

**STRATEGI PEMASARAN TIRAI DARI KULIT PELEPAH RUMBIA  
DI GAMPONG COT TUFAH KECAMATAN GANDAPURA  
KABUPATEN BIREUEN  
(Studi Kasus Usaha Bapak Anwar)**

**Elfiana**

Dosen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim  
Email: 3lfiana83@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilaksanakan di Gampong Cot Tufah Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen pada Bulan September 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, serta menyusun strategi pemasaran tirai dari kulit pelepah rumbia di Gampong Cot Tufah Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memberikan gambaran umum tentang data yang diperoleh. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis faktor internal dapat diidentifikasi bahwa kekuatan utamanya adalah produk berkualitas dan kelemahannya utamanya adalah keterbatasan modal usaha. Sedangkan dari hasil analisis faktor eksternal, dapat diidentifikasi peluang utamanya adalah akses transportasi mudah dijangkau dan ancamannya utamanya adalah terbatasnya bahan baku. Dari hasil analisis SWOT alternatif strategi yang sesuai untuk meningkatkan pemasaran Kerajinan Tirai Dari Kulit Pelepah Rumbia di Gampong Cot Tufah Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen adalah dengan menggunakan strategi *diversifikasi* yaitu dengan cara mempertahankan kualitas produk walaupun disaat terbatasnya bahan baku, menjaga kekontinyuitas produk untuk menyaingi produk dari usaha sejenis, serta memanfaatkan semangat pekerja untuk meminimalisir masalah cuaca dengan menggunakan alat pengering.

Kata kunci :Strategi Pemasaran, Tirai Dari Kulit Pelepah Rumbia.

**PENDAHULUAN**

Indonesia adalah negara agraris dengan jumlah penduduk sebagian besar bermata pencaharian dibidang pertanian. Sebagai negara yang beriklim tropis Indonesia memiliki keuntungan secara geografis, dengan hanya memiliki dua musim, yaitu musim penghujan dan kemarau, sehingga mendukung pertumbuhan tanaman. Salah satu tanaman yang tumbuh subur di Indonesia yaitu tanaman rumbia atau lebih dikenal dengan tanaman sagu. Tanaman rumbia atau tanaman sagu merupakan jenis tanaman liar yang biasanya tumbuh subur di daerah pesisir sungai atau daerah berawa. Tanaman ini tumbuh begitu saja dan masih belum banyak dibudidayakan. Tanaman rumbia tergolong dalam kelompok tanaman serba guna (*multiple*

*trees*); daunnya dapat dimanfaatkan untuk atap rumah, tangkai daun setelah dibelah dan dianyam dapat dibuat tikar maupun dinding rumah, isi batang dapat dimanfaatkan untuk makanan ternak atau dapat diolah menjadi sagu.

Gampong Cot Tufah Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen memiliki potensi sumber daya alam rumbia yang sangat mendukung untuk melakukan usaha pengolahan berbagai kerajinan berbahan baku rumbia. Bagi masyarakat Gampong Cot Tufah, rumbia merupakan komoditi strategis, masyarakat di sana memanfaatkan kulit pelepah rumbia menjadi tirai, daun rumbia untuk dibuat atap sedangkan batangnya untuk makanan ternak, walaupun pemanfaatan rumbia secara luas belum dilakukan secara optimal. Namun demikian, ketersediaan

rumbia di Gampong Cot Tufah juga belum sepenuhnya mencukupi bahan baku untuk kerajinan di Gampong tersebut, dikarenakan semakin bermunculannya usaha kerajinan yang memanfaatkan bahan baku rumbia, salah satunya usaha kerajinan tirai. Tirai dari kulit pelepah rumbia yang dibuat ini sudah tentu menambah penghasilan masyarakat Gampong Cot Tufah. Hal ini dikarenakan permintaan tirai dari kulit pelepah rumbia selain dari dalam daerah juga banyak pesanan-pesanan dari luar daerah, sehingga pengusaha tirai dari kulit pelepah rumbia harus menyesuaikan jumlah produksi dengan banyaknya permintaan serta melakukan pemasaran dengan benar.

Pemasaran produk adalah satukomponen pasca produksi yang perlumendapatkan perhatian lebih karenapemasaran merupakan salah satu kunci dalam pengembangan usaha. Demikian pula halnya masalah pemasaran tirai dari kulit pelepah rumbia di

Gampong Cot Tufah Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen. Dari hasil observasi awal kesalah satu usaha pengrajin tirai dari kulit pelepah rumbia di Gampong Cot Tufah yaitu Bapak Anwar yang telah menjalankan usahanya tersebut kurang lebih selama 10 tahun, diperoleh informasi bahwa umumnya pengrajin tirai dari kulit pelepah rumbia di GampongCot Tufah menjual tirai hasil olahannya melalui perantara agen, namun ada juga pembeli yang datang langsung ke tempatnya. Oleh karena demikian, pengrajin tirai dari kulit pelepah rumbia di Gampong Cot Tufah perlu memahami masalah pemasaran dengan benar karena apabila pemasaran dilakukan dengan baik dan benar dengan terus mempelajari situasi dan harga pasar, pengrajin tirai dari kulit pelepah rumbia dapat terus mempertahankan usahanya serta mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Adapun rincian jumlah produksi tirai Bapak Anwar dalam lima tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Produksi Tirai Bapak Anwar 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Jumlah Produksi (Unit)	Pertumbuhan (%)
1	2012	180	-
2	2013	240	33,33
3	2014	300	25,00
4	2015	420	40,00
5	2016	600	42,86
<b>Rata-rata</b>		<b>348</b>	<b>35,30</b>

Sumber: Pemilik Usaha Tirai Dari Kulit Pelepah Rumbia(2017)

Berdasarkan data jumlah produksitirai Bapak Anwar 5 tahun terakhir terlihat bahwa setiap tahunnya jumlah produksi selalu meningkat, dari 2012-2016 rata-rata peningkatannya sebanyak 348 unit tirai pertahunnya atau rata-rata persentase pertumbuhannya sebesar 35,30% pertahunnya. Namun demikian, dalam menjalankan usahanya tersebut Bapak Anwar juga menghadapi

sejumlah permasalahan seperti tidak tersedianya sentra pemasaran hasil kerajinan sebagai tempat jual produk dan sumber informasi, yang menyebabkan pendekatan sentra penjual dan pembeli secara langsung masih sedikit dan sangat terbatas. Belum adanya dukungan pemerintah setempat dalam mendukung potensi kerajinan yang ada di Gampong Cot Tufah seperti membuka akses

pemasaran keluar daerah, agar pelaku usaha kerajinan tirai dari kulit pelepah rumbia di Gampong Cot Tufah memiliki jaringan pembeli yang berasal dari luar daerah, sehingga wilayah pemasaran dapat diperluas.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dalam dunia usaha. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Tirai Dari Kulit Pelepah Rumbia di Gampong Cot Tufah Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen”.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan di Gampong Cot Tufah Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen. Penentuan lokasi ini penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Gampong Cot Tufah Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen merupakan salah satu sentra produksi tirai dari kulit pelepah rumbia. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan September 2017.

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif untuk memberikan gambaran umum tentang data yang diperoleh. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT, dengan tujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada pemasaran tirai dari kulit pelepah rumbia di daerah penelitian. Analisis ini didasarkan pada logika untuk dapat memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*Oppourtunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Theats*) (Rangkuti, 2006).

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **1. Identifikasi Kondisi Internal dan Eksternal**

Berdasarkan analisis deskriptif indentifikasi kondisi internal dan eksternal dalam strategi pemasaran kerajinan tirai dari kulit pelepah rumbia di Gampong Cot Tufah berdasarkan data primer (kuesioner) diperoleh beberapa hal yang akan dipaparkan pada Tabel berikut :

Tabel 3. Indentifikasi Kondisi Faktor Internal dan Eksternal

<b>Faktor Internal</b>	
<b>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</b>	<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>
S1 Produk berkualitas	W1 Kegiatan promosi belum optimal
S2 Semangat pekerja tinggi	W2 Belum ada label produk
S3 Produksi kontinyu	W3 Keterbatasan modal usaha
<b>Faktor Eksternal</b>	
<b>Peluang(<i>Opportunity</i>)</b>	<b>Ancaman (<i>Threat</i>)</b>
O1 Akses transportasi mudah dijangkau	T1 Cuaca tidak mendukung
O2 Adanya kemitraan usaha	T2 Berdirinya usaha yang sejenis
O3 Luasnya potensi pasar	T3 Terbatasnya bahan baku

Pada Tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa ada 3 poin pada tiap-tiap faktor. Faktor tersebut diperoleh dari hasil

identifikasi awal terhadap usaha kerajinan tirai dari kulit pelepah rumbia di Gampong Cot Tufah. Proses identifikasi

tersebut dilakukan dengan memberikan questioner kepada responden, guna memperoleh data yang dibutuhkan secara akurat.

Setelah mengetahui dan memahami apasaja yang menjadi kondisi faktor internal dan eksternal dalam strategi pemasaran Kerajinan tirai dari kulit pelepah rumbiadi Gampong Cot Tufah Kecamatan Gandapura 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 berikut.

Tabel 4. Matrik Urgensi Faktor Internal

No	Faktor Internal	Faktor Yang Lebih Urgen						Total NU	Bobot (%)	Rangking
		A	B	C	D	E	F			
A	Produk berkualitas	X	A	C	D	A	A	3	20,0	*2
B	Semangat pekerja tinggi	A	X	B	B	E	F	2	13,3	*3
C	Produksi kontinyu	C	B	X	C	C	C	4	26,7	*1
D	Kegiatan promosi belum optimal	D	B	C	X	E	D	2	13,3	*3
E	Belum ada label produk	A	E	C	E	X	F	2	13,3	*3
F	Keterbatasan modal usaha	A	F	C	D	F	X	2	13,3	*3
								15	100	

Sumber: Data Primer (diolah), 2017

Berdasarkan Tabel 4 di atas diketahui bahwa faktor internal yang sangat urgen ternyata dipengaruhi oleh produksi kontinyu, 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. Berdasarkan Tabel 5 dibawah ini diketahui bahwa faktor eksternal yang sangat urgen

ternyata dipengaruhi oleh terbatasnya bahan baku, 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 sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan dan memasarkan kerajinan tirai di Gampong Cot Tufah. Selanjutnya Bobot masing-masing faktor Eksternal dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 5. Matrik Urgensi Faktor Eksternal

No	Faktor Eksternal	Faktor Yang Lebih Urgen						Total NU	Bobot (%)	Rangking
		A	B	C	D	E	F			
		A	Akses transportasi mudah dijangkau	X	A	C	D			
B	Adanya kemitraan usaha	A	X	B	D	B	F	2	13,3	*3
C	Luasnya potensi pasar	C	B	X	C	E	F	2	13,3	*3
D	Cuaca tidak mendukung	D	D	C	X	E	F	2	13,3	*3
E	Berdirinya usaha yang sejenis	A	B	E	E	X	E	3	20,0	*2
F	Terbatasnya bahan baku	F	F	F	F	E	X	4	26,7	*1
								15	100	

Sumber: Data Primer (diolah), 2017

### 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 (*Strenght*) = 4,61

Kelemahan (*Weakness*) = 2,90

Peluang (*Opportunity*) = 2,81

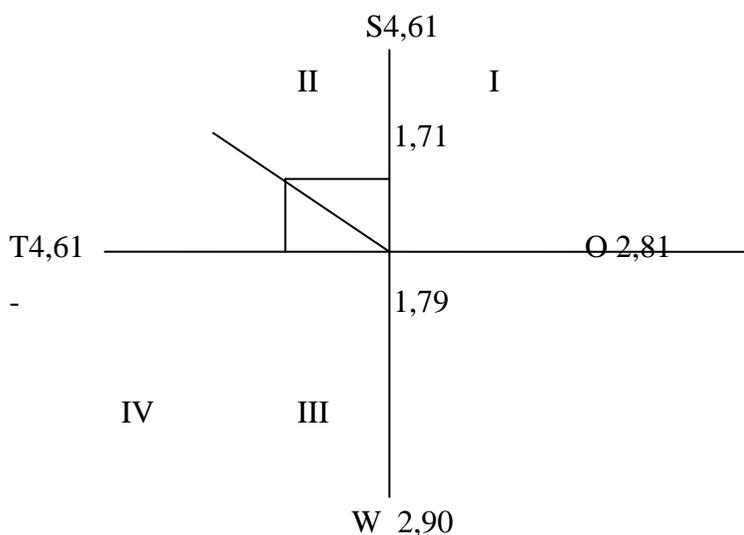
Ancaman (*Threat*) = 4,61

Diagram Posisi :

$S - W = 4,61 - 2,90 = 1,71$

$O - T = 2,81 - 4,61 = - 1,79$

Menyusun peta kekuatan internal-eksternal:



Gambar 2. Peta Kekuatan Internal–Eksternal Usaha Kerajinan Tirai Dari Kulit Pelepah Rumbia

Berdasarkan peta di atas diketahui bahwa posisi perusahaan berada pada kuadran II yaitu menandakan sebuah

perusahaan yang masih memiliki kekuatan dari segi internal, meskipun menghadapi berbagai ancaman eksternal. Rekomendasi

strategi yang disarankan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi *diversifikasi*.

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 6. Matrik SWOT Pemasaran Kerajinan Tirai Dari Kulit Pelepah Rumbia

<b>Faktor Internal</b>	<b>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</b>	<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>
<b>Faktor Eksternal</b>	S1 Produk berkualitas	W1 Keterbatasan modal usaha
	S2 Produksi kontinyu	W2 Kegiatan promosi belum optimal
	S3 Semangat pekerja tinggi	W2 Belum ada label produk
<b>Peluang (<i>Opportun</i>)</b>	<b>Strategi (SO)</b>	<b>Strategi (WO)</b>
O1 Akses transportasi mudah dijangkau	1. Menarik pelanggan dengan menjaga kualitas produk serta memanfaatkan akses transportasi mudah dijangkau	1. Meminimalisir kebutuhan modal untuk pemasaran karena akses transportasi mudah dijangkau
O2 Adanya kemitraan usaha	2. Menjaga kekontinyunitas produk dengan adanya mitra usaha	2. Mengoptimalkan kegiatan promosi dengan memanfaatkan kemitraan usaha
O2 Luasnya potensi pasar	3. Meningkatkan jumlah produksi dengan adanya pekerja yang aktif untuk memperluas pemasaran	3. Menempelkan label produk untuk lebih meyakinkan konsumen serta perluasan wilayah pemasaran
<b>Ancaman (<i>Threat</i>)</b>	<b>Strategi (ST)</b>	<b>Strategi (WT)</b>
T1 Terbatasnya bahan baku	1. Mempertahankan kualitas produk walaupun disaat terbatasnya bahan baku	1. Menjalin kerja sama dengan petani pemasok bahan baku untuk mengatasi keterbatasan bahan baku dan modal
T2 Berdirinya usaha yang sejenis	2. Menjaga kekontinyunitas produk untuk menyaingi produk dari usaha sejenis	2. Meningkatkan kegiatan promosi agar produk lebih dikenal sehingga dapat menyaingi produk dari usaha sejenis
T2 Cuaca yang tidak mendukung	3. Memanfaatkan semangat pekerja untuk meminimalisir masalah cuaca dengan menggunakan alat pengering	3. Mensiasati masalah label dengan memaksimalkan penjagaan kualitas produk disaat cuaca tidak mendukung

Sumber: Data Primer (diolah), 2017

Dari hasil analisis SWOT diatas dapat dilihat alternatif strategi yang sesuai untuk meningkatkan pemasaran Kerajinan Tirai Dari Kulit Pelepah Rumbia di Gampong Cot Tufah, dimana posisi

perusahaan berada pada kuadran II yaitu kondisi perusahaan yang memiliki kekuatan dari segi internal, meskipun menghadapi berbagai ancaman sehingga strategi yang harus diterapkan adalah

menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi *diversifikasi* yaitu dengan cara memaksimalkan kekuatan yang ada pada usahakerajinan tirai Bapak Anwar untuk menghindari ancaman melalui kegiatan pemasaran untuk memperoleh keuntungan demi keberlangsungan usaha kerajinan tirai dari kulit pelepah rumbia di Gampong Cot Tufah Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen.

Strategi *diversifikasi* tentunya harus dilakukan dengan menggunakan strategi *strenght-treats* (Strategi ST). Strategi ini dilakukan dengan cara memaksimalkan kekuatan internal untuk menghindari ancaman eksternal. Strategi pemasaran Kerajinan Tirai Dari Kulit Pelepah Rumbia di Gampong Cot Tufah Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk menghindari ancaman yang ada dapat dilakukan dengan cara:

1. Mempertahankan kualitas produk walaupun disaat terbatasnya bahan baku ( $S_1, T_1$ ).

Strategi mempertahankan serta memperbaiki kualitas produk merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan, mempertahankan dan mengembangkan serta memperbesar jangkauan pemasaran hasil produksi suatu usaha. Apapun alasannya kualitas produk harus menjadi prioritas utamawalaupun bahan baku pelepah rumbia terbatas. Sehingga dengan kualitas produk yang terjaga diharapkan permintaan konsumen akan terus kontinyu, dikarenakan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan semakin meningkat.

2. Menjaga kekontinyunitas produk untuk menyaingi produk dari usaha sejenis ( $S_2, T_2$ )

Kekontinyunitas produk merupakan hal yang sangat penting dalam

menjalankan suatu usaha, demikian pula halnya dalam usaha kerajinan tirai dari kulit pelepah rumbia. Hal ini dikarenakan produksi yang kontinyu merupakan sebuah langkah untuk memajukan usaha. Tanpa adanya produk yang kontinyu usaha tidak akan berjalan dengan baik, malah akan tersaingi oleh produk dari usaha sejenis lainnya. Dengan demikian untuk menjaga permintaan konsumen agar selalu kontinyu dan tidak beralih ke produk dari pesaing, maka pengusaha harus terus berusaha melakukan produksi secara kontinyu (terus menerus dan berkesinambungan).

3. Memanfaatkan semangat pekerja untuk meminimalisir masalah cuaca dengan menggunakan alat pengering ( $S_3, T_3$ )

Pekerja dengan semangat yang tinggi merupakan salah satu modal besar untuk mewujudkan tujuan dan sasaran suatu perusahaan, demikian pula halnya pada usaha Kerajinan Tirai Bapak Anwar. Dengan tingginya semangat pekerja diharapkan masalah kualitas bahan baku kulit rumbia disaat musim hujan dapat diatasi dengan sendirinya, salah satunya dengan berusaha mencari solusi menggunakan alat pengering manual. Sehingga produk tirai yang dihasilkan dapat terus terjamin kualitasnya sesuai dengan keinginan konsumen.

## 5. Strategi Bauran Pemasaran

Setelah strategi dirumuskan di matriks SWOT kemudian dikelompokkan ke dalam strategi bauran pemasaran yang terdiri dari:

1. Produk (*product*)
  - a. Terus melakukan peningkatan kualitas produk untuk dapat menunjang produksi yang berkelanjutan dan dapat menarik minat dari konsumen..

- b. Meningkatkan pengetahuan tentang produk agar semakin inovatif sehingga memudahkan efektivitas dan kinerja divisi pemasaran
2. Harga (*Price*)
- a. Mempertahankan harga yang sesuai dengan kualitas dan ukuran produk.
  - b. Melakukan diskriminasi harga berdasarkan segmen yang berbeda, jumlah pembelian, lokasi pembelian dan masa pembayaran yang tidak mempengaruhi stabilitas usaha.
3. Promosi (*Promotion*)
- a. Melakukan promosi melalui iklan online seperti menggunakan What'sApp (WA), Facebook (FB) dan lain sebagainya.
  - b. Melakukan promosi melalui komunikasi pemasaran dengan masyarakat sehingga konsumen lebih mudah untuk mengenali produk yang dipasarkan.
4. Tempat (*Place*)
- a. Membawa tirai ke pasar-pasar dan kerumah-rumah penduduk.
  - b. Memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi agar produk bisa disebar luaskan ke berbagai daerah
- 6. Faktor Kunci Keberhasilan**
- Meskipun kegiatan telah direncanakan dengan rinci dalam pelaksanaannya selalu 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

Tabel 7. Perumusan Faktor Kunci Keberhasilan

Faktor Kunci Keberhasilan(FKK)		
Kekuatan	Ancaman	Alternatif Tujuan
Produk berkualitas	Terbatasnya bahan baku	Dengan pemilik usaha selalu memprioritaskan kualitas produk sebagai prioritas utama walaupun disaat bahan baku terbatas atau bahkan naik, maka diharapkan dapat menjaga kepercayaan konsumen sehingga permintaan dapat semakin meningkat.
Produksi kontinyu	Berdirinya usaha yang sejenis	Dengan pemilik usaha terus berusaha melakukan produksi secara kontinyu, diharapkan konsumen tidak beralih ke produk dari usaha sejenis lainnya

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Tabel di atas menjelaskan faktor kekuatan kunci dan ancaman 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 yaitu strategi *diversifikasi* yaitu dengan cara memaksimalkan kekuatan yang ada

pada usahakerajinan tirai Bapak Anwar untuk menghindari ancaman melalui kegiatan pemasaran dan memperoleh keuntungan demi keberlangsungan usaha kerajinan tirai dari kulit pelepah rumbiadi Gampong Cot Tufah Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen.

## 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 produk berkualitas dan kelemahannya utamanya adalah keterbatasan modal usaha. Sedangkan dari hasil analisis faktor eksternal, dapat diidentifikasi peluang utamanya adalah akses transportasi mudah dijangkau dan ancamannya utamanya adalah terbatasnya bahan baku.
2. Berdasarkan hasil analisis SWOT alternatif strategi yang sesuai untuk meningkatkan pemasaran Kerajinan Tirai Dari Kulit Pelepah Rumbiadi Gampong Cot Tufah Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen adalah dengan menggunakan strategi *diversifikasi* yaitu dengan cara mempertahankan kualitas produk walaupun disaat terbatasnya bahan baku, menjaga kekontinyuitas produk untuk menyaingi produk dari usaha sejenis, serta memanfaatkan semangat pekerja untuk meminimalisir masalah cuaca dengan menggunakan alat pengering.

## DAFTAR PUSTAKA

- Astiko, A. 2011. *Managemen Strategi*. Malang. UNMER-Malang.
- Chandra, Gregorius. 2011. *Pemasaran Global*. Yogyakarta.
- Darmayani. 2014. Strategi Pemasaran Kerajinan Buah Kering Untuk Meningkatkan Nilai Ekspor Pada Ud. Indo Nature, Lombok-NTB". Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Fatriani, 2010. Analisis Pendapatan dan Pemasaran Atap Rumbia (*Metroxylon sagu* Rottb) di Desa Jambu Hulu Kecamatan Padang Batung Kabupaten Hulu Sungai Selatan Kalimantan Selatan. *Jurnal Sekolah*

Tinggi Ilmu Pertanian Amuntai Tidore.

- Heyne, K. 2012. *Tumbuhan Berguna Indonesia I*, Badan LitBang Dep. Kehutanan, Yayasan Sarana Wana Jaya, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Penerbit PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Prehalindo
- 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. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Amuntai*. Malang.
- Rangkuti, F. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Salam, W.A, 2008. Sagu Tanaman Alternatif untuk Memanfaatkan Lahan Rawa Pasang Surut Sebagai Lumbung Pangan. *Buletin Pertanian Th IV* (19).
- Stanton. 2007. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Supranto dan Nandan. 2007. *Statistika Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Edisi Revisi. Rineka Cipta. Jakarta.
- Swatha dan Handoko. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono. 2008. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Yudoseputro, Wiyoso. 2010. *Seni Kerajinan Indonesia*, Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan, Dirjen P&K.