

Analisis Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kelompok Wanita Tani (KWT) Cahaya Pagi Desa Benteng Palioi Kec. Kindang Kab. Bulukumba

Hera Fasirah¹, Dwiyantri²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Patempo

E-mail: dwiyantri.alwis@gmail.com¹

Info Artikel	Abstrak
Article History: Received: 05-07-2022 Revised: 06-07-2022 Accepted: 15-08-2022	<p><i>Tujuan Penelitian ini adalah (1) Untuk mengidentifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman strategi pengembangan Ekonomi Kreatif menggunakan analisis SWOT; (2) Membuat Rumusan strategi pengembangan usaha ekonomi kreatif pada KWT Cahaya Pagi. Metode untuk penelitian yang digunakan yaitu Penelitian Kualitatif yang bertujuan untuk menggali atau membangun satu proposi atau menjelaskan makna dibalik realita. Pada metode penelitian kualitatif ini prosedur penelitian yang digunakan yaitu menghasilkan data berupa deskriptif baik dari lisan atau tulisan dan perilaku objek itu sendiri. Subjek pada penelitian ini adalah anggota dari Kelompok Wanita Tani (KWT) Cahaya Pagi. Adapun objek dalam penelitian ini yaitu Keadaan yang ada pada KWT Cahaya Pagi meliputi budaya kelompok, struktur organisasi, dan sumber daya kelompok. Hasil penelitian yaitu berdasarkan identifikasi dan analisis faktor eksternal dan internal KWT Cahaya Pagi yaitu Growth Strategy. Berbagai alternatif strategi telah dikembangkan melalui beberapa unsur berdasarkan hasil dari analisis SWOT, maka strategi yang cocok untuk pengembangan ekonomi kreatif pada KWT Cahaya Pagi yaitu mengembangkan produk-produk olahan hasil pertanian yang mampu menjadi produk unggulan, kemudian memperluas pasar dengan cara menjalin kerjasama mitra agar jangkauan pemasaran dapat diperluas. Kemudahan mengakses teknologi saat ini dapat dimanfaatkan untuk media promosi, baik melalui sosial media maupun dengan memasarkan produk di marketplace.</i></p>
Keywords: Strategi, Ekonomi Kreatif, SWOT	

1. PENDAHULUAN

Indonesia dengan posisi yang strategis, terletak di antara Samudera Pasifik dan Samudera Hindia. Negara Indonesia adalah negara kepulauan yang dikategorikan salah satu negara terbesar di dunia yang terdiri dari 17.499 pulau-pulau kecil dan besar. Jika dihitung dari total luas wilayah Indonesia yaitu seluas 7,81 juta km² diantaranya 2,01 juta km² daratan, lautan seluas 3,25 juta km². serta 2,55 juta km² Zona Ekonomi Eksklusif, Adrianto

(2015).

Indonesia sebagai negara kepulauan dengan wilayah yang luas, dianugerahi oleh banyak kekayaan sumber daya alam yang tidak pernah ada habisnya. Keindahan alam untuk objek wisata hingga kekayaan alam yang bisa diolah menjadi sumber energi tersendiri, salah satunya dapat berasal dari sektor pertanian. Sejak dahulu, Indonesia selalu kaya dengan hasil dari pertanian seperti padi, kedelai, jagung, kacang tanah, ketela pohon dan ubi jalar. Selain itu, ada juga hasil dari pertanian yang disebut sebagai hasil pertanian tanaman perdagangan yaitu teh, kopi, kelapa, kina, cengkeh, tebu, karet dan yang lainnya. Dengan pertanian Indonesia yang semakin hari semakin besar, hal ini memberikan dampak positif juga. Sektor pertanian Indonesia dinilai mendapatkan respon positif yang patut dibanggakan dimata dunia (Kementerian Investasi, 2019).

Melihat saat ini pemerintah membangun sebuah konsep ekonomi yang mengikuti perkembangan teknologi, mengedepankan pada ide dan inovasi baru yang disebut Ekonomi Kreatif. Menurut Suryana (2013) "Ekonomi Kreatif pada hakikatnya adalah kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial". Konsep ekonomi tersebut mengacu pada perkembangan zaman dan budaya yang semakin modern, serta adanya peningkatan daya saing dipasar global yang membuat setiap pelaku usaha akan berlomba menciptakan inovasi baru agar dapat meningkatkan daya saing produk yang dimilikinya.

Konsep Ekonomi Kreatif pada dasarnya berkembang pesat di Negara bagian Amerika dan Inggris. Adanya perkembangan konsep Ekonomi Kreatif negara tersebut juga memiliki dampak besar pada negara lain khususnya negara di Asia. Perlahan negara-negara yang ada di kawasan Asia mulai menunjukkan perkembangannya seperti saat ini terjadi di Jepang, Korea, dan China dikenal dengan industri otomotif dan elektronik serta di negara India yang mulai berkembang dengan adanya industri kreatif di bidang per-filman. Indonesia sendiri konsep Ekonomi Kreatif telah berkembang cukup lama, ditunjukkan bahwa ekonomi kreatif yang ada di Indonesia mempunyai kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional dilihat dari tahun ke tahun. Namun masih terdapat sedikit kelompok usaha yang memanfaatkan usaha kreatif khususnya pada sektor pertanian.

Berdasarkan liputan Caesar, Tempo.co (2021) Bapak Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Uno mengemukakan bahwa pandemi Covid-19 turut berandil besar dalam perkembangan ekonomi kreatif nasional, khusus e-commerce. Meskipun, demikian itu juga memicu krisis ekonomi negara. Berdasarkan data Focus Economy Outlook 2020, ekonomi kreatif malah justru menyumbang senilai Rp 1.100 triliun terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia sepanjang tahun 2020. Sandiaga mengatakan adanya data tersebut menjadi bukti sektor ekonomi kreatif mampu bertahan di tengah pandemi. "Industri kreatif memang dihantam krisis, orang yang bermental kreatif akan mampu beradaptasi dengan situasi apapun," ungkap Sandi dalam keterangan tertulis, Senin, 18 Januari 2021.

Bahkan negara Indonesia saat ini sebagai negara terbesar ketiga di dunia setelah Amerika Serikat dan Korea Selatan. "Jika melihat pada kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB, setelah Amerika Serikat dan Korea Selatan. Sebagai urutan ketiga dunia, Indonesia memiliki potensi untuk terus meningkatkan kontribusi ekonomi kreatif terhadap

perekonomian kita," jelas Sandiaga. Tidak sekedar itu, dilihat dari data, dari 17 sub sektor ekonomi kreatif ada 3 yang menjadi penyumbang terbesar struktur ekspor dan PDB seperti kuliner, fashion, dan kriya. Peringkat tertinggi diduduki sektor kuliner dengan perolehan terbesar, yaitu sebesar 41 persen, sedangkan fashion dan kriya berkontribusi masing-masing sebesar 17 persen dan 14,9 persen.

Berbicara tentang pengembangan Ekonomi Kreatif tidak terlepas dari persoalan kinerja. Penilaian tentang kinerja berperan penting dalam dunia usaha, sebab dengan dilakukannya penilaian kinerja maka dapat diketahui efektivitas dari penetapan suatu strategi dan penerapannya dalam kurun waktu tertentu. Kemudian setelah penilaian kinerja telah diketahui, maka perlu adanya strategi pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya yang tepat agar produktifitas usaha dapat ditingkatkan. Salah satu usaha ekonomi kreatif yg berkembang sampai saat ini di Kabupaten Bulukumba yaitu Kelompok Wanita Tani (KWT) Cahaya Pagi yang bertempat di Dusun Ulu Parang, Desa Benteng Palioi, Kec. Kindang. Kelompok Wanita Tani (KWT) Cahaya Pagi merupakan kelompok usaha yang mengelolah hasil pertanian menjadi olahan kuliner berupa kripik, meningkatkan nilai tambah produk hasil pertanian serta memberdayakan masyarakat Desa Benteng Palioi.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Setting Penelitian

Metode deskriptif kualitatif merupakan teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini. "Yaitu metode dimana data yang dikumpulkan berupa gambar, kata-kata dan bukan angka" (Basrowi dan Suwandi, 2008 : 28).

Analisa data dalam penelitian kualitatif adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan uraian dasar. Definisi tersebut memberikan gambaran tentang betapa pentingnya kedudukan analisis data dilihat dari segi tujuan penelitian. Prinsip pokok penelitian kualitatif adalah menemukan teori dari data.

Metode SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats*) pada penelitian ini digunakan sebagai alat analisa data. SWOT merupakan suatu bentuk analisis didalam mengatur perusahaan atau dalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang tepat untuk mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun panjangnya nanti.

"Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman" (Tedjo Tripomo dan Udan, 2005 : 118) Dalam sumber lain disebutkan, analisis SWOT yaitu "membandingkan kondisi lingkungan internal perusahaan dengan kondisi eksternal perusahaan" (Freddy Rangkuti, 2008 : 19).

Teknik analisis SWOT pada dasarnya merupakan sebuah teknik untuk mengenali berbagai kondisi yang berbasis perencanaan strategi. Setelah mengenali isu permasalahan yang dihadapi secara teoretis perlu dibangun kesepakatan antar stakeholder mengenai apa yang diinginkan kedepan terhadap isu tersebut, komponen atau elemen apa yang diperlukan untuk lebih ditingkatkan, dikurangi atau justru diganti, memerlukan proses analisis yang banyak didasarkan pada peta kondisi SWOT dari isu tersebut.

2.2. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Pengumpulan data pada penelitian kualitatif tidak terikat pada jumlah narasumber karena didasarkan pada kebutuhan informasi yang ingin diperoleh. Dalam artian, berapapun narasumber yang dijadikan sebagai subjek penelitian jika data berupa informasi yang kita butuhkan sudah terpenuhi maka itu cukup untuk melakukan pengolahan data. Adapun subjek dari penelitian ini adalah pengurus maupun anggota dari Kelompok Wanita Tani (KWT) Cahaya Pagi.

2. Objek Penelitian

Adapun objek dalam penelitian ini yaitu Keadaan yang ada pada KWT Cahaya Pagi meliputi struktur dalam organisasi, budaya pada kelompok, dan sumber daya kelompok yang akan dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk menghasilkan sebuah strategi dalam pengembangan ekonomi kreatif di KWT Cahaya Pagi.

2.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik Observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Teknik Observasi, Metode pengamatan yang didukung dengan pengumpulan dan pencatatan data secara sistematis terhadap obyek yang akan diteliti dinamakan teknik Observasi. Pada situasi penelitian ini, teknik observasi dilakukan untuk mengamati keadaan yang ada pada KWT Cahaya Pagi sehingga pokok permasalahan yang ada dapat diteliti.
2. Teknik Wawancara, Teknik wawancara ini dilakukan untuk menggali serta mengumpulkan informasi dengan mewawancarai pihak yang terkait dengan KWT Cahaya Pagi dalam hal ini pengurus atau anggota dalam KWT tersebut.
3. Teknik dokumentasi, Pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan berbagai gambar terkait penelitian, laporan kegiatan usaha, realisasi strategi pengembangan yang diteliti dan diperoleh dari jurnal, laporan, buku, internet atau sumber yang terkait dengan penelitian ini. Teknik dokumentasi pada penelitian ini yaitu dengan mengamati kegiatan harian KWT Cahaya Pagi berupa gambar maupun dokumen untuk dijadikan sebagai data pendukung penelitian.

2.4. Teknik Analisis Data

Analisa data dalam penelitian kualitatif adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan uraian dasar. Definisi tersebut memberikan gambaran tentang betapa pentingnya kedudukan analisis data dilihat dari segi tujuan penelitian. Prinsip pokok penelitian kualitatif adalah menemukan teori dari data.

Metode SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats*) pada penelitian ini digunakan sebagai alat analisa data. SWOT merupakan suatu bentuk analisis didalam mengatur perusahaan atau dalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang tepat untuk mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun panjangnya nanti.

“Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman” (Tedjo Tripomo dan Udan, 2005 : 118) Dalam sumber lain disebutkan, analisis SWOT yaitu “membandingkan kondisi lingkungan internal perusahaan dengan kondisi eksternal perusahaan” (Freddy Rangkuti, 2008 : 19).

Teknik analisis SWOT pada dasarnya merupakan sebuah teknik untuk mengenali berbagai kondisi yang berbasis perencanaan strategi. Setelah mengenali isu permasalahan yang dihadapi secara teoretis perlu dibangun kesepakatan antar stakeholder mengenai apa yang diinginkan kedepan terhadap isu tersebut, komponen atau elemen apa yang diperlukan untuk lebih ditingkatkan, dikurangi atau justru diganti, memerlukan proses analisis yang banyak didasarkan pada peta kondisi SWOT dari isu tersebut.

Tabel 1

Matrik Analisis SWOT

<p>IFAS EFAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Strengths (S)</i> Tentukan berbagai faktor kekuatan internal 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Weakness (W)</i> Tentukan berbagai faktor kelemahan internal
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Opportunities (O)</i> Tentukan berbagai faktor peluang eksternal 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi S-O Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang (Agresif) 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang (Turn Around)
<p>3. <i>Threats (T)</i> Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal</p>	<p>4. Strategi S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman (diversifikasi)</p>	<p>5. Strategi W-T Ciptakan strategi meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman</p>

Sumber : Freddi Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, 2008

3. HASIL PENELITIAN

Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif KWT Cahaya Pagi

1) Analisis SWOT

Menentukan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Cahaya Pagi menggunakan Analisis SWOT.

Analisis tentang kondisi lingkungan eksternal diambil melalui dua unsur yaitu, peluang dan ancaman, sementara situasi lingkungan internal diambil melalui unsur kekuatan dan kelemahan. Semua Komponen dari masing-masing unsur tersebut diperoleh dari hasil

wawancara peneliti kepada pengurus dan anggota serta pengamatan secara langsung pada perkembangan kegiatan ekonomi kreatif KWT Cahaya Pagi.

Tabel 2

Penentuan Bobot Faktor-faktor Eksternal

No.	Faktor-faktor Segi Eksternal	Skala Prioritas (SP)	Konstanta (K)	SPxK	Bobot
Peluang					
1	KWT Cahaya Pagi mempunyai citra yang baik dimata Pemerintah	4	4	16	0.14
2	Adanya perhatian yang tinggi dari Dinas Pertanian, institusi, maupun kampus terhadap kelompok	3	4	12	0.1
3	Produk olahan yang sama tidak banyak ditemui di pasaran	3	4	12	0.1
4	Nama produk olahan KWT Cahaya Pagi sudah dikenal hingga luar Kab. Bulukumba	3	4	12	0.1

5	Banyak konsumen yang tertarik dengan produk olahan dari KWT Cahaya Pagi	4	4	16	0.13
Ancaman					
1	Muncul banyak olahan hasil tani dengan inovasi baru	3	4	12	0.1
2	Meningkatnya pertumbuhan industry pengolahan makan dan minum di Kab. Bulukumba	3	4	12	0.1
3	Meningkatnya persaingan	3	4	12	0.1
4	Harga bahan baku yang tidak stabil	4	4	16	0.13
Total SP x K				116	1.0

Berdasarkan tabel 2 penentuan bobot faktor-faktor eksternal pada tabel diatas maka dapat dibuat faktor-faktor strategi yang hasilnya ditunjukkan pada tabel EFAS disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi eksternal tersebut dalam kerangka peluang (*opportunitites*) dan ancaman (*threat*).

Tabel 3
EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

No.	Faktor-faktor Segi Eksternal	Bobot	Ranting	Skor
Peluang				
1	KWT Cahaya Pagi mempunyai citra yang baik dimata Pemerintah	0.14	4	0.56

2	Adanya perhatian yang tinggi dari Dinas Pertanian, institusi, maupun kampus terhadap kelompok	0.1	3	0.3
3	Produk olahan yang sama tidak banyak ditemui di pasaran	0.1	3	0.3
4	Nama produk olahan KWT Cahaya Pagi sudah dikenal hingga luar Kab. Bulukumba	0.1	3	0.3
5	Banyak konsumen yang tertarik dengan produk olahan dari KWT Cahaya Pagi	0.13	4	0.52
Sub Total		0.57		1.52
Ancaman				
1	Muncul banyak olahan hasil laut dengan inovasi baru	0.1	3	0.3
2	Meningkatnya pertumbuhan industri pengolahan makan dan minum di Kota Makassar	0.1	3	0.3
3	Meningkatnya persaingan	0.1	3	0.3
4	Harga bahan baku yang tidak stabil	0.13	4	0.52

Sub Total	0.43		1.42
Total	1.0		2.94

Tabel 3
Penentuan Bobot Faktor-faktor Internal

No.	Faktor-faktor Segi Internal	Skala Prioritas (SP)	Konstanta (K)	SPxK	Bobot
Kekuatan					
1	Peralatan untuk produksi sangat memadai	4	4	16	0.15
2	Ketersediaan bahan baku yang mudah	4	4	16	0.15
3	Dukungan kondisi keuangan sangat baik	4	4	16	0.15
4	Budaya organisasi cukup kondusif	3	4	12	0.12
5	Banyaknya penjualan unit produk sebanding dengan jumlah barang yang diproduksi	4	4	16	0.15
Kelemahan					
1	Segmen pemasaran kurang maksimal	2	4	8	0.08
2	Rendahnya kualitas SDM	2	4	8	0.08

3	Semangat dalam produksi kurang	2	4	8	0.08
4	Belum mempunyai orientasi untuk mengembangkan usaha produksi lebih besar	1	4	4	0.04
Total SP x K				104	1.0

Berdasarkan tabel 3 penentuan bobot faktor-faktor internal pada tabel diatas maka dapat dibuat faktor-faktor strategi yang hasilnya ditunjukkan kepada tabel IFAS disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*).

Tabel 4
IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

No.	Faktor-faktor Segi Internal	Bobot	Ranting	Skor
Kekuatan				
1	Peralatan untuk produksi sangat memadai	0.15	4	0.6
2	Ketersediaan bahan baku yang mudah	0.15	4	0.6
3	Dukungan kondisi keuangan sangat baik	0.15	4	0.6
4	Budaya organisasi cukup kondusif	0.12	3	0.36
5	Banyaknya penjualan unit produk sebanding dengan jumlah barang yang diproduksi	0.15	4	0.6
Sub Total		0.72		2.76
Kelemahan				
1	Segmen pemasaran kurang maksimal	0.08	2	0.16

2	Rendahnya kualitas SDM	0.08	2	0.16
3	Semangat dalam produksi kurang	0.08	2	0.16
4	Belum mempunyai orientasi untuk mengembangkan usaha produksi lebih besar	0.04	1	0.04
Sub Total		0.28		0.52
Total		1.0		3.28

Berdasarkan hasil perhitungan faktor eksternal peluang yang dimiliki KWT Cahaya Pagi lebih besar dari faktor ancamannya yaitu sebesar 0.10 yang dimana merupakan selisih dari total peluang sebesar 1.52 dengan total ancaman sebesar 1.42, dan untuk faktor internal kekuatan yang dimiliki KWT Cahaya Pagi lebih besar dari faktor kelemahannya yaitu sebesar 2.24 yang dimana merupakan selisih dari total kekuatan sebesar 2.76 dengan total kelemahan sebesar 0.52. Dari perhitungan tersebut dapat diperoleh formulasi strategi yang sesuai.

Matrik SWOT merupakan matrik yang disusun menggunakan variable-variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang diidentifikasi dalam faktor-faktor strategi internal faktor strategi eksternal. Matrik SWOT ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Tujuannya untuk membuat keputusan dalam memilih alternatif strategi yang tepat sesuai dengan kondisi internal dan eksternal KWT Cahaya Pagi.

Tabel 5
Matriks SWOT

IFAS	<i>STENGTHS (S)</i>	<i>WEAKNESS (W)</i>
	<ul style="list-style-type: none"> i. Peralatan untuk produksi sangat memadai ii. Ketersediaan bahan baku yang mudah iii. Dukungan kondisi keuangan sangat baik iv. Budaya organisasi cukup kondusif v. Banyaknya penjualan unit produk sebanding dengan jumlah barang yang diproduksi 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Segmen pemasaran kurang maksimal 2. Rendahnya kualitas SDM 3. Semangat dalam produksi kurang 4. Belum mempunyai orientasi untuk mengembangkan usaha produksi lebih besar
EFAS		

<p><i>OPPORTUNIES (O)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. KWT Cahaya Pagi mempunyai citra yang baik dimata Pemerintah. 2. Adanya perhatian yang tinggi dari Dinas Pertanian, institusi, maupun kampus terhadap kelompok 3. Produk olahan yang sama tidak banyak ditemui di pasaran 4. Nama produk olahan KWT Cahaya Pagi sudah dikenal hingga luar Kab. Bulukumba 5. Banyak konsumen yang tertarik dengan produk olahan dari KWT Cahaya Pagi 	<p><i>STRATEGI SO</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan produksi hasil pertanian dengan bahan baku yang sudah ada. 2. Menambah inovasi baru pada berbagai macam produk olahan hasil pertanian 3. Memberikan inovasi pada kemasan produk agar lebih menarik perhatian konsumen 	<p><i>STRATEGI WO</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti tren pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha lain saat ini dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi digital 2. Mengembangkan wadah kerjasama dengan pelaku usaha lain untuk mengetahui informasi pasar 3. Melakukan pembinaan dan pelatihan yang rutin dalam mengelola usaha kepada semua pengurus dan anggota kelompok 4. Sosialisasi dari lembaga atau instansi pentingnya usaha kreatif bagi para masyarakat
<p><i>TREATHS (T)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Muncul banyak olahan hasil tani dengan inovasi baru 2. Meningkatnya pertumbuhan industry pengolahan makan dan minum di Kab. Bulukumba 3. Meningkatnya persaingan 4. Harga bahan baku yang tidak stabil 	<p><i>STRATEGI ST</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kegiatan promosi agar produk lebih dikenal oleh masyarakat secara umum dan menjangkau pasar yang lebih luas dengan pemanfaatan teknologi berbasis digital 2. Mempertahankan dan menjaga rahasia cita rasa produk agar tetap mampu bersaing dengan produk lain 	<p><i>STRATEGI WT</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dilakukan sosialisasi dari pemkab atau lembaga instansi lain mengenai kemitraan usaha 2. Memaksimalkan kegiatan kerjasama kemitraan dengan pelaku usaha lain 3. Aktif dalam mengikuti setiap kegiatan seminar ataupun pelatihan tentang kewirausahaan dalam hal meningkatkan wawasan dan kemampuan anggota.

Berdasarkan analisis matriks SWOT, maka dapat dirumuskan beberapa strategi pengembangan ekonomi kreatif pada KWT Cahaya Pagi, yaitu:

- (a) Strategi SO
 - (1) Memaksimalkan produksi hasil pertanian dengan bahan baku yang sudah ada.
 - (2) Menambah inovasi baru pada berbagai macam produk olahan hasil pertanian.
 - (3) Memberikan inovasi pada kemasan produk agar lebih menarik perhatian konsumen.
- (b) Strategi WO
 - (1) Mengikuti tren pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha lain saat ini dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi digital
 - (2) Mengembangkan wadah kerjasama dengan pelaku usaha lain untuk mengetahui informasi pasar
 - (3) Melakukan pembinaan dan pelatihan yang rutin dalam mengelola usaha kepada semua pengurus dan anggota kelompok
 - (4) Sosialisasi dari lembaga atau instansi pentingnya usaha kreatif bagi para masyarakat
- (c) Strategi ST
 - (1) Meningkatkan kegiatan promosi agar produk lebih dikenal oleh masyarakat secara umum dan menjangkau pasar yang lebih luas dengan pemanfaatan teknologi berbasis digital.
 - (2) Mempertahankan dan menjaga rahasia cita rasa produk agar tetap mampu bersaing dengan produk lain
- (d) Strategi WT
 - (1) Dilakukan sosialisasi dari pemkot atau lembaga instansi lain mengenai kemitraan usaha
 - (2) Memaksimalkan kegiatan kerjasama kemitraan dengan pelaku usaha lain
 - (3) Aktif dalam mengikuti setiap kegiatan seminar ataupun pelatihan tentang kewirausahaan dalam hal meningkatkan wawasan dan kemampuan anggota.

Dengan berbagai alternatif strategi yang dikembangkan melalui 4 unsur di atas, maka strategi pengembangan ekonomi kreatif yang dapat diterapkan pada KWT Cahaya Pagi yakni dengan mengembangkan semua produk olahan pertanian agar mampu menjadi produk unggulan dan memperluas pasar dengan melakukan kerjasama kemitraan agar pemasaran dapat menjangkau lebih luas. Selain itu pemanfaatan teknologi juga sangat diperlukan salah satunya dari segi promosi dengan memanfaatkan media online. Kemudahan mengakses teknologi saat ini dapat dimanfaatkan untuk media promosi, baik melalui sosial media maupun dengan memasarkan produk di *marketplace*.

4. PENUTUP

Kesimpulan

Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis mengenai kondisi lingkungan eksternal yang dipilih melalui dua unsur yaitu, peluang dan ancaman, sementara kondisi lingkungan internal dipilih melalui unsur kekuatan dan kelemahan. Berdasarkan identifikasi dan analisis faktor internal dan eksternal beserta diagram cartesius dapat diperoleh bahwa yang menjadi

strategi utama KWT Cahaya Pagi adalah strategi Growth. Sehingga dapat dilihat bahwa KWT Cahaya Pagi telah berada pada posisi yang baik. Ini merupakan situasi yang menguntungkan. kelompok tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adrianto Luky. 2015. Laporan Analisis Dan Evaluasi Hukum Tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir Dan Pulau-Pulau Kecil. Kementerian Hukum dan HAM
- [2] https://www.bphn.go.id/data/documents/ae_tentang_pengelolaan_wilayah_pesisir_dan_pulau-pulau_kecil.pdf
- [3] Amalia, A., Hidayat, W., & Budiatmo, A. 2012. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarangan di Kota Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 1 (2), 282-294.
- [4] <https://media.neliti.com/media/publications/107642-ID-analisis-strategi-pengembangan-usaha-pad.pdf> (Diakses 29 Juli 2021)
- [5] Aulia, D., & Ikhwana, A. 2013. Perencanaan strategi pengembangan usaha kain tenun sutra dengan pendekatan metode balanced scorecard (studi kasus di pabrik Sutra Tiga Putra). Jurnal Kalibrasi, 10 (1).
- [6] <http://e-journal.uajy.ac.id/1574/3/2EM16271.pdf> (Diakses 28 Juli 2021)
- [7] Basrowi dan Suwandi. 2008. Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta : Rineka Cipta
- [8] Depdag RI. 2008. Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025. Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- [9] Herie Saksono. 2012. Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah. Jurnal Bina Praja. Volume 4 No. 2 Juni 2012: 93 – 104
- [10] <http://binaprajajournal.com/ojs/index.php/jbp/article/download/61/58> (Diakses 27 Juli 2021)
- [11] Kementerian Investasi. 2019. Sektor Pertanian Indonesia di Mata Dunia.
- [12] <https://www.investindonesia.go.id/id/artikel-investasi/detail/sektor-pertanian-indonesia-di-mata-dunia> (Diakses Oktober 2021)
- [13] Kementrian Pertanian. 2013. Peraturan Kementrian Pertanian Nomor 82/Permentan/OT.140/8/2013 tentang Pembinaan Kelompok Tani dan Gabungan Kelompok Tani
- [14] Psychologymania. 2012. Tipe-tipe Strategi.
- [15] <http://www.psychologymania.com/2012/12/tipe-tipe-strategi.html> (Diakses 29 Juli 2021)
- [16] Rangkuti.Freddy. 2008. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama
- [17] Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- [18] Republik Indonesia. 2013. Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

- [19] Rifefan Muhamad. 2012. Mengenal 4 Strategi dalam Manajemen Strategis. <https://riportofolio.wordpress.com/2012/10/02/mengenal-4-strategi-dalam-manajemen-strategis-2/>. (Diakses 29 Juli 2021)
- [20] Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung :
- [21] Alfabeta.
- [22] Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung : Alfabeta
- [23] Suryana. 2013. Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang. Jakarta: Salemba Empat.
- [24] Tedjo Tripomo dan Udan. 2005. Manajemen Strategi. Bandung : Rekayasa Sains
- [25] Zevi Irfan. 2017. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Pt. Proderma Sukses Mandiri. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- [26] Zuhdi Syaiful Anhar. 2017. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Kelompok Wanita Tani (Kwt) Karanglo Makmur Di Dusun Karanglo Desa Sukoharjo Kabupaten Sleman). Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta
- [27] ----- . Kamus Besar Bahasa Indonesia. [Online]. <https://kbbi.web.id/strategi> (Diakses 29 Juli 2021)
- [28] ----- . Kamus Besar Bahasa Indonesia. [Online]. <https://kbbi.web.id/subjek> (Diakses 29 Juli 2021)
- [29] ----- . Kamus Besar Bahasa Indonesia. [Online]. <https://kbbi.web.id/objek>

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN