

STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KERAJINAN TENUN DI KOTA PEKANBARU (Studi Kasus Rumah Tanjak Melayu)

Vanessa Swandivia Anwar¹⁾, Mardiana²⁾, Hilmah Zuryani²⁾

1) Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

Email : swandiviavanessa@gmail.com

*Weaving Handicraft Industry Development Strategy in Pekanbaru City
(Case Study of Rumah Tanjak Melayu)*

Songket and tanjak in Pekanbaru city is quite a development. Each company has its own strategy in controlling the market so that the occurrence of competition is very tight, therefore Rumah Tanjak Melayu which has the investment value and the least production value needs a development strategy in order to compete with other companies to attract customers and get satisfaction from customers, therefore the company must be able to make the right development strategy. This study aims to analyze internal factors, external factors and strategies for the development of malay home handicraft industry in Pekanbaru City. The data used is primary data from Rumah Tanjak Melayu industry through questionnaires and live interviews and secondary data sourced from Pekanbaru City Disperindag, Pekanbaru City BPS and Pekanbaru City Regional Revenue Agency. The methods used in this research are qualitative descriptive analysis and SWOT analysis. Instruments used to analyze the development strategy of Rumah Tanjak Melayu handicraft industry using IFAS matrix, EFAS matrix, SWOT diagram and SWOT matrix analysis. The results of this study showed that rumah Tanjak Melayu weaving handicraft industry is in quadrant 1 supporting aggressive policies with SO (Strenghts-Opportunities) strategy.

Keywords : Weaving Craft Industry, SWOT Analysis, IFAS Matrix, EFAS Matrix, SO Strategy.

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi merupakan suatu rangkaian proses kegiatan atau aktivitas ekonomi untuk memperkuat perekonomian, pemerataan pendapatan dan meningkatkan laju pertumbuhan. Salah satu usaha untuk meningkatkan pembangunan ekonomi adalah melalui kegiatan di bidang industri. Sektor industri di era global merupakan sektor penggerak perekonomian yang memberikan pengaruh yang sangat besar serta mampu menciptakan peluang kerja yang luas bagi masyarakat.

Salah satu jenis industri yaitu industri kreatif. Menurut Simatupang (2007) Industri kreatif adalah industri yang mengandalkan ketrampilan, talenta

dan kreativitas yang berpotensi dalam meningkatkan kesejahteraan. Sedangkan menurut Departemen Perdagangan RI tahun 2009 Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan keterampilan, kreativitas, dan bakat yang dimiliki individu dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Industri ini aka berfokus untuk memberdayakan daya cipta dan daya kreasi suatu individu.

Industri kerajinan tekstil di Kota Pekanbaru yang menjadi produk unggulan dari tenun adalah songket dan tanjak. Songket dan tanjak di Kota Pekanbaru cukup mengalami pengembangan. Songket merupakan kain tenun mewah yang biasanya dikenakan saat kenduri, perayaan atau pesta. Songket dapat dikenakan melilit

tubuh seperti sarung, disampirkan di bahu, atau sebagai destar atau tanjak, hiasan ikat kepala. Tanjak merupakan salah satu hasil dari tenun yang dapat digunakan sebagai busana untuk menutup bagian kepala lelaki

Tabel 1 Data Industri Kerajinan Tenun Songket dan Tanjak Melayu di Kota Pekanbaru tahun 2020

No	Nama Perusahaan	Nilai Produksi (Rp.000)
1	Wan Fitri	2.040.000
2	Wan Hamidah	168
3	Encik Hasanah	94.8
4	Salbiah	288
5	Juli Lastika	22.2
6	Yati	32.4
7	Mariana	162
8	Zurina	38.4
9	Dayang Daepa	399.6
10	Heni Afriani	318
11	Desi	28.8
12	Winda	720
13	Winda	288
14	Mis	176.4
15	Tampuk Manggis	234
16	Junaida	43.2
17	Rumah Tanjak Melayu	21

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru, 2020

Dari tabel 1 terlihat bahwa berdasarkan nilai investasi yang paling tinggi adalah Wan Fitri yaitu Rp 350.000.000 sedangkan yang paling rendah adalah Rumah Tanjak Melayu Riau yaitu Rp 4.000.000, begitu juga dengan nilai produksi yang paling tinggi adalah Wan Fitri yaitu Rp 2.040.000.000 sedangkan yang paling rendah adalah Rumah Tanjak Melayu yaitu Rp 21.000.000 dalam setahun.

Tabel 2 Data Penjualan Rumah Tanjak Melayu di Kota Pekanbaru tahun 2015-2020.

Tahun	Total Penjualan per Tahun (Rp)
2015	208.000.000
2016	221.700.000
2017	243.750.000
2018	252.000.000
2019	232.080.000
2020	96.000.000

Sumber : Data Olahan 2020

Dari tabel 2 dapat dilihat penjualan Rumah Tanjak Melayu paling tinggi terjadi pada tahun 2018 yaitu sebesar Rp 252.000.000 sedangkan yang paling sedikit terjadi pada tahun 2020 menjadi sebesar Rp 96.000.000. berdasarkan data total penjualan terlihat bahwa terjadi peningkatan dari tahun 2015 sampai tahun 2018 namun terjadi penurunan pada tahun 2019 hingga November 2020.

Perbedaan jumlah penjualan setiap tahunnya disebabkan karena persaingan dalam merebut pangsa pasar. Dengan banyaknya persaingan, perusahaan harus dapat bersaing satu dengan yang lainnya untuk menarik pelanggan dan mendapatkan kepuasan dari pelanggan, oleh karna itu perusahaan harus bisa membuat strategi pengembangan yang tepat dengan harus mengetahui analisis *strengths, weaknesses, opportunitis, threats* (SWOT). Analisis ini mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang sedang atau akan dihadapi perusahaan tersebut. Kekuatan dan kelemahan yang diidentifikasi oleh penilaian internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi oleh penilaian eksternal (Dyson,2004).

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dijelaskan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Pengembangan Industri Kerajinan Tenun di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Rumah Tanjak Melayu)**”.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Industri

Industri adalah usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Usaha perakitan atau assembling dan juga reparasi adalah bagian dari industri. Hasil industri tidak hanya berupa barang, tetapi juga dalam bentuk jasa. Menurut Undang-Undang No 5 Tahun 1984 Tentang Perindustrian Industri merupakan kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.

Strategi Pengembangan

Strategi merupakan hal penting bagi kelangsungan hidup dari suatu perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan perusahaan yang efektif dan efisien, perusahaan harus bisa menghadapi setiap masalah-masalah atau hambatan yang datang dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan.

Menurut David (2011) Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengendalian, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau joint venture. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.

Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Dimana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi profit dan non profit dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.

Sedangkan analisis SWOT adalah penilaian atau *assessment* terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman.

Tujuan dari penerapan SWOT pada suatu perusahaan adalah untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi dimasa-masa yang akan datang.

Matrik SWOT

Menurut Rangkuti (2006) alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan agar dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis (Rangkuti, 2006).

a. Matriks Internal dan Eksternal

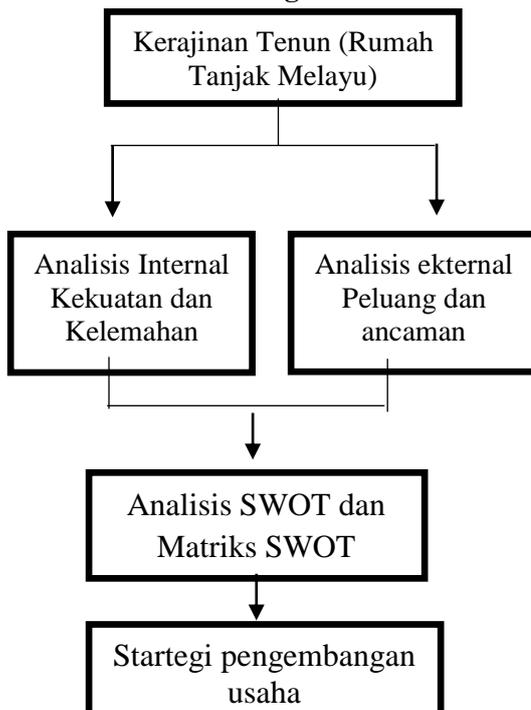
Matriks Faktor Internal merupakan alat formulasi strategi yang meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis dan juga memberikan dasar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan antara area- area tersebut. Matriks ini disusun untuk menentukan

seberapa baik keadaan internal perusahaan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks Faktor Eksternal membantu para penyusun strategi untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi faktor-faktor eksternal yang memberikan pengaruh pada kinerja perusahaan. Matriks ini disusun untuk menentukan seberapa baik perusahaan dalam merespon peluang dan ancaman yang dihadapi.

Kerangka Penelitian

Analisis data yang dilakukan dengan metode analisis yang bersifat deskriptif, data tersebut dikumpulkan dan diolah sehingga menjadi suatu gambaran dari permasalahan, dianalisis dan dibandingkan dengan teori ilmiah kemudian dianalisis menggunakan metode SWOT. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat menemukan strategi pengembangan usaha yang dapat digunakan dalam mengembangkan usaha kerajinan tenun terutama di rumah tanjak melayu.

Gambar 1 Kerangka Penelitian



Sumber : David (2012)

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan di rumah tanjak melayu Kota Pekanbaru menggunakan data primer dari kuesioner dan wawancara dan data sekunder diperoleh dari Disperindag Kota Pekanbaru, Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru, Lembaga adat Melayu Kota Pekanbaru dan Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh industri kreatif tenun songket dan tanjak melayu di Kota Pekanbaru sebanyak 17 usaha. Dan yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu Rumah Tanjak Melayu di Kota Pekanbaru, dan konsumen dari Rumah Tanjak Melayu.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis SWOT. Metode analisis deskriptif digunakan untuk analisa faktor pendorong dan penghambat pengembangan kerajinan tenun rumah tanjak melayu di Kota Pekanbaru. Sedangkan analisis SWOT digunakan untuk analisa strategi pengembangan kerajinan tenun rumah tanjak melayu. Informasi yang diperoleh dari responden akan dijabarkan dengan metode penilaian terhadap keadaan atau kondisi tentang rumah tanjak melayu riau. Pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan latar belakang dan permasalahan yang ada baik secara internal maupun eksternal dengan menganalisis faktor-faktor melalui analisis SWOT (Rangkuti, 2015).

1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2005) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Menurut

Whitney (1960) metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Dapat dikatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa yang terjadi pada saat sekarang atau masalah aktual.

2. Analisis SWOT

SWOT merupakan singkatan dari Strengths(kekuatan) dan Weaknesses (kelemahan) lingkungan internal dan Opportunities (peluang) dan Threats (ancaman) lingkungan eksternal dalam dunia bisnis(Rangkuti, 2014). Analisis SWOT dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui metode strategi pengembangan dengan cara menganalisis faktor eksternal berupa peluang dan ancaman serta faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan.

Dalam penelitian ini, untuk tahap pengumpulan data akan digunakan matrik faktor strategi eksternal dan matriks strategi internal.

a. Matriks Faktor Strategi Eksternal

Dalam menyusun matriks faktor strategi eksternal, terlebih dahulu kita harus mengetahui Faktor Strategi Eksternal (EFAS).

b. Matriks faktor strategi internal

Setelah melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor strategis internal, maka dilakukan penyusunan tabel IFAS untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dalam Strength and Weakness.

Setelah diperoleh data atau informasi mengenai faktor yang mempengaruhi pengembangan rumah tanjak melayu, maka tahap selanjutnya adalah memanfaatkan data atau informasi tersebut untuk merumuskan strategi. Alat yang digunakan untuk menyusun faktor strategi pengembangan rumah tanjak melayu adalah matriks SWOT karena menurut Rangkuti (2014), matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang ancaman

eksternal yang dihadapi satu perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks SWOT dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternative yang dapat digambarkan pada diagram berikut:

HASIL PENELITIAN

1. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

a. Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengidentifikasi faktor faktor kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weakness*) dari pada industri kerajinan tenun pada usaha rumah tanjak melayu di Kota Pekanbaru. Berdasarkan hasil dari lingkungan internal, maka diperoleh beberapa faktor yang merupakan kekuatan dan kelemahan yang berpengaruh pada industri kerajinan tenun rumah tanjak melayu tersebut.

Analisis Matriks IFAS Industri Kerajinan Tenun pada Rumah Tanjak Melayu di Kota Pekanbaru

Tabel 3 Analisis Matriks IFAS Industri Kerajinan Tenun pada Rumah Tanjak Melayu di Kota Pekanbaru

Dimensi	Variabel	Indikator	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Faktor Internal Kekuatan	Manajemen	Penetapan tujuan dan target bisnis	0.12	5	0.52
		Perekrutan sdm dan tenaga kerja	0.10	4	0.38
		Pengawasan terhadap kegiatan produksi	0.10	5	0.48
		Hubungan dengan tenaga kerja	0.08	5	0.38
	Pemasaran	Produk	0.12	4	0.46
		Harga	0.12	4	0.46
		Promosi	0.10	4	0.38
Faktor Internal Kelemahan	Keuangan	Sumber Dana	0.12	2	0.23
	Produksi dan Operasi	Kapasitas produksi	0.10	2	0.19
		Ketersediaan tenaga kerja	0.08	2	0.15
Total Skor Strategi Internal			1.00		3.63

Sumber : Data olahan 2020

Skor tertinggi untuk indikator kekuatan adalah 0,52 yaitu pada variabel manajemen indikator penetapan tujuan dan target bisnis, dimana responden menganggap bahwa indikator faktor tersebut merupakan kekuatan yang paling penting dibandingkan faktor kekuatan yang lainnya. Kemudian faktor internal kekuatan paling penting lainnya terdapat pada pengawasan terhadap kegiatan produksi dengan skor 0,48.

Pada indikator kelemahan skor tertinggi adalah 0,23 ialah pada variabel keuangan indikator sumber dana, hal ini responden menganggap bahwa sumber dana menjadi kelemahan yang paling penting dibandingkan yang lainnya. Responden sendiri juga mengatakan belum ada bantuan dari pemerintah untuk usaha rumah tanjak ini. Kemudian kelemahan selanjutnya ada pada variabel produksi dan operasi indikator kapasitas produksi dengan skor 0,19 dan terakhir terdapat pada indikator ketersediaan tenaga kerja dengan skor 0,15.

Dari evaluasi faktor internal industri kerajinan tenun pada rumah tanjak melayu di Kota Pekanbaru terlihat bahwa faktor kekuatan memiliki perhitungan bobot yang lebih besar yaitu 3,06 sedangkan faktor kelemahan industri itu sendiri memiliki bobot 0,57 atau dengan selisih 2,49 sehingga upaya pemanfaatan dan peningkatan kekuatan menjadi mutlak harus terus dilakukan.

b. Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal dilakukan untuk mengidentifikasi faktor peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) industri kerajinan tenun pada rumah tanjak melayu di Kota Pekanbaru. Dalam upaya mengidentifikasi faktor-faktor peluang dan ancaman, terlebih dahulu ditetapkan beberapa variabel dan indikator lingkungan eksternalnya.

Analisis Matriks EFAS Industri Kerajinan Tenun pada Rumah Tanjak Melayu di Kota Pekanbaru

Tabel 4 Analisis Matriks EFAS Industri Kerajinan Tenun pada Rumah Tanjak Melayu di Kota Pekanbaru

Dimensi	Variabel	Indikator	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Faktor Eksternal Peluang	Ekonomi	Kondisi ekonomi	0.11	4	0.45
		Permintaan pasar	0.09	5	0.47
	Sosial Budaya, Demografi dan Lingkungan	Gaya hidup	0.09	5	0.47
		Perkembangan penduduk Lingkungan	0.08	4	0.30
	Teknologi	Teknologi produksi	0.11	4	0.45
		Pemanfaatan internet	0.08	4	0.30
Faktor Eksternal Ancaman	Politik, Pemerintah dan Hukum	Kondisi politik	0.08	5	0.38
	Kompetitif	Persaingan terhadap produk sejenis	0.09	2	0.19
		Potensi masuknya pesaing baru	0.11	2	0.23
		Pengembangan produk	0.08	2	0.15
Total Skor Strategi Eksternal			1.00		3.54

Sumber : *Data Olahan (2020)*

Berdasarkan hasil analisis matriks EFAS industri Kerajinan Tenun pada Rumah Tanjak Melayu di Kota Pekanbaru, skor tertinggi untuk indikator peluang adalah 0.47 yaitu pada variabel ekonomi indikator permintaan pasar dan variabel sosial budaya indikator gaya hidup, dimana responden menganggap bahwa indikator faktor tersebut merupakan peluang yang paling penting di bandingkan faktor peluang lainnya. Selanjutnya faktor eksternal peluang pada indikator kondisi ekonomi dan lingkungan dengan nilai 0,45 pada pemanfaatan internet 0,38 dan terakhir 0,30 pada perkembangan penduduk dan teknologi produksi.

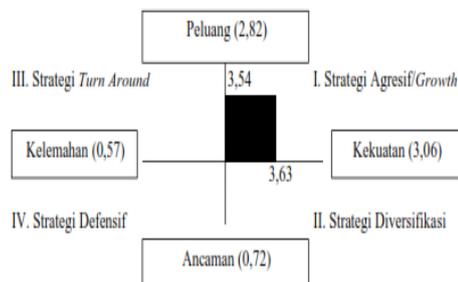
Pada indikator ancaman skor tertinggi adalah 0,23 yaitu pada variabel kompetitif indikator persaingan terhadap produk sejenis, kemudian ancaman selanjutnya pada variabel politik, pemerintahan dan hukum indikator kondisi politik dengan nilai 0,19 dan terakhir pada variabel kompetitif indikator potensi masuknya pesaing baru

dan pengembangan produk dengan nilai 0,15.

Dari evaluasi faktor eksternal industri kerajinan tenun pada rumah tanjak melayu di Kota Pekanbaru dapat dilihat bahwa faktor peluang memiliki perhitungan bobot yang lebih besar yakni 2,82 dibanding dengan ancaman pada industri itu sendiri dengan bobot 0,72 dan didapatkan selisih sebesar 2,1. Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal industri kerajinan tenun pada rumah tanjak melayu di Kota Pekanbaru, dapat dilihat diagram analisis SWOT berikut.

Diagram Analisis SWOT

Gambar 2 Diagram Analisis SWOT



Sumber : Data olahan (2020)

Dari gambar diagram analisis SWOT diatas, dapat dijelaskan Kuadran 1 menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus ditetapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi: Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman). Mencocokkan faktor-faktor eksternal dan internal

utama merupakan bagian tersulit dalam mengembangkan matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik dan tidak ada satupun paduan yang paling benar (David, 2011).

Analisis SWOT menggolongkan faktor-faktor lingkungan internal sebagai kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Lingkungan eksternal sebagai peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*). Strategi dapat diartikan sebagai alat untuk mencapai tujuan dan sasaran suatu usaha. Berikut faktor internal dan eksternal dari industri kerajinan tenun pada rumah tanjak melayu di Kota Pekanbaru :

1. Kekuatan (*Strength*)
 - a. Pengawasan yang baik terhadap kegiatan produksi
 - b. Hubungan dengan tenaga kerja yang baik
 - c. Produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau
 - d. Tujuan dan target bisnis tercapai
 - e. Pemanfaatan promosi yang baik
2. Kelemahan (*Weakness*)
 - a. Sumber dana yang kurang
 - b. Kapasitas produksi kurang baik
 - c. Ketersediaan tenaga kerja sedikit
3. Peluang (*Opportunities*)
 - a. Pemanfaatan internet
 - b. Perkembangan penduduk yang semakin meningkat
 - c. Lingkungan yang cukup strategis
 - d. Kondisi ekonomi dan permintaan pasar di daerah industri cukup baik
4. Ancaman (*Threats*)
 - a. Persaingan munculnya produk yang sejenis
 - b. Potensi masuknya pesaing baru
 - c. Kondisi politik dapat mempengaruhi permintaan

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis matriks internal dan eksternal pada strategi SO, strategi ini diciptakan dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Dapat diterapkan pada industri kerajinan tenun pada rumah tanjak melayu di Kota Pekanbaru adalah:

1. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produk untuk menaikkan atau menjaga permintaan pasar
Kualitas dan kuantitas produk merupakan faktor terpenting yang harus diperhatikan dalam menghadapi persaingan yang ketat, oleh karena itu diperlukan kualitas produk yang baik. Untuk menghasilkan produksi yang baik pemilik industri kerajinan tenun pada rumah tanjak melayu di Kota Pekanbaru harus memperhatikan pemilihan bahan baku yang digunakan dan melakukan pengawasan terhadap kegiatan produksi.
2. Memperluas pangsa pasar dengan memanfaatkan internet
Untuk meningkatkan pemasaran dan juga pendapatan, industri harus mengembangkan bisnisnya dengan cara memperluas pangsa pasar mengikuti perkembangan sistem pemasaran baru seperti shopee, tokopedia, buka lapak, bli bli, lazada, dll. Dengan media online dan strategi online marketing yang baik, maka bisa meningkatkan penjualan tanpa batas ruang dan waktu.

Strategi pendukung dalam pengembangan industri kerajinan tenun pada rumah tanjak di Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut :

a. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Strategi ini diciptakan dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk

mengatasi ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal. Strategi yang digunakan jika dalam kondisi seperti ini adalah :

1. Menetapkan harga bersaing dengan produk yang berkualitas
Melihat kondisi perekonomian yang cenderung menurun dan persaingan terhadap produk sejenis para pemilik/pengelola harus menetapkan harga bersaing dengan produk yang juga berkualitas agar dapat mengimbangi kondisi pasar pada saat ini.
2. Efisiensi biaya produksi
Untuk menghasilkan produk dengan harga yang terjangkau para pemilik/pengelola harus bisa mengefisienkan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas dari produk yang dihasilkan.
3. Memanfaatkan internet sebagai sarana promosi dan meningkatkan penjualan produk
Dengan perkembangan teknologi yang cukup pesat pada zaman sekarang ini, internet dapat meningkatkan penjualan produk dengan melakukan promosi di berbagai media seperti instagram, facebook, twitter, whatsapp, dan lain-lain.

b. Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi yang dapat di gunakan jika dalam kondisi seperti ini adalah :

1. Meningkatkan kapasitas produksi
Kapasitas produksi adalah jumlah maksimum output yang dapat diproduksi dalam satuan waktu tertentu (Yamit, 2011). Pemilik/pengelola dapat meningkatkan kapasitas produksi dengan memanfaatkan kondisi ekonomi yang cukup baik.

2. Pemanfaatan penduduk sekitar dalam perekrutan tenaga kerja pada industri kerajinan tenun

c. Strategi W-T (*Weakness-Threats*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi yang dapat digunakan dalam kondisi seperti ini adalah :

1. Meningkatkan peran pemerintah untuk menghimbau masyarakat melayu menggunakan produk ini disetiap ada acara daerah atau kegiatan yang berbaur dengan adat melayu
2. Mempertahankan ciri khas produk dengan menjaga kredibilitas pada mutu produk.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Abdul Rahman Suleman (2019) yang menyatakan perusahaan harus menerapkan strategi pertumbuhan agresif dengan cara pengembangan pasar, memelihara mutu produk, meningkatkan pelayanan, meningkatkan promosi penjualan, membuat variasi harga, menambah jenis produk dan membuat segmentasi pasar baru.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal indikator yang menjadi kekuatan industri kerajinan tenun pada rumah tanjak melayu di Kota Pekanbaru adalah pada variabel manajemen indikator penetapan tujuan dan target bisnis, perekrutan SDM dan tenaga kerja, pengawasan terhadap kegiatan produksi dan hubungan dengan tenaga kerja serta pada variabel pemasaran indikator produk, harga dan promosi.

Sedangkan kelemahannya ada pada variabel keuangan yaitu sumber dana yang pas pasan karena tidak adanya bantuan dari pemerintah mengenai perkembangan produksi tanjak melayu ini serta kelemahan lainnya ada pada variabel produksi dan operasi indikator kapasitas produksi dan ketersediaan tenaga kerja yang minim pada rumah tanjak melayu. Adapun peluang dari industri kerajinan tenun pada rumah tanjak melayu di Kota Pekanbaru yaitu kondisi ekonomi, permintaan pasar, gaya hidup, perkembangan penduduk, lingkungan sekitar, teknologi produksi dan pemanfaatan internet. Selanjutnya yang menjadi ancaman adalah kondisi politik suatu daerah, persaingan terhadap produk sejenis, potensi masuknya pesaing baru dan pengembangan produk.

2. Berdasarkan gambar diagram analisis SWOT, menunjukkan bagaimana industri kerajinan tenun di Kota Pekanbaru memiliki strategi dalam menghadapi permasalahan di lingkungan internal dan eksternal. Dimana strategi ini berada pada kuadran I. strategi yang harus ditetapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Strategi agresif lebih fokus kepada strategi *Strength - Opportunities*, yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Saran

Saran yang dapat peneliti kemukakan sesuai dengan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Industri ini hendaknya mempertahankan dan lebih meningkatkan dalam pengawasan terhadap kegiatan produksi, meningkatkan kualitas produk, harga produk dan promosi usaha agar industri ini dapat berkualitas dan inovatif.

2. Diperlukan dukungan dan bantuan pemerintah untuk industri kerajinan tenun pada rumah tanjak melayu yang produknya sendiri merupakan kebudayaan di negeri melayu ini.
3. Diharapkan dukungan penelitian yang lebih lanjut dari berbagai pihak tentang pengembangan industri kerajinan tenun pada rumah tanjak melayu di Kota Pekanbaru, ataupun pada industri kerajinan sejenis yang ada di Kota Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, david, a. 2012. *Manajemen ekuitas merek : memanfaatkan nilai dari suatu merek*. Jakarta: mitra utama.
- Armstrong dan Kotler. 1999. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Arsyad, Lincoln. 2004. *Ekonomi Pembangunan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Bastomi, Suwadji. 2000. *Seni Kriya Seni*. Semarang: UNNESS Press.
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategi*. Buku 1, Edisi kesepuluh. Jakarta : Salemba Empat.
- David, Fred R, 2011. *Strategic Management*, Buku 1. Edisi 12 Jakarta
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru, 2020.
- Dumairy.1996. *Perekonomian Indonesia*. Jakarta : Erlangga
- Fandy Tjiptono, & Gregorius Chandra (2006), *Manajemen Pelayanan Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset
- Freddy, Rangkuti. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Husein, Umar. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : Rajagrafindo Persada
- Kinncar, T. L dan Taylor. 1996. *Marketing Research*. 5th Edition. New York : Mc Graw Hill.
- Paerce Robinson, 1997, *Manajemen Strategic*, Jakarta Barat : Binarupa Aksara.
- Pearce II, John A. dan Robinson Richard B.Jr. (2008). *Manajemen Strategis 10*. Jakarta : Salemba Empat
- Qoiri. 2018. Strategi Pengembangan Industri Kecil dan Menengah di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*. Vol.26 No.2.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Business Plan Teknik Membuat Perencanaan Bisnis & Analisis Kasus*. Jakarta : Sun.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. (2015). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Robert G. Dyson (2004). *Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick*. In Elsevier - European Journal of Operational Research
- Simatupang, Togar. 2007. *Ekonomi Kreatif: Menuju Era Kompetisi dan Persaingan Usaha Ekonomi*

- Gelombang IV*. Institut Teknologi Bandung.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Uma Sekaran, 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat
- Winardi, 1998. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Bandung : Tarsito.
- Zulian, Yamit. 2011. *Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Ekonisia