari UKM rotan di Desa Sungai Limas Kecamatan Haur Gading Hulu Sungai Utara.

### 3. *Place* (Lokasi) dalam strategi bersaing produk UKM H. Muhid Desa Sungai Limas Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara

Dalam strategi pemasaran, adanya pemilihan lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Begitu juga sebaliknya, jika lokasi usaha yang dipilih tidak strategis maka penjualan pun juga tidak akan terlalu bagus. Untuk itu sebelum Anda memulai sebuah usaha, pilih terlebih dahulu tempat usaha yang paling tepat untuk pemasaran usaha Anda. Lakukan riset dan bandingkan beberapa pilihan tempat sebelum akhirnya Anda menentukan lokasi yang paling strategis bagi usaha Anda.

Terkait akan hal ini Pak H. Muhid selaku pemilik dari UKM rotan di Desa Sungai Limas Kecamatan Haur Gading Hulu Sungai Utara, mengatakan bahwa:

*“Dalam memasarkan produk rotan ini kami memasarkan pada Pasar Sentra Amuntai setiap hari Kamis dan ke pasar-pasar dimana hari-hari pasar yang berbeda”.*

*(wawancara pada tanggal 24 Desember 2019)*

Pernyataan tersebut dibenarkan oleh karyawan dari UKM Rotan H. Muhid atas nama  
, yang mengatakan bahwa:

*“Setiap pemasaran yang kami lakukan di hari Kamis pada Pasar Sentral Amuntai dan ketempat-tempat hari pasar yang ada di hulu sungai”.* (wawancara pada tanggal 24 Desember 2019)

Dari beberapa pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa untuk pemasaran lokasi yang dipilih adalah dengan memasarkan hari-hari pasar yang ada di hulu sungai, terutama pada Sentral Pasar Amuntai yang diadakan setiap hari Kamis.

#### 4. *Promotion* (Promosi) dalam strategi bersaing produk UKM H. Muhid Desa Sungai Limas Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara

Kegiatan promosi bisnis merupakan bagian dari strategi pemasaran yang sangat dibutuhkan sebuah usaha, baik usaha kecil maupun usaha yang sudah berkembang besar. Sebelum mengetahui metode ataupun strategi promosi yang sering digunakan para pelaku bisnis, yang dimaksud dengan promosi adalah kegiatan pendukung strategi pemasaran yang sengaja diadakan untuk mengingatkan para konsumen mengenai produk atau jasa dengan brand tertentu. Strategi-pemasaran-bisnis-ukmStrategi

promosi sering digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan permintaan atau penjualan barang dan jasa yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan laba yang diperoleh. Selain itu kegiatan promosi juga memberikan kemudahan dalam merencanakan strategi pemasaran selanjutnya, karena biasanya kegiatan promosi dijadikan sebagai cara berkomunikasi langsung dengan calon konsumen. Sehingga kita dapat memperoleh informasi akurat dari para konsumen, mengenai respon produk yang kita tawarkan. Berikut beberapa manfaat lain dari adanya kegiatan promosi : Mengetahui produk yang diinginkan para konsumen. Mengetahui tingkat kebutuhan konsumen akan suatu produk. Mengetahui cara pengenalan dan penyampaian produk hingga sampai ke konsumen. Mengetahui harga yang sesuai dengan kondisi pasaran. Mengetahui strategi promosi yang tepat kepada para konsumen. Mengetahui kondisi persaingan pasar dan cara mengatasinya. Menciptakan image sebuah produk dengan adanya promosi

Terkait akan hal ini Pak H. Muhid selaku pemilik dari UKM rotan di Desa Sungai Limas Kecamatan Haur Gading Hulu Sungai Utara, mengatakan bahwa:

*“Cara yang dilakukan untuk melakukan promosi pemasaran ini dengan menyesuaikan harga dari*

*kondisi pasar agar tepar kepada konsumen, persaingan pasar ini dengan menciptakan pandangan dari konsumen bahwa kualitas yang unggul dari yang kami jual". (wawancara pada tanggal 24 Desember 2019)*

Hal ini dibenarkan oleh karyawan UKM Rotan H. Muhid atas nama \_\_\_\_\_, yang mengatakan bahwa:

*"kami memasarkan dan menjual kerajinan rotan ini tergantung dari harga pasar dan menyesuaikan dengan persaingan-persaingan UKM yang lainnya."*

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan oleh Pak H. Muhid untuk penjualan kerajinan rotan ini adalah dengan menyesuaikan komdii pasar yang ada di hulu sungai serta tergantung dari bagaimana tanggapan konsumen.

### **5.3.1 Analisis SWOT Pada UKM Rotan Dengan Menggunakan Analisis SWOT (Kasus Pada UKM Teknik Rotan H. Muhid Hulu Sungai Utara)**

Beberapa langkah-langkah yang dilakukan oleh H.Muhid pemilik usaha UKM rotan di Desa Sungai Limas Kecamatan Haur Gading Hulu Sungai Utara dalam strategi bersaing produk dengan menggunakan analisis SWOT, yaitu melaluai beberapa hal:

- a. *Strenght* (S) atau Kekuatan dalam strategi bersaing produk UKM H. Muhid Desa Sungai Limas Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara
  - Reputasi yang dimiliki oleh UKM Rotan ini dapat disebut baik
  - UKM ini termasuk UKM yang sangat fliksibel dalam menghadapi dalam kasus dan permintaan konsumen
  - Biaya overhead yang dimiliki oleh UKM Rotan ini tergolong rendah. Jadi harga yang ditawarkan tentunya lebih murah dibandingkan ekspor
  - Dalam hal ini dalam pemberin respon terhadap permintaan pelanggan UKM Rotan ini tergolong cepat dan tidak melalui proses yang panjang
  - Kemampuan dan ketrampilan yang dimiliki karyawan

- UKM Rotan ini dapat dikatakan tinggi
- b. *Opertunities* (O) atau Peluang dalam strategi bersaing produk UKM H. Muhid Desa Sungai Limas Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara
- UKM Rotan ini memiliki dukungan dari Pemerintah daerah
  - Sector atau bidang rotan ini mengalami peningkatan
- c. *Weakness* (W) atau Kelemahan dalam strategi bersaing produk UKM H. Muhid Desa Sungai Limas Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara
- UKM Rotan ini memiliki modal yang terbatas
  - Arus kas UKM Rotan ini berjalan tidak lancer
  - Pemasaran dilakukan hanya dengan face to face
- d. *Threats* (T) Ancaman dalam strategi bersaing produk UKM H. Muhid Desa Sungai Limas Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara
- Sering terjadinya perubahan strategi dari persaingan sehingga dapat menjadi suatu ancaman terhadap posisi UK Rotan H. Muhid

- Perkembangan teknologi yang cepat sehingga berdampak pada keterlambatan UKM Rotan ini dalam mengadopsinya.

## 5.2 Pembahasan

### 5.2.1 Bersaing Produk UKM Rotan dengan Menggunakan Analisis SWOT (Kasus Pada UKM Teknik Rotan H. Muhid Hulu Sungai Selatan)

Strategi bersaing pada UKM teknik Rotan H. Muhid ini dalam meningkatkan perekonomian Desa Sungai Limas Kecamatan haur Gading Hulu Sungai Utara yang dikelola oleh Pak H. Muhid sudah berjalan dan dilakukan. Hal tersebut dapat dilihat dari kegiatan yang sudah dilakukan dalam pemberdayaan masyarakat menurut peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 16 Tahun 2013, tentang pengelolaan sampah, yaitu anatara lain sosialisasi atau memberikan kesadaran masyarakat dalam pemilihan sampah, memberikan pelatihan, memberikan pembinaan, dan memberikan lapangan pekerjaan.

Kemudian diperkuat oleh Rahardja dan Manurung, 2008 (136 – 137), yaitu: 1). Barang modal adalah ekonomi akan tumbuh, jika stok barang modal ditambah. Penambahan stok barang modal dilakukan lewat investasi. Karena salah satu upaya pokok untuk meningkatkan investasi adalah menangani factor-faktor yang mempengaruhi tingkat investasi. 2) Tenaga Kerja, yaitu penambahan tenaga kerja umumnya sangat berpengaruh terhadap

peningkatan output. 3) Teknologi, yaitu makin tinggi penggunaan teknologi sangat memacu pertumbuhan ekonomi, jika hanya dilihat dari peningkatan output. 4) Uang, yaitu dalam perekonomian modern uang memegang peranan dan fungsi sentral. Tidak mengherankan makin banyak uang yang digunakan dalam proses produksi, makin besar output yang dihasilkan.

**a) Spesialisasi dalam Peningkatan Profit UKM Teknik Rotan H. Muhid Desa Sungai Limas Kecamatan Haur Gading Hulu Sungai Utara**

Dalam sebuah peningkatan profit akan lebih maksimal lagi jika diketahui oleh orang-orang yang menjadi subjek atau objek dari peningkatan profit. Untuk itu agar peningkatan profit UKM Teknik Rotan ini tentang upaya pemanfaatan rotan agar dapat dimodifikasi secara unggul maka kegiatan desain menjadi bagian penting dalam hal ini, karena hal ini memberikan sebuah peningkatan dan menjadikannya lebih bernilai. Dan hal ini sudah dilakukan atau dilaksanakan oleh Pemilik UKM Teknik Rotan H. Muhid dengan demikian warga yang menjadi karyawan UKM ini mengetahui tentang UKM Rotan.

Rahardja dan Manurung, 2008 (136 – 137), mengungkapkan bahwa dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi harus dilakukan beberapa hal, yaitu sosialisasi dan hal yang dilakukan antara lain:

- Barang Modal

Profit UKM Teknik Rotan ini berproduksi jika penambahan modal disertai peningkatan kualitas

- Tenaga Kerja

Penambahan tenaga kerja umumnya sangat berpengaruh terhadap peningkatan output kerajinan rotan.

- Teknologi

Makin tinggi penggunaan teknologi yang dilakukan oleh H. Muhid sangat memacu pertumbuhan profit, jika hanya dilihat dari peningkatan output.

- Uang

Profit UKM Teknik Rotan H. Muhid. uang memegang peranan dan fungsi sentral. Tidak mengherankan makin banyak uang yang digunakan dalam proses produksi, makin besar output yang dihasilkan

Berdasarkan observasi peneliti ke lapangan terkait masalah modal dan pemasaran yang face to face yang tidak menggunakan teknologi serta pembuatan secara manual dalam membuat kerajinan rotan, profit yang diterima oleh Pak H. Muhid sesuai dengan observasi peneliti di lapangan alat-alat dan bahan-bahan serta lokasi pemasaran yang dilakukan.

## **BAB VI PENUTUP**

### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan uraian yang dikemukakan sebelumnya strategi bersaing UKM Rotan dengan menggunakan analisis

SWOT yang dimiliki oleh H.Muhid Desa Sungai Limas Kecamatan Haur Gading Hulu Sungai Utara, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

*Strength* (S) atau Kekuatan dalam strategi bersaing produk UKM H. Muhid Desa Sungai Limas Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara, yaitu Reputasi yang dimiliki oleh UKM Rotan ini dapat disebut baik, UKM ini termasuk UKM yang sangat fleksibel dalam menghadapi dalam kasus dan permintaan konsumen, Biaya overhead yang dimiliki oleh UKM Rotan ini tergolong rendah. Jadi harga yang ditawarkan tentunya lebih murah dibandingkan ekspor, Dalam hal ini dalam pemberian respon terhadap permintaan pelanggan UKM Rotan ini tergolong cepat dan tidak melalui proses yang panjang, Kemampuan dan ketrampilan yang dimiliki karyawan UKM Rotan ini dapat dikatakan tinggi.

*Opertunities* (O) atau Peluang dalam strategi bersaing produk UKM H. Muhid Desa Sungai Limas Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara (UKM Rotan ini memiliki dukungan dari Pemerintah daerah dan Sector atau bidang rotan ini mengalami peningkatan)

*Weakness* (W) atau Kelemahan dalam strategi bersaing produk UKM H. Muhid Desa Sungai Limas Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara, yaitu UKM Rotan ini memiliki modal yang terbatas, Arus kas UKM Rotan ini berjalan tidak lancar dan Pemasaran dilakukan hanya dengan *face to face*

*Threats* (T) Ancaman dalam strategi bersaing produk UKM H. Muhid Desa

Sungai Limas Kec. Haur Gading Hulu Sungai Utara, yaitu: Sering terjadinya perubahan strategi dari persaingan sehingga dapat menjadi suatu ancaman terhadap posisi UK Rotan H. Muhid dan Perkembangan teknologi yang cepat sehingga berdampak pada keterlambatan UKM Rotan ini dalam mengadopsinya.

## 6.2 Saran-Saran

Adapun saran-saran yang diberikan untuk bahan masukan kepada UKM Teknik Rotan H. Muhid Sungai Limas Kecamatan Haur Gading, yaitu:

- a. Penggunaan aplikasi penjualan dengan social media yang merupakan pemasaran yang tidak hanya dilakukan dengan *face to face*
- b. Strategi yang digunakan untuk pemasaran tidak hanya mengacu pada hari penjualan pasar tapi juga mengikuti pameran kerajinan tangan.
- c. Diharapkan adanya strategi yang semakin dimodifikasi tergantung pada nilai pasar.

Ali Hasan, Marketing Bank Syariah, Cet.1,  
Bogor : Ghalia Indonesia, 2010, h. 29

Makhalul Ilmi, Teori dan Praktek Lembaga  
Mikro Keuangan Syariah, Yogyakarta: UII  
Press,  
2002, h. 57

Muchammad Fauzi,Manajemen Strategik,  
Semarang: CV. Karya Abadi Jaya.2015,h.1-  
2

Lenardus Saiman, Kewirausahaan, Jakarta :  
Salemba Empat,2015, h.124

Sofjan Assauri, Strategic Management,  
Jakarta : Rajawali Pers,2013, h.2

Assauri,Strategic...,h.11

Suryana, Kewirausahaan...,h. 173-174.

Jonathan Sarwono, Marketing Intelligence,  
Yogyakarta :Graha ilmu,2011,h.125-126

Fauzi,Manajemen...,h.71

Joan Magretta, Understanding Michael  
Porter, Yogyakarta : Andi,2014,h.9

Michael Porter, Strategi Bersaing, Teknik  
Menganalisis Industry dan Pesaing, Jakarta:  
Erlangga,  
2001, h. 35.

Sumarni Murti, Manajemen Pemasaran  
Bank Edisi Kelima Revisi, Yogyakarta:  
Liberty , 2002,  
h. 362-364

Murti, Manajemen,... h. 365-367.

Porter, Strategi..., h. 16

Suryana, Kewirausahaan, Jakarta: PT  
Salemba Empat. 2006, h. 168.

## DAFTAR PUSTAKA

M. Suyanto, Marketing Strategy,  
Yogyakarta: Andi Offset, 2007, h. 106

Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka utama, 2004), 18.

Pearce Robinson, Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian Jilid 1, (Jakarta : Binarupa Aksara, 1997), 231

Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta : PT, Gramedia Pustaka Utama, 2006), 19.

<https://anggunfreeze.blogspot.com/2012/10/berbagai-tipe-strategi-dalam-perusahaan.html>

<https://definisimu.blogspot.com/2012/11/definisi-strategi.html>

<https://www.psychologymania.com/2013/08/teori-persaingan-pasar.html>

<https://foresteract.com/hasil-hutan-bukan-kayu-hhbk/>

<https://fauziahforester.blogspot.com/2013/10/makalah-rotan-calamus-rotang.html>

[https://id.wikipedia.org/wiki/Analisis\\_SWOT](https://id.wikipedia.org/wiki/Analisis_SWOT)

<https://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>

[https://id.wikipedia.org/wiki/Industri\\_4.0\\_business-inspiration/strategi-pemasaran-4P](https://id.wikipedia.org/wiki/Industri_4.0_business-inspiration/strategi-pemasaran-4P)