

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KERAJINAN  
ROTAN DENGAN METODE SWOT  
(Studi Kasus : Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing Medan)**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**ARIANSYAH PERANGIN ANGIN**

**13.815.0015**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2017**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KERAJINAN  
ROTAN DENGAN METODE SWOT  
(Studi Kasus : Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambang Medan)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada  
Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik  
Universitas Medan Area**

**Oleh:**

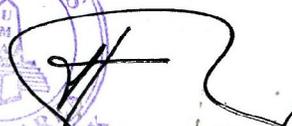
**ARIANSYAH PERANGIN ANGIN  
13.815.0015**

**Disetujui oleh:  
Komisi Pembimbing**

  
**Ir. Kamil Mustafa, MT.**  
Pembimbing I

  
**Ir. Marali Banjarnahor, MSi.**  
Pembimbing 2

**Mengetahui :**

  
**Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng. M.Sc.**  
Dekan

  
**Yuana Delvika, ST. MT.**  
Ketua Program Studi

**Tanggal Lulus : 27 November 2017**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 02 November 2017



Ariansyah Perangin Angin  
13.815.0015

## ABSTRAK

**Ariansyah Perangin – angin. 138150015. Analisis Strategi Pengembangan Industri Kerajinan Rotan Dengan Metode SWOT (Studi Kasus : Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing Medan), dibimbing oleh Ir. Kamil Mustafa, MT. dan Ir. Marali Banjarnahor, M.Si.**

Industri rotan merupakan salah satu industri yang menunjukkan kinerja ekspor besar di Indonesia khususnya Sumatera Utara. Pengusaha rotan harus mengatur strategi pemasaran yang dianggap tepat untuk menghadapi persaingan di pasar domestic. Seperti halnya pada Koperasi Industri dan Kerajinan (Kopinkra) Rotan di kelurahan Sei Sikambing Medan harus mampu menganalisa dan mengantisipasi perubahan lingkungan, baik internal maupun eksternal sehingga dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat demi perkembangan industri ini. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode wawancara dan kuisioner kepada pihak internal dan eksternal industri berdasarkan fakta yang ada. Data yang diperoleh dari wawancara dan kuisioner digunakan untuk melihat variabel-variabel yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing. Hasil yang diperoleh dari analisa SWOT pada Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing adalah sebaiknya industry tersebut menerapkan strategi differensiasi dan strategi pengembangan pasar guna menghadapi persaingan.

*Kata Kunci : Industri, Kerajinan Rotan, Metode SWOT*

## ABSTRACT

**Ariansyah Perangin – angin. 138150015. “The Analysis of Rattan Handicraft Development Strategy by Using SWOT Method (Case Study: Rattan Handicraft Industry in Sei Sikambing Urban Village, Medan)”. Supervised by Ir. Kamil Mustafa, MT. and Ir. M. Banjarnahor, M.Si.**

Rattan industry is one of the industries indicates the great export performance in Indonesia, especially in North Sumatera. Rattan entrepreneurs have to set out an accurate marketing strategy in facing the competition in domestic market. As in Rattan Industry and Handicraft Cooperative in Sei Sikambing Urban Village, Medan should be able to analyze and anticipate the environmental changes, both internally and externally. So that, they can decide to apply the accurate marketing strategy in the industry development. The study organizes interviews and distributes questionnaire from both internally and externally parties to collect the data. Then, the data was used to determine the variables that become Strength, Weakness, Oppurtinity, Threat faced by Rattan Industry and Handicraft Cooperative in Sei Sikambing Urban Village, Medan. Based on the SWOT analysis, the result reveals that the industry should implement the differentiation strategy and developing market strategy to deal with the competition.

*Keywords: Industry, Rattan Handicraft, SWOT Method.*

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Medan pada tanggal 02 November 1991 dari Bapak Diansyah Perangin Angin dan Ibu Misnur Aini. Penulis merupakan anak tunggal. Adapun jenjang pendidikan yang sudah dilalui penulis adalah sebagai berikut :

1. Tahun 1995, penulis menempuh pendidikan di Taman Kanak-Kanak (TK) Tut Wuri Handayani Medan dan dinyatakan lulus pada tahun 1997.
2. Tahun 1997, penulis menempuh pendidikan di Sekolah Dasar (SD) Tut Wuri Handayani Medan dan dinyatakan lulus pada tahun 2003.
3. Tahun 2003, penulis menempuh pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 11 Medan dan dinyatakan lulus pada tahun 2006.
4. Tahun 2006, penulis menempuh pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) Dharmawangsa Medan dan dinyatakan lulus pada tahun 2009.
5. Tahun 2009, penulis berhasil masuk ke Universitas Sumatera Utara pada Program Studi DIII Kimia Industri Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam melalui jalur Seleksi Penerimaan Mahasiswa Program Diploma Universitas Sumatera Utara (SPMBD-USU) dan dinyatakan lulus pada tahun 2012.
6. Tahun 2013, penulis melanjutkan kuliah di Universitas Medan Area pada program studi Teknik Industri di Fakultas Teknik.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis tidak aktif sebagai anggota organisasi di lingkungan kampus karena penulis juga sedang bekerja sebagai pegawai di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia di Medan.

Penulis menyelesaikan tugas akhirnya untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri, dengan melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Industri Kerajinan Rotan Dengan Metode SWOT (Studi Kasus : Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing Medan)”. Penelitian ini dilakukan mulai bulan November 2016 sampai dengan Maret 2017 di Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing Medan.



**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya yang telah memberikan kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Industri Kerajinan Rotan Dengan Metode SWOT (Studi Kasus : Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing Medan)” sebagai syarat kelulusan untuk meraih gelar sarjana.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, banyak pihak yang juga telah membantu penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang mendalam kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M,Sc, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Medan Area.
2. Ibu Sherlly Maulana, ST. MT, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Teknik, Universitas Medan Area.
3. Ibu Yuana Delvika, ST. MT, selaku Kepala Program studi Teknik Industri Universitas Medan Area
4. Bapak Ir. Kamil Mustafa, MT, selaku Pembimbing I Skripsi. Terima kasih atas saran serta dorongan dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi.
5. Bapak Ir. M. Banjarnahor, M.Si, selaku Pembimbing II Skripsi. Terima kasih atas bimbingan, motivasi, masukan dan saran yang sangat berarti yang selama ini telah bapak berikan.

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

6. Ibu Ir. Hj. Haniza, MT, selaku Ketua Seminar Hasil dan Sidang skripsi penulis.
7. Kedua orang tua, Bapak Diansyah Perangin Angin dan Ibu Misnur Aini. Terima kasih atas kasih sayang, doa dan dukungan yang sudah diberikan.
8. Istri tercinta Rini Hardiyanti. Terimakasih atas cinta, semangat, kasih sayang dan kekuatan doa yang sudah diberikan.
9. Sahabat seperjuangan yang sudah seperti keluarga yakni Zulfadli. Terima kasih atas semangat dan kebersamaannya.
10. Pegawai di Departemen Teknik Industri, Bang Dedi, Kak Tris, Kak Isra, bang Ucok, Bang Sarman, Bang Arfan, serta staf pengajar di program studi Teknik Industri UMA. Terima kasih atas bantuannya.
11. Semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa disebutkan satu persatu. Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Medan, November 2017

Ariansyah Perangin Angin

## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Pembatasan Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
2.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	5
2.1.1. Struktur Organisasi Perusahaan .....	5
2.2. Strategi dan Analisis SWOT.....	6
2.2.1. Konsep dan Perumusan Strategi.....	6
2.2.2. SWOT Analisis (Strength, Weakness, Opportunities, Threat) .....	6
2.2.2.1. IFAS (Matrik Faktor Strategi Internal / Internal Factors Analysis Summary) .....	7
2.2.2.2. EFAS (Matrik Faktor Strategi Eksternal / Eksternal Factors Analysis Summary) .....	7
2.2.2.3. Matrik Posisi .....	8

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>11</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	11
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	11
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	11
3.3.1. Populasi.....	11
3.3.2. Sampel .....	11
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	12
3.4.1. Jenis Data.....	12
3.4.2. Metode Pengumpulan Data.....	12
3.5. Identifikasi Variabel.....	12
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	12
3.7. Metode Analisis Data .....	13
3.8. Tahap Pengumpulan Data.....	13
3.8.1. Pengujian Instrumen.....	13
3.9. Analisis Deskriptif.....	16
3.10. Menentukan Alternatif Strategi Perusahaan .....	20
3.11. Kerangka Pemecahan Masalah .....	20
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>22</b>
4.1. Data Kuisiner SWOT Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambang.....	22
4.2. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambang .....	26
4.2.1. Identifikasi Faktor Internal .....	26
4.2.2. Identifikasi Faktor Eksternal.....	28
4.3. Analisis Data.....	29
4.3.1. Deskriptif Variabel Penelitan.....	29
4.3.2. Uji Validitas dan Reabilitas Penelitian.....	33
4.3.3. Menentukan Matrik IFAS dan EFAS .....	34
4.3.4. Menentukan Posisi Perubahan .....	40
4.3.5. Menentukan Alternatif Strategi Pemasaran .....	42
4.3.6. Menentukan Pilihan Alternatif Strategi Pemasaran .....	44
4.4. Pembahasan .....	48

4.4.1. Strategi Diferensiasi .....	49
4.4.2. Strategi Pengembangan Pasar .....	50
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>52</b>
5.1. Kesimpulan .....	52
5.2. Saran.....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

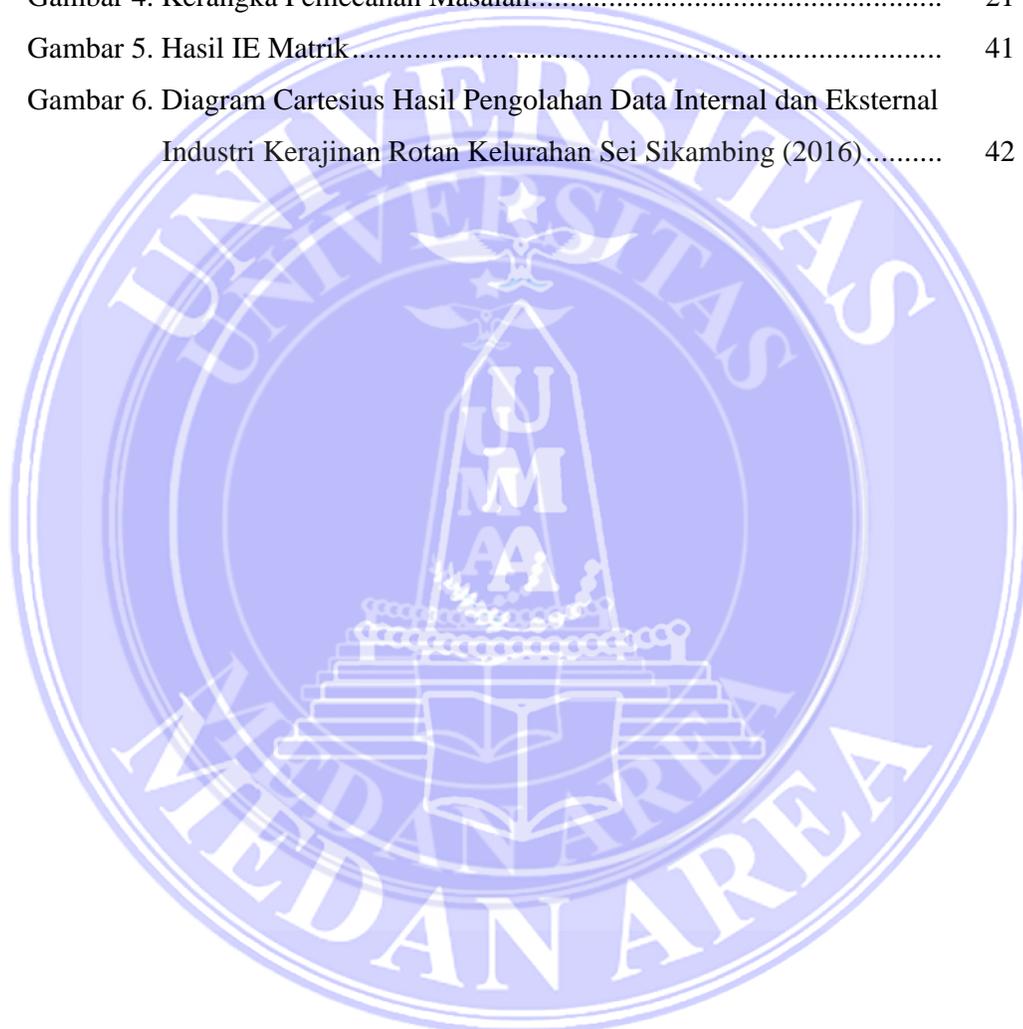


## DAFTAR TABEL

	<b>Hal</b>
Tabel 1. Matrik SWOT .....	8
Tabel 2. Makna Nilai Korelasi Rank Spearman.....	15
Tabel 3. IFAS ( <i>Internal Factor Strategic Analysis Summary</i> ).....	16
Tabel 4. EFAS ( <i>Eksternal Factor Strategic Analysis Summary</i> ) .....	16
Tabel 5. Hasil Data Kuisisioner Kekuatan .....	22
Tabel 6. Hasil Data Kuisisioner Kelemahan.....	23
Tabel 7. Hasil Data Kuisisioner Peluang.....	24
Tabel 8. Hasil Data Kuisisioner Ancaman .....	25
Tabel 9. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Kekuatan .....	29
Tabel 10. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Kelemahan.....	30
Tabel 11. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Peluang.....	31
Tabel 12. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Ancaman.....	32
Tabel 13. Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 14. Hasil Uji Relibilitas .....	34
Tabel 15. Penentuan Nilai Bobot untuk IFAS ( <i>Internal Strategic Analysis Summary</i> ).....	35
Tabel 16. Penentuan Nilai Bobot untuk EFAS ( <i>Eksternal Strategic Analysis Summary</i> ).....	36
Tabel 17. Hasil Formulasi untuk IFAS ( <i>Internal Strategic Analysis Summary</i> ).....	37
Tabel 18. Hasil Formulasi untuk EFAS ( <i>Eksternal Strategic Analysis Summary</i> ).....	39
Tabel 19. Diagram Matrik SWOT .....	43
Tabel 20. Perencanaan Alternatif Strategi Utama pada Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambang.....	45

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Hal</b>
Gambar 1. Struktur Organisasi Koperasi Industri dan Kerajinan Rotan .....	5
Gambar 2. Matrik Posisi dalam SWOT .....	9
Gambar 3. IE Matrix ( <i>Internal External Matrix</i> ) .....	18
Gambar 4. Kerangka Pemecahan Masalah.....	21
Gambar 5. Hasil IE Matrik.....	41
Gambar 6. Diagram Cartesius Hasil Pengolahan Data Internal dan Eksternal Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing (2016).....	42



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Hal</b>
Lampiran 1. Kuesioner Untuk Internal Perusahaan .....	56
Lampiran 2. Kuesioner Untuk Eksternal Perusahaan .....	58
Lampiran 3. Distribusi Frekuensi Kekuatan .....	60
Lampiran 4. Distribusi Frekuensi Kelemahan.....	62
Lampiran 5. Distribusi Frekuensi Peluang.....	64
Lampiran 6. Distribusi Frekuensi Ancaman .....	66
Lampiran 7. Uji Validasi Kekuatan .....	68
Lampiran 8. Uji Validasi Kelemahan .....	69
Lampiran 9. Uji Validasi Peluang .....	70
Lampiran 10. Uji Validasi Ancaman .....	71
Lampiran 11. Uji Reabilitas Kekuatan.....	72
Lampiran 12. Uji Reabilitas Kelemahan.....	74
Lampiran 13. Uji Reabilitas Peluang .....	76
Lampiran 14. Uji Reabilitas Ancaman.....	78
Lampiran 15. Dokumentasi Kegiatan .....	80



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Rotan merupakan tumbuhan palem pemanjat berduri yang terdapat di daerah tropis dan subtropis. Tumbuhan ini dapat dijadikan sumber rotan batangan untuk industri mebel rotan. Industri mebel rotan merupakan salah satu industri kreatif yang berpeluang besar untuk berkembang pesat di pasaran. Industri kreatif merupakan penyumbang perekonomian nasional, sehingga harus didukung dan dikembangkan.

Industri rotan merupakan salah satu industri yang menunjukkan kinerja ekspor besar di Indonesia khususnya Sumatera Utara. Medan sebagai ibukota propinsi merupakan pusat perdagangan dan pemasaran utama hasil produksi dan sentra produksi rotan Propinsi Sumatera Utara. Hasil produksi rotan dari petani atau dalam hal ini pengumpul (produsen) dari 6 kabupaten pemasok utama rotan di Propinsi Sumatera Utara, Kabupaten Toba Samosir, Tapanuli Tengah dan Mandailing Natal terkumpul ke konsumen perajin dan eksportir rotan di Kota Medan (Siregar, 2013).

Berdasarkan data ASMINDO (Asosiasi Industri Permebelan dan Kerajinan Indonesia) tahun 2009 menyatakan bahwa ekspor hasil industri furniture rotan lebih menguntungkan dibandingkan harga ekspor rotan mentah dan setengah jadi Indonesia yang masih jauh lebih rendah di perdagangan Internasional. Menurut AMKRI (Asosiasi Mebel dan Kerajinan Indonesia) tahun 2014 menyatakan bahwa data ekspor mebel dan kerajinan berbasis rotan pada tahun 2011 hingga 2013 mengalami kenaikan setiap tahunnya.

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa industri rotan merupakan industri yang cukup menjanjikan di Indonesia. Hal ini dikarenakan kondisi geografis Indonesia yang memiliki hutan yang sangat luas dan mampu menghasilkan hasil hutan berupa rotan yang merupakan bahan baku dalam industri rotan karena rotan adalah tanaman yang tumbuh di daerah tropis, sehingga banyak ditemui di Indonesia. Hal itu sangat mendukung para pengrajin

rotan untuk menghasilkan produk mebel berbasis rotan yang lebih bernilai tinggi di pasaran.

Di wilayah Sumatera Utara, furniture rotan masih menjadi produk favorit bagi konsumen karena rotan mempunyai sifat-sifat yang alami yaitu elastis, mudah dibentuk, ringan, tahan terhadap perubahan cuaca, dan mempunyai warna alamiah yang menarik. Dengan sifat-sifatnya tersebut rotan dapat digunakan sebagai bahan dalam pembuatan berbagai peralatan rumah tangga seperti berbagai jenis mebel, tikar, peralatan dapur dan berbagai jenis barang kerajinan lainnya. Sehingga persaingan bisnis industri rotan masih tinggi di kalangan pengusaha rotan. Semua pengusaha berlomba-lomba dalam memproduksi furniture rotan berkualitas tinggi untuk menghadapi persaingan di pasar domestik maupun pasar mancanegara.

Pengusaha juga harus mengatur strategi pemasaran yang dianggap tepat untuk menghadapi persaingan di pasar domestik. Strategi pemasaran hasil produksi yang tepat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan agar berkembang lebih pesat. Menurut Hutomo (2011), pengembangan strategi pemasaran dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal perusahaan.

Faktor internal suatu perusahaan meliputi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weakness). Sedangkan faktor eksternal perusahaan meliputi peluang (opportunity) dan ancaman (threats). Faktor internal dan faktor eksternal tersebut harus dapat dikendalikan sehingga menghasilkan kekuatan dalam menghadapi persaingan bisnis.

Seperti halnya pada Koperasi Industri dan Kerajinan (Kopinkra) Rotan di Medan yang telah berdiri sejak 1967 di kelurahan Sei Sikambing dan memiliki anggota sebanyak 30 pengrajin rotan. Industri ini telah banyak menghasilkan produk mebel berbasis rotan yang berkualitas tinggi di pasaran. Namun persaingan pasar yang semakin ketat harus memaksa manajemen koperasi tersebut menentukan strategi pemasaran yang lebih baik guna menghadapi persaingan di pasaran.

SWOT Analysis merupakan suatu metode untuk menentukan strategi perusahaan guna menetapkan strategi atau perencanaan bisnis dalam jangka panjang. Suatu perusahaan dapat menganalisa kekuatan dan kelemahan

perusahaan tersebut demi menentukan strategi yang tepat karena analisa ini ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau yang mungkin akan dihadapi.

Dalam hal ini Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei sikambing harus mampu menganalisa dan mengantisipasi perubahan lingkungan, baik internal maupun eksternal sehingga dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat demi perkembangan industri ini. Namun pada kenyataannya, selama ini Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing belum pernah melakukan analisis dampak lingkungan internal maupun eksternal. maka Berdasarkan uraian tersebut, peneliti ingin melakukan suatu penelitian yang berjudul “**Analisis Strategi Pengembangan Industri Kerajinan Rotan dengan Metode SWOT (Studi Kasus : Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing Medan)**”.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Koperasi Industri dan Kerajinan (Kopinkra) Rotan di Medan merupakan industry yang beranggotakan sekumpulan pengrajin yang memproduksi produk mebel dan bahan baku berbasis rotan di Medan. Industry rotan termasuk industry yang berkembang pesat dan cukup menjanjikan di era sekarang ini. Sehingga pertumbuhan pengusaha-pengusaha rotan semakin tinggi, yang menyebabkan persaingan bisnis mebel juga semakin ketat. Maka perlu dilakukan suatu analysis di Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing guna menghadapi persaingan di pasaran mengingat Industri ini belum pernah melakukan analisis dampak lingkungan internal maupun eksternal. Berdasarkan uraian tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah : Bagaimana strategi pemasaran yang tepat bagi Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing untuk mengembangkan industry tersebut dalam menghadapi persaingan ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

- 1.3.1. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terdapat pada Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing.
- 1.3.2. Untuk menentukan strategi yang dapat diterapkan Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing untuk mengembangkan industry tersebut tersebut.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.4.1. Mengetahui factor-faktor internal dan eksternal apa sajakah yang mempengaruhi Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing yang akan mejadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.
- 1.4.2. Memberikan masukan sebagai solusi berupa rancangan strategi yang dapat diterapkan Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing untuk mengembangkan perusahaan tersebut.

### **1.5. Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah yang dilakukan agar penelitian lebih terarah dan tidak meluas, yaitu penelitian ini dilakukan hanya untuk Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing pada bulan November 2016.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

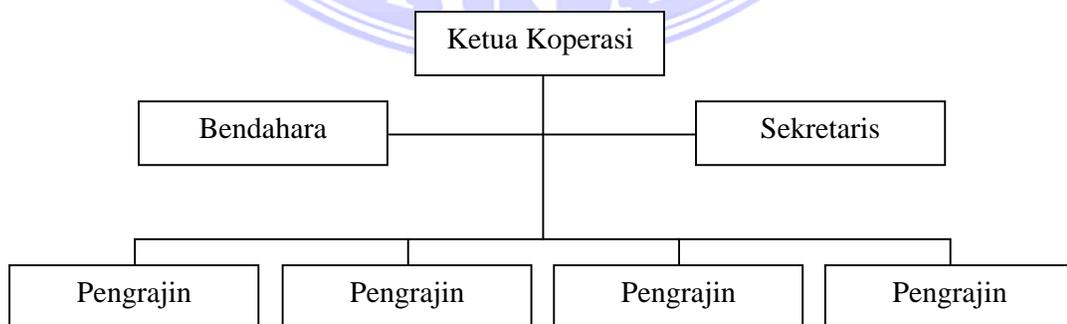
### 2.1. Gambaran Umum Perusahaan

Koperasi Industri dan Kerajinan Rotan (Kopinkra) dengan Badan Hukum : No. 173/BH/PAD/KWK.2/97 yang berlokasi pada jalan Titi Papan Gg Pertama No 15 K Medan. Berdiri sejak tahun  $\pm$  1970, pada saat itu anggota Koperasi Industri dan Kerajinan Rotan sekitar 15-20 orang, pertengahan tahun 1980 anggota meningkat hingga mencapai 80 orang, dan pada tahun 2000 hingga anggota berkurang menjadi 37 orang dan yang aktif hanya sekitar 30 orang pengrajin.

Anggota yang sekarang masih menjadi anggota berjumlah 85 orang yang terbagi bidang usahanya sebagai berikut : Anggota Non Aktif (bidang usaha diluar bidang rotan) 30 orang, pengrajin rotan 35 orang, penjual bahan baku 4 orang, jula beli kerajinan rotan 10 orang dan 6 orang memiliki usaha sebagai pengrajin sekaligus penjual kerajinan rotan langsung ke konsumen.

Tujuan dari Koperasi Industri dan Kerajinan Rotan Medan (Kopinkra) adalah: “Mari kita bangun atau jaga koperasi industri dan kerajinan rotan untuk kemajuan kita bersama, jadikanlah koperasi industri dan kerajinan rotan sebagai wadah menyatukan visi dan misi anggota pengrajin untuk mencapai tujuan kehidupan yang lebih sejahtera”.

#### 2.1.1. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 1. Struktur Organisasi Koperasi Industri dan Kerajinan Rotan

## **2.2. Strategi dan Analisis SWOT**

### **2.2.1. Konsep dan Perumusan Strategi**

Strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Perencana strategis (*Strategic Planner*) harus menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini (Rangkuti, 2009).

Menurut Kotler (1997), cara mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan sebagai berikut: analisis internal merupakan proses yang mana perencanaan strategi pemasaran, penelitian dan pengembangan, produksi, pegawai perusahaan, serta faktor keuangan untuk menentukan dimana perusahaan memiliki kemampuan yang penting, sehingga perusahaan memanfaatkan peluang dengan cara yang paling efektif dapat menangani ancaman dalam lingkungan.

Proses penyusunan rencana strategis dimulai tiga tahap yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis, dan tahap pengambilan keputusan. Data dibedakan menjadi dua yaitu data eksternal dan data internal, model yang dapat digunakan dalam tahap ini yaitu: matrik faktor strategi eksternal, matrik faktor strategi internal, dan matrik posisi.

### **2.2.2. SWOT Analysis (Strength, Weakness, Opportunities, Threat)**

Alat analisis yang cocok untuk merumuskan strategi adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pengembangan. Menurut Rangkuti (2008) analisa SWOT adalah sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif. Analisa ini menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan, yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. Analisa SWOT adalah sebuah alat analisa untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau yang mungkin akan dihadapi oleh organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).

Sebelum melakukan analisis, maka diperlukan tahap pengumpulan data yang terdiri atas tiga model yaitu:

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

### **2.2.2.1. IFAS (Matrik Faktor Strategi Internal/ *Internal Factors Analysis Summary*)**

Sebelum membuat matrik faktor strategi internal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu cara-cara penentuan dalam membuat tabel IFAS.

- a. Susunlah dalam kolom 1 faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan).
- b. Beri rating masing-masing faktor dalam kolom 2 sesuai besar kecilnya pengaruh yang ada pada faktor strategi internal, mulai dari nilai 4 (sangat baik), nilai 3 (baik), nilai 2 (cukup baik) dan nilai 1 (tidak baik) terhadap kekuatan dan nilai “rating” terhadap kelemahan bernilai negatifnya.
- c. Beri bobot untuk setiap faktor dari 0 sampai 100 pada kolom bobot (kolom Bobot ditentukan secara subyektif, berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan).
- d. Kalikan rating kolom 2 dan kolom 3, untuk memperoleh scoring kolom 4.
- e. Jumlahkan scoring, untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategi internalnya.

Hasil identifikasi faktor kunci internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan, pembobotan dan rating dipindahkan ke tabel IFAS untuk dijumlahkan dan kemudian diperbandingkan antara total skor kekuatan dan kelemahan.

### **2.2.2.2. EFAS (Matrik Faktor Strategi Eksternal / *External Factors Analysis Summary*)**

Sebelum membuat matrik faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu cara-cara penentuan dalam membuat tabel EFAS.

- a. Susunlah dalam kolom 1 faktor-faktor eksternalnya (peluang dan ancaman).
- b. Beri rating dalam masing-masing faktor dalam kolom 2 sesuai besar kecilnya pengaruh yang ada pada faktor strategi eksternal, mulai dari nilai 4 (sangat baik), nilai 3 (baik), nilai 2 (cukup baik) dan nilai 1 (tidak baik) terhadap peluang dan nilai “rating” terhadap ancaman bernilai negatif.
- c. Beri bobot untuk setiap faktor dari 0 sampai 100 pada kolom bobot. Bobot ditentukan berdasarkan pengaruh faktor-faktor posisi strategis perusahaan.
- d. Kalikan rating kolom 2 dan kolom 3, untuk memperoleh scoring kolom 4.

- e. Jumlahkan skoring. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategi eksternalnya.

### 2.2.2.3. Matrik Posisi

Hasil analisis pada tabel matrik faktor strategi internal dan faktor eksternal dipetakan pada matrik posisi dengan cara sebagai berikut:

- a. Sumbu horizontal (x) menunjukkan kekuatan dan kelemahan, sedangkan sumbu vertikal (y) menunjukkan peluang dan ancaman.
- b. Posisi perusahaan ditentukan dengan hasil sebagai berikut:
  - 1) Jika peluang lebih besar daripada ancaman maka nilai  $y > 0$  dan jika ancaman lebih besar daripada peluang maka nilainya  $y < 0$ .
  - 2) Jika kekuatan lebih besar daripada kelemahan maka nilai  $x > 0$  dan jika kelemahan lebih besar daripada kekuatan maka nilainya  $x < 0$ .

Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki (Rangkuti, 2009) :

Tabel 1. Matrik SWOT

<b>SW</b>	<b>Strength (S)</b> Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	<b>Weaknesses (W)</b> Tentukan 5-10 faktor kelemahan eksternal
<b>OT</b>		
<b>Opportunities (O)</b> Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	<b>Strategi SO</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi WO</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>Threats (T)</b> Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	<b>Strategi ST</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>Strategi WT</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

- **Strategi SO**

Strategi ini dibuat berdasarkan fikiran organisasi yaitu untuk memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya (Rangkuti, 2009).

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

- **Strategi ST**

Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman (Rangkuti, 2009).

- **Strategi WO**

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada (Rangkuti, 2009).

- **Strategi WT**

Strategi ini berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Rangkuti, 2009).

Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini (Rangkuti, 2009).



Gambar 2. Matrik Posisi dalam SWOT

- Kuadran 1 : Merupakan situasi yang sangat menguntungkan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).
- Kuadran 2 : Dengan beberapa ancaman organisasi masih memiliki kekuatan dari sisi internal strategi yang harus diterapkan adalah penggunaan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi.

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

- Kuadran 3 : Organisasi memiliki kekuatan eksternal misalkan penguasaan pasar, namun masih ada beberapa kendala dari sisi internal. Fokus strategi organisasi pada kondisi ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal organisasi sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.
- Kuadran 4 : Adalah merupakan situasi yang paling sulit organisasi tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Menurut Gitosudarmo (2001), kata SWOT merupakan pendekatan dari *Strenghts, Weakness, Opportunity, and Threats*, yang dapat diterjemahkan menjadi : Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman. Terjemahan tersebut sering disingkat menjadi “KEKEPAN”. Dalam metode atau pendekatan ini kita harus memikirkan tentang kekuatan apa saja yang kita miliki, kelemahan apa saja yang melekat pada diri atau perusahaan kita kemudian kita juga harus melihat kesempatan atau *opportunity* yang terbuka bagi kita dan akhirnya kita harus mampu untuk mengetahui ancaman, gangguan, hambatan serta tantangan (AGHT) yang menghadang di depan kita.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Rancangan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan kuisioner kepada pihak internal dan eksternal industri berdasarkan fakta yang ada. Data yang diperoleh dari wawancara dan kuisioner digunakan untuk melihat variabel-variabel yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing.

#### **3.2. Waktu dan Tempat Penelitian**

Waktu penelitian ini dilakukan 3 bulan dari bulan Maret 2017 sampai Juni 2017 di Koperasi Industri dan Kerajinan (Kopinkra) Rotan Jl. Sei Sikambing Gg. Pertama No. 15 K Kelurahan Sei Sikambing di Medan.

#### **3.3. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.3.1. Populasi**

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari internal perusahaan adalah pengurus Koperasi Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing dan dari eksternal perusahaan adalah pengrajin dan pengusaha yang mengambil produk dari Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing.

##### **3.3.2. Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Kriteria yang diambil sebagai sampel sebagai penelitian ini adalah para pengrajin Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing.

### **3.4. Jenis dan Sumber Data**

#### **3.4.1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder.

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli.

Data ini diperoleh melalui wawancara dan kuisisioner. Kuisisioner berupa pengisian jawaban yang ditujukan kepada pihak internal dan eksternal industri.

- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada.

Data sekunder tidak diperoleh secara langsung dari sumbernya, tetapi telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data itu biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan penelitian terdahulu. Data sekunder disebut juga data tersedia.

#### **3.4.2. Metode Pengumpulan Data**

Dalam pengumpulan data, metode yang digunakan adalah dengan melakukan teknik sebagai berikut :

- a. Kuisisioner, yaitu merupakan metode pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden;
- b. Wawancara, yaitu merupakan metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada objek yang diteliti.

### **3.5. Identifikasi Variabel**

Penelitian ini ditinjau dari jumlah variabel yang dianalisis adalah penelitian univariate yaitu penelitian yang menganalisis satu variabel saja. Variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah: Strategi pemasaran Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing guna mempertahankan eksistensi dan menghadapi persaingan.

### **3.6. Definisi Operasional Variabel**

Strategi pemasaran Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan Industri

Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing dengan menggambarkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan berdasarkan analisis SWOT..

- a. *Strengths* (S), yaitu kekuatan/keunggulan yang dimiliki oleh Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing untuk memenangkan persaingan;
- b. *Weakness* (W), yaitu kelemahan yang dimiliki oleh Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing yang dapat menghambat perusahaan bersaing;
- c. *Opportunity* (O), yaitu peluang yang harus dimanfaatkan oleh Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing untuk memenangkan persaingan;
- d. *Treath* (T), yaitu ancaman yang menghambat Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing.

### **3.7. Metode Analisis Data**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT. Analisis ini digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi industri yang bersangkutan. Analisa ini akan menjadi dasar pengambilan kebijakan guna memilih strategi pemasaran, sehingga kondisi pemasaran dapat diidentifikasi.

### **3.8. Tahap Pengumpulan data**

#### **3.8.1. Pengujian Instrumen**

##### **a. Uji Validitas**

Data yang telah dikumpulkan dari hasil kuesioner harus diuji, salah satu teknik pengujian yang digunakan adalah teknik uji validitas. Uji validitas adalah untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut memiliki taraf kesesuaian atau ketepatan dalam melakukan pengukuran. Ada dua macam uji validitas yang sesuai dengan cara pengujiannya, yaitu validitas internal dan validitas eksternal. Pada

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

validitas eksternal, teknik korelasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah korelasi *product momen* (Arikunto, 2006).

Menurut Singarimbun (1995), langkah yang harus ditempuh dalam melakukan uji validitas antara lain sebagai berikut :

- Mendefinisikan secara operasional konsep yang digunakan dalam penelitian yang mana konsep itu memiliki konstruk, konstruk tersebut harus dicari yaitu dengan mencari definisi dan rumusan tentang konsep yang akan diukur.
- Memasukkan data ke dalam tabulasi kemudian menghitung korelasi masing-masing item dalam skor total, yaitu dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*, yaitu :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

- r = Korelasi *product moment*
- X = Skor pernyataan
- Y = Skor total seluruh pernyataan
- XY = Skor pernyataan dikalikan skor total
- N = Jumlah responden *pretest*

Variabel dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Validitas internalnya akan digunakan analisis butir, dimana analisis ini digunakan untuk menguji validitas setiap butir soal, dengan diperolehnya indeks validitas butir setiap butir dapat diketahui dengan pasti butir-butir manakah yang tidak memenuhi syarat, sehingga peneliti dapat mengganti / merevisi butir-butir yang dimaksud (Arikunto, 2006).

#### b. Metode Korelasi Rank Spearman ( $r_s$ )

Korelasi rank Spearman adalah alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis asosiatif dua variabel bila datanya berskala ordinal (ranking). Metode statistik ini merupakan yang pertama kali dikembangkan berdasarkan rank dan diperkirakan yang paling banyak dikenal dengan baik hingga kini.

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

Metode korelasi rank Spearman diperkenalkan oleh Spearman pada tahun 1904. Nilai statistiknya disebut rho, disimbolkan dengan  $r_s$ .

Metode korelasi rank Spearman adalah ukuran asosiasi yang menuntut kedua variabel diukur sekurang-kurangnya dalam skala ordinal sehingga objek-objek atau individu-individu yang dipelajari dapat di ranking dalam dua rangkaian berurut. Jadi metode korelasi rank Spearman adalah metode yang bekerja untuk skala data ordinal atau ranking dan bebas distribusi. Nilai korelasi rank Spearman berada diantara -1 s/d 1. Bila nilai = 0, berarti tidak ada korelasi atau tidak ada hubungannya antara variabel independen dan dependen. Nilai = +1 berarti terdapat hubungan yang positif antara variabel independen dan dependen. Nilai = -1 berarti terdapat hubungan yang negatif antara variabel independen dan dependen.

Tabel 2. Makna Nilai Korelasi Rank Spearman

Nilai	Makna
0,00 – 0,19	Sangat Lemah
0,20 – 0,39	Lemah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Penjabaran rumus untuk menghitung  $r_s$  cukup sederhana. Sebab hal ini membantu menunjukkan sifat hakikat koefisien, dan juga karena penjabaran tersebut akan mengungkapkan bentuk-bentuk lain yang dapat dipakai untuk menyatakan rumus. Satu di antara kemungkinan-kemungkinan bentuk yang lain akan dipergunakan bila perlu melakukan koreksi koefisiennya karena adanya skor-skor beraneka ragam.

### 3.9. Analisis Deskriptif

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban responden dari faktor pertanyaan atau kuisisioner yang disebarkan dan berisikan

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Untuk mengetahui frekuensi jawaban responden menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Setelah diketahui frekuensi jawaban responden, maka dapat dilakukan penilaian terhadap masing-masing indikator variabel kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Indikator-indikator variabel yang sudah diberi nilai selanjutnya adalah menentukan bobot dan rating untuk menentukan matrik IFAS (*Internal Factor Strategic Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Strategic Analysis Summary*).

Tabel 3. IFAS (*Internal Factor Strategic Analysis Summary*)

Faktor-faktor strategis Internal / IFAS	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
Kelemahan			
Total			

Sumber : Rangkuti, 2002

Tabel 4. EFAS (*Eksternal Factor Strategic Analysis Summary*)

Faktor-faktor strategis Eksternal / EFAS	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
Kelemahan			
Total			

Sumber : Rangkuti, 2002

Penentuan rating dari setiap variabel internal dan eksternal dibuat penilaian terhadap variabel, dimana pengukuran variabel kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman menggunakan skala ordinal dengan rentang 1 – 4. Pemberian nilai bobot dan rating berfungsi untuk mengetahui apakah faktor strategi perusahaan dapat menjadikan faktor kekuatan dan peluang, sedangkan nilai negative dapat menjadikan faktor ancaman dan kelemahan. Perhitungan bobot dapat dirumuskan sebagai berikut (Rangkuti, 2002):

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Penilaian}}{\text{Total Penilaian}} \times 1$$

Dimana : - Penilaian adalah nilai atau penilaian dari faktor strategi perusahaan.

- Total penilaian adalah jumlah keseluruhan dari nilai faktor strategi.

- Bobot adalah jumlah nilai dari faktor strategi perusahaan.

a. Pemberian nilai bobot dari setiap variabel menunjukkan bobot pengaruh masing-masing variabel terhadap faktor strategi perusahaan. Dilakukan penilaian terhadap setiap variabel. Besarnya nilai tersebut yaitu :

1. Sangat setuju           diberi nilai 5
2. Setuju                   diberi nilai 4
3. Netral                   diberi nilai 3
4. Tidak setuju           diberi nilai 2
5. Sangat tidak setuju   diberi nilai 1

Sedangkan nilai bobot yang diberikan nilai 0,1 sampai 1,0 dan total dari bobot variabel IFAS dan EFAS tidak boleh lebih dari 1 (satu) dari jumlah prosentase masing-masing nilai variabel.

b. Untuk menentukan nilai rating dari variabel kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pemberian nilai untuk variabel kekuatan dan variabel peluang.

Kedua variabel ini memiliki pola pengaruh yang positif terhadap perusahaan dimana tingkat pengaruh tersebut diberi nilai sebagai berikut :

- a) Memiliki pengaruh positif sangat kecil   diberi nilai 1
- b) Memiliki pengaruh positif kecil           diberi nilai 2
- c) Memiliki pengaruh positif besar           diberi nilai 3
- d) Memiliki pengaruh positif sangat besar   diberi nilai 4

2. Pemberian nilai untuk variabel kelemahan dan variabel ancaman.

Kedua variabel ini memiliki pola pengaruh yang bersifat negatif terhadap perusahaan dimana tingkat pengaruh tersebut diberi nilai sebagai berikut :

- a) Memiliki pengaruh negatif sangat besar   diberi nilai 1
- b) Memiliki pengaruh negatif besar           diberi nilai 2

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

- c) Memiliki pengaruh negatif kecil                      diberi nilai 3  
 d) Memiliki pengaruh negatif sangat kecil              diberi nilai 4

Hasil dari pemberian nilai bobot dan rating tersebut (pada kolom ke 4) akan digunakan dalam IE Matrix (*Internal External Matrix*) untuk menentukan gambaran strategi perusahaan. Gambar IE Matrix adalah sebagai berikut :

Total Skor Faktor      Strategi Internal		Kuat      Rata-rata      Lemah			Total Skor
		4,0	3,0	2,0	
Total Skor Faktor      Strategi Eksternal	Tinggi	I	II	III	3,0
	Menengah	IV	V	VI	2,0
	Rendah	VII	VIII	IX	1,0

Gambar 3. IE Matrix (*Internal External Matrix*)

Sumber : Rangkuti, 2002

Keterangan :

#### I. Strategi Konsentrasi Integrasi Vertikal

Strategi pertumbuhan melalui konsentrasi dapat berupa melalui integrasi vertikal dengan cara *backward integration* (menggambil alih fungsi supplier) atau dengan cara *forward integration* (menggambil alih fungsi distributor). Strategi konsentrasi integrasi vertikal ini terjadi bila strategi umum perusahaan adalah merger atau akuisisi adalah perusahaan pemasok.

#### II. Strategi Konsentrasi Integrasi Horizontal

Strategi pertumbuhan horizontal merupakan suatu strategi untuk memperluas perusahaan dengan membangun di lokasi lain dan meningkatkan jenis produk. Perusahaan berada pada posisi yang atraktif.

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

### III. Strategi Turn Around

Strategi *turn around* merupakan strategi yang digunakan dalam suatu organisasi yang berada dalam kondisi sulit tetapi mampu bertahan dan memulihkan kembali asal dilakukan upaya terkoordinasi. Upaya yang biasa dilakukan diantara bentuk penghematan yaitu reduksi biaya dan reduksi aset.

### IV. Strategi Stabilitas

Strategi stabilitas merupakan strategi yang digunakan tanpa merubah arah strategi yang digunakan. Dalam tahap ini perusahaan atau organisasi harus berhati-hati.

### V. Strategi Stabilitas Pertumbuhan

Strategi stabilitas pertumbuhan merupakan strategi yang tidak mengalami perubahan arah tetapi dalam pertumbuhannya akan dipilih strategi konsentrasi horizontal.

### VI. Strategi Divestasi (Penciutan)

Strategi divestasi merupakan strategi organisasi atau perusahaan yang menjual suatu unit atau divisi untuk mendapatkan tambahan sumbernya.

### VII. Strategi Diversifikasi Konsentrik

Strategi diversifikasi konsentrik merupakan strategi untuk perusahaan yang memiliki kondisi pasar kompetitif yang sangat kuat tetapi memiliki daya tanggap industri yang rendah.

### VIII. Strategi Diversifikasi Konglomerat

Strategi diversifikasi konglomerat merupakan strategi yang bertujuan untuk menambah bisnis baru dan tidak berkaitan dengan tujuan membidik pelanggan baru. Strategi ini tidak mempermasalahkan sinergi produk pasar dengan bisnis berjalan. Strategi ini diperlukan saat perusahaan telah mencapai tahap matang.

### IX. Strategi Likuiditas atau Bangkrut

Strategi likuiditas atau bangkrut merupakan strategi yang dilakukan dengan menjual atau menutup suatu organisasi karena perusahaan bangkrut atau

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

pemegang saham merasa. Strategi ini akan ditempuh jika terus membebani, tidak bermanfaat atau terus menerus mengalami kerugian.

### **3.10. Menentukan Alternatif Strategi Perusahaan**

Setelah mengetahui gambaran strategi perusahaan melalui IE Matrix, selanjutnya untuk menentukan strategi pemasaran yang akan diterapkan adalah dengan menggunakan matrik SWOT. Analisis SWOT merupakan salah satu teknik analisis lingkungan internal dan eksternal untuk pembuatan strategi. Analisis SWOT juga merupakan langkah awal dalam perencanaan strategi.

Menurut Pearce dan Robinson (1997 : 230) elemen-elemen analisis SWOT terdiri dari :

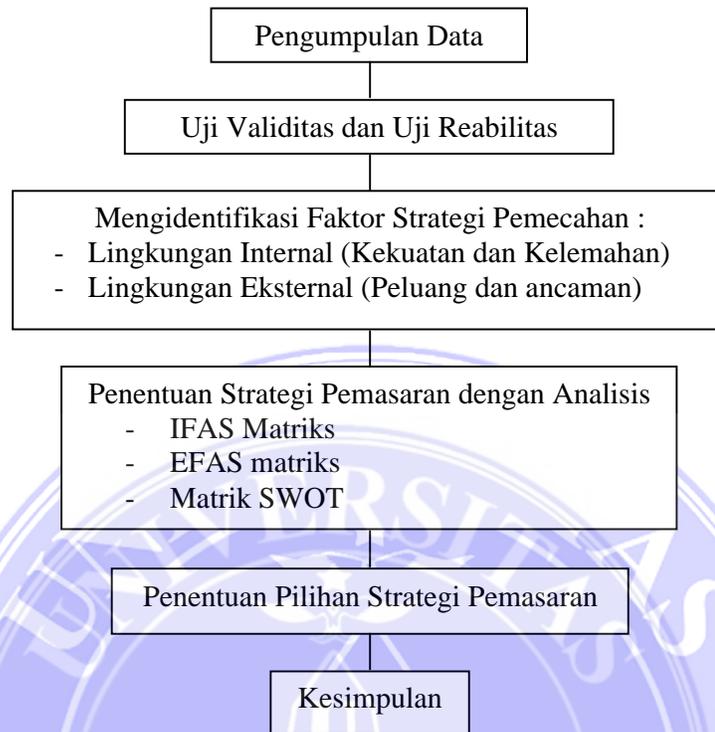
- a. *Strengths* (S), yaitu kekuatan atau keunggulan yang dimiliki untuk perusahaan dalam mengalahkan pesaingnya;
- b. *Weakness* (W), yaitu kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat menghambat perusahaan dalam persaingan;
- c. *Opportunity* (O), yaitu kesempatan atau peluang yang harus dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan;
- d. *Treath* (T), yaitu ancaman yang menghambat perusahaan untuk memenangkan persaingan.

Berdasarkan alternatif strategi pemasaran yang telah dihasilkan dari tabel matrik SWOT, maka dipilih strategi pemasaran yang tepat sehingga tujuan strategi yang muncul benar-benar dengan kondisi dan tujuan perusahaan.

### **3.11. Kerangka Pemecahan Masalah**

Kerangka pemecahan masalah memberikan kemudahan dan pemahaman dalam penilaian sehingga diketahui kerangka permasalahan sampai pemecahan permasalahan yang dapat diuraikan seperti Gambar 4.

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**



Gambar 4. Kerangka Pemecahan Masalah

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Asosiasi Industri Permeabelan dan Kerajinan Indonesia (ASMINDO). 2009. *Ekspor Rotan Indonesia*. Pusat Data dan Informasi, Jakarta.
- Asosiasi Mebel dan Kerajinan Indonesia (AMKRI). 2014. *Masalah Usaha Mebel dan Kerajinan Rotan di Indonesia*. Cirebon.
- David, F. R. 2006. *Manajemen Strategis. Konsep. Karya Salemba Empat*. Jakarta
- Desira, S. 2009. *Analisis SWOT pada Toko Lestari Rattan and Furniture*. Skripsi Manajemen Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Gitosudarmo. 2001. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Glueck dan Jauch. 2000. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Edisi Ketiga. Terjemahan Murad dan Henry. Erlangga. Jakarta.
- Hutomo, R.P. *Penentuan Strategi Pemasaran Mebel Antik Sigit Bonowoso Guna Mempertahankan Eksistensi dan Menghadapi Persaingan*. Skripsi Manajemen Universitas Jember, Jember.
- Kotler, P. 1997. *Marketing, Management "Analysis, Planning, Implementation and Control"*. Prentice Hall International, Inc, New Jersey.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kleinstauber, F. 2002. *Strategi Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Siswanto Sutojo. PT. Damar Mulia Pustaka. Cetakan Pertama. Jakarta.
- Pearce and Robinson. 1997. *Manajemen Strategis*. Bimarupa Aksara, Jakarta.
- Rangkuti, F. 2002. *Analisis SWOT Teknik membedah Kasus Bisnis : Reorientasi Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, F. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sasongko, L. 2015. *Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Pengembangan Industri Mebel (Studi Kasus : Industri Mebel Kelurahan Gilingan)*. Jurnal Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.

- Singarimbun, M. 1995. Metode Penelitian Survei. LP3S, Jakarta.
- Solihin, I. 2012. Manajemen Strategik. Erlangga. Jakarta.
- Supramono dan J. O. Haryanto. 2003. Desain Proposal Penelitian: Studi Pemasaran. Andi. Yogyakarta.
- Umar, H. 2005. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Cetakan Keempat. Bussiness Research Center. PT. Raja Grapindo Persada. Jakarta.
- Wahyudi, A., Sri. 1996. Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berfikir Strategik. Jakarta Barat: Binarupa Aksara.



**Lampiran 1.****KUESIONER UNTUK INTERNAL PERUSAHAAN**

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

**IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary)**

Petunjuk : Berikan tanda checklist ( ) pada kolom yang telah disediakan terhadap hasil pengamatan anda sesuai dengan option jawaban yang anda pilih.

No	Variabel	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
<b>Kekuatan</b>						
1	Lokasi Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing dekat dengan sarana transportasi sehingga memudahkan pembeli					
2	Semua produk yang dihasilkan Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing terjamin kualitasnya					
3	Tenaga kerja pada Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing mudah didapatkan dari lingkungan sekitarnya yang mempunyai keahlian					
4	Upah tenaga kerja pada Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing relative rendah					
5	Karyawan Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing memiliki keterampilan dan etos kerja yang tinggi					
6	Harga produk dari Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing terjangkau					
7	Produktivitas Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing cukup tinggi					

No	Variabel	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
<b>Kelemahan</b>						
1	Kurangnya promosi yang dilakukan Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing terhadap pasar lokal yang potensial					
2	Manajemen Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing yang masih dikelola secara sederhana					
3	Terbatasnya jumlah tenaga kerja yang dimiliki Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing ketika melayani pesanan-pesanan dalam jumlah besar					
4	Alat-alat yang dimiliki Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing banyak yang sudah harus diperbaharui					
5	Tempat usaha Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing berukuran kecil					
6	Permodalan Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing relative kecil					
7	Kenaikan tarif listrik, telephone, BBM mempengaruhi biaya operasional Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing					

Responden,

( )

**TERIMA KASIH ATAS KESEDIAAN ANDA MENGISI JAWABAN  
DENGAN LENGKAP DAN JUJUR**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**Lampiran 2.****KUESIONER UNTUK EKSTERNAL PERUSAHAAN**

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

**EFAS (Eksternal Strategic Factor Analysis Summary)**

Petunjuk : Berikan tanda checklist ( ) pada kolom yang telah disediakan terhadap hasil pengamatan anda sesuai dengan option jawaban yang anda pilih.

No	Variabel	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
<b>Peluang</b>						
1	Banyaknya ragam produk yang ditawarkan Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing memberi kemudahan bagi konsumen dalam membeli produk rotan					
2	Adanya pelatihan bagi pekerja muda untuk dilatih sebagai pengrajin					
3	Adanya dukungan pemerintah kota Medan					
4	Produk rotan Industri Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambing sudah dikenal oleh masyarakat dan memiliki potensi pasar yang tinggi					
5	Adanya peluang untuk melakukan promosi melalui internet yang memungkinkan produk perusahaan lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas					
6	Menambah jenis atau desain produk dari rotan					
7	Mendapatkan kredit dari bank yang memberikan kredit bagi UKM					

No	Variabel	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
<b>Ancaman</b>						
1	Modal pengrajin yang kecil					
2	Semakin mahal nya bahan baku berupa rotan sebagai bahan utama					
3	Generasi penerus trampil yang susah dicari					
4	Semakin tingginya pajak penghasilan yang ditetapkan oleh Pemerintah					
5	Semakin sulitnya mendapatkan bahan baku rotan yang berkualitas bagus					
6	Persaingan antar anggota koperasi					
7	Adanya sales rotan <i>door to door</i>					

Responden,

( )

**TERIMA KASIH ATAS KESEDIAAN ANDA MENGISI JAWABAN  
DENGAN LENGKAP DAN JUJUR**

### Lampiran 3. Distribusi Frekuensi Kekuatan

#### Statistics

		K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mode		5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00

#### K1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	20.0	20.0	20.0
	4	11	36.7	36.7	56.7
	5	13	43.3	43.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

#### K2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	20.0	20.0	20.0
	4	8	26.7	26.7	46.7
	5	16	53.3	53.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

#### K3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10	33.3	33.3	33.3
	4	15	50.0	50.0	83.3
	5	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

**K4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	10	33.3	33.3	33.3
4	15	50.0	50.0	83.3
5	5	16.7	16.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**K5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	11	36.7	36.7	36.7
4	13	43.3	43.3	80.0
5	6	20.0	20.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**K6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	8	26.7	26.7	26.7
4	13	43.3	43.3	70.0
5	9	30.0	30.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**K7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	9	30.0	30.0	30.0
4	13	43.3	43.3	73.3
5	8	26.7	26.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

#### Lampiran 4. Distribusi Frekuensi Kelemahan

##### Statistics

		L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mode		3.00 <sup>a</sup>	3.00	4.00	4.00	3.00	2.00 <sup>a</sup>	5.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

##### L1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	13.3	13.3	13.3
	3	10	33.3	33.3	46.7
	4	10	33.3	33.3	80.0
	5	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

##### L2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	14	46.7	46.7	46.7
	4	8	26.7	26.7	73.3
	5	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

##### L3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	13.3	13.3	13.3
	3	9	30.0	30.0	43.3
	4	10	33.3	33.3	76.7
	5	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

**L4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	6	20.0	20.0	20.0
3	8	26.7	26.7	46.7
4	10	33.3	33.3	80.0
5	6	20.0	20.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**L5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	18	60.0	60.0	60.0
4	7	23.3	23.3	83.3
5	5	16.7	16.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**L6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	9	30.0	30.0	30.0
3	9	30.0	30.0	60.0
4	9	30.0	30.0	90.0
5	3	10.0	10.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**L7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	10.0	10.0	10.0
3	4	13.3	13.3	23.3
4	11	36.7	36.7	60.0
5	12	40.0	40.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

### Lampiran 5. Distribusi Frekuensi Peluang

#### Statistics

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mode		4.00 <sup>a</sup>	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	3.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

#### P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	20.0	20.0	20.0
	4	12	40.0	40.0	60.0
	5	12	40.0	40.0	100.0
Total		30	100.0	100.0	

#### P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	36.7	36.7	36.7
	4	17	56.7	56.7	93.3
	5	2	6.7	6.7	100.0
Total		30	100.0	100.0	

#### P3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	13.3	13.3	13.3
	3	10	33.3	33.3	46.7
	4	16	53.3	53.3	100.0
Total		30	100.0	100.0	

**P4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	9	30.0	30.0	30.0
4	10	33.3	33.3	63.3
5	11	36.7	36.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**P5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	5	16.7	16.7	16.7
4	13	43.3	43.3	60.0
5	12	40.0	40.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**P6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	3.3	3.3	3.3
4	9	30.0	30.0	33.3
5	20	66.7	66.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**P7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	14	46.7	46.7	46.7
4	13	43.3	43.3	90.0
5	3	10.0	10.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

### Lampiran 6. Distribusi Frekuensi Ancaman

#### Statistics

		A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mode		4.00	3.00	5.00	5.00	3.00	3.00	3.00

#### A1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	30.0	30.0	30.0
	4	14	46.7	46.7	76.7
	5	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

#### A2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	9	30.0	30.0	30.0
	3	16	53.3	53.3	83.3
	4	4	13.3	13.3	96.7
	5	1	3.3	3.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

#### A3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	3.3	3.3	3.3
	3	6	20.0	20.0	23.3
	4	11	36.7	36.7	60.0
	5	12	40.0	40.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

**A4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	3.3	3.3	3.3
4	14	46.7	46.7	50.0
5	15	50.0	50.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**A5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	11	36.7	36.7	36.7
3	12	40.0	40.0	76.7
4	4	13.3	13.3	90.0
5	3	10.0	10.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**A6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	6.7	6.7	6.7
3	16	53.3	53.3	60.0
4	6	20.0	20.0	80.0
5	6	20.0	20.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**A7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	10	33.3	33.3	33.3
3	17	56.7	56.7	90.0
4	2	6.7	6.7	96.7
5	1	3.3	3.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

## Lampiran 7. Uji Validasi Kekuatan

		Correlations							
		K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	Total
K1	Pearson Correlation	1	.370*	.202	.393*	.368*	.394*	.247	.780**
	Sig. (2-tailed)		.044	.285	.032	.045	.031	.189	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
K2	Pearson Correlation	.370*	1	.471**	.102	.096	-.075	-.150	.481**
	Sig. (2-tailed)	.044		.009	.590	.614	.694	.429	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
K3	Pearson Correlation	.202	.471**	1	.153	-.055	.075	.054	.484**
	Sig. (2-tailed)	.285	.009		.420	.773	.693	.778	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
K4	Pearson Correlation	.393*	.102	.153	1	.077	-.054	.247	.484**
	Sig. (2-tailed)	.032	.590	.420		.686	.778	.188	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
K5	Pearson Correlation	.368*	.096	-.055	.077	1	.433*	.171	.549**
	Sig. (2-tailed)	.045	.614	.773	.686		.017	.366	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
K6	Pearson Correlation	.394*	-.075	.075	-.054	.433*	1	.356	.561**
	Sig. (2-tailed)	.031	.694	.693	.778	.017		.054	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
K7	Pearson Correlation	.247	-.150	.054	.247	.171	.356	1	.501**
	Sig. (2-tailed)	.189	.429	.778	.188	.366	.054		.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.780**	.481**	.484**	.484**	.549**	.561**	.501**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.007	.007	.002	.001	.005	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 8. Uji Validasi Kelemahan

## Correlations

		L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	Total
L1	Pearson Correlation	1	.404*	.143	.185	.175	-.093	.029	.476**
	Sig. (2-tailed)		.027	.450	.329	.355	.625	.879	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
L2	Pearson Correlation	.404*	1	.082	.164	.442*	-.033	.058	.515**
	Sig. (2-tailed)	.027		.667	.386	.014	.864	.760	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
L3	Pearson Correlation	.143	.082	1	.144	.254	.278	-.012	.503**
	Sig. (2-tailed)	.450	.667		.447	.176	.136	.951	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
L4	Pearson Correlation	.185	.164	.144	1	.297	.558**	-.070	.615**
	Sig. (2-tailed)	.329	.386	.447		.111	.001	.714	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
L5	Pearson Correlation	.175	.442*	.254	.297	1	.206	.358	.675**
	Sig. (2-tailed)	.355	.014	.176	.111		.276	.052	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
L6	Pearson Correlation	-.093	-.033	.278	.558**	.206	1	.339	.618**
	Sig. (2-tailed)	.625	.864	.136	.001	.276		.067	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
L7	Pearson Correlation	.029	.058	-.012	-.070	.358	.339	1	.440*
	Sig. (2-tailed)	.879	.760	.951	.714	.052	.067		.015
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.476**	.515**	.503**	.615**	.675**	.618**	.440*	1
	Sig. (2-tailed)	.008	.004	.005	.000	.000	.000	.015	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 9. Uji Validasi Peluang

## Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Total
P1	Pearson Correlation	1	.213	.038	.361*	.162	.179	.081	.535**
	Sig. (2-tailed)		.259	.844	.050	.393	.343	.669	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.213	1	.208	.042	.246	.281	.407*	.559**
	Sig. (2-tailed)	.259		.271	.826	.189	.133	.026	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.038	.208	1	.127	.471**	.120	.100	.525**
	Sig. (2-tailed)	.844	.271		.505	.009	.528	.600	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.361*	.042	.127	1	.031	.205	.295	.559**
	Sig. (2-tailed)	.050	.826	.505		.873	.278	.114	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.162	.246	.471**	.031	1	.304	.324	.630**
	Sig. (2-tailed)	.393	.189	.009	.873		.103	.081	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.179	.281	.120	.205	.304	1	.368*	.570**
	Sig. (2-tailed)	.343	.133	.528	.278	.103		.045	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.081	.407*	.100	.295	.324	.368*	1	.623**
	Sig. (2-tailed)	.669	.026	.600	.114	.081	.045		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.535**	.559**	.525**	.559**	.630**	.570**	.623**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.003	.001	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 10. Uji Validasi Ancaman

## Correlations

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	Total
A1 Pearson Correlation	1	-.074	.123	.321	.190	.366*	.170	.521**
Sig. (2-tailed)		.699	.518	.084	.314	.047	.370	.003
N	30	30	30	30	30	30	30	30
A2 Pearson Correlation	-.074	1	.232	.429*	.137	.182	.216	.519**
Sig. (2-tailed)	.699		.217	.018	.471	.336	.251	.003
N	30	30	30	30	30	30	30	30
A3 Pearson Correlation	.123	.232	1	.150	.172	.128	.101	.508**
Sig. (2-tailed)	.518	.217		.430	.364	.501	.595	.004
N	30	30	30	30	30	30	30	30
A4 Pearson Correlation	.321	.429*	.150	1	.092	.505**	.321	.660**
Sig. (2-tailed)	.084	.018	.430		.629	.004	.084	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30
A5 Pearson Correlation	.190	.137	.172	.092	1	.021	.290	.530**
Sig. (2-tailed)	.314	.471	.364	.629		.911	.120	.003
N	30	30	30	30	30	30	30	30
A6 Pearson Correlation	.366*	.182	.128	.505**	.021	1	.279	.625**
Sig. (2-tailed)	.047	.336	.501	.004	.911		.135	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30
A7 Pearson Correlation	.170	.216	.101	.321	.290	.279	1	.585**
Sig. (2-tailed)	.370	.251	.595	.084	.120	.135		.001
N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total Pearson Correlation	.521**	.519**	.508**	.660**	.530**	.625**	.585**	1
Sig. (2-tailed)	.003	.003	.004	.000	.003	.000	.001	
N	30	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Lampiran 11. Uji Relibilitas Kekuatan

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.615	7

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
K1	4.23	.774	30
K2	4.33	.802	30
K3	3.83	.699	30
K4	3.83	.699	30
K5	3.83	.747	30
K6	4.03	.765	30
K7	3.97	.765	30

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
K1	23.83	5.454	.633	.463
K2	23.73	6.754	.226	.613
K3	24.23	6.875	.267	.596
K4	24.23	6.875	.267	.596
K5	24.23	6.530	.328	.577
K6	24.03	6.447	.337	.574
K7	24.10	6.714	.263	.599

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
28.07	8.340	2.888	7

## Lampiran 12. Uji Relibilitas Kelemahan

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.603	7

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
L1	3.60	.968	30
L2	3.80	.847	30
L3	3.67	.994	30
L4	3.53	1.042	30
L5	3.57	.774	30
L6	3.20	.997	30
L7	4.07	.980	30

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
L1	21.83	10.626	.229	.597
L2	21.63	10.585	.310	.569
L3	21.77	10.392	.255	.589
L4	21.90	9.472	.383	.542
L5	21.87	9.844	.529	.507
L6	22.23	9.564	.398	.536
L7	21.37	10.861	.184	.612

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
25.43	13.013	3.607	7

### Lampiran 13. Uji Relibilitas Peluang

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.647	7

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	4.20	.761	30
P2	3.70	.596	30
P3	3.40	.724	30
P4	4.07	.828	30
P5	4.23	.728	30
P6	4.63	.556	30
P7	3.63	.669	30

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	23.67	6.023	.295	.632
P2	24.17	6.213	.383	.606
P3	24.47	6.120	.297	.630
P4	23.80	5.821	.300	.634
P5	23.63	5.689	.428	.588
P6	23.23	6.254	.411	.601
P7	24.23	5.840	.439	.587

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
27.87	7.706	2.776	7

### Lampiran 14. Uji Relibilitas Ancaman

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.622	7

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
A1	3.93	.740	30
A2	2.90	.759	30
A3	4.13	.860	30
A4	4.47	.571	30
A5	2.97	.964	30
A6	3.53	.900	30
A7	2.80	.714	30

#### Item-Total Statistics

UNIVERSITAS MEDAN AREA

UNIVERSITAS MEDAN AREA

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	20.80	7.683	.313	.592
A2	21.83	7.661	.304	.595
A3	20.60	7.559	.257	.613
A4	20.27	7.513	.534	.543
A5	21.77	7.289	.249	.622
A6	21.20	6.855	.392	.565
A7	21.93	7.444	.400	.567

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
24.73	9.513	3.084	7

**Lampiran 15. Dokumentasi Penelitian****Koperasi Industri dan Kerajinan Rotan Kelurahan Sei Sikambang****Mewawancarai Pengurus Koperasi****Pengrajin Rotan**



Pembuatan Produk Rotan



Mewawancarai Pengrajin Rotan Sambil bekerja



Produk Hasil Industri Rotan