

STRATEGI PEMASARAN USAHA ANYAMAN KETAK DI KECAMATAN LINGSAR KABUPATEN LOMBOK BARAT

MARKETING STRATEGIES OF KETAK MATTING BUSINESS IN LINGSAR DISTRICT, WEST LOMBOK REGENCY

Clougia Charolin Selung^{1*}, Anwar¹, Halimatus Sa'diyah¹

¹Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

^{*}*Email Penulis korespondensi: geacaroline72@gmail.com*

ABSTRAK

Adanya pandemi covid-19 menyebabkan terjadinya penurunan jumlah penjualan anyaman ketak sehingga perlu strategi pemasaran yang tepat untuk menaikkan kembali jumlah penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: biaya dan pendapatan usaha anyaman ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat, faktor-faktor internal dan eksternal usaha anyaman ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat, dan strategi pemasaran usaha anyaman di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis pendapatan, metode SWOT dan AHP. Hasil penelitian menunjukkan biaya yang dikeluarkan per bulan sebesar Rp 16.194.446 dengan penerimaan sebesar Rp 23.675.000 sehingga pendapatan sebesar Rp 7.480.554. Faktor internal: kualitas produk yang tinggi, variasi produk yang beragam, dan penggunaan sosial media sebagai tempat promosi. Faktor eksternal: kepercayaan konsumen terhadap usaha anyaman ketak, minat konsumen dalam dan luar negeri yang tinggi, dan adanya event pameran. Terdapat tiga strategi prioritas yaitu: meningkatkan dan mempertahankan kualitas, kuantitas produk agar dapat menarik semakin banyak minat konsumen dalam & luar negeri agar memperoleh pendapatan yang tinggi, meningkatkan promosi melalui sosial media dan terlibat dalam event pameran untuk menarik semakin banyak minat konsumen dalam & luar negeri, dan meningkatkan kepercayaan kepada konsumen dalam & luar negeri dengan produk yang selalu mengikuti perkembangan.

Kata Kunci: Anyaman ketak, Strategi pemasaran, SWOT, AHP

ABSTRACT

The existence of the Covid-19 pandemic has caused a decrease in the amount of sales of fabrics, so a proper marketing strategy is needed to increase the amount of sales again. This study aims to analyze: the costs and revenue of the ketak weaving business in Lingsar district, West Lombok Regency, the internal and external factors of the ketak weaving business in Lingsar district, West Lombok Regency, and the strategy Marketing of the weaving business in Lingsar District, West Lombok Regency. The data analysis method used is the SWOT and AHP method. The results showed that the costs incurred per month amounted to IDR 16,194,446 with income of IDR 23,675,000, thus the income was IDR 7,480,554. Internal factors: high product quality, various product variations, and the use of social media as a venue for promotion. External factors: consumer confidence in the ketak weaving business, high interest from domestic and foreign consumers and high revenue exhibition events, increased promotions through social media and participation in exhibition events to attract more and more domestic and foreign consumers, and increased confidence in domestic and foreign consumers with products that always follow the evolution.

Keywords: Woven ketak, Marketing strategies, SWOT, AHP

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi masyarakat saat ini menunjukkan kemajuan yang luar biasa yang ditandai dengan bangkitnya berbagai wirausaha baik yang dikelola sendiri maupun berkelompok (Ahyat, et al 2020). Sudarman (2013) menyatakan bahwa letak kekuatan ekonomi pada era ini tidak lagi sumber daya alam akan tetapi pada sumber daya manusia yaitu ide, kreativitas dan bekal pengetahuan, sehingga memberikan kontribusi yang luar biasa untuk ekonomi. Ekonomi kreatif sebagai salah cara pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas

(Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008). Ekonomi kreatif melalui pembangunan sektor industri sebagai menjadi salah satu perhatian setiap daerah yang ada di Indonesia seperti industri kerajinan. Salah satu bentuk industri kecil di Kabupaten Lombok Barat berdasarkan kreasi atau kerajinan tangan (anyaman) adalah kerajinan anyaman ketak (Jalaluddin, 2019).

Kerajinan anyaman ketak merupakan salah satu jenis kerajinan tangan yang menjadi unggulan bagi masyarakat NTB. Ketak yang dalam bahasa latin disebut “*Lygodium Circinatun*”. Tanaman ini termasuk dalam jenis paku-pakuan yang merupakan tanaman liar hidupnya di hutan. Ketak merupakan jenis yang bernilai ekonomis sebagai penghasil produk hasil hutan bukan kayu (HHBK) (Wahyuningsih, et al 2017). Kerajinan anyaman ketak adalah salah satu seni yang banyak diminati para wisatawan karena terkenal akan keawetan dan kelenturan dari bahan bakunya.

Permintaan anyaman ketak di Kecamatan Lingsar mengalami penurunan di beberapa tahun terakhir disebabkan oleh pandemi Covid-19. Hingga pada akhir tahun 2022, penurunan jumlah permintaan dari produk anyaman ketak masih dirasakan oleh seluruh pelaku usaha anyaman ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. Oleh karena itu, dalam upaya agar tetap bertahan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran yang tepat dapat memberikan peluang pasar yang besar sehingga meningkatkan penjualan dan mencapai keuntungan yang diharapkan. Serta sebagai sarana penting bagi usaha untuk memenangkan persaingan menurut Nikmah (2018). Dengan melihat faktor-faktor lingkungan makro dan mikro yang mempengaruhi strategi pemasaran pada suatu usaha (Mulyana, 2019)

Oleh karena itu dengan bertitik-tolak pada uraian di atas, telah dilakukan penelitian yang dilakukan berkaitan tentang “Strategi Pemasaran Usaha Anyaman Ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat”. Adapun tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis biaya dan pendapatan usaha anyaman ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat, menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal usaha anyaman di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat, dan menganalisis strategi pemasaran usaha anyaman ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Unit analisis adalah usaha anyaman ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. Penentuan daerah sampel dilakukan dengan metode purposive sampling. Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha anyaman ketak yang masih aktif memproduksi. Jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data adalah data primer dan data sekunder. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah teknik survei dengan melakukan wawancara langsung.

Analisis Data

Analisis Pendapatan

Untuk menghitung biaya menggunakan rumus:

$$TC = FC + VC,$$

Keterangan: TC = Total Cost (Biaya Total) (Rp/MT/Ha),

FC = Fixed Cost (Biaya Tetap) (Rp/MT/Ha) dan

VC = Variable Cost (Biaya Variabel) (Rp/MT/Ha) (Mulyadi, 2015).

Untuk menghitung penerimaan menggunakan rumus:

$$TR = P \times Q,$$

Keterangan: TR = Penerimaan (*Total Revenue*) (Rp),

P = Harga (*Price*) (Rp/Kg) dan

Q = Jumlah Produksi (*Quantity*) (Kg/Ha) (Suratiyah, 2015).

Untuk menghitung pendapatan menggunakan rumus:

$$I = TR - TC,$$

Keterangan: I = Pendapatan (Rp),

TR = Total Penerimaan (*Total Revenue*) (Rp) dan

TC = Total Biaya (*Total Cost*) (Rp) (Kusumawati, 2019) ((Fadhilah dan Rochdiani, 2021).

Analisis SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Matriks SWOT

EFAS	IFAS	STRENGTHS (S) 1. 2..... 3.	WEAKNESSES (W) 1. 2..... 3.
	OPPORTUNIES (O) 1. 2..... 3.	STRATEGI S-O 1. 2..... 3.	STRATEGI W-O 1. 2..... 3.
	TREATHS (T) 1. 2..... 3.	STRATEGI ST 1. 2..... 3.	STRATEGI WT 1. 2..... 3.

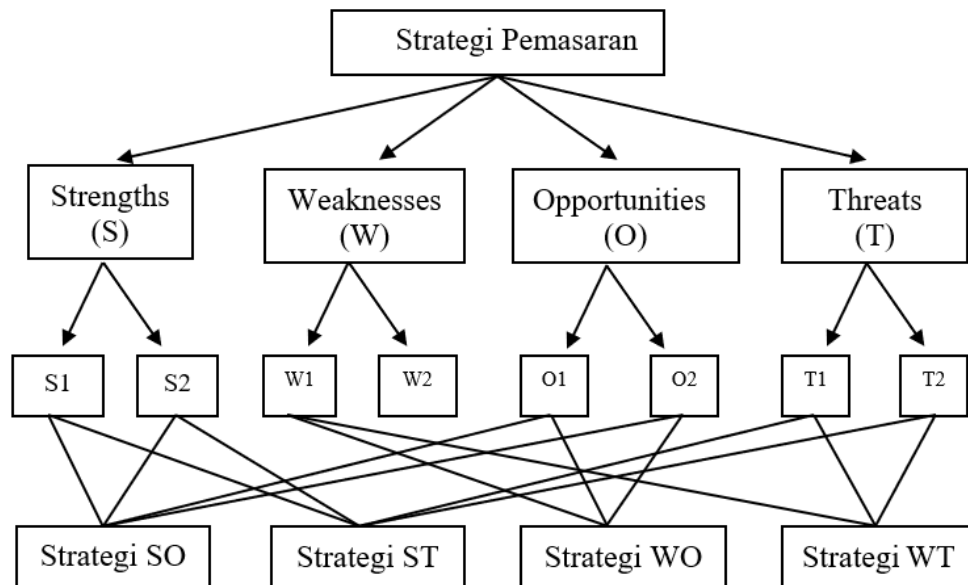
Sumber: Rangkuti (2017)

Penjelasan untuk setiap rumusan strategi di atas sebagai berikut :

- a. Strategi S-O, strategi ini memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi S-T, strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- c. Startegi W-O, strategi ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi W-T, strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Analisis Analytical Hierarchy Proses (AHP)

Analytical Hierarchy Proses merupakan sebuah teknik pengambilan keputusan multikriteria, dimana faktor kuantitatif dan kualitatif dikombinasikan, sehingga dapat dilakukan pengurutan prioritas terhadap alternatif-alternatif. Untuk dapat memahami sebuah permasalahan pengambilan keputusan dengan baik dan benar, maka perlu menggambarkan pohon keputusan dari permasalahan yang akan diselesaikan menggunakan software Expert Choice (Lujeng, 2011).



Gambar 1. Hirarki SWOT AHP
 Sumber: Amalia & Gunawan (2015)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Anyaman Ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat

Biaya Produksi

Biaya produksi pada penelitian ini meliputi biaya variabel dan biaya tetap. Menurut Ismi (2022) biaya variabel adalah biaya yang nilainya bervariasi secara proporsional dengan jumlah produk yang dihasilkan. Sedangkan biaya tetap merupakan biaya yang jumlahnya relatif tetap dan tidak berpengaruh terhadap tingkat kegiatan dalam menghasilkan produk.

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa rata-rata biaya variabel yang dikeluarkan oleh responden usaha anyaman ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat sebesar Rp 16.194.446 per bulan yang terdiri atas biaya bahan baku yang dikeluarkan sebesar Rp 4.825.000 per bulan berupa tanaman ketak. Bahan baku ketak responden beli langsung dari pengepul yang ada di sekitar wilayah Lingsar dengan jumlah pembelian rata-rata 145 ikat ketak dengan harga rata-rata sebesar Rp 33.276. Biasanya pembelian bahan baku dilakukan sebelum sekali namun jika permintaan naik dilakukan pembelian dua kali dalam satu bulan. Kemudian untuk biaya penolong yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp 3.167.400 per bulan yang berupa rotan, kain, lem, dan biaya listrik. Masing-masing rata-rata jumlah perbulannya 56 ikat rotan dengan harga rata-rata Rp 33.201/ikat, 31 m² kain sebagai pelapis di bagian dalam tas dengan rata-rata harga Rp 26.355/m², 40 botol lem dengan rata-rata harga Rp 7.875/botol, dan rata-rata biaya listrik yang dikeluarkan sebesar Rp 189.400. Biaya tenaga kerja yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp 7.530.000 per bulan. Dari hasil wawancara bahwa tenaga kerja berasal dari luar keluarga dan merupakan masyarakat di wilayah Kecamatan Lingsar. Biasanya lama pengerjaan untuk masing-masing produk berbeda karena bedanya ukuran dan model yang dipesan. Semakin rumit produk yang diinginkan oleh konsumen maka pengerjaannya semakin lama, hal ini juga yang membuat biaya tenaga kerja pada penelitian ini tinggi.

Tabel 2. Rincian Biaya Produksi Usaha Anyaman Ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat per Bulan

No	Biaya Produksi	Rata-rata (Rp)
1	Biaya Variabel	
	a. Biaya Bahan Baku	4.825.000
	b. Biaya Bahan Penolong	3.167.400
	c. Biaya Tenaga Kerja	7.530.000
	Total Biaya Variabel	15.522.400
2	Biaya Tetap	
	a. Biaya Penyusutan Alat	672.046
	Total Biaya Tetap	672.046
	Rata-rata Biaya Produksi	16.194.446

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Selanjutnya total rata-rata biaya tetap yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp 672.046 per bulan yang merupakan penyusutan alat dari pisau, serut, porotan, potongan kuku, penggaris, pusut, oven dan toko. Adapun masing-masing biaya penyusutan alat yang digunakan yaitu, pisau sebesar Rp 43.061, serut sebesar Rp 234.766, porotasn sebesar Rp 77.507, potongan kuku sebesar Rp 61.920, penggaris sebesar Rp 18.728, pusut sebesar Rp 133.514, oven sebesar Rp 26.907, dan biaya toko sebesar Rp 75.644. Serut memiliki nilai penyusutan paling tinggi karena perbedaan harga yang dibeli oleh responden dan perbedaan jumlah tenaga kerja yang dimiliki dari masing-masing responden. Dengan demikian rata-rata biaya produksi usaha anyaman ketak per bulan yaitu sebesar Rp 16.194.446.

Penerimaan dan Pendapatan

Keberhasilan usaha ini dapat diukur dengan nilai pendapatan yang diperoleh dalam proses produksinya. Adapun total penerimaan dan pendapatan usaha anyaman ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat Tabel 3. Rata-rata jumlah produk yang dihasilkan masing-masing yaitu untuk produksi tas sebanyak 72 unit/bulan dengan rata-rata harga sebesar Rp 191.667/unit dan penerimaan yang diperoleh sebesar Rp 13.800.000, selanjutnya produk tempat buah dihasilkan sebanyak 65 uni per bulannya dengan rata-rata harga sebesar Rp 91.923/unit dan penerimaan yang diperoleh sebesar Rp 5.975.000, dan produk tempat tisu sebanyak 43 unit per bulan dengan rata-rata harga sebesar Rp 90.698/unit dan penerimaan yang diperoleh sebesar Rp 3.900.000.

Tabel 3. Rata-rata Penerimaan dan Pendapatan Usaha Anyaman Ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat per Bulan

No	Uraian	Jumlah (unit)	Harga (Rp/Unit)	Nilai (Rp)
1	Jumlahproduksi rata-rata:			
	a. Tas	72	191.667	13.800.000
	b. Tempat buah	65	91.923	5.975.000
	c. Tempat Tisu	43	90.698	3.900.000
	Total Penerimaan			23.675.000
2	Biaya Produksi			16.194.446
	Total Pendapatan			7.480.554

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Pada Tabel 3 diketahui bahwa rata-rata penerimaan yang diperoleh responden usaha anyaman ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat yaitu sebesar Rp 23.675.000 per bulan yang merupakan hasil perkalian dari jumlah barang yang diproduksi dengan harga per unit barang yang di produksi (Damanik & Sasongko, 2015). Sedangkan untuk biaya produksi rata-rata yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp 16.194.446 per bulan. Maka besar pendapatan yang diterima responden usaha anyaman ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat adalah sebesar Rp 7.480.554 per bulan. Besarnya pendapatan ini dapat berubah-ubah setiap bulannya tergantung pada produksi dan biaya yang dikeluarkan.

Strategi Pemasaran Usaha Anyaman Ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat

Matriks IFAS

Berdasarkan hasil analisis Tabel 4 di bawah dapat dilihat bahwa selisih total skor pembobotan faktor internal sebesar 2,70 dengan total skor kekuatan sebesar 2,95. Untuk nilai bobot tertinggi pada kekuatan terdapat pada tiga variabel yaitu, kualitas produk tinggi dengan skor 0,56, variasi produk yang beragam dengan skor 0,49, dan penggunaan media sosial sebagai tempat promosi dengan skor 0,43. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut menjadi kekuatan yang sangat potensial dan sangat berpengaruh untuk dijadikan alat strategi pemasaran, sedangkan total skor pada kelemahan yaitu 0,25 dimana variabel permodalan yang kurang tersedia memiliki skor tinggi yaitu 0,10. Hal ini dikarenakan modal dibutuhkan oleh seluruh responden untuk mengembangkan usahanya. Maka dari itu perlu strategi pemasaran yang tepat untuk mengatasi kelemahan yang ada dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki.

Tabel 4. Matriks IFAS Usaha Anyaman Ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat

Faktor Strategi Internal	Penilaian		
	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Kualitas produk yang tinggi	0,14	4,00	0,56
Variasi produk yang beragam	0,13	3,80	0,49
Skil pengrajin yang tinggi	0,12	3,40	0,41
TK yang berasal dari masyarakat setempat	0,11	3,20	0,35
Penggunaan media sosial sebagai tempat promosi	0,12	3,60	0,43
Aktivitas promosi maksimal	0,11	3,20	0,35
Ketersediaan produk	0,11	3,20	0,35
Total Kekuatan	0,84	24,40	2,95
Kelemahan			
Harga anyaman ketak yang tinggi	0,05	1,60	0,08
Permodalan yang kurang tersedia	0,06	1,60	0,10
Waktu produksi yang lama	0,05	1,40	0,07
Total Kelemahan	0,16	4,60	0,25
Selisih Total Faktor Internal	1,00	29,00	2,70

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Matriks EFAS

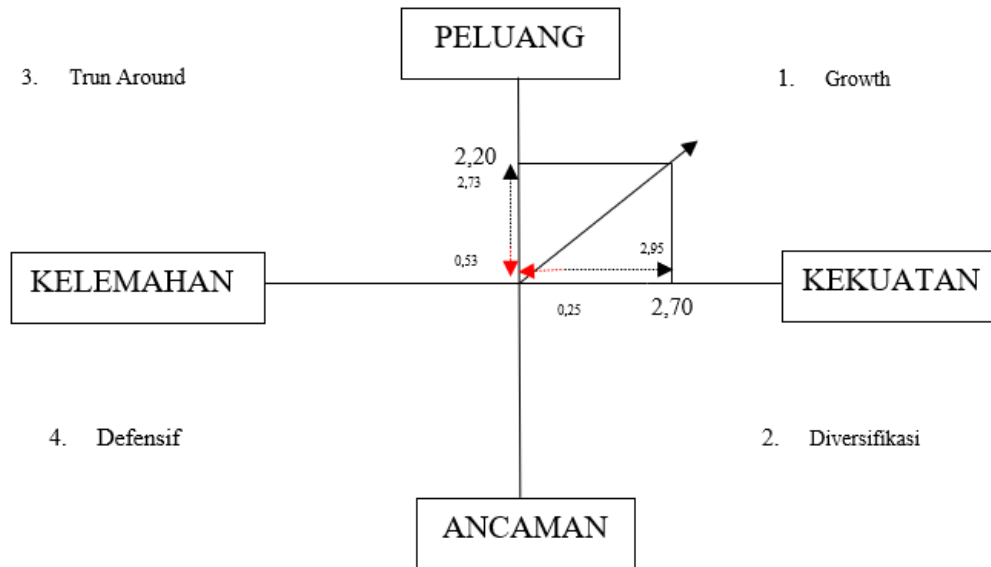
Berdasarkan hasil analisis Tabel 5 di bawah dapat dilihat bahwa selisih total skor pembobotan faktor eksternal sebesar 2,20 dengan total skor peluang sebesar 2,73. Untuk nilai bobot tertinggi pada peluang terdapat pada tiga variabel yaitu kepercayaan konsumen terhadap usaha anyaman ketak yang tinggi, minat konsumen dalam & luar negeri yang tinggi, dan event pameran dengan skor 0,36. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut paling berpengaruh pada usaha anyaman ketak menjadi peluang untuk usaha anyaman ketak. Sedangkan total skor pada ancaman yaitu 0,53 dimana variabel adanya perbandingan harga yang tinggi dengan pesaing dan adanya persaingan yang kuat antar pengusaha anyaman ketak dengan skor 0,22 menjadi ancaman yang paling penting bagi responden. Maka dari itu perlu mempertimbangkan kembali biaya-biaya yang akan dikeluarkan sehingga dapat mengurangi sedikit harga produk dan harus membuat strategi-strategi baru untuk menghadapi persaingan dengan pengusaha ketak lainnya. Ancaman yang ada dapat diatasi dengan memanfaatkan peluang yang ada, ini terbukti bahwa jumlah skor peluang lebih besar dari skor ancaman.

Tabel 5. Matriks EFAS Usaha Anyaman Ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat

Faktor Strategi Eksternal	Penilaian		
	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Adanya mitra yang membantu	0,10	3,40	0,34
Perkembangan teknologi dan informasi yang maju	0,10	3,40	0,34
Jaringan pasar yang dapat diperluas	0,10	3,40	0,34
Kepercayaan konsumen terhadap usaha anyaman ketak yang tinggi	0,10	3,60	0,36
Minta konsumen dalam & luar negeri yang tinggi	0,10	3,60	0,36
Adanya bantuan modal	0,10	3,40	0,34
Event pameran	0,10	3,60	0,36
Harga bahan baku yang stabil	0,09	3,20	0,29
Total Peluang	0,79	27,60	2,73
Ancaman			
Munculnya pesaing baru	0,05	1,80	0,09
Adanya perbandingan harga produk yang tinggi dengan pesaing	0,08	2,80	0,22
Adanya persaingan yang kuat antar pengusaha anyaman ketak	0,08	2,80	0,22
Total Ancaman	0,21	7,40	0,53
Selisih Total Faktor Eksternal	1,00	35,00	2,20

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis matriks IFAS dan EFAS yang telah dilakukan sebelumnya diketahui bahwa skor total matriks IFAS usaha anyaman ketak sebesar 2,70, sedangkan skor total matriks EFAS usaha anyaman ketak sebesar 2,20. Dengan demikian posisi usaha anyaman ketak dalam matriks dapat digambarkan pada Gambar 2



Gambar 2. Diagram SWOT

Diagram di atas menunjukkan bahwa usaha anyaman ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat berada pada kuadran I, artinya bahwa usaha anyaman ketak berada pada posisi pertumbuhan. Hal ini menandakan bahwa posisi usaha berada pada posisi yang menguntungkan dimana untuk menentukan strateginya dapat menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada. Dimana kekuatan usaha ini adalah kualitas dan diversifikasi produk serta promosi melalui sosial media. Jika dikolaborasikan dengan peluang yang ada, usaha ini akan dapat dikembangkan menjadi lebih besar. Penggunaan media sosial dengan maksud memasarkan produk suatu usaha dapat memberikan informasi tertentu kepada konsumen dan mempromosikan produk yang dihasilkannya ke pasar yang lebih luas (Royani et al, 2023).

Matriks SWOT

Untuk menentukan alternatif strategi pemasaran usaha anyaman ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat, hasil matriks SWOT dapat dilihat pada tabel 6. Hasil analisis matriks SWOT mengenai strategi pemasaran oleh usaha anyaman ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat yaitu strategi S-O. Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Adapun alternatif strategi yang dihasilkan yaitu: meningkatkan dan mempertahankan kualitas, kuantitas produk agar dapat menarik semakin banyak minat konsumen dalam dan luar negeri agar dapat memperoleh pendapatan yang tinggi, meningkatkan promosi melalui sosial media dan terlibat dalam event pameran untuk menarik semakin banyak konsumen dalam maupun luar negeri, dan meningkatkan kepercayaan kepada konsumen dalam dan luar negeri dengan produk yang selalu mengikuti perkembangan dan permintaan pasar. Hal ini sejalan dengan penelitian Suparyana (2023), menyatakan kegiatan promosi dapat memperkenalkan dan mempengaruhi konsumen serta menarik konsumen secara langsung terhadap produk yang dihasilkan. Promosi merupakan cara yang efektif dalam menjangkau konsumen di pasar, salah satu cara promosi yang efektif adalah melalui media sosial sehingga perlu adanya peningkatan promosi yang dilakukan. Promosi melalui media sosial juga dapat digunakan untuk mempromosikan produk sehingga meningkatkan penjualan.

Tabel 6. Matriks SWOT Analisis Strategi Usaha Anyaman Ketak

IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
EFAS	1. Kualitas produk yang tinggi 2. Variasi produk yang beragam 3. Penggunaan media social sebagai tempat promosi	1. Harga anyaman ketak yang tinggi 2. Permodalan yang kurang tersedia 3. Waktu produksi yang lama
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI S-O 1. Meningkatkan dan mempertahankan, kualitas, kuantitas, produk agar dapat menarik semakin banyak minat konsumen dalam & luar negeri agar dapat memperoleh pendapatan yang tinggi 2. Meningkatkan promosi melalui social media dan terlibat dalam event” pameran untuk menarik semakin banyak minat konsumen dalam maupun luar negeri 3. Meningkatkan kepercayaan kepada konsumen dalam dan luar negeri dengan produk yang selalu mengikuti perkembangan dan permintaan pasar	STRATEGI W-O 1. Menciptakan produk yang diinginkan konsumen dalam dan luar negeri dengan harga yang lebih terjangkau dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi, sehingga dapat memperluas jaringan pasar 2. Pemanfaatan fasilitas pemerintah seperti bantuan modal yang telah disediakan, mengikuti pameran untuk meningkatkan promosi
TREATHS (T)	STRATEGI ST 1. Membuat ciri khas pada produk dan menciptakan variasi produk yang unik, menarik dan inovatif 2. Menggunakan strategi yang berbeda dari pesaing 3. Tetap menjaga kepercayaan konsumen dengan kualitas produk agar tetap dapat bersaing dengan pesaing-pesaing baru	STRATEGI WT 1. Meningkatkan skill pengrajin sehingga akan mempercepat waktu produksi dan memenuhi target 2. Mencari informasi mengenai event pameran dan permodalan yang diberikan pemerintah sehingga dapat membantu mengembangkan usaha dan menciptakan produk-produk yang baru dan dapat bersaing di pasaran 3. Mengenali strategi pesaing

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Analytical Hierarchy Proses (AHP)

Kelompok SWOT yang paling tinggi dan paling berpengaruh adalah kekuatan dengan bobot prioritas 54,8% pada faktor internal. Sedangkan pada faktor eksternal faktor yang paling berpengaruh yaitu peluang dengan bobot prioritas 28,9%.

Pada kelompok faktor kekuatan yang paling diprioritaskan adalah secara berturut-turut yaitu kualitas produk yang tinggi dengan bobot 0,585, penggunaan media sosial sebagai tempat promosi dengan bobot 0,315, dan variasi produk yang beragam dengan bobot 0,099. Kemudian untuk kelompok faktor peluang yang paling diprioritaskan adalah secara berturut-turut yaitu minat konsumen dalam & luar yang tinggi dengan bobot 0,415, event pameran dengan bobot 0,313, dan kepercayaan konsumen terhadap usaha anyaman ketak yang tinggi dengan bobot 0,271.

Berdasarkan hasil analisis AHP, responden dapat memilih alternatif strategi yang memiliki bobot prioritas yang paling tinggi yaitu strategi SO (Strength-Opportunity) dengan bobot prioritas 0,412. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang paling prioritas dilakukan oleh responden dengan menggunakan strategi SO. Ada tiga alternatif yang di hasil dengan bobot prioritas paling tinggi secara berturut-turut yaitu,

meningkatkan dan mempertahankan kualitas, kuantitas produk agar dapat menarik semakin banyak minat konsumen dalam dan luar negeri agar dapat memperoleh pendapatan yang tinggi, meningkatkan promosi melalui sosial media dan terlibat dalam event pameran untuk menarik semakin banyak konsumen dalam maupun luar negeri, dan meningkatkan kepercayaan kepada konsumen dalam dan luar negeri dengan produk yang selalu mengikuti perkembangan dan permintaan pasar.



Gambar 3. Bobot Prioritas Strategi Pemasaran Usaha Anyaman Ketak

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh usaha anyaman ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat dalam produksi adalah Rp 16.194.446/bulan dengan rata-rata penerimaan yang diterima sebesar Rp 23.576.000/bulan, sehingga pendapatan yang diperoleh usaha anyaman ketak dalam produksi sebesar Rp 7.480.554/bulan.
2. Pada usaha anyaman ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat menghasilkan faktor internal yaitu: kualitas produk yang tinggi, variasi produk yang beragam, penggunaan sosial media sebagai tempat promosi, harga anyaman ketak yang tinggi, permodalan yang kurang tersedia, dan waktu produksi yang lama. Sedangkan faktor eksternal yang paling mempengaruhi usaha anyaman ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat yaitu: kepercayaan konsumen terhadap usaha anyaman ketak, minat konsumen dalam dan luar negeri yang tinggi, adanya event pameran, munculnya pesaing baru, perbandingan harga produk yang tinggi dengan pesaing, dan adanya persaingan yang kuat antar sesama usaha anyaman ketak.
3. Strategi prioritas yang tepat dan dapat diterapkan ialah: (a) meningkatkan dan mempertahankan kualitas, kuantitas produk agar dapat menarik semakin banyak minat konsumen dalam & luar negeri agar dapat memperoleh pendapatan yang tinggi, (b) meningkatkan promosi melalui sosial media dan terlibat dalam event pameran untuk menarik semakin banyak konsumen dalam maupun luar negeri, dan (c) meningkatkan kepercayaan kepada konsumen dalam dan luar negeri dengan produk yang selalu mengikuti perkembangan dan permintaan pasar

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Kepada pengusaha anyaman ketak lebih memaksimalkan pemasaran secara online mengetahui saat ini peluang untuk memasarkan produk lebih mudah mengingat perkembangan teknologi dan informasi yang sudah maju.
2. Kepada peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian yang berkaitan dengan strategi pemasaran, agar menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan referensi untuk mendukung penelitian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyat, M., Nurkholis, L. M., & Afriwan, d. O. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Pengrajin Ketak Khas Lombok Di Desa Karang Bayan. *SASAMBO: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 109-110.
- Akbar, J. (2019). *Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Kerajinan Anyaman Ketak Di Desa Taman Sari Kecamatan Gunung Sari (Studi Kasus Pada Toko Wahana Bambu Wilis Desa Taman Sari)*. [Srikpsi]. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Amalia, Gunawan. (2015) Strategi Pengembangan Komoditas Unggulan Di Kabupaten Tanah Laut Kalimantan Selatan. *Jurnal Matematika Dan Sains*, 21(1).
- Aprilyanti, S. (2017). Pengaruh Usia dan Masa Kerja Terhadap Produktivitas Kerja (Studi Kasus: PT. OASIS Water International Cabang Palembang). *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri*, 1(2), 68-72.
- Damanik, I., Sasongko, G. (2015). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. UKSW. Jakarta
- Departemen Perdagangan RI. (2008). Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025. Kelompok Kerja Indonesia Design Power. Jakarta.
- Hasanah, Ummi, E., Widowati, P. (2011). Analisis Produktivitas Tenaga Kerja pada Industri Rumah Tangga Krecek di Kelurahan Segoroyoso. *Efektif Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 2(20), 169-182.
- Lujeng. (2011). *Analisis Swot dan AHP Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Pasar Tradisional*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Nikmah. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan Property pada Perumahan Cahaya Bumi Pinrang di Kabupaten Pinrang Sulawesi Selatan*. [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Makasar. Makasar.
- Rangkuti, F. (2017). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Cetakan Kedua Belas. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Royani, V. A., Amiruddin, & Suparyana, P. K. (2023). Strategi Pengembangan Usahatani Madu Trigona Di Sekitar Kawasan Hutan Rarung. *Jurnal Hutan Lestari*, 11(1), 235–254. <https://doi.org/10.26418/jhl.v11i1.65410>
- Sudarman M. (2013). *Mengembangkan Keterampilan Berfikir Kreatif*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Suparyana, P. K., Valentino, N., Yusuf, M., Efendy, & Indrawan, I. P. E. (2023). Coffee Vanilla Development Strategy for Women Farmer Groups in the Forest Area of Senaru. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*, 1253. 1–8. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/1253/1/012094/meta>
- Ukkas, I. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Tenaga Kerja Industri Kecil Kota Palopo. *Journal of Islamic Education Management*, 2(2), 187-198.
- Wahyuningsih, E. (2017). Jenis Tanaman Rambatan Untuk Pertumbuhan Ketak (*Lygodium circinatum* (Burm.) Sw) Di Huatan Alam P. Lombok, NTB. *Jurnal Sangkareang Mataram*, 3(2), 16