

**STRATEGI PEMASARAN KERAJINAN SANGKAR BURUNG
DI GAMPONG GEDONG TAMPUNG KECAMATAN
JEUMPA KABUPATEN BIREUEN**

Tutia Rahmi¹, T. M. Nur²,

¹Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim

²Dosen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim

Email: tutia.rahmi.01011995@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Gampong Gedong Tampung Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen yaitu pada usaha kerajinan sangkar burung Bapak Bakhtiar, yang dilaksanakan pada bulan September 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran kerajinan sangkar burung di Gampong Gedong Tampung Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis faktor internal dapat diidentifikasi bahwa kekuatan utamanya adalah memiliki bentuk yang beragam dan kelemahannya utamanya adalah keterbatasan modal. Sedangkan dari hasil analisis faktor eksternal, dapat diidentifikasi peluang utamanya adalah meningkatkan kebutuhan tersier masyarakat dan ancamannya utamanya adalah naiknya harga bahan baku. Dari hasil analisis SWOT alternatif strategi yang sesuai untuk memasarkan kerajinan Sangkar Burung di Gampong Gedong Tampung Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen adalah dengan menggunakan strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) yaitu dengan cara meningkatkan kreatifitas bentuk sangkar agar makin diminati konsumen seiring meningkatnya kebutuhan tersier masyarakat, dan menggunakan bahan baku berkualitas agar produk mudah dipasarkan oleh para agen distributor.

Kata kunci : *Strategi Pemasaran, Kerajinan Sangkar Burung.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi. Gerak sektor UMKM sangat penting untuk menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan. UMKM cukup fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dan arah permintaan pasar. UMKM dapat menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibandingkan sektor usaha yang lainnya, dan juga cukup terdiversifikasi serta memberikan kontribusi penting dalam ekspor dan perdagangan. Karena itu UMKM merupakan aspek penting dalam pembangunan ekonomi yang kompetitif.

UMKM mempunyai beberapa potensi untuk dikembangkan sebagai salah satu upaya mengentaskan kemiskinan. Potensi tersebut dapat dikembangkan terus menerus, karena ditengah penurunan sektor pertanian akibat semakin sempitnya lahan dan keterbatasan elatisitas tenaga kerja, sektor industri kecil dapat menjadi alternatif yang memadai. Ada beberapa sebab mengapa UMKM lebih menguntungkan untuk dikembangkan terutama didaerah pedesaan, antara lain karena persyaratan dan ketrampilan yang diperlukan tidak terlalu sulit, kebutuhan investasinya terjangkau oleh kebanyakan masyarakat, serta bahan baku produksi mudah diperoleh.

Kota Bireuen merupakan salah satu kota di propinsi Aceh yang memiliki potensi yang cukup besar dibidang bidang industri, terutama industri kecil, hal ini ditunjukkan dari

jumlah usaha kerajinan di Kabupaten Bireuen yang mencapai 138 unit usaha dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. Jenis dan Jumlah Usaha Kerajinan di Kabupaten Bireuen Tahun 2016

No	Jenis Kerajinan	Jumlah Usaha	Persentase (%)
1	Anyaman Tikar	94	68,12
2	Keranjang Toge	26	18,84
3	Sangkar Burung	3	2,17
4	Daun Rumbia	3	2,17
5	Anyaman Bambu	1	0,72
6	Keramba Ikan	10	7,25
7	Tudung Saji	1	0,72
Jumlah		138	100

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Bireuen (2016)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa usaha kerajinan di Kabupaten Bireuen mempunyai potensi yang dapat dikembangkan karena dapat membantu masyarakat yang tidak mendapatkan pekerjaan disektor formal sehingga dapat membantu menekan tingkat pengangguran dan pemerataan

pendapatan. Khususnya di Kecamatan Jeumpa usaha kerajinan juga sudah mulai diusahakan oleh penduduk setempat diantaranya kerajinan keranjang toge dan sangkar burung. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Jumlah Kerajinan, Produksi dan Nilai Produksi di Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen Tahun 2016

No	Jenis Kerajinan	Nama Pemilik	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Produksi (Unit / Tahun)	Nilai Produksi (Rp/Tahun)
1	Keranjang Toge	Afriani	2	12.000	40.000.000
2	Keranjang Toge	Irmiza	2	12.000	30.000.000
3	Keranjang Toge	Nanda Fitria	2	1.200	35.000.000
4	Keranjang Toge	Aisyah	3	15.000	40.000.000
5	Sangkar Burung	Bakhtiar	3	1.500	45.000.000
6	Sangkar Burung	Armia	2	1.200	36.000.000
7	Sangkar Burung	Zurisman	2	1.000	30.000.000
Jumlah					

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Kecamatan Jeumpa (2016)

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa di Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen terdapat 3 unit usaha industri kerajinan sangkar burung, salah satunya berada di Gampong Gedong Tampung. Industri kecil ini tentunya juga turut berperan dalam memberikan sumbangan terhadap pendapatan daerah

karena beberapa industri kecil lingkup pemasarannya tidak hanya di dalam Kabupaten Bireuen saja, namun bisa menembus pasar luar daerah bahkan ada yang menembus pasar luar negeri.

Di Gampong Gedong Tampung Kecamatan Jeumpa terdapat salah satu *home industri* kerajinan sangkar burung

yang telah dijalankan kurang lebih selama 10 tahun yaitu *home industri* milik Bapak Bakhtiar. Bentuk kerajinan sangkar burung Bapak Bakhtiar ini sangat beragam, sehingga pemasaran produk kerajinan sangkar burung Bapak Bakhtiar mampu menembus pasar lokal hingga mencapai daerah Gayo, Banda Aceh dan Medan. Hal ini erat kaitannya dengan semakin maraknya penghobi atau orang yang memelihara burung, yang dipelihara hanya sekedar hobi, keperluan untuk lomba atau kontes

burung ataupun untuk disangkarkan, sehingga dengan semakin meningkatnya jumlah permintaan burung tentunya berbanding lurus dengan permintaan jumlah kandang yang merupakan wadah atau tempat burung kesayangan bertengger atau ditempatkan oleh para penghobinya.

Adapun rincian jumlah produksi sangkar burung Bapak Bakhtiar dalam lima tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 3. Produksi Sangkar Burung Bapak Bakhtiar 5 Tahun Terakhir

Tahun	Jumlah Produksi (Unit)	Pertumbuhan (%)
2012	1.200	-
2013	1.440	20,00
2014	1.680	16,67
2015	1.800	7,14
2016	2.040	13,33
Rata-rata	1.632	14,29

Sumber: Pemilik Usaha Sangkar Burung (2017)

Berdasarkan data jumlah produksi Sangkar Burung Bapak Bakhtiar 5 Tahun terakhir terlihat bahwa setiap tahunnya jumlah produksi selalu meningkat. Dari tahun 2012 sampai tahun 2013 jumlah produksinya meningkat 20,00%, dari tahun 2013 sampai tahun 2014 jumlah produksinya meningkat 16,67%, dari tahun 2014 sampai tahun 2015 jumlah produksinya meningkat 7,14% dan dari tahun 2015 sampai tahun 2016 jumlah produksinya meningkat 13,33%. Jadi dari tahun 2012 sampai 2016 rata-rata jumlah produksinya 1.632 unit/tahun, dengan rata-rata peningkatan pertahunnya 14,29%. Dengan demikian, menunjukkan bahwa usaha Sangkar Burung Bapak Bakhtiar ini prospeknya cukup mendukung untuk terus dikembangkan.

Namun demikian, jumlah industri kerajinan sangkar burung yang semakin meningkat juga akan menimbulkan persaingan yang semakin ketat sehingga mempengaruhi pendapatan dari pengrajin. Pengrajin harus berusaha

menciptakan produk sejenis yang lebih inovatif, kreatif dan berkualitas untuk menguasai pasar. Mengingat strategi pemasaran merupakan bagian penting dalam dunia usaha, yang akan memberikan pengaruh terhadap penjualan, produksi serta sistem distribusi yang dijalankan oleh pengusaha, maka perlu dilakukan analisis mendalam tentang kondisi internal dan eksternal dari usaha tersebut. Hal ini dilakukan guna merumuskan strategi yang tepat yang akan diterapkan dalam proses pemasaran kerajinan sangkar burung.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk mengetahui lebih mendalam tentang strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan dalam memsarkan kerajinan sangkar burung Gampong Gedong Tampung Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen. Adapun yang menjadi judul penelitian ini adalah "Strategi Pemasaran Kerajinan Sangkar Burung di Gampong Gedong Tampung Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Gampong Gedong Tampung Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen yaitu pada usahakerajinan sangkar burung Bapak Bakhtiar. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 2017.

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan

menggunakan analisis SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Kondisi Internal dan Eksternal

Berdasarkan analisis deskriptif indentifikasi kondisi internal dan eksternal dalam strategi pemasaran Kerajinan Sangkar Burung di Gampong Gedong Tampung berdasarkan data primer (kuesioner) diperoleh beberapa hal yang akan dipaparkan pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Identifikasi Kondisi Faktor Internal dan Eksternal

Faktor Internal	
Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
1. Menggunakan bahan baku berkualitas	1. Peralatan produksi masih sangat sederhana
2. Memiliki bentuk yang beragam	2. Kapasitas produksi masih terbatas
3. Pemilik usaha sudah berpengalaman	3. Kurangnya promosi dalam pemasaran
Faktor Eksternal	
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Ancaman (<i>Threat</i>)
1. Meningkatnya kebutuhan tersier masyarakat	1. Naiknya harga bahan baku
2. Tersedianya agen distributor	2. Berdirinya usaha yang sejenis
3. Bahan baku mudah diperoleh	3. Banyaknya produksi sangkar burung dari daerah lain

Sumber: Data Primer (diolah), 2017

Pada Tabel 4 di atas dapat dilihat bahwa ada 3 poin pada tiap-tiap faktor. Faktor tersebut diperoleh dari hasil identifikasi awal terhadap usaha kerajinan Sangkar Burung di Gampong Gedong Tampung. Proses identifikasi tersebut dilakukan dengan memberikan questioner kepada responden, guna memperoleh data yang dibutuhkan secara akurat.

Setelah mengetahui dan memahami apa saja yang menjadi kondisi faktor internal dan eksternal dalam strategi pemasaran kerajinan Sangkar

Burung di Gampong Gedong Tampung Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen, maka tahap selanjutnya adalah melakukan analisa terhadap faktor-faktor yang sudah diidentifikasi tersebut.

2. Analisa Faktor Kekuatan Internal dan Eksternal

Untuk menentukan suatu faktor kekuatan internal dan eksternal dapat dilakukan dengan analisa faktor kekuatan internal dan eksternal. Bobot masing-masing faktor internal dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Matrik Urgensi Faktor Internal

No	Faktor Internal	Faktor Yang Lebih Urgen						Total NU	Bobot (%)	Rangking
		A	B	C	D	E	F			
		A	Menggunakan bahan baku berkualitas	X	B	A	D			
B	Memiliki bentuk yang beragam	B	X	B	D	B	B	4	26,7	*1
C	Pemilik usaha sudah berpengalaman	A	B	X	C	E	C	2	13,3	*3
D	Peralatan produksi masih sangat sederhana	D	D	C	X	D	F	3	20,0	*2
E	Kapasitas produksi masih terbatas	A	B	E	D	X	E	2	13,3	*3
F	Kurangnya promosi dalam pemasaran	F	B	C	F	E	X	2	13,3	*3
								15	100	

Sumber: Data Primer (diolah), 2017

Berdasarkan Tabel 6 di atas diketahui bahwa faktor internal yang sangat urgen ternyata dipengaruhi oleh memiliki bentuk yang beragam dengan skor 26,7%. Hal ini berdasarkan hasil perbandingan antar faktor internal. Perbandingan ini dilakukan

dengan nalar yang objektif. Faktor yang paling berpengaruh dilihat dengan cara membandingkan antar faktor internal kemudian ditabulasikan ke dalam tabel, diberikan nilai, diberikan bobot dan juga diberikan rangking.

Tabel 7. Matrik Urgensi Faktor Eksternal

No	Faktor Eksternal	Faktor Yang Lebih Urgen						Total NU	Bobot (%)	Rangking
		A	B	C	D	E	F			
		A	Meningkatnya kebutuhan tersier masyarakat	X	A	A	D			
B	Tersedianya agen distributor	A	X	B	B	B	B	4	26,7	*1
C	Bahan baku mudah diperoleh	A	B	X	C	E	C	2	13,3	*3
D	Naiknya harga bahan baku	D	B	C	X	D	D	3	20,0	*2
E	Berdirinya usaha yang sejenis	A	B	E	D	X	F	1	6,7	*4
F	Banyaknya produksi sangkar burung dari daerah lain	A	B	C	D	F	X	1	6,7	*4
								15	100	

Sumber: Data Primer (diolah), 2017

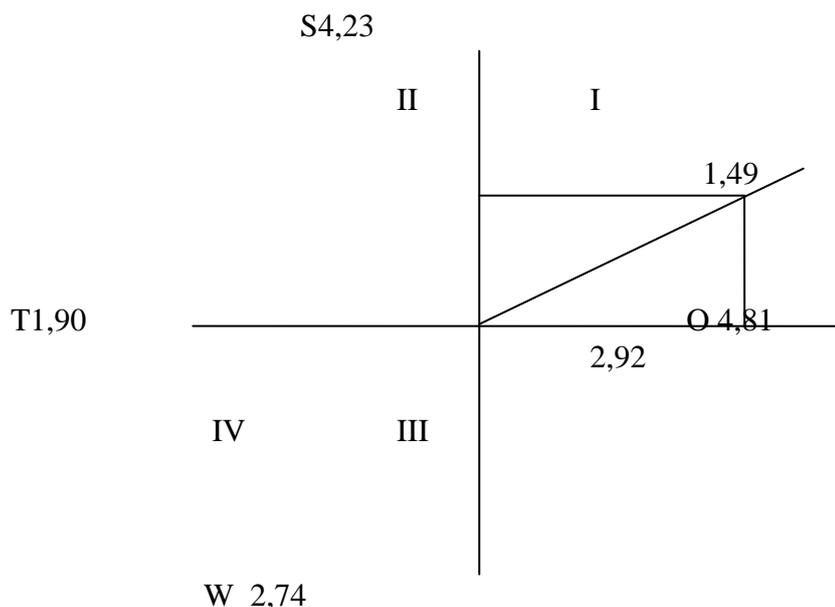
Berdasarkan Tabel 7 di atas diketahui bahwa faktor eksternal yang sangat urgen ternyata dipengaruhi oleh meningkatnya kebutuhan tersier masyarakat dan tersedianya agen distributor diperoleh dengan skor 26,7%. Dari hasil analisis matrik urgensi faktor internal dan eksternal, maka dapat diambil tahap-tahap pengambilan keputusan untuk menyusun beberapa strategi sesuai dengan hasil analisis matrik SWOT (Lampiran 2), sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan dan memasarkan Kerajinan Sangkar Burungdi Gampong Gedong Tampung Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen.

3. Analisis Diagram Posisi Kekuatan Internal-Eksternal Usaha

Dari hasil analisis matrik SWOT pada lampiran 2, maka dapat diketahui diagram posisi kekuatan organisasi berdasarkan total nilai bobot (TNB) yaitu:

Kekuatan (<i>Strenght</i>)	= 4,23
Kelemahan (<i>Weakness</i>)	= 2,74
Peluang (<i>Opportunity</i>)	= 4,81
Ancaman (<i>Threat</i>)	= 1,90
Diagram Posisi : S – W	= 4,23 – 2,74
	= 1,49
O – T	= 4,81 – 1,90
	= 2,92

Menyusun peta kekuatan internal-eksternal:



Gambar 3. Peta Kekuatan Internal–Eksternal Usaha Kerajinan Sangkar Burung

Berdasarkan peta di atas diketahui bahwa posisi perusahaan berada pada kuadran I yaitu menandakan sebuah perusahaan yang kuat dan berpeluang artinya perusahaan memiliki kekuatan yang besar untuk meraih peluang yang sangat besar. Rekomendasi strategi yang

disarankan adalah strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*), artinya usaha kerajinan Sangkar Burung Gampong Gedong Tampung dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan

ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih peluang secara maksimal.

ditindak lanjuti dengan cara menganalisis faktor-faktor keberhasilan dari analisis SWOT seperti pada tabel berikut:

4. Analisis Matriks SWOT

Setelah ditentukan faktor-faktor keberhasilan yang paling dominan untuk

Tabel 8. Matrik SWOT Usaha Kerajinan Sangkar Burung

Faktor Internal	Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Faktor Eksternal	S1 Memiliki bentuk yang beragam	W1 Peralatan produksi masih sangat sederhana
	S2 Menggunakan bahan baku berkualitas	W2 Kapasitas produksi masih terbatas
	S3 Pemilik usaha sudah berpengalaman	W3 Kurangnya promosi dalam pemasaran

Peluang (<i>Opportunity</i>)	Strategi (SO)	Strategi (WO)
O1 Meningkatnya kebutuhan tersier masyarakat	1. Meningkatkan kreatifitas bentuk sangkar agar makin diminati konsumen seiring meningkatnya kebutuhan tersier masyarakat	1. Berusaha menggunakan peralatan yang lebih modern untuk dapat memenuhi permintaan konsumen yang meningkat
O2 Tersedianya agen distributor	2. Menggunakan bahan baku berkualitas agar produk mudah dipasarkan oleh para agen distributor	2. Meningkatkan kapasitas produksi dengan tersedianya agen distributor sehingga mudah dipasarkan
O3 Bahan baku mudah diperoleh	3. Memanfaatkan pengalaman yang ada untuk meningkatkan jumlah produksi sangkar dengan mudahnya memperoleh bahan baku	3. Memaksimalkan kegiatan promosi agar permintaan semakin meningkat dikarenakan bahan baku mudah diperoleh

Ancaman (<i>Threat</i>)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
T1 Naiknya harga bahan baku	1. Mempertahankan kreatifitas bentuk sangkar walaupun harga bahan bakunya naik	1. Menggunakan pinjaman untuk memenuhi kebutuhan bahan baku disaat terjadi kenaikan serta mengganti peralatan yang lebih modern
T2 Banyaknya produksi sangkar burung dari daerah lain	2. Memproduksi sangkar dengan menggunakan bahan baku berkualitas untuk dapat menyaingi produk dari daerah lain	2. Meningkatkan kapasitas dan kualitas produk agar mampu menyaingi produk kerajinan sejenis yang masuk
T3 Berdirinya usaha yang sejenis	3. Memanfaatkan pengalaman yang ada agar mampu bersaing dengan produk dari usaha yang sejenis	3. Meningkatkan kegiatan promosi agar mampu menyaingi produk dari usaha yang sejenis

Sumber: Data Primer (diolah), 2017

Dari hasil analisis SWOT diatas dapat dilihat alternatif strategi yang sesuai untuk meningkatkan pemasaran kerajinan sangkar burung di Gampong Gedong Tampung, dimana posisi perusahaan berada pada kuadran I yaitu kondisi yang sangat mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*) yaitu dengan cara memaksimalkan kekuatan yang ada pada perusahaan kerajinan sangkar burung untuk memanfaatkan peluang melalui kegiatan pemasaran untuk memperoleh keuntungan guna mencapai pertumbuhan perusahaan kerajinan sangkar burung yang berkelanjutan.

Kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) tentunya harus dilakukan dengan menggunakan strategi *strenght-opportunity* (Strategi SO). Strategi ini dilakukan dengan cara memaksimalkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi pemasaran kerajinan sangkar burung di Gampong Gedong Tampung Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen dengan menggunakan seluruh kekuatan dan peluang yang ada dapat dilakukan dengan cara:

1. Meningkatkan kreatifitas bentuk sangkar agar makin diminati konsumen seiring meningkatnya kebutuhan tersier masyarakat (S_1, O_1).

Strategi mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan, mempertahankan dan mengembangkan serta memperbesar jangkauan pemasaran hasil produksi suatu usaha. Sehingga dengan kualitas produk yang terjaga dan kreatifitasnya yang semakin meningkat tentunya kerajinan Sangkar Burung yang dibuatnya juga akan semakin baik dan

bervariasi. Sehingga semakin mudah mempengaruhi masyarakat agar semakin tertarik untuk memenuhi kebutuhan yang berkaitan dengan keindahan estetika yang sesuai dengan selera dan keinginan mereka.

2. Menggunakan bahan baku berkualitas agar produk mudah dipasarkan oleh para agen distributor (S_2, O_2)

Agen distributor merupakan salah satu lembaga dari saluran pemasaran yang merupakan suatu saluran distribusi (*channel of distribution*) yang mencakup suatu kelompok lembaga-lembaga yang melaksanakan keseluruhan kegiatan untuk mengalihkan produk disertai hak miliknya dari lingkungan produksi ke arah lingkungan konsumsi. Dengan kata lain, lembaga pemasaran adalah orang atau badan usaha atau lembaga yang secara langsung terlibat didalam mengalirkan barang dari produsen ke konsumen. Lembaga-lembaga pemasaran ini dapat berupa tengkulak, pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Jadi dengan semakin berkualitasnya produk Sangkar Burung yang diproduksi oleh Bapak Bakhtiar tentunya akan semakin mudah untuk dipasarkan oleh lembaga pemasaran yang ikut serta dalam memasarkan produk kerajinan sangkar burung.

3. Memanfaatkan pengalaman yang ada untuk meningkatkan jumlah produksi sangkar dengan mudahnya memperoleh bahan baku (S_3, O_3)

Pengalaman merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan suatu usaha, terlebih dalam usaha kerajinan sangkar burung. Dengan semakin berpengalamannya seseorang dalam membuat sangkar

burung, tentunya kualitas dan kreatifitasnya sangkar yang diproduksi juga akan semakin baik. Disamping dapat memperbaiki kualitas produk, dengan semakin berpengalamannya seseorang juga dapat meningkatkan kuantitas (jumlah) produk sangkar yang dihasilkan, sehingga mampu memenuhi permintaan pasar. Hal ini tentunya juga didukung dengan mudahnya memperoleh bahan baku untuk pembuatan kerajinan sangkar burung.

Jadi sesuai dengan kondisi perusahaan yang sudah dianalisis sebelumnya dengan menggunakan analisis SWOT, maka strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan kerajinan Sangkar Burung di Gampong Gedong Tampung Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen harus lebih berfokus pada strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) yaitu dengan berusaha menggunakan kekuatan yang ada untuk memanfaatkan atau merebut peluang yang ada. Sebagai landasan dalam upaya mewujudkan tujuan dan sasaran tersebut maka kebijakan strategi yang selaras dapat ditempuh adalah dengan strategi SO yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya dengan: (1) Meningkatkan kreatifitas bentuk sangkar agar makin diminati konsumenseiring meningkatnya kebutuhan tersier masyarakat, (2) Menggunakan bahan baku berkualitas agar produk mudah dipasarkan oleh para agen distributor, dan (3) Memanfaatkan pengalaman yang ada untuk meningkatkan jumlah produksi sangkar dengan mudahnya memperoleh bahan baku.

5. Faktor Kunci Keberhasilan

Meskipun kegiatan telah direncanakan dengan rinci dalam pelaksanaan terdapat kesulitan, hal ini terutama karena dimasa yang akan datang selalu mengandung ketidakpastian, perlu diwaspadai kesulitan yang akan terjadi dan ditentukan strategi yang cocok untuk menanggulangnya.

Setiap usaha perlu memiliki strategi agar dapat mencapai visi dan misi yang telah dirancang oleh pemilik usaha. Strategi sangat penting karena dalam strategi dapat memutuskan dan mengambil keputusan yang paling tepat untuk menghadapi persaingan yang ada di dalam pasar.

Tabel 9 menjelaskan faktor kekuatan kunci dan peluang dalam menindak lanjuti isu dan permasalahan yang dihadapi sehingga apa yang diinginkan dimasa yang akan datang dapat dicapai dengan baik. Melalui faktor penetapan strategi yang diprioritaskan untuk pencapaian tujuan pengembangan usaha kerajinan Sangkar Burung di Gampong Gedong Tampung Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuendiharapkan dapat terkontrol dengan baik sehingga mencapai pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal sesuai yang dengan diharapkan pengusaha, yang berfokus pada strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) yaitu dengan berusaha menggunakan kekuatan yang ada untuk memanfaatkan atau merebut peluang yang ada. Untuk menanggulangi masalah-masalah yang mungkin akan terjadi tersebut, perlu dirumuskan faktor kekuatan kunci keberhasilan strategi dan rencana kerja sebagai berikut

Tabel 9. Perumusan Faktor Kekuatan Kunci (FKK)

Faktor Kunci Keberhasilan (FKK)		Alternatif Tujuan
Kekuatan Kunci	Peluang Kunci	
Memiliki bentuk yang beragam	Meningkatnya kebutuhan tersier masyarakat	Dengan memiliki bentuk yang beragam, semakin mudah mempengaruhi masyarakat untuk membeli sangkar dalam rangka memenuhi kebutuhan tersier masyarakat sehingga dapat memberikan kepuasan kepada para konsumen
Menggunakan bahan baku berkualitas	Tersedianya agen distributor	Dengan menggunakan bahan baku berkualitas, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap sangkar yang diproduksi, sehingga semakin mudah dipasarkan para agen distributor.

Sumber: Data Primer (diolah), 2017

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan sebelumnya maka kesimpulan yang dapat diambil antara lain:

1. Berdasarkan hasil analisis faktor internal dapat diidentifikasi bahwa kekuatan utamanya adalah memiliki bentuk yang beragam dan kelemahannya utamanya adalah Peralatan produksi masih sangat sederhana. Sedangkan dari hasil analisis faktor eksternal, dapat diidentifikasi peluang utamanya adalah meningkatkan kebutuhan tersier masyarakat dan ancamannya utamanya adalah naiknya harga bahan baku.
2. Berdasarkan hasil analisis SWOT alternatif strategi yang sesuai untuk memasarkan kerajinan Sangkar Burung di Gampong Gedong Tampung Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen adalah dengan menggunakan strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) yaitu dengan cara meningkatkan kreatifitas bentuk sangkar agar makin diminati

konsumen seiring meningkatnya kebutuhan tersier masyarakat, dan menggunakan bahan baku berkualitas agar produk mudah dipasarkan oleh para agen distributor.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). 2016. Data Jenis dan Jumlah Usaha Kerajinan di Kabupaten Bireuen. Bireuen Dalam Angka.
- Cannon, Joseph P. William D. Perreault, Jr dan E. Jerome Mc Charty. 2008. Pemasaran Dasar- Pendekatan Manajerial Global. Edisi Keenam Belas. Salemba Empat: Jakarta.
- Ilmi. E. Mahfidatul, Joko Widodo², Sutrisno Djaja³. 2015. Profil Home Industri Kerajinan Sangkar Burung Di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan IPS. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember (UNEJ)*
- Kotler,

- Philip.2007.ManajemenPemasaran : Analisis,Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Jilid 1 dan 2.Edisi Kesembilan. PT.Prenhalindo: Jakarta.
- Kurtz. 2008. Pengantar Bisnis (Jilid 1). Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 2). Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Mahardhika. 2014. Strategi Pemasaran Produk Kerajinan Anyaman Enceng Gondok Di Kecamatan Amuntai Selatan Kabupaten Hulu Sungai Utara. *JurnalSekolah Tinggi Ilmu Pertanian Amuntai*. Malang.
- Misrawati.2013. Analisis Strategi Pemasaran Kerajinan Kayu Antik Untuk Memasarkan Produk Di Pasar Domestik Pada CV. Bima Bantul Yogyakarta.*JurnalJurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Rangkuti,Ferddy.2007.*Creating effectiveMarketing Plan*: Teknik Membuat Marketing Plan Berdasarkan Customer. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Sianipar dan Entang. 2008. Teknik-Teknik Analisis Manajemen. Bahan Ajar Diklat PIM Tingkat III
- Sitta, Azmi. 2011. Strategi Pemasaran Bunga Pajangan Berbasis Limbah Tumbuhan Kering di Kota Malang. PKM Gagasan Tertulis Bidang IPS (PKM-GT IPS). *JurnalInstitut Pertanian Bogor*.
- Tjiptono, F. 2010. Strategi Pemasaran. PT. Agromedia. Jakarta.