

## BAB II

### TINJUAN PUSTAKA

#### A. Pengertian Strategi

Secara bahasa strategi berasal dari kata *strategic* yang berarti menurut siasat atau rencana dan *strategy* yang berarti ilmu siasat. J L T Thompson (1995) mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir: Hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Ada strategi yang luas untuk keseluruhan organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas. Sementara itu, strategi fungsional mendorong secara langsung strategi kompetitif. Bennett(1996) menggambarkan strategi sebagai arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya.

Sedangkan strategi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1994: 964), memiliki beberapa pengertian yaitu siasat perang, ilmu siasat perang, tempat yang baik menurut siasat perang, atau dapat pula diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.

Menurut J. Child (1972), strategi adalah sekumpulan pilihan dasar atau kritis mengenai tujuan dan cara dari bisnis. Sedangkan Faulkner dan Johnson (1992) memperhatikan dengan sungguh-sungguh strategi yaitu arah jangka panjang dan cakupan organisasi. Ada tiga tokoh yang memiliki persamaan pendapat mengenai konsep strategi yaitu J. Salusu (2004:101), Sukanto Reksohadiprodjo(1990:8) dan Freddy Rangkuti (2006:3) sama- sama mengatakan bahwa strategi merupakan alat atau cara untuk mencapai tujuan organisasi.

Pengertian strategi juga dikemukakan oleh beberapa ahli dalam buku *Strategic Human Resource Management : A Guide To Action* (2003:36-38). A. D. Chandler (1962) yang mendefinisikan strategi sebagai penetapan tujuan dasar jangka panjang dan sasaran perusahaan, dan penerapan serangkaian tindakan serta alokasi sumber daya yang penting untuk melaksanakan sasaran ini. Menurut J. Child (1972), strategi adalah sekumpulan pilihan dasar atau kritis mengenai tujuan dan cara dari bisnis. Sedangkan Faulkner dan Johnson (1992) memperhatikan dengan sungguh-sungguh strategi yaitu arah jangka panjang dan cakupan organisasi. Tokoh lainnya dalam buku ini adalah Richardson dan Thompson (1999) yang menyebutkan bahwa strategi harus memiliki dua elemen utama yang lain : harus ada sasaran strategik (yakni sesuatu yang diharapkan dicapai oleh strategi), dan harus ada rencana tindakan (yakni cara yang diusulkan untuk memenuhi sasaran).

Strategi bagi suatu organisasi menurut J. Salusu (2004:101) ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang menguntungkan. Dari beberapa konsep di atas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu cara atau usaha yang direncanakan secara sistematis dan disesuaikan dengan lingkungan organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Ada beberapa tipe strategi menurut Koteen (1991) dalam J. Salusu (2003:104) adalah :

a. Corporate Startegy (Strategi Organisasi)

Strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai dan inisiatif-inisiatif tujuan strategik yang baru.

b. Program Strategy (Strategi Program)

Strategi ini lebih memberi perhatian pada implikasi-implikasi strategic dari suatu program tertentu.

c. Resource Support Strategy (Strategi Pendukung Sumber Daya)

Memaksimalkan pemanfaatan sumber-sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumber daya berupa tenaga, keuangan, dan teknologi.

d. Institutional Strategy (Strategi Kelembagaan)

Fokus dari strategi ini adalah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategik.

Sedangkan menurut Higgins (1985) dalam J. Salusu (2003:101) menjelaskan 4 tingkat strategi :

a. Enterprise Strategy. Berkaitan dengan respon masyarakat. Jadi dalam strategi enterprise terlihat relasi antara organisasi dan masyarakat luar, sejauh interaksi itu akan dilakukan sehingga dapat menguntungkan organisasi.

b. Corporate Strategy. Berkaitan dengan misi organisasi, sehingga disebut grand strategy yang meliputi bidang yang digeluti oleh suatu organisasi.

c. Business Strategy. Menjabarkan bagaimana merebut pasaran di tengah masyarakat, dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan-keuntungan strategik yang sekaligus mampu menunjang berkembangnya organisasi ke tingkat yang lebih baik.

d. Functional Strategy. Merupakan strategi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi lainnya. Ada 3 jenis strategi fungsional yaitu :

1. Strategi Fungsional Ekonomi : mencakup fungsi-fungsi yang memungkinkan organisasi hidup sebagai satu kesatuan ekonomi yang sehat antara lain yang berkaitan dengan keuangan, pemasaran, sumber daya, penulisan dan pengembangan.

2. Strategi Fungsional Manajemen : mencakup planning, organizing, implementing, controlling, staffing, leading, motivating, communicating, decision making, representing, dan integrating.

3. Strategi Isu Strategik : mengontrol lingkungan baik situasi lingkungan yang sudah diketahui maupun situasi yang belum diketahui atau yang sudah berubah.

Menurut Paula Jarzabkowski and Andreas Paul Spee dalam International Journal of Management Reviews (Strategy-as-practice: A review and future directions for the field) menyatakan : “This review has contributed to the s-as-p field in three ways. First, it has provided an overview and map of the field, based on its own terminology and issues, which has helped to better explain those terminology and issues. Second, it has exposed gaps in fulfilling the s-as-p research agenda, particularly with empirical work. Third, it has proposed

alternative theoretical resources from other fields of research, which may be used to address those gaps.” (2009:90)

Dalam jurnal internasional diatas disebutkan bahwa ada tiga langkah dalam hal pelaksanaan strategi. Pertama, mempersiapkan pandangan yang luas dan pemetakan bidang, berdasarkan pada istilah dan pokok permasalahannya. Kedua, mengungkap celah yang memenuhi agenda penelitian pelaksanaan strategi. Ketiga, mengusulkan sumber-sumber alternatif teoritis dari penelitian bidang lain, yang digunakan untuk menunjukkan celah tersebut.

Disperindag Kota Palangkaraya dapat memperhatikan teori Michael Armstrong dalam proses perumusan strategi yang mengandung langkah-langkah berikut ini :

- a. Menetapkan misi
- b. Menyusun sasaran
- c. Melakukan pengamatan lingkungan internal dan eksternal untuk memperkirakan kekuatan atau kelemahan internal serta peluang dan acaman eksternal ( SWOT ).
- d. Melakukan analisis strategi yang ada untuk menetapkan hubungannya dengan penilaian internal dan eksternal. Hal ini mungkin meliputi analisis kesenjangan yang akan menunjukkan factor lingkungan mana yang akan menimbulkan kesenjangan antara apa yang dapat dicapai jika tidak ada perubahan dan apa yang perlu dicapai. Analisis juga akan meliputi kapabilitas(kemampuan mengeksploitasi secara baik sumber daya yang dimiliki dalam diri maupun di dalam organisasi, serta potensi

diri untuk menjalankan aktivitas tertentu ataupun serangkaian aktivitas) sumber daya, menjawab pertanyaan : “ Apakah saat ini kita cukup memiliki sumber daya manusia atau keuangan, atau mana yang dapat segera diadakan untuk masa yang akan datang, sehingga memungkinkan kita mencapai sasaran kita?”

- e. Dari analisis tersebut, tetapkan kapabilitas khusus dari organisasi.
- f. Menetapkan masalah strategik utama yang timbul dari analisis sebelumnya. Hal ini akan penting bagi masalah-masalah seperti cakupan pasar-produk, peningkatan nilai pemegang saham dan kapabilitas sumber daya.
- g. Menetapkan strategi korporasi dan fungsional untuk mencapai sasaran dan keunggulan kompetitif, mempertimbangkan masalah strategik utama. Hal ini mungkin termasuk strategi bisnis untuk pertumbuhan atau diversifikasi, atau strategi dasar yang luas untuk inovasi, kualitas atau kepemimpinan dalam hal biaya, atau dapat berbentuk strategi korporasi atau fungsional yang khusus dengan memperhatikan cakupan pasar produk, pengembangan teknologi atau pengembangan sumber daya manusia,
- h. Mempersiapkan rencana strategik yang terintegrasi untuk menerapkan strategi.
- i. Menerapkan strategi.
- j. Memantau penerapan dan penyempurnaan strategi yang telah ada atau pengembangan strategi baru bila diperlukan. (2003:45-46).

Disperindag juga harus memperhatikan beberapa petunjuk dari Hatten (1998) tentang bagaimana suatu strategi yang dibuat dapat berhasil, antara lain :

- a. Strategi haruslah konsisten dengan lingkungannya.
- b. Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi.
- c. Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumber daya dan tidak menceraiberaikan satu dengan yang lain.
- d. Strategi hendaknya memusatkan perhatian pada apa yang merupakan kekuatannya dan tidak pada titik-titik yang justru adalah kelemahannya.
- e. Sumber daya adalah sesuatu yang kritis.
- f. Strategi hendaknya memperhitungkan resiko yang tidak terlalu besar.
- g. Strategi hendaknya disusun atas dasar keberhasilan yang telah dicapai.
- h. Tanda-tanda dari suksesnya strategi ditampakkan dengan adanya dukungan dari pihak-pihak yang terkait, dan terutama dari para eksekutif, dari semua pimpinan unit kerja dalam organisasi. (J. Salusu, 2004:108)

Berdasarkan pemaparan pengertian strategi diatas, strategi peningkatan industri kerajinan didefinisikan sebagai upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan penguatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha pelaku IKM agar menjadi

industri yang tangguh dan mandiri, sekaligus melestarikan seni budaya lokal. Jadi, para pelaku IKM ini masih perlu dibimbing dan bantuan dari pemerintah.

## **B. Konsep Industri Kerajinan Menengah**

### **1. Industri**

Industri adalah semua perusahaan atau usaha yang melakukan kegiatan merubah bahan dasar atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya. Termasuk kedalam sektor ini adalah perusahaan yang melakukan kegiatan jasa industry dan perakitan(assembly) dari suatu industri(BPS, 2002).

Menurut Abdurachmat dan Maryani (1998: 27) Industri adalah salah satu kegiatan ekonomi manusia yang penting. Ia menghasilkan kebutuhan hidup manusia dari mulai makanan, minuman, pakaian, dan perlengkapan rumah tangga sampai perumahan dan kebutuhan hidup lainnya.

Pengertian industri menurut Undang – Undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 1984 tentang perindustrian. Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Dalam sektor industri dibedakan menjadi tiga jenis industri yakni industri besar, industri sedang atau menengah, industri kecil dan rumah tangga. Dilihat dari segi jumlah tenaga kerja yang dimiliki, maka yang dimaksud dengan industri besar adalah yang

memiliki tenaga kerja 20 hingga 90 orang, industri kecil yang memiliki jumlah tenaganya 5 sampai 19 orang dan industri yang memiliki tenaga kerja kurang dari 5 orang disebut industri rumah tangga atau kerajinan rumah tangga.

Peraturan Menteri Perindustrian RI Nomor: 107/M-IND/PER/11/2015 tanggal 01 Desember 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perindustrian, Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Menengah (IKM) adalah unsur pelaksana yang berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Menteri Perindustrian, dengan tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan dibidang pembangunan dan pemberdayaan, standardisasi industri dan teknologi industri, peningkatan daya saing, penumbuhan wirausaha, penguatan kapasitas kelembagaan, pemberian fasilitas, serta promosi industri dan jasa industry pada industri kecil dan industri menengah agro, kimia, barang galian non logam, tekstil dan aneka, logam, mesin, alat transportasi, maritim, serta elektronika dan telematika.

Untuk meningkatkan peran Industri Kecil dan Menengah, selain langkah - langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan sektor industri secara keseluruhan ,juga akan diberlakukan berbagai langkah kebijakan yang berpihak kepada IKM, yang antara lain meliputi:

- a. Dalam rangka keberpihakan terhadap Industri Kecil dan Menengah dalam negeri ditetapkan bahwa Industri Kecil hanya dapat dimiliki oleh warga negara Indonesia, Industri yang memiliki keunikan dan merupakan warisan budaya bangsa hanya dapat dimiliki oleh

warga negara Indonesia, dan industry menengah tertentu dicadangkan untuk dimiliki oleh warga Negara Indonesia.

b. Dalam rangka penguatan struktur industri nasional, peran IKM perlu ditingkatkan secara signifikan dalam rantai suplai industri prioritas.

c. Dalam upaya meningkatkan pembangunan dan pemberdayaan IKM, Pemerintah dan /atau Pemerintah Daerah melakukan perumusan kebijakan, penguatan kapasitas kelembagaan, dan pemberian fasilitas bagi IKM.

Dalam Rencana Strategis IKM 2015-2019 yang merupakan dokumen perencanaan sebagai terjemahan dari visi dan misi terdapat langkah - langkah operasional untuk mencapai sasaran jangka menengah. Sasaran strategis yang ingin dicapai secara bertahap untuk 5 (lima) tahun ke depan adalah: penciptaan wirausaha kecil baru 20.000 orang. Sasaran strategis tersebut merupakan komitmen yang menjadi tanggungjawab pimpinan Ditjen IKM. Program Penumbuhan dan Pengembangan Industri Kecil dan Menengah bertujuan untuk meningkatkan daya saing IKM, menumbuhkan populasi IKM, perluasan kesempatan kerja, serta pemerataan pembangunan industri. Secara structural kebijakan pengembangan IKM akan diimplementasikan dengan memperhatikan dan mempertimbangkan kondisi daerah.

Menurut Teguh S. Pamudi, Pengertian Industri adalah sekelompok perusahaan yang menghasilkan suatu produk yang bisa saling menggantikan satu sama lainnya. Sedangkan Menurut I Made Sandi, adalah suatu bentuk usaha guna memproduksi barang jadi

melalui proses produksi penggarapan di dalam jumlah yang besar, sehingga barang produksi tersebut dapat diperoleh dengan harga yang rendah.

Selanjutnya Menurut BPS, menggolongkan perusahaan industri menjadi empat golongan dilihat dari jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan. Adapun golongan yang ada sebagai berikut:

1. Industri Besar, yaitu industri dengan jumlah tenaga kerja 100 orang atau lebih.
2. Industri Sedang, yaitu industry dengan jumlah tenaga kerja 20 sampai 99 orang.
3. Industri Kecil, industri yang menggunakan tenaga kerja antara 5 sampai 19 orang.
4. Industri Kerajinan Rumah Tangga, industry yang menggunakan tenaga kerja antara tiga sampai empat orang.

Dari berbagai definisi yang telah di kemukakan, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan sederhana bahwa industri merupakan suatu kegiatan mengolah suatu bahan mentah menjadi suatu barang atau jasa yang memiliki nilai jual ataupun nilai guna untuk meningkatkan kesejahteraan hidup.

Industri kerajinan adalah suatu kegiatan pembentukan atau perubahan barang menjadi barang lain yang merupakan hasil kerja tangan sehingga mempunyai nilai yang lebih tinggi, yang dilakukan oleh seseorang atau lebih anggota rumah tangga sebagai penanggung jawab. Berdasarkan SK Menteri Perindustrian dan Perdagangan

Nomor30/MPP/1996, maka industri kecil dibagi ke dalam tiga kelompok sebagai berikut:

1. Industri Hasil Kehutanandan Pertanian(IKHP)

Industri ini bergerak dalam bidang pengolahan dan pemanfaatan hasil pertanian dan kehutan yang dapat berupa industry kerajinan kayu, anyaman, lukisan, rotan, pengolahan pangan, alat musik, kerajinan keranjang, dan lain sebagainya.

2. Industri Logam, Mesin dan Kimia (ILMK)

Industri ini bergerak dalam bidang industry perak logam keramik, batu padas, dan lain sebagainya.

3. Industri Aneka(IA)

Industri ini bergerak dibidang tekstil, kulit,dan sebagainya. Berdasarkan uraian diatas maka industri kerajinan anyaman pandan ini tergolong Industri Hasil Kehutanandan Pertanian (IHKP).

**2. Karakteristik Industri Kecil Menengah**

Adapun karakteristik industry kecil menengah menurut Mitserg, Musselman, dan Hughes adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan ini cenderung informal dan jarang memiliki rencana bisnis.
2. Struktur organisasi sederhana.
3. Jumlah tenaga kerja dibatasi oleh pembagian kerja terbatas.
4. Kebanyakan tidak memisahkan kekayaan pribadi dengan kekayaan perusahaan.
5. Sistem akuntansi tidak baik, bahkan memilik tidak semua.

6. Skala ekonomi yang kecil menyebabkan sulitnya pengurangan biaya.
7. Kemampuan pemasaran.
8. Terbatasnya margin keuntungan.

### **3. Faktor yang mempengaruhi Industri kecil Menengah**

Kriteria-kriteria IKM ditentukan berdasarkan pada analisis lingkungan yang mempengaruhi keberlangsungan industri kecil kerajinan yang bertujuan untuk menilai lingkungan secara keseluruhan. Baik faktor – faktor yang berada di dalam industri kerajinan maupun yang berada diluar industri kerajinan yang semuanya mempengaruhi kemajuan organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Adapun faktor - faktor tersebut yaitu:

#### **1. Faktor Lingkungan Internal**

Faktor lingkungan internal merupakan hal yang mencakup kekuatan dan kelemahan industri kerajinan. Kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dimaksudkan agar industri kerajinan dapat memanfaatkan peluang dan ancaman sehingga tidak mengganggu proses usaha. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi IKM berasal dari dalam yaitu:

- a. Jenis industry
- b. Desain produk
- c. Segmentasi pasar dan sasaran
- d. Proses produksi suatu kerajinan
- e. Posisi Industri kecil kerajinan dipasar
- f. Pengiriman produk

g. Pelayanan

## 2. Faktor Lingkungan Eksternal

Di dalam lingkungan eksternal terdapat bermacam kumpulan dari berbagai factor lingkungan makro eksternal, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang mempengaruhi dinamika organisasi industri kecil kerajinan. Pada setiap sector, terdapat banyak factor yang masing-masing saling berinteraksi membentuk suatu kekuatan maupun kelemahan yang pada akhirnya mempengaruhi proses usaha/pengrajin dalam berbagai hal. Sektor – sektor tersebut yaitu:

### a. Sosial – Ekonomi

Sektor social - ekonomi banyak berpengaruh terhadap penentuan jumlah produk dan besarnya biaya yang akan dikeluarkan untuk menghasilkan produk industri yang dapat membantu atau menghambat pencapaian tujuan industri kecil kerajinan.

### b. Kondisi Perekonomian

Tingkat kejelian mengamati kondisi perekonomian saat ini dan keakurasian dalam pemikiran akan sangat berpengaruh terhadap tingkat keberuntungan dan kesuksesan pada industri kerajinan. Faktor kondisi perekonomian yang perlu dikaji yaitu:

1. Tahap – tahap yang terjadi dalam siklus bisnis (business cycle) seperti depresi, resesi, recovery, dan tahap kemakmuran.

2. Laju inflasi dan deflasi untuk komoditas – komoditas tertentu yang mempunyai nilai strategik. Pengaruh inflasi akan sangat terasa bagi industri kerajinan khususnya dalam penentuan harga dan upah karyawan.
3. Kebijakan fiscal dan moneter yang berlaku khususnya akan sangat berpengaruh terhadap penentuan besarnya suku bunga dan besarnya tingkat pajak.
4. Informasi tentang neraca pembayaran dan volume neraca perdagangan antar Negara.

Pemahaman atas berbagai factor diatas tersebut sangat membantu dalam proses menuju keberhasilan suatu bisnis. Karena pada dasarnya memang setiap aspek ekonomi makro dapat muncul sebagai kesempatan atau mungkin sebagai ancaman bagi industri kerajinan. Sebagai contoh, sebagian besar orang menganggap inflasi adalah merupakan ancaman bagi pencapaian tujuan industri kerajinan. Namun bagi sebagian industri lain, seperti penjualan barang dagangan dengan sistem katalog, adanya inflasi justru merupakan kesempatan bagi pengembangan bisnis karena perusahaan akan lebih fleksibel dalam menetapkan harga.

Pengaruh perubahan pola permintaan masyarakat terhadap suatu produk, ketersediaan modal, laju inflasi, dan volume neraca perdagangan serta neraca pembayaran terhadap masing-masing industri memang akan berbeda-beda. Oleh karenanya, bagi pemilik usaha/pengarajin, satu hal yang perlu di pahami adalah ketepatan dalam penentuan factor – factor ekonomi dominan yang

mempengaruhi kehidupan bisnisnya, kemudian memprakirakan tentang perubahan atas masing-masing factor serta implikasinya terhadap kepentingan industri kerajinan di masa yang akan datang.

c. Kondisi Alam

Perubahan kondisi alam kadang kala memang sulit untuk diperkirakan sebelumnya. Namun demikian ini bukan berarti bahwa factor ekologi dan kondisi alam dapat diabaikan begitu saja dalam perancangan suatu bisnis. Beberapa jenis komoditannya khususnya hasil pertanian akan sangat berpengaruh karena perubahan faktor musim dan alam lainnya. Sama seperti pengrajin rotan misalnya, kondisi alam sangat berpengaruh sekali dalam berjalannya bisnis atau usaha mereka. Kestabilan curah hujan, kesesuaian musim dan lainnya dalam banyak hal akan menentukan keberhasilan beberapa komoditas. Oleh karena itu, kunci keberhasilan pada sektor ini akan terletak terutama dalam pengendalian harga dan kualitas produk.

d. Kondisisosial

Bagian dari factor social - ekonomi menitikberatkan pada tata nilai(values) dan sikap(attiudes) masyarakat, termasuk didalamnya adalah pelanggan dan karyawan,yang semuanya mempengaruhi industri kerajinan. Perubahan tata nilai dan sikap masyarakat akan membawa pengaruh terhadap gaya

hidup(lifestyle) yang pada gilirannya mempengaruhi permintaan akan produk industri kerajinan.

Lebih khusus identifikasi atas variable yang membentuk gaya hidup pada suatu masyarakat tertentu dapat diukur melalui tiga hal, (1) bagaimana masyarakat mengalokasikan waktu yang dimiliki kedalam berbagai aktifitas(activities),(2) faktor apa yang dianggap sebagai penentu minat (interests) masyarakat terhadap lingkungannya dan(3) bagaimana pendapat (opinions)mereka terhadap lingkungan sekitarnya. Ketiga factor yang membentuk gaya hidup masyarakat tersebut akan banyak membentuk pemilik usaha/pengrajin terutama dalam menentukan segmen pasar yang akan dilayani.

e. Teknologi

Disamping memahami dampak faktor social-ekonomi terhadap produk, pasar,dan cara berbisnis, maka pemilik usaha/pengrajin kini seolah juga “dipaksa” untuk memahami pengaruh teknologi terhadap kegiatan operasi, dan kemampuan untuk menciptakan produk. Adanya perubahan teknologi selain dapat mendorong munculnya kesempatan bisnis dan perbaikan upaya pencapaian tujuan bisnis, hal ini dapat juga merupakan ancaman bagi kelangsungan produk industri kecil kerajinan yang sudah ada.

Oleh karenanya, perubahan teknologi sudah tentu akan berpengaruh terhadap siklus kehidupan produk. Ketepatan dalam penilaian siklus kehidupan produk pada gilirannya

akan dapat menentukan “timing” yang tepat untuk meluncurkan produk baru atau memodifikasi produk yang ada. Dalam kasus semacam ini, maka pengamatan lingkungan atau sering dikenal dengan environmental scanning sangat diperlukan untuk menentukan perubahan teknologi apa yang diperlukan untuk tetap mempertahankan produk dipasar.

Perubahan teknologi juga jelas akan sangat berpengaruh pada pilihan metode distribusi dan kemampuan tenaga penjual yang dibutuhkan untuk melayani segmen pasar yang dipilih.

f. Pemerintahan

Peran pemerintah dalam mekanisme penyampaian dan pendistribusian produk dari produsen ke konsumen sangat besar. Campur tangan pemerintah memang tidak dapat dihindari pada setiap tahap dalam rangkaian kegiatan produksi. Alat kendali pemerintah melalui berbagai paket kebijakan fiskal dan moneter ternyata cukup efektif untuk mempengaruhi dinamika bisnis. Selain itu, pemerintah juga mempunyai otoritas dalam hal pengaturan atau tata niaga berbagai komoditas termasuk di dalamnya komposisi penggunaan tenaga kerja dan pengendalian supplyproduk.

Konsekuensi logis yang muncul kemudian adalah bahwa sektor pemerintah juga mempunyai andil yang cukup besar dalam upaya penentuan pilihan dalam bisnis. Peran pemerintah

sangat dominan dalam kaintannya dengan penciptaan dan sekaligus ancaman terhadap kelangsungan suatu bisnis/usaha.

### C. Rotan

#### a. Pengertian Rotan

Rotan adalah hasil hutan non kayu yang dapat memberi kontribusi kepada masyarakat dalam meningkatkan pendapatan keluarga. rotan adalah tanaman pemanjat dari *Family Palme*. rotan tumbuh liar didalam hutan atau ada yang sengaja menanam. rotan dapat dipanen setiap saat dengan memperhatikan bagian bawah batangnya, tidak tertutup oleh kelopak, daun sudah menering, duri dan kelopak daun sudah rontok. dan panen rotan tidak juga meninggalkan limbah yang besar seperti yang lain.

Indonesia adalah negara penghasil rotan terbesar didunia. luas hutan rotan di Indonesia sebesar 13,20 juta hektar. tergolong kedalam 8 marga dan 306 jenis darpadanya 51 jenis yang sudah dimanfaatkan.

Rotan mentah atau rotan bulat di Proses menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. dalam industri rotan dipisah menjadi bagian kulit dan bagian hati. sesuai tujuan dan pemanfaatannya, selanjutnya rotan digoreng, digosok, dicuci, dikeringkan, dipolos, dibengkokkan, diputihkan dan diasapi atau diawetkan.

## **b. Jenis Rotan**

Rotan terbagi menjadi 5 jenis yaitu rotan cacing (Calamus melanoloma Mart), lambang (Calamus ornatu), tohiti (Calamus inops), batang (Calamus zollingeri Becc) dan noko (Calamus koordersianus Becc).

### **1. Rotan Cacing (Calamus Melanoloma mart)**

Rotan cacing tumbuh secara berumpun hidup di pinggir sungai dan pegunungan. Dalam satu rumpun terdapat banyak batang rotan . Batang rotan cacing berwarna hijau kekuningan, pada batang terdapat duri yang berwarna kekuningkuningan dan daun terdapat duri. Rotan ini dapat dianyam dalam berbagai bentuk dan biasa digunakan sebagai tali pengikat, rotan cacing mendominasi dari jenis rotan lainnya. Rotan ini pula banyak dimanfaatkan oleh masyarakat bahkan rotan cacing ada yang dijual langsung dan ada pula yang digunakan sebagai bahan untuk dianyam.

### **2. Rotan Lambang ( Calamus Ornatu)**

Rotan lambang hidup berumpun dan dapat ditemukan di pinggir sungai dan pegunungan, permukaan batang licin, terdapat pelepah daun berduri. Warna daun hijau, pada bagian daun terdapat duri pendek berwarna putih kekuningan. Jenis rotan ini kualitasnya kurang bagus dan mengandung kadar air yang tinggi sehingga cepat kusut. Dilihat dari manfaatnya rotan ini bernilai ekonomi rendah akan tetapi masyarakat tetap

memungutnya karena rotan ini banyak ditemukan di hutan lindung .

### 3. Rotan Tohiti (Calamus Inops)

Rotan tohiti hidup tunggal, dapat ditemukan di pinggir sungai dan di pegunungan kemudian batang berdiameter besar, warna batang hijau tua, tumbuh ke atas kemudian melilit pada pohon di sekitarnya. Permukaan pelepah dipenuhi oleh duri yang rapat dan tidak beraturan, pelepah berduri tajam, daunnya berbulu halus. Jenis rotan ini bernilai ekonomi tinggi, dipergunakan sebagai bahan baku meubeler. Rotan ini mudah di temukan di Hutan Lindung Wilayah Kecamatan Dampelas Sojol dan menjadi prioritas utama untuk dipungut oleh masyarakat sekitar hutan.

### 4. Rotan Batang ( Calamus Zollingeri Becc)

Rotan batang hidup berumpun, tumbuh menjalar permukaan tanah di pinggir sungai dan pegunungan. Kemudian memanjat dan melilit pada batang pohon di sekitarnya. Warna batang hijau tua. Pelepah daun berduri tangkai daun pada bagian pelepah daun berduri rapat makin ke atas makin jarang. Pada rotan dewasa batang terbungkus pelepah. Rotan batang bernilai ekonomi tinggi dan digunakan sebagai bahan baku meubeler akan tetapi jenis rotan ini jarang ditemukan di kawasan hutan lindung.

## 5. Rotan Noko ( Calamus Koordersianus Becc)

Rotan noko hidup berumpun, diameter batang tanpa pelepah, daun ditumbuhi duri, daunnya sangat panjang, pelepah daun ditumbuhi duri panjang, batang berdiameter besar, batang ditumbuhi duri panjang dan adapula duri yang pendek. Jenis rotan ini merupakan rotan yang sangat langka ditemukan di hutan lindung tersebut karena jumlahnya yang sangat sedikit sehingga masyarakat sekitar tidak banyak yang memanfaatkannya.

Pengembangan kerajinan rotan tidak hanya tersedia dalam produk akhir yang berbahan baku rotan alam. Produk yang dihasilkan seperti furniture, hiasan interior, perkakas, dan souvenir, banyak dipadukan dengan bahan baku yang lain. Produk yang dihasilkan seringkali dikombinasi dengan rotan sintetis. Rotan sintetis ini terbuat dari politilen yang produksi secara kimiawi. Tujuan penggunaan rotan sintetis adalah untuk menggantikan rotan asli yang bahan bakunya mahal dan mulai mengalami penurunan. Atas dasar itulah maka penggunaan bahan rotan sintetis menjadi alternatif (A. Khoirul Anam dan Edi Susilo, 2018: 186).

Provinsi Kalimantan Tengah khususnya kota Palangkaraya, memiliki banyak kerajinan yang berciri khas daerah, salah satunya adalah kerajinan tangan yang terbuat dari bahan rotan yang dibentuk berbagai macam souvenir hingga *furniture* juga ada. Kerajinan tangan berbentuk dompet, topi atau tas dan

lainnya banyak ditemui di toko-toko penjualan barang kerajinan dan souvenir yang terdapat di Pasar besar Kota Palangkaraya maupun di pasar tradisional yang ada dikabupaten.

