

Ekonomi Kreatif

by Hetika Hetika

Submission date: 24-Sep-2020 01:44AM (UTC-0400)

Submission ID: 1395572953

File name: Publikasi_Artikel_Polsri_Edit_1.doc (127.5K)

Word count: 3255

Character count: 21503

ANALISIS PEMETAAN INDUSTRI KREATIF SEKTOR KERAJINAN SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KABUPATEN PEMALANG

Febriyanti Nur Izzati¹, Hetika², Fitri Amaliyah³

^{1,2,3}Program Studi D-III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama

Korespondensi email: hetika@poltektegal.ac.id

Abstrak

10

Ekonomi kreatif telah dikembangkan di berbagai negara dan menampilkan hasil positif yang signifikan, antara lain berupa penyerapan tenaga kerja dan penambahan pendapatan daerah. Pembangunan industri kerajinan menjadi bagian dari proses industrialisasi yang berwawasan luas dan memiliki kontribusi penting dalam pembangunan ekonomi daerah. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats) dan matriks SWOT. Hasil penelitian Pemetaan industri kreatif sektor kerajinan yang dilakukan di Kabupaten Pemalang berdasarkan Analisis SWOT jika dilihat dari perolehan hasil perhitungan faktor strategi internal total kekuatan dan kelemahan sebesar 2,973 sedangkan faktor strategi eksternal total peluang dan ancaman sebesar 2,78. Hal ini menunjukkan bahwa industri kreatif sektor kerajinan di Kabupaten Pemalang memiliki kekuatan dan peluang yang baik dari kelemahan dan ancaman yang terjadi. Sehingga apabila mampu memanfaatkan peluang dengan sebaik-baiknya maka dapat meningkatkan pendapatan ekonomi daerah Kabupaten Pemalang. Berdasarkan matriks SWOT strategi yang cocok digunakan pada industri kreatif sektor kerajinan yaitu strategi SO yaitu menggunakan kekuatan dalam memanfaatkan peluang.

Kata kunci: Ekonomi kreatif, industri, kerajinan.

THE ANALYSIS OF MAPPING CREATIVE INDUSTRY CRAFT SECTOR AS A REGIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT STRATEGY IN PEMALANG DISTRICT

Abstract

The Creative economies have been developed in various countries and show significant positive results, including employment and additional regional income. The development of the handicraft industry is part of the industrialization process that is broad-minded and has an important contribution to the development of the regional economy. Methods of collecting the data used in this research were interviews, observation, and literature study. Data analysis methods used in this research were SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats) analysis and SWOT matrix. The results of the study of mapping the creative industry of the craft sector conducted in Pemalang Regency based on the SWOT Analysis when viewed from the calculation of internal strategy factors the total strengths and weaknesses of 2.973 while the external strategy factors total opportunities and threats of 2.78. This shows that the creative industry of the handicraft sector in Pemalang Regency has good strengths and opportunities from the weaknesses and threats that occur. So that if they are able to make the best use of the opportunities, they can increase the regional economic income of Pemalang Regency. Based on the SWOT matrix, a suitable strategy is used in the creative industries of the craft sector, namely the SO strategy, which is to use strength in exploiting opportunities.

Keywords: Creative economy, industry, crafts.

1. PENDAHULUAN

Saat ini, di era Revolusi Industri 4.0 tantangan yang dihadapi oleh negara Indonesia salah satunya adalah masalah lapangan pekerjaan yang semakin terbatas karena pergeseran system ekonomi yang terjadi. System ekonomi kreatif merupakan system ekonomi yang mengedepankan kreativitas berdasarkan suatu ide-ide yang dapat menghasilkan konsep bisnis yang kreatif. Sistem ekonomi kreatif diyakini dapat mengatasi permasalahan terkait dengan lapangan pekerjaan. Ekonomi kreatif memiliki ciri khas tersendiri sehingga memiliki pasarnya sendiri. Selain sumber daya manusia yang berkualitas ekonomi kreatif juga memerlukan ruang atau wadah sebagai tempat menuangkan ide dan berkreasi.

Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas (Dzikri Prakarsa Putra, M. Ridha Alhamdani, Ivan Gunawan, 2013). Ketrampilan, ide dan bakat individu dapat menghasilkan kreatifitas yang mendukung industry kreatif. Industri kreatif berpotensi dan berpeluang besar dalam mendukung kesejahteraan dalam perekonomian. Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tentang perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif telah mengklasifikasi ulang sub- sektor industri kreatif dari 15 sub-sektor menjadi 16 sub-sektor yaitu: arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, film, animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, fashion, games dan aplikasi, penerbitan, periklanan, televisi dan radio, seni pertunjukan dan seni rupa.

Industri kerajinan merupakan bagian proses industrialisasi yang memiliki kontribusi penting dalam pengembangan ekonomi daerah. Industri kerajinan juga bergantung pada perkembangan teknologi. Kemajuan teknologi membantu industry kreatif dalam hal pembuatan produk, pemasaran dan mendukung perkembangan inovasi produk. Munculnya ide-ide kreatif dalam pengembangan produk juga mendukung industry kerajinan di Kabupaten Pemalang. Untuk mendukung perkembangan industry kreatif perlu dilakukan pemetaan industri kerajinan yang ada di Kabupaten Pemalang.

Kabupaten Pemalang menjadi salah satu daerah yang mempunyai potensi industri kreatif

salah satunya pada sektor kerajinan atau kriya karena ketersediaan bahan baku yang memadai. Kerajinan yang banyak dijumpai di Kabupaten Pemalang yaitu seni ukir yang memanfaatkan limbah kayu dan bambu. Namun, karena keterbatasan modal, kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas ini dikarenakan anak muda yang masih kurang tertarik untuk belajar membuat kerajinan. Keterbatasan dalam pemasaran karena di era sekarang pemasaran melalui *social media* sangat gencar dilakukan. Kabupaten Pemalang menjadi salah satu kendala. Saat ini persaingan semakin tinggi, produk impor lebih menguasai pasar karena lebih murah dibandingkan dengan produk local/

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemetaan industri kreatif sektor kerajinan sebagai strategi pengembangan ekonomi daerah di Kabupaten Pemalang.

2. TELAAH LITERATUR

Ekonomi Kreatif

Menurut (Howkins, 2002) kreatifitas adalah kemampuan untuk menghasilkan sesuatu yang baru, artinya sesuatu yang dihasilkan oleh satu orang atau lebih atas ide dan penemuan bersifat pribadi, orisinal dan bermakna. Sedangkan ekonomi secara konvensional didefinisikan sebagai system yang mengatur tentang produksi, pertukaran dan konsumsi barang dan jasa. Secara umum ekonomi berkaitan dengan masalah bagaimana individu dan masyarakat memenuhi kebutuhannya. Kreatifitas tidak hanya berkaitan dengan aktifitas ekonomi tapi bagaimana dapat menghasilkan ide saat terjadi permasalahan ekonomi.

Ekonomi kreatif atau dikenal dengan industry kreatif merupakan suatu industry yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasikjan dan mengeksplotasi daya kreasi dan daya cipta industry tersebut. Industri kreatif adalah industry yang mengandalkan keaslian kreativitas, ketrampilan dan talenta individu yang memiliki kemampuan meningkatkan taraf hidup dan penciptaan kesempatan kerja melalui eksploitasi hak dan kekayaan intelektual (Kusinwati, 2019).

32
Dari beberapa definisi di atas dapat dipahami bahwa ekonomi kreatif dapat diciptakan oleh masyarakat yang memiliki ide-ide dan kemampuan untuk menciptakan inovasi baru dan berperan terhadap aktivitas ekonomi serta diharapkan dapat mengatasi permasalahan ekonomi salah satunya terkait dengan masalah lapangan pekerjaan.

Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang ekonomi kreatif yang dilakukan oleh Daulay (2018) yang berjudul Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi pada UMKM di Kota Medan) menunjukkan bahwa industri kreatif berjalan semakin luas dan memiliki pilar kuat di masing-masing bidang dan industri kreatif sektor kerajinan menduduki peringkat ketiga setelah kuliner dan fashion.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmi (2018) yang berjudul Perkembangan Industri Ekonomi Kreatif dan Pengaruhnya terhadap Perekonomian Indonesia menunjukkan bahwa ekonomi kreatif dapat memajukan perekonomian di Indonesia. Industri kreatif memberikan dampak positif terhadap perekonomian di Indonesia dan meningkatkan kesejahteraan pelaku ekonomi kreatif itu sendiri. Indonesia juga memiliki potensi sumber daya alam yang sangat menguntungkan untuk modal bisnis yang berbasis industri kreatif.

Berdasarkan hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa industri kreatif berperan dalam memajukan perekonomian daerah di beberapa wilayah di Indonesia. Industri kreatif juga memberikan dampak positif karena dapat meningkatkan kesejahteraan pelaku ekonomi kreatif.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

1
Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, yaitu metode penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Melalui penelitian ini peneliti akan mendeskripsikan mengenai pemetaan industri kreatif sektor kerajinan sebagai strategi pengembangan ekonomi daerah di Kabupaten Pemalang.

10 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku industri kreatif sektor kerajinan yang ada di Kabupaten Pemalang, yaitu berjumlah 15 (lima belas) dan keseluruhan populasi dijadikan sampel penelitian.

20 Teknik Pengumpulan Data

Berikut merupakan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini:

1. Wawancara
Wawancara dilakukan dengan pihak Kantor Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga serta pelaku industri kreatif Kab. Pemalang.
2. Observasi
Observasi dilakukan secara langsung pada pengusaha industri kreatif sektor kerajinan dengan mengumpulkan data penelitian.
3. Kuesioner
Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup yaitu, daftar pertanyaan yang jawabannya disediakan oleh peneliti sesuai kebutuhan penelitian.

17 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif untuk memperoleh informasi mengenai industri kreatif sektor kerajinan di Kabupaten Pemalang. Metode analisis ini dimulai dengan mengumpulkan data berupa informasi berdasarkan hasil observasi lapangan dan kuesioner yang disebarkan kepada para surveyor industri kreatif kemudian diolah.

8 Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5 Analisis SWOT

Analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunity, threats*) digunakan untuk menganalisis faktor yang menjadi kelemahan dan hambatan atau permasalahan yang dihadapi di Kabupaten Pemalang sebagai berikut:

1. *Strengths*/Kekuatan
 - a. Bahan baku yang memadai
Bahan baku dalam pembuatan produk kerajinan sangat memadai karena di daerah Kabupaten Pemalang masih banyak hutan jadi bahan baku kayu tidak sulit didapatkan. Para pengusaha

- membeli dari para petani dan pengepul kayu yang ada di daerah sekitar.
- b. Inovasi produk kerajinan
Inovasi yang terus dilakukan disesuaikan dengan permintaan pasar dan menjaga agar produk memiliki ciri khas berbeda dengan produk pesaing sehingga masyarakat lebih mengenal brand produk tersebut.
 - c. Tenaga kerja yang terampil
Tenaga kerja pada industri kreatif sektor kerajinan terampil karena pengusaha industri kerajinan memanfaatkan warga sekitar lokasi industri kreatif yang tidak memiliki pekerjaan.
 - d. Harga kerajinan yang terjangkau
Harga produk kerajinan yang terjangkau untuk dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat.
2. *Weaknesses/Kelemahan*
 - a. Kurangnya promosi pasar
Promosi pasar yang dilakukan masih menggunakan media *offline*. Seharusnya di era digitalisasi seperti saat ini dapat menggunakan fasilitas pemasaran dengan media *online* atau menggunakan *social media* agar dapat memperluas pemasaran.
 - b. Modal usaha yang kecil
Modal usaha masih menggunakan modal sendiri dan cenderung masih kecil.
 - c. Upah pekerja yang mahal
Besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk mempekerjakan tenaga kerja yang terampil.
 - d. Persaingan antar pengusaha kerajinan
Persaingan yang terjadi antar pengusaha kerajinan menuntut pelaku usaha untuk memiliki kelebihan dibandingkan dengan pesaing.
 3. *Opportunity/Peluang*
 - a. Mempercepat pembangunan pasar untuk tempat usaha oleh pemerintah
Tren pasar yang diciptakan oleh pemerintah dapat mempercepat pembangunan pasar sebagai tempat usaha pelaku industry kerajinan, dengan mengadakan pameran dapat mempromosikan hasil kerajinan para pengrajin.
 - b. Meningkatkan promosi pemasaran
Meningkatkan promosi dan pemasaran baik melalui media cetak maupun *online* untuk memperluas jangkauan pemasaran.
 - c. Menjual atau membuat produk kerajinan yang sedang disukai oleh konsumen
Memproduksi dan menjual produk kerajinan yang sedang tren dipasaran dan digemari masyarakat dengan mengutamakan kualitas.
 - d. Dukungan pemerintah terhadap industry kerajinan
Dukungan promosi dengan memamerkan produk yang dihasilkan oleh para pengrajin di pameran atau expo yang diadakan oleh pemerintah daerah setempat atau di luar daerah.
 4. *Threats/Ancaman*
 - a. Modal usaha yang kecil menghambat system pembayaran hutang dengan investor.
Tidak stabilnya pendapatan yang diperoleh pengusaha menyebabkan sulitnya mengembalikan hutang pada investor.
 - b. Bahan baku yang semakin susah dicari menyebabkan harga produk meningkat
Bahan baku susah dicari disebabkan cuaca yang tidak menentu, misalnya pergantian musim hujan dan kemarau berpengaruh terhadap kualitas kayu menyebabkan harga bahan baku mahal dan harga produk menjadi meningkat.
 - c. Kualitas produk local yang semakin rendah menyebabkan konsumen kecewa
Kualitas produk lokal yang semakin rendah dan semakin banyak produk impor yang masuk dikhawatirkan akan menjadi ancaman yang serius bagi pengusaha kerajinan.
 - d. Generasi penerus tenaga kerja yang terampil susah dicari
Generasi penerus tenaga kerja sulit dicari karena sedikit sekali generasi pemuda yang bersedia menjadi pengusaha industry kerajinan local.

3 Pembobotan Faktor Strategi Internal dan Eksternal

Setelah ditentukan kekuatan dan kelemahan pada faktor internal serta peluang dan ancaman pada faktor eksternal, selanjutnya dilakukan pembobotan faktor strategi internal

dan faktor strategi eksternal berikut beberapa tahap yang dilakukan yaitu:

1. Tentukan factor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan industry kreatif sektor kerajinan
2. Berilah bobot pada masing-masing factor
3. Hitung rating untuk masing-masing factor dengan memberikan skala mulai dari 4 (sangat baik) sampai dengan 1 (tidak baik) berdasarkan pengaruh factor tersebut terhadap kondisi industry kreatif sektor kerajinan. Rating diperoleh dengan menghitung rata-rata keseluruhan kuesioner
4. Kalikan bobot dengan rating untuk memperoleh factor pembobotan
5. Jumlahkan skor pembobotan untuk memperoleh total skor pembobotan bagi industry kreatif sektor kerajinan.

Berikut merupakan tabel Faktor Strategi Internal Pengembangan Industri Kreatif Kabupaten Pemalang.

Table 1 Faktor Strategi Internal Pengembangan Industri Kreatif Kabupaten Pemalang

Kekuatan				
No	Keterangan	Bobot	Rating	Skor
1	Bahan baku yang memadai	0,2	3,2	0,64
2	Inovasi produk kerajinan	0,1	4	0,40
3	Tenaga kerja yang terampil	0,2	3,4	0,68
4	Harga kerajinan yang terjangkau	0,1	3,4	0,34
sub total				2,06
Kelemahan				
1	Kurangnya promosi pemasaran	0,1	3,2	0,32
2	Modal usaha yang kecil	0,09	3,2	0,288
3	Upahpekerja yang mahal	0,1	2,6	0,26
4	Persainganantarpengusaha hakerajinan	0,01	5	0,05
sub total				0,918
Total				2,978

Sumber: Data penelitian diolah (2020)

¹⁹ Berdasarkan tabel 1 di atas, terlihat bahwa bobot dari rating faktor strategi internal pengembangan internal industry kreatif sektor

kerajinan di Kabupaten Pemalang dimana pembobotan dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor yang berpengaruh atau berdampak terhadap faktor strategi itu sendiri. Pembobotan faktor-faktor strategi dalam tabel tersebut diperoleh jumlah skor kekuatan sebesar 2,060 dan jumlah skor kelemahan 0,913 sehingga didapatkan total keseluruhan dari faktor internal sebesar 2,973 yang berarti faktor strategi internal industry kreatif sektor kerajinan di pemalang dalam kondisi baik. Tujuan dari rating ini adalah memberikan skala mulai dari 1 (tidak baik) sampai dengan 4 (sangat baik) yang berarti 1 (tidak baik), 2 (cukup baik), 3 (baik), sedangkan 4 (sangat baik) berdasarkan faktor tersebut terhadap pengembangan industry kreatif sektor kerajinan di Kabupaten Pemalang. Nilai total keseluruhan menunjukkan bahwa bagaimana reaksi pengembangan industry kreatif sektor kerajinan terhadap faktor strategi internalnya.

Tabel dibawah ini merupakan faktor strategi eksternal yang berupa peluang dan ancaman yang dimiliki oleh industry kreatif sektor kerajinan di Kabupaten Pemalang. Beberapa tahap yang dilakukan yaitu:

1. Tentukan factor-faktor yang menjadi peluang serta ancaman industry kreatif
2. Berilah bobot pada masing-masing factor
3. Hitung rating untuk masing-masing factor dengan memberikan skala mulai dari 4 (sangat baik) sampai dengan 1 (tidak baik) berdasarkan pengaruh factor tersebut terhadap kondisi industry kreatif sektor kerajinan. Rating diperoleh dengan menghitung rata-rata keseluruhan kuesioner
4. Kalikan bobot dengan rating untuk memperoleh factor pembobotan
5. Jumlahkan skor pembobotan untuk memperoleh total skor pembobotan bagi industry kreatif sektor kerajinan.

Table 2 Faktor Strategi Eksternal Pengembangan Industri Kreatif Kabupaten Pemalang

No	Faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Mempercepat pembangunan pasar untuk tempat usaha oleh pemerintah	0,080	3	0,32
2	Meningkatkan promosi dan pemasaran	0,20	3,2	0,64

	Menjual atau membuat produk kerajinan yang sedang disukai oleh konsumen	0,20	3,8	0,76
3	Dukungan pemerintah terhadap industri kerajinan	0,010	2,8	0,028
	sub total			1,668
Ancaman				
	Modal pengusaha yang kecil menghambat sistem pembayaran hutang dengan investor	0,20	2,8	0,56
1	Bahan baku yang semakin susah dicari menyebabkan harga produk dapat meningkat	0,080	2,4	0,192
	Kualitas produk lokal yang semakin rendah menyebabkan konsumen kecewa	0,10	2,2	0,22
3	Generasi penerus tenaga kerja yang Terampil susah dicari	0,050	2,8	0,14
4	sub total			1,112
	² Total			2,78

Sumber: data penelitian diolah (2020)

Berdasarkan pada tabel 2 di atas menunjukkan bahwa bobot rating faktor strategi eksternal pengembangan industri kreatif sektor kerajinan di Kabupaten Pematang dimana pembobotan dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor yang berpengaruh atau berdampak terhadap faktor strategi itu sendiri. Pembobotan faktor-faktor strategi dalam tabel tersebut diperoleh dari jumlah skor peluang sebesar 1,668 dan jumlah skor ancaman sebesar 1,112 sehingga didapatkan total keseluruhan dari faktor eksternal sebesar 2,78. Tujuan rating adalah memberikan skala mulai dari 1 (tidak baik) sampai dengan 4 (sangat baik) yang berarti 1 (tidak baik), 2 (cukup baik), 3 (baik), sedangkan 4 (sangat baik) berdasarkan faktor tersebut terhadap pengembangan industri kreatif sektor kerajinan di Kabupaten Pematang. Nilai total keseluruhan menunjukkan bahwa bagaimana reaksi pengembangan industri kreatif sektor kerajinan terhadap faktor eksternalnya.

Matriks SWOT

Menurut (David, 2002) matriks faktor strategi internal dan eksternal dikembangkan berdasarkan lima langkah berikut, yakni; 1) Menuliskan faktor-faktor sukses kritis yang dikenali dalam proses analisis internal dan eksternal, 2) memberikan bobot dengan kisaran dari 0,00 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting) pada setiap faktor, 3) memberikan peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor untuk menunjukkan kepentingan relatif dari faktor itu untuk sukses dalam industri yang ditekuni, 4) mengalikan setiap bobot dengan peringkat untuk menentukan total nilai yang dibobot untuk setiap variabel, 5) menjumlah nilai yang dibobot setiap variabel untuk menentukan total nilai yang dibobot dalam organisasi. Berdasarkan analisis matriks SWOT dapat ditentukan oleh kombinasi faktor strategi internal dan faktor strategi eksternal. Kombinasi tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Strategi SO

Yaitu strategi dengan menggunakan kekuatan dengan mengambil keuntungan peluang yang ada. Strategi SO diantaranya didukung dengan adanya bahan baku yang sangat memadai untuk terus melakukan inovasi produk dari segi motif, jenis dan ciri khas agar dapat menjadikan produk kerajinan berdaya saing. Meningkatkan peran social media dan internet sebagai media promosi dan pemasaran. Pelatihan kerampilan dan pengembangan pengetahuan dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Pemerintah selalu mendukung dengan memberikan informasi untuk membangun mindset masyarakat tentang produk kerajinan sebagai brand local. Meningkatkan kerjasama dengan pihak swasta dan pemerintah untuk menciptakan produk yang sedang disukai masyarakat dengan harga terjangkau.

2. Strategi WO

Strategi ini bertujuan untuk mengatasi kelemahan - kelemahan dengan memanfaatkan peluang. Beberapa strategi WO yang dihasilkan yaitu meningkatkan promosi melalui media cetak dan elektronik untuk pengembangan jaringan pemasaran yang lebih luas. Memanfaatkan jasa perbankan untuk pengembangan kualitas dan kuantitas produksi. Meningkatkan

kepuasan konsumen dengan meningkatkan kualitas produk.

3. Strategi ST

Strategi ini bertujuan untuk menghindari dan mengurangi dampak dari ancaman dengan kekuatan yang dimiliki usaha. Beberapa strategi tersebut yaitu ketersediaan bahan baku yang memadai dapat membantu mengatasi bahan baku yang terbatas akibat cuaca yang tidak menentu. Meningkatkan kepuasan konsumen dengan meningkatkan kepuasan produk. Pelatihan dan pengembangan wawasan mengenai produk kerajinan.

4. Strategi WT

Strategi ini merupakan taktik bertahan dengan cara mengurangi kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi yang dimaksud adalah memberikan pelatihan terhadap pelaku industry kerajinan. Meningkatkan ketrampilan dan menjaga kualitas produk kerajinan serta melakukan riset pasar berkelanjutan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu faktor yang harus dipertimbangkan dalam suatu bisnis adalah faktor produksi. Pelaku industry kreatif harus dapat memahami konsumen sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen. Kualitas produk juga penting untuk diperhatikan karena konsumen sangat memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan. Selain itu, inovasi produk juga perlu diperhatikan agar dapat bersaing dengan pelaku industry kreatif lainnya.

Pelaku industry kreatif sebaiknya tidak terlalu berlebihan dalam menetapkan harga produk karena harga produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga produk bisa disesuaikan dengan tingkat kerumitan produk dan motif yang ditawarkan.

Promosi penjualan juga merupakan faktor penting dan berdampak pada omset penjualan. Saat ini pelaku industry kreatif di Kabupaten Pematang belum menerapkan strategi pemasaran yang modern masih menggunakan pemasaran manual, hanya sebagian kecil yang memanfaatkan media social untuk pemasaran produk.

Strategi selanjutnya yang bisa diterapkan untuk memperoleh kepercayaan kinsmen adalah dengan memperluas pasar dan area

pemasaran sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis SWOT jika dilihat dari perolehan hasil perhitungan faktor strategi internal total kekuatan dan kelemahan sebesar 2,973 sedangkan faktor strategi eksternal total peluang dan ancaman sebesar 2,78. Hal ini menunjukkan bahwa industri kreatif sektor kerajinan di Kabupaten Pematang memiliki kekuatan dan peluang yang baik dari kelemahan dan ancaman yang terjadi. Sehingga apabila mampu memanfaatkan peluang dengan sebaik-baiknya maka dapat meningkatkan pendapatan ekonomi daerah Kabupaten Pematang.
2. Berdasarkan matriks SWOT strategi yang cocok digunakan pada industri kreatif sektor kerajinan yaitu strategi SO yaitu menggunakan kekuatan dalam memanfaatkan peluang.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Daulay, Z. A. (2018). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi pada UMKM Kreatif di Kota Medan). *Jurnal Tansiq*, 168-190.
- David, F. R. (2002). *Manajemen Strategis: Konsep*. Jakarta: Prenhallindo.
- Dzikri Prakarsa Putra, M. Ridha Alhamdani, Ivan Gunawan. (2013). Pusat Industri Kreatif di Kota Pontianan. *Jurnal Online Mahasiswa Arsitektur "Langkau Betang"*, 1-12.
- Howkins, J. (2002). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. New York: Penguin Group.
- Kusinwati. (2019). *Mengenal Industri Kreatif*. Tangerang: Loka Aksara.
- Moeloeng. (2005). *Metode Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rahmi, A. N. (2018). Perkembangan Industri Kreatif dan Pengaruhnya Terhadap Perekonomian di Indonesia. *Seminar Nasional Sistem Informasi* (pp. 1386-1395). Malang: Fakultas Teknologi Informasi.

Ekonomi Kreatif

ORIGINALITY REPORT

29%

SIMILARITY INDEX

25%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

17%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.radenintan.ac.id

Internet Source

3%

2

www.scribd.com

Internet Source

2%

3

Submitted to Universitas Andalas

Student Paper

2%

4

ejournal.uin-malang.ac.id

Internet Source

2%

5

Submitted to Universitas Muhammadiyah
Surakarta

Student Paper

2%

6

repo.iain-tulungagung.ac.id

Internet Source

1%

7

Submitted to Universitas 17 Agustus 1945
Semarang

Student Paper

1%

8

docplayer.info

Internet Source

1%

9	Riza Fathoni Ishak, Somadi Somadi. "Analisis Efisiensi Industri Kreatif Unggulan Kota Bandung Dengan Pendekatan Data Envelopment Analysis", Competitive, 2019 Publication	1%
10	isei.or.id Internet Source	1%
11	jurnal.uinsu.ac.id Internet Source	1%
12	giapjournals.com Internet Source	1%
13	Ireyne Olivia Eman, Benny Adrian Berthy Sagay, Sherly Gladys Jocom. "STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA DANAU LINOEW TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) KOTA TOMOHON", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2018 Publication	1%
14	eprints.ums.ac.id Internet Source	1%
15	repository.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
16	fr.scribd.com Internet Source	1%
17	digilib.unila.ac.id	

	Internet Source	1%
18	jurnal.unmuhjember.ac.id Internet Source	1%
19	es.scribd.com Internet Source	1%
20	Submitted to Universitas Mercu Buana Student Paper	<1%
21	repository.javeriana.edu.co Internet Source	<1%
22	repository.ipb.ac.id Internet Source	<1%
23	scholar.unand.ac.id Internet Source	<1%
24	media.neliti.com Internet Source	<1%
25	journal.uta45jakarta.ac.id Internet Source	<1%
26	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	<1%
27	insanwisata.com Internet Source	<1%
28	repository.unib.ac.id Internet Source	<1%

29	mafiadoc.com Internet Source	<1%
30	www.sitra.fi Internet Source	<1%
31	marianessha.blogspot.com Internet Source	<1%
32	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	<1%
33	astrophysicsblogs.blogspot.com Internet Source	<1%
34	jmas.unbari.ac.id Internet Source	<1%
35	report.iimedia.cn Internet Source	<1%
36	iopscience.iop.org Internet Source	<1%
37	www.stp-bandung.ac.id Internet Source	<1%
38	www.lontar.ui.ac.id Internet Source	<1%
39	R. A. de Fretes. "STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN ENERGI LISTRIK (STUDI KASUS: PT PLN (PERSERO) AREA AMBON)",	<1%

ARIKA, 2020

Publication

40

eprints.uny.ac.id

Internet Source

<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off