

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin**Volume 2, Nomor 8, Agustus 2024, Halaman 596-608****Licensed by CC BY-SA 4.0****E-ISSN: 2986-6340****DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13432281>**

Analisis Strategi Pemasaran Gembol di Kecamatan Katobu Kabupaten Muna Studi Kasus UD. Anugrah Jati Utama

Asrifal Ananda Putra¹¹Fakultas Pertanian, Universitas Halu OleoEmail: asrivalanandaputra@gmail.com

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Gembol di Kabupaten Katobu, Kabupaten Muna. 2) Sebagai bahan informasi bagi pelaku usaha gembol UD. Anugrah Jati Utama di Kabupaten Katobu, Kabupaten Muna 3) Sebagai bahan referensi penelitian lebih lanjut yang sejalan dengan penelitian ini. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif analisis SWOT terkait variabel internal (IFAS) dan variabel eksternal (EFAS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kendala eksternal bisnis Gembol adalah kurangnya bahan baku untuk Gembol sedangkan kendala internal adalah kurangnya promosi Gembol. 1) Batasan promosi perlu diatasi untuk meningkatkan *omset* penjualan dengan menggunakan media sosial, misalnya Instagram, Facebook. 2) Meningkatkan kualitas tenaga kerja dengan memberikan pelatihan yang memadai terkait peningkatan *soft skill* terkait pengelolaan kayu jati UD. Anugraha Jati Utama. 3) *Access point* dalam pengambilan bahan baku perlu ditingkatkan agar proses distribusi kepada konsumen tidak mengalami kendala, dengan menyediakan fasilitas kendaraan yang sesuai dengan kapasitas produksi jati 4) Alat/mesin tradisional dengan meningkatkan kapasitas mesin produksi sehingga proses produksi sesuai dengan yang diharapkan. Perusahaan perlu menambahkan mesin produksi modern agar kualitas produk tetap terjaga.

Kata kunci: *Analisis SWOT, Katobu, Muna, Produk Gembol, Strategi Pemasaran*

Article Info

Received date: 20 July 2024

Revised date: 02 August 2024

Accepted date: 25 August 2024

PENDAHULUAN

Sektor pembangunan industri secara nasional diarahkan untuk menopang dan mendorong terciptanya struktur ekonomi yang seimbang dan kokoh yang meliputi aspek perubahan ekonomi. Fokus perhatian sektor pembangunan ekonomi dirasa perlu diberikan pada subsektor usaha kecil yang memiliki potensi dan peranan penting di daerahnya. Keberadaannya yang di daerah pedesaan tentunya menjadikan usaha memberikan sumbangan bagi daerahnya itu sendiri. Agribisnis bersama-sama agroindustri merupakan pendekatan yang ditempuh untuk pengembangan pertanian industri pada masa yang akan datang karena industri pengolahan hasil pertanian (agroindustri) yang ditangani secara utuh, mulai dari proses produksi, mengolah hasil, pemasaran, dan aktivitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian (agribisnis) bukan saja mampu menyerap banyak tenaga kerja dan meningkatkan nilai tambah.

Tingkat perkembangan sektor industri di Indonesia masih relatif rendah. Namun disadari bahwa pengembangan industri kecil bukan saja penting bagi suatu jalur kearah pemerataan hasil-hasil pembangunan, tetapi juga sebagai suatu unsur pokok dari seluruh struktur industri di Indonesia yang dengan investasi kecil dapat berproduksi secara efektif serta dapat menyerap tenaga kerja. Peranan yang cukup penting dan strategi dari industri kecil ini dalam perekonomian sangat erat kaitannya sifat-sifat dasar dari industri kecil itu sendiri, yaitu: Pertama, industri kecil pada umumnya bersifat sangat local labour intensive, artinya bahwa industri kecil itu sangat mengandalkan pada penggunaan tenaga kerja yang berasal dari sekitarnya (tenaga kerja lokal). Kedua, industri kecil sangat intensif dalam pemakaian sumber-sumber alam lokal. Ketiga, industri kecil banyak dijumpai di daerah pedesaan.

Keempat, sebagian besar industri kecil sangat erat hubungannya dengan sektor pertanian. Kelima, sebagian besar industri kecil membuat barang-barang konsumsi dan industri untuk memenuhi kebutuhan pasar lokal dengan tingkat harga yang terjangkau terutama bagi masyarakat yang berpenghasilan menengah kebawah.

Industri kerajinan kayu yang dikenal oleh masyarakat seperti di Bali, Jepara, Ngawi, Sukaharjo, Yogyakarta, Blitar, Blora, Papua, Madura merupakan industri kerajinan kayu yang produknya sudah berkembang pesat dan penjualannya telah mencapai pasar nasional bahkan internasional. Keunikan masing-masing wilayah yang berbeda-beda juga memberikan suatu karakteristik yang dapat memberikan nilai seni dan jual tersendiri bagi para pengrajin (Pamungkas, 2014). Industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ditengah air saat ini menghadapi situasi yang demikian sulit di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompleks. Persainganpun telah menjadi kian ketat seiring dengan derasnya arus perdagangan bebas yang secara otomatis membuat kompetisi datang dari segala penjuru baik domestik, regional, maupun global (Kartajaya, 2007).

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. Perhatian pada pengembangan sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang memiliki income perkapita yang rendah (Primiana, 2009).

UMKM memiliki peran penting dan harus terus ditingkatkan agar dapat bersaing dan bertahan. Keberhasilan UMKM sangat bergantung pada manajemen yang baik, terutama dalam pemasaran, produksi, SDM, dan keuangan. Strategi yang tepat, termasuk analisis pasar, pelanggan, dan produk, merupakan kunci sukses dalam dunia bisnis yang kompleks. Industri gembol memanfaatkan akar kayu jati yang tidak terpakai, mengubahnya menjadi produk bernilai seni seperti meja, kursi, dan patung. Keahlian mengukir kayu menentukan nilai jual produk gembol ini.

Strategi bisnis, menurut Marrus (2002), adalah proses perencanaan oleh pemimpin untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi. Dalam ekonomi modern, pemasaran menjadi sangat penting untuk pengembangan, kelangsungan, dan keuntungan bisnis. Kayu jati, terutama akarnya, yang dulu dianggap limbah, kini menjadi bahan kerajinan bernilai tinggi. Seni kerajinan ini bukan hanya mencerminkan identitas budaya, tetapi juga menjadi sumber penghasilan. Banyak pengrajin yang berhasil memanfaatkan akar jati sebagai bahan seni yang bernilai ekonomi tinggi, memungkinkan mereka untuk berbagi keterampilan dan belajar dari kreativitas orang lain.

UD. Anugrah Jati Utama di Kecamatan Katobu, Kabupaten Muna, adalah usaha yang bergerak dalam industri kerajinan pengolahan akar kayu jati. Usaha ini menghadapi beberapa kendala, seperti promosi yang belum efektif, manajemen yang kurang terorganisir, dan pembukuan yang belum optimal. Dengan potensi yang ada, gembol diharapkan menjadi produk unggulan Kabupaten Muna, dengan target untuk menembus pasar global.

Kecamatan Katobu memiliki usaha kecil yang memanfaatkan akar pohon jati sebagai bahan dasar kerajinan. "UD. Anugrah Jati Utama" adalah salah satu usaha tersebut, dengan potensi besar karena ketersediaan bahan baku, proses produksi yang mudah, dan pasar yang menjanjikan. Jika dikelola dengan baik, produk ini dapat menjadi unggulan daerah dan sumber pendapatan bagi masyarakat setempat. Namun, produksi gembol mulai menurun dalam enam tahun terakhir, ditambah dengan pengawasan ketat pemerintah terhadap distribusi kayu jati, yang menghambat perkembangan usaha. Karena itu, penulis tertarik untuk meneliti strategi pemasaran gembol di Kecamatan Katobu, Kabupaten Muna.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Katobu, Kabupaten Muna, pada 27 Juli 2021, dengan fokus pada usaha mebel gembol di UD. Anugrah Jati Utama. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja karena daerah ini aktif dalam produksi mebel gembol. Penelitian ini menggunakan data primer (dari responden melalui wawancara) dan data sekunder (dari instansi pemerintah). Teknik pengumpulan data melibatkan observasi dan wawancara terstruktur.

Penelitian ini menganalisis variabel internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang

dan ancaman) menggunakan pendekatan SWOT. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan matriks SWOT dan Grand Strategy untuk merumuskan strategi bisnis yang optimal. Proses analisis data terdiri dari pengumpulan data, analisis, dan pengambilan keputusan. Strategi yang dihasilkan didasarkan pada kombinasi faktor internal dan eksternal untuk mendukung pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berfokus pada UD. Anugrah Jati Utama, sebuah usaha di Kecamatan Katobu, Kabupaten Muna, yang berhubungan dengan letak dan luas wilayah sebagai faktor penting. Kecamatan Katobu, salah satu dari 22 kecamatan di Kabupaten Muna, memiliki luas 12,88 km² dan terdiri dari 8 kelurahan/desa dengan batas wilayah di utara Kecamatan Batalaiworu, di timur Selat Buton, di selatan Kecamatan Duruka, dan di barat Kecamatan Kontunaga. Lokasi usaha UD. Anugrah Jati Utama di Jln. Salepa, Kelurahan Laende, dipilih karena dekat dengan tempat tinggal pemilik dan berada di pusat kota, yang strategis untuk memperoleh bahan baku gembol dari sekitar kecamatan. Pemilik usaha, Fakar Tuuta, berusia 50 tahun, memiliki pendidikan SLTA dan 30 tahun pengalaman usaha. Pada usia 50 tahun, Fakar Tuuta masih berada dalam kategori usia kerja (15-64 tahun), yang dinilai dinamis, berani mengambil risiko, dan mampu mengelola usaha dengan baik. Tingkat pendidikan formal SLTA yang dimiliki menjadi faktor pendukung dalam pengelolaan usaha dan pengambilan keputusan yang rasional. Dengan pengalaman 30 tahun, Fakar Tuuta telah mengembangkan pengetahuan dan kemampuan dalam strategi pemasaran gembol, menjadikannya pengusaha yang matang dan berpengalaman.

Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi perusahaan dapat dilihat pada penelitian indikator variabel internal dan eksternal perusahaan.

Variabel Internal Kekuatan dan Kelemahan

Berdasarkan penelitian langsung di lokasi dengan mewawancarai responden yaitu pemilik usaha UD. Anugrah Jati Utama maka, dapat diketahui yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.1 Variabel Internal Kekutan Dan Kelemahan Perusahaan UD. Anugrah Jati Utama

No.	Indikator variabel kekuatan	Indikator variabel kelemahan
1.	Lokasi strategis	Keterbatasan promosi
2.	Kualitas produk	Tenaga kerja
3.	Modal	Bahan baku
4.	Kedisiplinan karyawan	Alat/mesin masih tradisional

Kekuatan

Lokasi strategis

Lokasi usaha yang strategis, pemilihan tempat atau lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan perusahaan. Jadi, lokasi usaha gembol Anugrah Jati Utama yang berada di pusat kota yang mudah dijangkau oleh konsumennya. Jika lokasi mudah dijangkau, maka sangat membantu dalam tercapainya tujuan perusahaan, mengingat lokasi sangat mempengaruhi biaya tetap maupun biaya variabel baik dalam jangka menengah maupun dalam jangka panjang (Wahyudi, N. 2014).

Kualitas Produk

Bahan yang digunakan UD. Anugrah Jati Utama dalam memproduksi kerajinan gembol menggunakan pangkal akar kayu jati dan keunikan ukiran yang dihasilkan memiliki ciri khas yang tersendiri. Menurut Marsoem, S. N., dkk 2014, kayu jati sudah banyak dikenal karena keunggulan sifatnya seperti keawetan alami, kekuatan maupun keindahan seratunya.

Modal

Suatu usaha dapat memaksimalkan keuntungan disetiap produk dengan baik, karena pemilik usaha menggunakan modal sendiri sehingga tidak terbebani dengan adanya bunga kredit atau utang piutang. Modal awal usaha Rp.30.000.000.00 untuk membeli bahan baku dan melengkapi peralatan

yang belum ada. Bagi pelaku UMKM modal merupakan pengerak dalam kegiatan suatu usaha dan untuk kegiatan operasional usaha serta pembelian persediaan berupa bahan baku atau barang yang akan diperjualkan (Putri, N. M. D. M., & Jember, I. 2016).

Kedisiplinan karyawan

UD. Anugrah Jati Utama Menerapkan kedisiplinan di tempat kerja adalah membatasi dan mengurangi masalah akibat perilaku tidak disiplin, misalnya seperti keterlambatan kerja dan absensi yang sering mengganggu produktivitas karyawan dan timnya. Disiplin juga merupakan bentuk pengendalian diri karyawan dan pelaksanaan yang teratur menunjukkan tingkat kesungguhan tim kerja dalam sebuah organisasi, tindakan disiplin menuntut adanya hukuman terhadap yang gagal memenuhi standar yang ditentukan (Kawuluan, F. D. 2016).

Kelemahan

Keterbatasan promosi

Tidak adanya kegiatan promosi dari pemilik usaha seperti memasang iklan didepan lokasi usaha serta tidak membuat iklan di social media dan lain sebagainya. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Setelah produk banyak dikenal orang, maka hasil penjualan juga meningkat. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi pesan yang efektif adalah suatu pesan yang dapat menyampaikan tujuan promosi (Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. 2019).

Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja awal 6 (enam) orang yang dimiliki UD. Anugrah Jati Utama dan sebagian tenaga kerja dari luar daerah, namun semenjak adanya pandemi sebagian pekerja tidak dapat lagi bekerja dan pulang ke kampung halaman nya. Sulitnya mencari tenaga kerja yang ahli dalam seni kerajinan gembol sangat berpengaruh dalam perkembangan usaha Anugrah Jati Utama. Peranan sumber daya manusia dalam perusahaan sangatlah penting karena penggerak utama seluruh kegiatan atau aktivitas perusahaan dalam mencapai tujuannya baik untuk memperoleh keuntungan maupun untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan adalah manusia. Manajemen sumber daya manusia adalah suatu proses menangani berbagai masalah pada ruang lingkup karyawan, pegawai, buruh, manajer dan tenaga kerja lainnya untuk dapat menunjang aktivitas organisasi atau perusahaan demi mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Tenaga kerja adalah salah satu unsur dari perusahaan dan memiliki peran yang sangat penting dalam operasional perusahaan. Oleh karena itu, unsur tenaga kerja tidak bisa dipisahkan dengan unsur lainnya. Untuk mewujudkan tujuan yang diharapkan dalam suatu proses kerja, diperlukan tenaga kerja (Sastrohadiwiryono & Syuhada, 2021).

Bahan baku

Bahan baku gembol yang berada didalam hutan yang tidak dapat dijangkau menggunakan mobil dan berada diluar Kecamatan Katobu, menyulitkan UD. Anugrah Jati Utama karena harus memerlukan tenaga yang besar dan waktu yang cukup lama untuk dapat sampai ke tempat produksi.

Alat/mesin masih tradisional

Menggunakan alat yang belum modern dapat berpengaruh dalam pembuatan gembol, adapun pengaruh yang ditimbulkan salah satunya lambatnya pembuatan sehingga diperlukan waktu yang cukup lama, kurang lebih satu minggu untuk membuat sebuah gembol. UD. Anugrah jati utama seharusnya menggunakan alat-alat yang lebih modern agar menunjang hasil produksi agar lebih maksimal dan proses pembuatan lebih cepat.

Variabel Eksternal Peluang dan Ancaman

Berdasarkan penelitian langsung di lokasi dengan mewawancarai responden yaitu pemilik usaha UD. Anugrah Jati Utama maka, dapat diketahui yang menjadi Peluang dan Ancaman perusahaan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Variabel Eksternal Peluang Dan Ancaman Perusahaan UD. Anugrah Jati Utama

No.	Indikator variabel peluang	Indikator variabel ancaman
1.	Usaha sejenis kurang	Perubahan selera konsumen

2.	Keikutsertaan pameran	Kelangkaan bahan baku
3.	Lokasi yang mudah dijangkau	Kenaikan tarif transportasi
4.	Prasarana komunikasi baik	Turunnya daya beli masyarakat

Peluang

Usaha Sejenis Kurang

Keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing merupakan kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam memberikan nilai lebih kepada pelanggan dibandingkan dengan pesaingnya (Kurniawan & Yun, 2018). Usaha sejenis kerajinan dari akar kayu (gembol) masih tergolong kurang dikecamatan katobu, masih sedikit masyarakat yang memiliki minat usaha seperti kerajinan dari akar kayu, dari segi pemasaran ini memberi peluang besar bagi usaha UD. Anugrah Jati Utama untuk dapat berkembang.

Keikutsertaan Pameran

Dengan adanya pameran, UD. Anugrah Jati Utama sering ikut meramaikan dan memajang produk gembolnya, pameran yang sering diadakan di Sulawesi Tenggara menjadi salah satu peluang untuk mengenalkan kembali produk gembol yang kini tidak banyak lagi dijumpai.

Lokasi Yang Mudah dijangkau

Lokasi pemasaran yang mudah dijangkau bagi konsumen, artinya besar kemungkinan ramainya pemasaran kepada konsumen karena lokasi yang sangat mudah dijangkau oleh para konsumen tanpa harus membuang banyak waktu di perjalanan, untuk membeli hasil produk tersebut.

Prasarana Komunikasi Baik

Komunikasi yang baik memiliki peran penting dalam memasarkan produk, teknologi yang semakin canggih dapat mempermudah dalam berkomunikasi dengan konsumen, untuk menerima pesanan dan keluhan komunikasi seluler (ponsel) menjadi alat untuk berkomunikasi dengan konsumen.

Ancaman

Perubahan selera konsumen

Konsumen merupakan aset penting dalam kegiatan usaha, karena dengan adanya konsumen maka perusahaan akan memiliki pemasukan dan akan terus beroperasi. Menjaga agar konsumen memakai produk gembol bukanlah hal yang mudah. Bayangkannya inovasi baru yang lebih moderen dan murah, lebih menarik selera konsumen dan mengurangi minat konsumen menggunakan material gembol, design yang monoton dan harganya yang lumayan mahal juga menjadi faktor perubahan selera konsumen.

Kelangkaan Bahan Baku

Menurut Muzzaki (2014) kayu jati merupakan kayu yang memiliki kualitas terbaik di dunia, semakin tua usia sebuah pohon jati semakin bagus kualitasnya. UD. Anugrah Jati Utama memproduksi kerajinan gembol yang bahan baku utamanya adalah tunggak dari akar kayu jati, Kayu jati banyak tersebar di daerah-daerah di Indonesia, Kabupaten Muna adalah salah satu daerah di Indonesia yang terdapat akan kayu jati namun saat ini kayu di Kabupaten Muna semakin berkurang, dikarenakan pertumbuhan kayu jati yang sangat lama dan kurangnya masyarakat yang menanam pohon jati, menjadikan pohon jati semakin langka di Kabupaten Muna.

Kenaikan Tarif Transportasi

Kenaikan tarif transportasi ini pasti akan menyebabkan adanya kenaikan biaya produksi, meski ada kenaikan tarif transportasi UD. Anugrah Jati Utama tidak bisa semerta-merta menaikkan harga barang yang telah dipasok. Penulis memperkirakan UD. Anugrah Jati Utama akan memilih opsi mempertahankan harga karena mempertimbangkan daya beli konsumen yang belum pulih, situasi ini menjadi tantangan tersendiri bagi UD. Anugrah Jati Utama.

Turunnya daya beli masyarakat

Turunnya daya beli masyarakat dipicu oleh tingginya harga produk gembol, sebagian masyarakat telah menggu.

Dalam langkah berikutnya akan dikemukakan mengenai penilaian atas faktor kekuatan,

kelemahan, peluang dan ancaman yang diperoleh dari wawancara.

Penilaian Variabel Kekuatan

Untuk lebih jelas mengenai penilaian dari indikator variabel kekuatan perusahaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3 Indikator Variabel Kekuatan Perusahaan UD. Anugrah Jati Utama

No.	Indikator Variabel Internal Kekuatan	Sangat baik	Baik	Cukup	Kurang	Nilai
1	Lokasi Strategis	4				4
2	Kualitas Produk	4				4
3	Modal		3			3
4	Kedisiplinan karyawan	4				4
	Jumlah					15

Sumber: data primer diolah, 2022

Tabel 4.3 dapat kita interpretasikan untuk mengetahui kekuatan yang dimiliki UD. Anugrah Jati Utama, adapun hasilnya sebagai berikut:

a. Lokasi

Lokasi pada UD. Anugrah Jati Utama dikategorikan baik, hal ini didasarkan bahwa *buyer* lebih percaya akan lokasi pembuatan *Furniture* di tempat yang tidak di jalan besar, karena akan menjadikan persepsi jika lokasi di pinggir jalan raya maka bisa menjadikan seperti showroom dan produk yang diminta oleh *buyer* dapat ditiru oleh orang lain sehingga mengurangi minat *buyer*. Berdasarkan perbandingan didapatkan bahwa UD. Anugrah Jati Utama berada di tepi jalan raya besar dengan desain mendekati showroom dan produk-produk di letakan di pinggir jalan sedangkan pembuatan *Furniture* di UD. Anugrah Jati Utama terletak di daerah masuk desa dengan desain di lindungi dari orang luar untuk dapat melihat dengan mudah, sehingga *buyer* lebih percaya, inipun diungkapkan oleh safar sebagai karyawan di UD. Anugrah Jati Utama, dimana pembuatan desain gembol *Furniture* bukan berada di jalan besar, sehingga orang dari luar sangat sulit untuk menirunya.

b. Kualitas Produk

Kualitas produk dapat dikategorikan baik, hal ini dikarenakan pada UD. Anugrah Jati Utama membuat produk dengan bahan baku asli kayu jati yang sudah sesuai dengan aturan pemerintah, ditandai dengan adanya SVLK (sistem verifikasi dan legalitas kayu) yang dimiliki oleh UD. Anugrah Jati Utama, selain itu juga sebelum pembuatan produk, bahan baku sudah masuk kedalam *oven dry*, sehingga menjadikan kualitas produk lebih baik. Berdasarkan perbandingan yang dilakukan di UD. Anugrah Jati Utama didapatkan bahwa tidak semua bahan baku dapat masuk atau di oven terlebih dahulu, hanya bahan baku baik terutama kayu jati yang dapat di lakukan *oven dry* sebelum pembuatan produk, karena bahan baku biasa akan retak atau pecah ketika dimasukan kedalam *oven dry*, dimana Fakar Tuuta mengatakan di UD. Anugrah Jati Utama bahan baku tidak semua dilakukan *oven dry*.

c. Modal Usaha

Modal awal yang dikeluarkan oleh UD. Anugrah jati utama untuk membangun usahanya sebesar Rp.30.000.000.00 sejak tahun 2001, dan sampai saat ini usahanya masih tetap berjalan. Untuk memperbesar modal kerja Fakar tuuta sebagai pemilik usaha mengajukan pinjaman ke bank untuk meningkatkan kapasitas operasional dan perluasan pasar, tentu membutuhkan tambahan modal kerja. Untuk memperoleh modal kerja perusahaan dapat mengajukan permohonan kredit ke bank.

d. Kedisiplinan karyawan

Kedisiplinan yang di terapkan di perusahaan dapat meningkatkan produktivitas usaha maupun Karyawan, Fakar Tuuta sebagai pemilik usaha menerapkan kedisipinan kepada Karyawannya agar usaha yang di bangunnya akan tetap berlanjut dan berkembang.

Penilaian Variabel Kelemahan

Untuk lebih jelas mengenai penilaian dari indikator variabel kelemahan perusahaan dapat dilihat

pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Indikator Variabel Kelemahan Perusahaan UD. Anugrah Jati Utama

No.	Indikator Variabel Internal Kelemahan	Sangat baik	Baik	Cukup	Kurang	Nilai
1	Keterbatasan Promosi			2		2
2	Tenaga Kerja				1	1
3	Bahan baku			2		2
4	Alat/mesin masih tradisional		3			3
	Jumlah					8

Sumber: data primer Diolah, 2022

Tabel 4.4 dapat kita ketahui diinterpretasikan untuk mengetahui kelemahan yang dimiliki oleh UD. Anugrah Jati Utama, adapun hasilnya sebagai berikut:

a. Keterbatasan Promosi

Kegiatan promosi UD. Anugrah Jati Utama dengan cara: a) Selama ini perusahaan belum melakukan promosi melalui iklan di media massa. Karena itu, pengembangan dapat dilakukan dengan melakukan pemasangan iklan di koran seperti Kendari Pos. b) Perusahaan belum memaksimalkan penggunaan teknologi informasi dalam kegiatan promosi. Karena itu, pengembangan yang dapat dilakukan adalah melakukan promosi efektif melalui website. Melalui website pelanggan dapat lebih mengenal dan mengetahui segala informasi yang berkaitan dengan produk perusahaan.

b. Tenaga Kerja

UD. Anugrah Jati Utama merekrut karyawan produksi yang berpengalaman merupakan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kapasitas produksi perusahaan. Dengan merekrut karyawan di bagian produksi yang sudah berpengalaman, maka perusahaan tidak perlu memberikan pelatihan dan dapat mengurangi tingkat kesalahan dalam proses produksi. Fajar Tuuta mempekerjakan karyawan yang berpengalaman dalam bidang kerajinan gembol, seperti Jon yang pandai dalam mengukir dan membentuk kerajinan gembol, Jon pun mengatakan bahwa dirinya telah lama menggeluti pekerjaan ini lebih dari 10 tahun.

c. Bahan Baku

Bahan baku dapat dikategorikan kurang, hal ini dikarenakan pada UD. Anugrah Jati Utama bahan yang digunakan dalam proses pembuatan semua terbuat dari kayu jati, dimana bahan kayu jati di Indonesia semakin menipis atau sulit untuk pencarian, akan tetapi dari pihak pemerintah memberikan bantuan berupa pohon jati mas, yang proses pertumbuhan lebih cepat dari pada pohon jati biasa, hal ini juga diungkapkan oleh Rahul penggalai akar jati yang hasil dari akar tersebut diproduksi UD. Anugrah Jati Utama, bahwa bahan baku jati semakin sulit maka pengusaha Furniture hendaknya bisa melihat peluang pasar dengan bahan baku non jati sebagai solusinya, karena dalam pembuatan gembol tidak selalu menggunakan kayu jati, misalnya dapat juga menggunakan kayu dari pohon cendana, nangka, mahoni, mengingat kayu jati di Kab.Muna semakin hari semakin berkurang.

d. Alat Produksi

Proses pembuatan gembol UD. Anugrah jati utama masih tergolong lambat dikarenakan masih menggunakan alat-alat tradisional seperti pahat, amplas manual, dan kikir. Karena dalam pembuatan gembol agar lebih maksimal dan cepat dibutuhkan alat-alat modern seperti mesin bor mesin untuk membantu proses pemahatan agar lebih cepat, dan mesin amplas agar proses pengamplasan lebih cepat dibandingkan dengan pengamplasan manual.

Penilaian Variabel Peluang

Untuk lebih jelas mengenai penilaian dari indikator variabel peluang perusahaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5 Indikator Variabel Peluang Perusahaan UD. Anugrah Jati Utama

No.	Indikator Variabel Eksternal Peluang	Sangat baik	Baik	Cukup	Kurang	Nilai
1	Usaha sejenis kurang	4				4
2	Keikutsertaan pameran		3			3
3	Lokasi yang mudah dijangkau		3			3
4	Prasarana komunikasi baik	4				4
	Jumlah					14

Sumber: data primer diolah, 2022

Tabel 4.5 dapat kita ketahui diinterpretasikan untuk mengetahui peluang yang dimiliki oleh UD. Anugrah Jati Utama, adapun hasilnya sebagai berikut:

a. Usaha Sejenis Kurang

Usaha dalam bidang kerajinan gembol dikecamatan katobu masih tergolong kurang, diungkapkan oleh Laode Arifin bahwa masyarakat dikabupaten muna khususnya di kecamatan katobu yang berprofesi sebagai pengrajin gembol tidak banyak, karna harus memerlukan keterampilan yang memang betul-betul pandai dalam mengubah akar jati menjadi kerajinan yang memiliki nilai jual yang tinggi. Hal ini menjadi peluang bagi UD. Anugrah Jati Utama yang kurang memiliki pesaing dalam kerajinan gembol untuk berkembang.

b. Keikutsertaan Pameran

Ekonomi dunia dapat dikategorikan cukup, dikarenakan membaiknya ekonomi dunai menjadikan belahan timur (Negara Afrika, India, dll) menjadi negara konsumtif, sehingga terbuka peluang memasuki negara tersebut, dimana produk UD. Anugrah Jati Utama sudah memasuki luar Daerah Kabupaten Raha sehingga pasar lebih luas. Keikutsertaan pameran dikategorikan baik, hal ini dikarenakan UD. Anugrah Jati Utama merupakan salah satu perusahaan *Furniture* yang aktif dalam kegiatan pameran internasional seperti IFFEX, INFFINA maupun JIFFINA, selain itu juga pameran yang dilakukan di luar negeri, sehingga menjadikan produk dan perusahaan lebih dikenal oleh *buyer*, berdasarkan wawancara oleh UD. Anugrah Jati Utama tahun-tahun ini mulai jarang mengikuti kegiatan pameran, hal ini dilakukan karena melihat biaya yang dibebankan oleh perusahaan ketika mengikuti pameran. Hal ini juga diungkapkan oleh konsumen Laode Arifin, pameran memberikan dampak baik terhadap pengrajin gembol agar dapat dikenal masyarakat luas dan dikenal sampai ke luar negara.

c. Lokasi Yang Mudah di Jangkau

Pemasaran dikategorikan cukup baik karena UD. Anugrah Jati Utama menggunakan media *online* seperti *website*, facebook dll, serta di tangani oleh petugas yang handal dengan kemampuan yang cukup baik, hal ini dibuktikan dengan hampir setiap bulan terdapat 1 sampai 3 *buyer* baru memesan produk yang didapatkan informasi dari *website*, selain itu juga pemasaran *offline* berupa keikutsertaan dalam *forwader* yang membantu dalam pencarian *buyer* serta informasi produk, sedangkan UD. Anugrah Jati Utama media yang digunakan *online* dan *offline* dengan media yang paling berperan yaitu *offline* dengan bantuan *forwader*.

d. Prasarana Komunikasi Baik

Kompetitor dapat dikategorikan kurang, hal ini dikarenakan banyaknya kompetitor yang ada di Kecamatan Katobu khususnya di Kabupaten Muna menjadikan pembeli (*Buyer*) lebih jeli dalam memilih produk dan harga yang lebih murah, selain itu juga dengan adanya kompetitor indonesia menjadikan UD. Anugrah Jati lebih dikenal di mata dunia, hasil ini berdasarkan diskusi dari tim pemasaran dan UD. Anugrah Jati Utama bahwa dengan adanya kompetitor menjadikan Daerah luar mengetahui bahwa banyak terdapat perusahaan kayu jati.

Penilaian Variabel Ancaman

Untuk lebih jelas mengenai penilaian dari indikator variabel peluang perusahaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6 Indikator Variabel Ancaman Perusahaan UD. Anugrah Jati Utama

No.	Indikator Variabel Eksternal Ancaman	Sangat baik	Baik	Cukup	Kurang	Nilai
1	Perubahan selera konsumen				1	1
2	Kelangkaan bahan baku			2		2
3	Kenaikan tarif transportasi		3			3
4	Turunnya daya beli masyarakat			3		2
	Jumlah					8

Sumber: data primer diolah, 2022

Tabel 6 dapat kita ketahui diinterpretasikan untuk mengetahui ancaman yang dimiliki oleh UD. Anugrah Jati Utama, adapun hasilnya sebagai berikut:

a. Perubahan Selera Konsumen

Perubahan selera konsumen sering terjadi seiring perkembangan jaman sehingga UD. Anugraha Jati Utama mengikuti alur atau tren yang sesuai permintaan konsumen. UD. Anugraha Jati Utama memproduksi sesuai pesanan konsumen akan tetapi ada beberapa konsumen yang tidak sesuai dengan pesanan sebelumnya, dengan demikian UD. Anugraha Jati Utama memproduksi sesuai dengan kemauan konsumen. Untuk menjaga pangsa pasar UD. Anugraha Jati Utama melakukan komunikasi dengan pihak konsumen agar tetap terjalin dengan baik.

b. Kelangkaan Bahan Baku

Kelangkaan bahan baku yang sering terjadi UD. Anugraha Jati Utama telah melakukan kerja sama antara pengumpul kayu jati sehingga kelangkaan dapat diantisipasi dengan cepat. Kelangkaan bahan baku juga disampaikan oleh Rahul sebagai penggali akar jati, mengatakan jati di kabupaten muna semakin berkurang, mengenal pohon jati yang memerlukan waktu sangat lama berkembang dan dapat untuk diproduksi.

c. Kenaikan Tarif Transportasi

Kenaikan tarif transportasi yang menjad penghambat UD. Anugraha Jati Utama menjadi kendala proses distribusi ke konsumen. UD. Anugraha Jati Utama menyiapkan kendaraan khusus transportasi untuk mengangkut pesanan konsumen. Dengan adanya kendaraan khusus kendala proses distribusi barang berjalan dengan lancar sampai ke tangan konsumen.

d. Turunnya Daya Beli Masyarakat

UD. Anugraha Jati Utama menyiapkan harga diskon sesuai jumlah pesanan konsumen, sehingga barang terjual sesuai target pemasaran. Seiring perkembangan pembangunan banyak perusahaan yang menawarkan bahan baku sesuai kebutuhan konsumen, hal tersebut yang menjadi kendala ketidakstabilan daya beli konsumen. Laode Arifin mengatakan salah satu yang menjadi alasan turunnya daya beli masyarakat terhadap kerajinan gambol adalah harga gambol yang terlalu tinggi menyebabkan pembeli beralih ke produk lain.

Matrik Faktor Strategi Internal

Untuk lebih jelas mengenai penilaian dari Faktor Strategi Internal perusahaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7 Indikator Faktor Strategi Internal Perusahaan UD. Anugrah Jati Utama

No	Variabel Internal	Indikator	Tingkat	Bobot	Rating	Total Skor
1	Kekuatan	Lokasi Strategis	4	0,17	4	0,70
		Kualitas Produk	4	0,17	3	0,52
		Modal	3	0,13	4	0,52
		Kedisiplinan karyawan	4	0,17	4	0,70
		Jumlah	15	0,65		2,43
2	Kelemahan	Keterbatasan Promosi	2	0,09	2	0,17

		Tenaga Kerja	1	0,04	1	0,04
		Jalur Akses dalm pengambilan bahan baku	2	0,09	2	0,17
		Alat/mesin masih tradisional	3	0,13	2	0,26
			8	0,35		0,65
		Jumlah	23	1,00		3,09

Sumber: data primer Diolah, 2022

Berdasarkan uraian data matriks kekuatan (*Strengths*) pada tabel diatas menunjukkan bahwa perkembangan UD. Anugraha Jati Utama menggunakan strategi kekuatan skor tertinggi adalah lokasi strategis dan ramah terhadap pelanggan. Menjadi lokasi strategis di Kecamatan Katobu dengan total skor 0.70 (hasil dari perkalian nilai bobot 0.17 dengan nilai rating, selanjutnya kualitas produk yang mempunyai total skor sama yaitu 0.70, dan ramah terhadap planggan yang mempunyai total skor yaitu selanjutnya mengelola perusahaan kayu jati menggunakan alat tradisional. Sedangkan skor terendah adalah mempekerjakan karyawan lokal dengan jumlah yang cukup besar. Sehingga urutan strategi kekuatan dalam pengembangan kayu jati adalah lokasi strategis, kualitas produk dan ramah terhadap pelanggan.

Berdasarkan uraian data matriks kelemahan (*Weakness*) pada tabel diatas menunjukkan bahwa perkembangan kayu jati skor tertinggi adalah alat/msin tradisional perusahaan dengan total skor 0.26, selanjutnya Masih kurangnya jalur akses yang tidak memadai dengan jumlah skor 0.17, sedangkan yang terendah adalah belum ada pelatihan khusus yang di buat bagi karyawan yang kekurangan kemampuan dalam bekerja sesuai bidang dengan skor 0.4, selanjutnya keterbatasan promosi dengan total skor 0,17. Sehingga urutan kelemahan dalam pengembangan kayu jati yaitu keterbatasan promosi, tenaga kerja, dan Jalur Akses dalm pengambilan bahan baku.

Matrik Faktor Strategi Eksternal

Untuk lebih jelas mengenai penilaian dari Faktor Strategi Eksternal perusahaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 8 Indikator Faktor Strategi Eksternal Perusahaan UD. Anugrah Jati Utama

No	Variabel Eksternal	Indikator	Tingkat	Bobot	Rating	Total Skor
1	Peluang	Usaha sejenis kurang	4	0,18	4	0,73
		Keikutsertaan pameran	3	0,14	3	0,41
		Lokasi yang mudah dijangkau	3	0,14	3	0,41
		Prasarana komunikasi baik	4	0,18	4	0,73
		Jumlah	14	0,64		2,27
2	Ancaman	Perubahan selera konsumen	1	0,05	1	0,05
		Kelangkaan bahan baku	2	0,09	2	0,18
		Kenaikan tarif transportasi	3	0,14	2	0,27
		Turunnya daya beli masyarakat	2	0,09	1	0,09
			8	0,36		0,59
		Jumlah	22	1,00		2,86

Sumber: data primer Diolah, 2022

Berdasarkan uraian data matriks peluang (*Opportunities*) pada tabel diatas menunjukkan bahwa perkembangan perkembangan kayu jati skor tertinggi adalah usaha sejenis kurang dengan total skor 0,73, selanjutnya prasarana komunikasi baik dengan total skor 0,73. Sedangkan skor terendah adalah keikutsertaan pameran dengan total skor 0,41. Selanjutnya lokasi yang mudah dijangkau dengan total skor 0,41. Sehingga urutan peluang dalam pengembangan kayu jati yaitu Usaha sejenis kurang, Keikutsertaan pameran, Lokasi yang mudah dijangkau dan Prasarana komunikasi baik.

Berdasarkan uraian data matriks Ancaman (*Streaths*) pada tabel diatas menunjukkan bahwa perkembangan kayu jati skor tertinggi adalah Kenaikan tarif transportasi dengan skor 0.27 (hasil perkalian antara nilai bobot yaitu 0.14 dan nilai rating 2), sedangkan terendah adalah Perubahan selera

konsumen dengan total skor 0.05, selanjutnya Turunnya daya beli masyarakat dengan total skor 0,09. Sehingga urutan ancaman perkembangan kayu jati adalah Kenaikan tarif transportasi, Perubahan selera konsumen, Turunnya daya beli masyarakat, dan kelangkaan bahan baku.

Analisis

Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-meodel kuantitatif perumusan strategi.

Matrik SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi.

Tabel 9 Analisis SWOT Perusahaan UD. Anugrah Jati Utama

Uraian Strategi	Ifas		Efas	
	S	W	O	T
A	0,70	0,17	0,73	0,05
B	0,52	0,04	0,41	0,18
C	0,52	0,17	0,41	0,27
D	0,70	0,26	0,73	0,09
Total Nilai Skor	2,43	0,65	2,27	0,59
	S-W	1,78	O-T	1,68

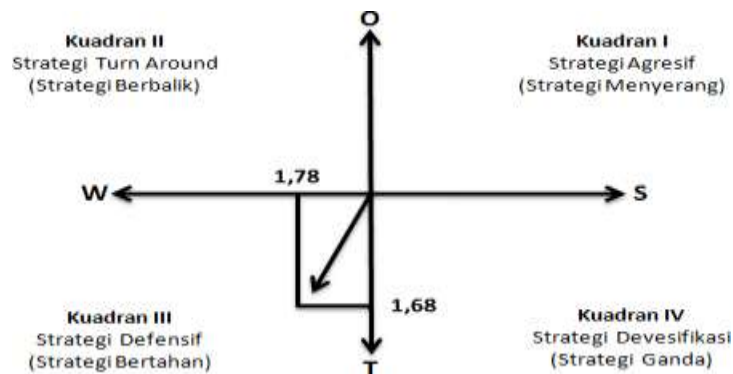
Sumber: data primer diolah, 2022

Berdasarkan uraian matriks diatas maka Nilai pembobotan dari masing- masing elemen pertanyaan yaitu strategi S-W memperoleh nilai sebanyak 1,78, sedangkan nilai bobot strategi O-T sebanyak 1,68, sehingga strategi yang tepat dapat digambarkan dalam diagram berikut.

Matrik Grand Strategy

Masalah yang sering dihadapi dalam penggunaan analisis SWOT ini adalah menentukan “Apakah perusahaan ingin memanfaatkan posisi yang kuat atau mengatasi kendala yang ada”. Model yang lebih spesifik adalah dengan menggunakan *Grand strategy selection matrix*. Ide dasar dari strategi ini adalah pemilihan dua variabel sentral di dalam proses penentuan:

1. Penentuan tujuan utama *grand strategy*.
2. Memilih faktor-faktor internal atau eksternal untuk pertumbuhan atau profitabilitas Agar lebih jelas, lihat diagram berikut ini
- 3.



Gambar 1 Diagram Matriks SWOT

Sumber : data primer diolah, 2022

Strategi yang tepat untuk UD. Anugraha Jati Utama yakni Kuadaran III yakni UD. Anugraha Jati Utama memiliki kelemahan dari faktor internal dalam usaha kayu jati, namun demikian pihak pemilik usaha tersebut dapat meminimalisir berbagai kelemahan untuk menghindari ancaman agar tetap berkembang dan maju.

Berdasarkan dari uraian diagram matriks SWOT strategi pemasaran gembol di Kecamatan Katobu Kabupaten Muna studi kasus UD. Anugraha Jati Utama diatas, maka strategi yang tepat digunakan dalam usaha mengembangkan pemasaran UD. Anugraha Jati Utama adalah *defensif* atau strategi bertahan yaitu :

1. Keterbatasan promosi perlu di benahi agar dapat meningkatkan omset penjualan dengan menggunakan social media, misalnya instagram, facebook.
2. Meningkatkan kualitas tenaga kerja dengan memberikan pelatihan yang memadai terkait peningkatan soft skill tentang pengelolaan kayu jati UD. Anugraha Jati Utama.
3. Jalur akses dalam pengambilan bahan baku perlu di tingkatkan agar proses distribusi ke konsumen tidak mengalami kendala, dengan menyediakan fasilitas kendaraan yang sesuai dengan kapasitas produksi kayu jati.
4. Alat/mesin tradisional dengan meningkatkan kapasitas mesin produksi agar proses produksi sesuai yang di harapkan. Perusahaan perlu menambah mesin produksi yang modern agar kualitas produk terjaga.

SIMPULAN

Pemakaian sebutan strategi di era modern ini tidak lagi terbatas pada rancangan ataupun seni seseorang komandan dalam peperangan, namun telah dipakai dengan cara luas nyaris dalam seluruh aspek ilmu. Dalam penafsiran biasa, strategi merupakan metode buat menemukan kemenangan ataupun pencapaian tujuan. Strategi yang dijalani pihak UD. Anugraha Jati Utama dalam upaya meningkatkan keuntungan (*profit*) di Kecamatan Katobu Kabupaten Muna antara lain:

- a. Batasan promosi perlu dibenahi agar dapat meningkatkan omset penjualan dengan menggunakan sosial media, misalnya instagram, facebook.
- b. Meningkatkan kualitas tenaga kerja dengan memberikan pelatihan yang memadai terkait peningkatan *soft skill* tentang pengelolaan kayu jati UD. Anugraha Jati Utama.
- c. Jalur akses dalam pengambilan bahan baku perlu di tingkatkan agar proses distribusi ke konsumen tidak mengalami kendala, dengan menyediakan fasilitas kendaraan yang sesuai dengan kapasitas produksi kayu jati.
- d. Meningkatkan kapasitas mesin produksi agar proses produksi sesuai yang di harapkan. Perusahaan perlu menambah mesin produksi yang modern agar kualitas produk terjaga.

REFERENSI

- Assuari S, 2015. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta Badan Pusat Statistik 2020. Kecamatan Katobu dalam Angka. Kendari.
- Diyah Pamungkas, 2014. Analisis Strategi Pemasaran Kerajinan Kayu Antic Untuk Memasarkan Produk di Pasar Domestik Pada CV. Bima Bantul. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Yogyakarta
- Freddy Rangkuti. 20014. ANALISIS SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Gultinan, et all. 1987. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta. PT Mizan Publik. Bandung.
- Glueck. 1969. Export Behavior of Small Swedish Firms, *Journal Of Small Business Management*.
- Kartajaya, H. 2007. Kewirausahaan UKM: Pemikiran dan Pengalaman/FE Ubaya dan Forda UKM Jawa Timur. Edisi pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Kolter. 2000. *Manajemen pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 12. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Koetler dan Armstrong (2010), *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga
- Kurniawati, Dwi Wahyuni, 2014, *Seni Kerajinan Akar Kayu di Tempel Lemahbang Blora, Jawa Tengah* (Kajian sosiologi, seni, dan estetik), Yogyakarta: Institut seni Indonesia.

- M. Faisol. 2017. Analisis Strategi Pemasaran Pada CV. Alas Gembol di Yogyakarta. Tesis. Program Magister, Manajemen Stie Widya Wiwaha. Yogyakarta
- Marrus. 2002. Desain Penelitian Manajemen Strategik. Jakarta: Rajawali Press,
- Muzakki, Akhmad, 2014. Limbah akar pohon sebagai alternatif pembuatan seni kerajinan bentuk-bentuk binatang, IMAJI Vol. 2, No. 2 (Agustus 2014, pp. 28 – 38), Yogyakarta: Institut Seni Indonesia.
- Rijal Mudassir, 2016. Kemampuan Berkarya Seni Kriya Dengan Menggunakan Gembol Kayu Terhadap Siswa Kelas VIII/1 SMPN 21 Tompobulu Kabupaten, Maros. Skripsi. Program Studi Pendidikan Seni
- Rupa, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar.
- Primiana, Ina. 2009. Menggerakkan Sektor Riil UKM & Industri. Bandung: Alfabeta.
- Purwanto, I. 2008. Manajemen Strategi. Bandung: CV Ryama Widya
- Rahmana, A. Iriani, Y. dan Otarina, R. 2016. Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan. Universitas Widyatama. Vol. 13 (1): 14-21
- Reza Veronika, 2017. Akar Jati, Tonggak Ekonomi Masyarakat Desa Geneng, Kecamatan Margomulyo, Kabupaten Bojonegoro. Skripsi. Program studi Antropologi, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Brawijaya. Brawijaya.
- Saladin. 1990. Saladin (1990), Manajemen Strategi : Konsep Dan Kasus Edisi Revisi. Yogyakarta: UPPAMPYKPN
- Sudiyono, Armand. 2004. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang (UUM).
- Swastha, D.H, Basu., 2001. Azas-azas marketing, Edisi Kelima, Liberty. Yogyakarta.
- Suraji. et al., 2015. Profil Kawasan Konservasi Provinsi Sulawesi Tenggara.
- Direktur Jenderal Kelautan, Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil. Jakarta Pusat.
- Sulistyawan, A., 2013, Strategi Pemasaran Usaha Industri Dalam Menembus Pasar Internasional (Studi Kasus Pada dewangga Furniture Getak Sukoharjo, Skripsi. Sarjana Pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Sofia Nuraini, 2017. Analisis Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram Pada Industri Kecil dan Menengah Rumah Jamur di Kota Batu. Skripsi.
- Tita Lestari, 2015. Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Tamara (Tabungan Mandiri Sejahtera) di BMT El-Labana Semarang. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.
- Verawati, Sri, 2012, Peran Modal Sosial Dalam Strategi Industri Kreatif (Studi di Sentra Kerajinan Akar Kayu Jati di Desa Jepon Blora Jawa Tengah, Yogyakarta: Program Studi Pendidikan Sosiologi, Universitas Negeri Yogyakarta