STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM SANGKAR BURUNG DI NAGARI BARULAK KECAMATAN TANJUNG BARU

Dini Nurmita Sari[1], Fadila Rahmadani[2]
IAIN Batusangkar, Jl. Sudirman no. 137, Batusangkar, Indonesia
dininurmitasari@gmail.com[1], fadilarahmadani@gmail.com[2]

ABSTRACT

The main problem in this study is the decrease in the number of bird cage craftsmen in Nagari Barulak and the decrease in bird enthusiasts in the community as well as many workers looking for birds who stop this makes the number of bird cage craftsmen decrease drastically from year to year, the purpose of this study is to find out strategies development of Bird Cage SMEs in Nagari Barulak with a SWOT analysis approach. This type of research is carried out by field research (Field research), to obtain data from the problems studied. Data collection techniques in this study were through interviews and documentation. Data management was carried out in a qualitative descriptive manner, then described and classified aspects of certain problems and explained through effective sentences. The results of the research that the author did, it can be concluded that the appropriate alternative strategies to be applied in developing this craft business are improving human resources, investing from the private sector with support from the government, making Nagari Barulak a tourist spot, establishing a special cooperative for the management of bird cage managed by the government.
Keywords: Bird Cage, Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats.

ABSTRAK

Masalah pokok dalampenelitian ini adalah penurunan jumlah pengrajin Sangkar Burung di Nagari Barulak dan menurunya para peminat burung di kalangan masyarakat serta banyak para pekerja mencari burung yang berhenti hal ini membuat jumlah pengrajin sangkar burung menurun drastis dari tahun ke tahun, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM Sangkar Burung di Nagari Barulak dengan pendekatan analisis SWOT. Jenis Penelitian dilakukan dengan penelitian lapangan (*Field research*), untuk mendapatkan data-data dari permasalahan yang diteliti. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui wawancara dan dokumentasi. Pengelolaan data dilakukan secara deskriptif kualitatif, kemudian diuraikan serta melakukan klasifikasi terhadap aspek masalah tertentu dan memaparkan melalui kalimat yang efektif. Hasil penelitian yang penulis lakukan, maka dapat disimpulkan bahwa alternatif strategi yang tepat di terapkan dalam mengembangkan usaha kerajinan ini adalah perbaikan Sumber Daya Manusia, penanaman modal dari swasta dengan adanya dukungan dari pihak pemerintahan, menjadikan Nagari Barulak sebagai tempat wisata, mendirikan koperasi khusus pengelolaan tentang sangkar burung yang di kelola oleh pihak pemerintahan.
Kata kunci: Sangkar Burung, Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman.

PENDAHULUAN

Pengertian Usaha Mikro berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Menengah Kecil dan Mikro) adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana di atur dalam Undang-undang ini. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang di lakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang di miliki, di kuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil. (Putri, 2017: 2)

UMKM dipercaya sebagai solusi dari masalah-masalah tersebut sehingga diharapkan UMKM akan tetap terus tumbuh dan berkembang di Indonesia. UMKM dapat membantu perekonomian pedesaan karena sifatnya yang nyata dalam menciptakan lapangan kerja baru, sumber daya, dan jasa.(Fitria, 2018 : 2)

Dalam rangka mencapai pertumbuhan ekonomi yang stabil dan meningkatkan dunia bisnis di Indonesia, jadi diperlukan upaya untuk mengembangkan UMKM. Ada tiga alasan yang mendasari mengapa UMKM sangat penting bagi perekonomian negara berkembang seperti Indonesia, yaitu yang pertama Kinerja UMKM cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif, yang kedua sebagai bagian dari dinamikanya, UMKM sering mencapai peningkatan produktifitasnya melalui inovasi dan perubahan teknologi, yang ketiga karena

sering diyakini bahwa UMKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas dari pada usaha besar.(Fitria, 2018 : 3)

Di Indonesia UMKM sangat berkembang dan mampu untuk meningkatkan perekonomian Negara, disegala daerah pasti memiliki UMKM yang menciri khas.Salah satu daerah yang memiliki UMKM yang cukup berkembang adalah daerah Sumatera Barat Kabupaten Tanah Datar Kecamatan Tanjung Baru Nagari Barulak.UMKM yang sangat berkembang di Nagari Barulak ini adalah UMKM Sangkar Burung.

Sangkar burung merupakan kerajinan tangan yang sangat berpotensi untuk dikembangkan, karena secara garis besar masyarakat Nagari Barulak bermata pencarian sebagai pengrajin sangkar burung. Sangkar burung merupakan industri yang sangat berpotensi untuk memajukan perekonomian di daerah, dengan adanya industri tersebut banyak penyerapan tenaga kerja, menjadikan orang untuk berwirausaha, dan memberikan daerah tersebut lebih dikenal di daerah lain dan bisa sampai kemancanegara.Sangkar burung merupakan kerajinan yang harus dikembangkan agar tetap lebih maju sampai ekspor ke negara-negara lain. Indonesia sendiri sudah memiliki pesaing dalam kerajinan sangkar burung yaitu dengan negara Vietnam. (Agus Setiawan, 2010: 16)

Industri sangkar burung merupakan kerajinan yang memiliki prospek yang bagus untuk dikembangkan.Perkembangan industri sangkar burung di Nagari Barulak mengalami penurunan.Banyak orang yang berhenti membuat sangkar burung dan bahkan yang awalnya rata-rata pencarian dari masyarakat nagari Barulak membuat sangkar burung tapi sekarang sudah sedikit orang yang membuat kerajinan sangkar burung. Padahal dulunya Nagari Barulak Terkenal akan pengrajin sangkar burung. Hal ini dikarenakan jumlah peminat masyarakat terhadap burung juga mengalami penurunan dan hal ini juga membuat para pencari burung di hutan juga banyak berhenti, tentu hal ini sangat berdampak terhadap penurunan pengrajin sangkar burung di Nagari Barulak.

Potensi sangkar burung di Nagari Barulak Kec Tanjung Baru Kab Tanah Datar tidak boleh disia-siakan. Dengan pengelolaan yang baik dan dukungan dari semua pihak diharapkan potensi ini dapat meningkatkan taraf hidup masyarakatnya dalam aspek sosial ekonomi. Selain potensi sumber daya yang ada, lingkungan di Nagari Barulak juga memiliki potensi yang bagus untuk dijadikan pengembangan UMKM Sangkar Burung ini, yaitu tempat wisata puncak batu. Tempat wisata puncak batu ini berada di antara perbatasan jorong koto nan tuo, jorong kapuak koto panjang, jorong aua dan jorong dalam nagari. Jadi kalau pusat wisata ada di puncak batu maka hal ini akan sangat bagus dan akan sangat menguntungkan bagi jorong-jorong yang berada di sekitarnya, dengan potensi keindahan yang dimiliki sehingga ini akan mampu menarik perhatian konsumen dengan berkunjung ke nagari barulak sebagai tempat wisata yang asri dan pemandangan yang bagus. Maka perlu adanya tindak lanjut berupa pengembangan strategi bisnis terkait sangkar burung ini. Karena untuk meningkatkan potensi sangkar burung di Nagari Barulak Strategi sangat diperlukan untuk menghadapi persaingan yang ada dalam lingkungan usaha dan untuk mempertahankan pangsa pasarnya, oleh sebab itu perencanaan strategi sangat diperlukan untuk mempertahankan dan mengembangkan suatu usaha. (Yosef, 2020: 2)

Berdasarkan hasil observasi awal penulis di Nagari Barulak bahwasanya penulis melakukan wawancara dengan Wali Nagari Barulakyang mengatakan bahwa para pengrajin sangkar burung di Nagari Barulak saat ini sudah mengalami penurunan yang sangat drastis dimana dahulunya setiap masyarakat di Nagari Barulak mayoritas menjadi pengrajin sangkar burung.Beliau mengatakan, hal tersebut semenjak tahun 2015 awal tingkat produksi sangkar burung di nagari barulak mengalami penurunan, ada berbagai faktor yang menyebabkan penurunan tersebut diantaranya harga yang terlalu rendah di tawarkan oleh para pengepul, kemudian bahan baku yang semakin mahal dan banyak faktor lain yang menyebabkan banyaknya masyarakat yang berhenti menjadi pengrajin sangkar burung.

Berdasarkan data yang penulis peroleh dari dokumen wali Nagari Barulak terdapat sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Data Pengrajin Sangkar Burung di Nagari Barulak

No	Nama Jorong	Jumlah Pengrajin (Orang)			Rata-Rata % Penurunan
		2018	2019	2020	
1	Aua	20	10	5	50%
2	Koto Nan Tuo	18	7	4	52%
3	Kp Koto Panjang	50	35	25	29%
4	Lompatan Datar	120	85	70	23%
5	Dalam Nagari	15	10	5	42%

Sumber : Hasil Pengolahan data oleh Tim Pendataan Nagari Barulak Tahun 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah pengrajin Sangkar Burung di Nagari Barulak selalu mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Jorong yang rata-rata persentase penurunan pengrajin sangkar Burung di Nagari Barulak Adalah Jorong Koto Nan Tuo dengan rata-rata persentase penurunanya 52%, sedangkan Jorong yang masih produktif atau rata-rata persentase penurunanya tidak terlalu tinggi yaitu Jorong Lompatan datar dengan persentase penurunan hanya 23%. Seharusnya jumlah pengrajin Sangkar Burung di Nagari Barulak mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, karena semakin berkembangnya teknologi dan komunikasi. Selain itu minat orang terhadap seni juga sudah meningkat. Tapi kenyataanya jumlah pengrajin Sangkar Burung di Nagari Barulak malah mengalami penurunan, padahal Nagari Barulak adalah salah satu Nagari di Kec Tanjung Baru yang mayoritas penduduknya membuat kerajinan Sangkar Burung.

Kerajinan sangkar burung ini sangat bagus apabila dikembangkan, apabila UMKM ini dikembangkan maka akan memberikan efek yang positif terhadap peningkatan ekonomi Masyarakat dan mengurangi tingkat pengangguran disamping itu jika dilihat dari faktor sumber daya alam atau bahan baku untuk Produksi Sangkar Burung sangat banyak terdapat di Nagari Barulak dan sekitar, untuk keahlian dalam memproduksi sangat banyak SDM yang bisa dibina dan dikembangkan. Selain itu sangat diperlukan Strategi dalam menjalankan dan mengembangkan UMKM sangkar burung serta merumuskan Strategi yang tepat dalam mengembangkan UMKM Sangkar Burung di Nagari Barulak dengan tujuan adalah dapat menjadi usaha yang diandalkan oleh Masyarakat untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Nagari Barulak.

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan yang akan disampaikan dari penelitian ini adalah untuk Menganalisis bagaimana strategi pengembangan UMKM pengrajin Sangkar Burung Di Nagari Barulak kec.Tajung Baru.

TINJAUAN LITERATUR

1. Strategi

Menurut *bussines dictionary*, pengertian strategi adalah metode atau rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang diinginkan, seperti pencapaian tujuan atau solusi untuk masalah pengertian strategi adalah seni dan ilmu perencanaan dan memanfaatkan sumber daya untuk penggunaan yang paling efisien dan efektif. Menurut Glueck dan Jauch dalam Yasmine Amalia, strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Strategi dapat didefinisikan paling sedikit dari dua perspektif yang berbeda. Dari perspektif mengenai apa yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi, dan juga dari perspektif mengenai apa yang pada akhirnya dilakukan oleh sebuah organisasi, apakah tindakannya sejak semula memang sudah demikian direncanakan atau tidak. Dari perspektif yang pertama, strategi adalah "program yang luas untuk mendefinisikan dan mencapai tujuan organisasi dan melaksanakan misinya.

Robert H. Hayes dan Steven C. Wheelwright telah mengidentifikasi lima cirri utama strategi yang membedakannya dari jenis perencanaan umum:

Wawasan waktu (*time horizon*). Pada umumnya, kata strategi dipergunakan untuk menggambarkan kegiatan yang meliputi cakrawala waktu yang jauh di depan, yaitu waktu yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan tersebut dan juga waktu yang diperlukan mengamati dampaknya.

a. Dampak (*impact*). Walaupun hasil akhir dengan mengikuti suatu strategi tertentu tidak langsung terlihat untuk jangka waktu yang lama, dampak akhirnya akan sangat berarti.
b. Pemusatan upaya (*concentration of effort*). Sebuah strategi yang efektif biasanya mengharuskan pemusatan kegiatan, upaya, atau perhatian terhadap rentang sasaran yang sempit. Dengan memfokuskan perhatian pada kegiatan yang dipilih ini. Secara implisit kita mengurangi sumber daya yang tersedia untuk kegiatan lainya.
c. Pola keputusan (*pattern of decisions*). Walaupun sebagian perusahaan hanya perlu mengambil sejumlah kecil keputusan utama untuk menerapkan strategi pilihanya, kebanyakan strategi mensyaratkan bahwa sederetan keputusan tertentu harus diambil sepanjang waktu. Keputusan-keputusan tersebut harus saling menunjang, artinya mereka mengikuti suatu pada yang konsisten.
d. Peresapan (*pervasiveness*). Sebuah strategi mencakup suatu spectrum kegiatan yang luas mulai dari proses alokasi sumber daya sampai dengan kegiatan operasi harian. Selain itu, adanya konsistensi sepanjang waktu dalam kegiatan-kegiatan ini mengharuskan semua tingkatan perusahaan bertindak secara naluri dengan cara-cara yang akan memperkuat strategi.

Kelima ciri ini jelas menunjukkan bahwa strategi perusahaan merupakan inti tempat semua kegiatan utama lainya berputar. Strategi bersifat jangka panjang dan luas cakupanya. (Abdurrahman, 2013: 5)

Menurut Fred R.David, strategi dapat dikelompokkan atas empat kelompok strategi, yaitu:

a. Strategi Integrasi
   Strategi ini menghendaki agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan para pesaingnya, misalnya melalui merger, akuisis atau membuat perusahaan sendiri.
b. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)
   Strategi ini memelurkan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.
c. Strategi Diversifikasi (*Diservication Strategy*)
   Strategi ini dimasukkan untuk produk-produk baru. Strategi ini makin kurang popular, paling tidak ditinjau dari sisi tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.
d. Strategi Bertahan (*Defensife Strategy*)
   Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar dari kerugian yang lebih besar, yang pada ujung-ujungnya adalah kebangrutan.

Perumusan strategi sangat diperlukan setelah mengetahui suatu ancaman yang dihadapi perusahaan, peluang atau kesempatan yang dimiliki serta kekuatan dan kelemahan yang ada di perusahaan. Perumusan strategi meliputi menentukan misi perusahaan, menentukan tujuan-tujuan yang dicapai, pengembangan strategi, dan penetapan pedoman kebijakan.

a. Misi
   Misi organiasi adalah tujuan atau alasan berdirinya suatu organiasi, pernyataan misi organisasi yang disusun dengan baik, pernyataan misi organisasi yang disusun dengan baik, mengidentifikasikan tujuan dan yang membedakan antara suatu perusahaan dengan perusahaan yang lain, dan mengidentifikasi jangkauan operasi perusahaan dalam produk yang di tawarkan dan pasar yang dilayani.
b. Tujuan
   Tujuan merupakan hasil akhir aktivitas perencanaan. Tujuan merumuskan hal-hal yang akan diselesaikan, dan sebaiknya diukur jika memungkinkan. Pencapaian tujuan perusahaan merupakan hasil dari penyelesaian misi.
c. Strategi

Stategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan komprehenship tentang cara perusahaan akan mencapai misi dan tujuanya. Strategi memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan kemampuan.

d. Kebijakan

Kebijakan menyediakan pedoman luas untuk pengambilan keputusan organisasi secara keseluruhan. Kebijakan juga merupakan pedoman luas yang menghubungkan perumusan strategi dan implementasi. Kebijakan-kebijakan tersebut diinterprestasi dan diimplementasi melalui strategi dan tujuan devisi masing-masing. (Khusniatul, 2019: 30-31)

2. Pengenbangan usaha

Sebagaimana Pasal 19 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, pengembangan dalam bidang sumber daya manusia sebagaimana dimaksud dalam pasal 16 ayat (1) huruf c dilakukan dengan cara:

a. Memasyaraktkan dan memberdayakan kewirausahaan;
b. Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial;
c. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreatifitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.

Dari ketiga aspek tersebut berarti Sumber Daya Manusia merupakan subyek yang terpenting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah agar dapat menciptakan wirausaha yang mandiri dari masyarakat. Oleh karena itu masyarakat perlu diberdayakan untuk meningkatkan kualitas SDM sehingga dapat mempengaruhi kualitas produksi yang dihasilkan dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat untuk kesejahteraan masyarakat. (Feni, 2017: 3)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan adalah proses, cara, pembuatan mengembangkan. Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih ditekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan adalah segala sesuatu yang dilaksanakan untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang akan datang memberikan informasi, pengarahan, pengaturan, dan pedoman dalam mengembangkan usaha. (Fitria, 2018 :16-17)

Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha, seorang wirausaha pada umumnya melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:

a. Memiliki ide usaha awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha, ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber, ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya sense of bisiness yang kuat dari seorang wirausaha.
b. Penyaringan ide/konsep usaha pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.
c. Pengembangan rencana usaha (Business Plan) wirausaha adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perencaan usaha yang akan dikembangkan seorang wirausaha adalah perhitungan prsoyeksi rugi-laba dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi rugi-laba merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam

menyusun rencana usaha, para wirausahawan memiliki perbedaan yang dalam membuat rincian rencana usaha.

Implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. (Fitria, 2018 :20)

Dalam mengidentifikasi suatu pengembangan usaha, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat sehingga mampu menentukan strategi yang sangat cepat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan. identifikasi dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT, analisis SWOT adalah identifikasi sebagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Keputusan strategis perusahaan perlu dipertimbangkan faktor internal dan eksternalnya. Oleh karena itu perlu adanya pertimbangan-pertimbangan penting untuk menganalisis strategi pengembangan yang bagus melalui pendekatan analisis SWOT. (Hidayati, 2018: 39)

3. Strategi pengembangan usaha

Adapun jenis-jenis dari strategi pengembangan yang dapat dilakukan oleh seseorang untuk usahanya, yaitu:

a. Strategi Produk

Strategi produk merupakan upaya peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi jasa yang ada saat ini. Strategi produk tidak hanya berkaitan dengan produk yang dipasarkan, akan tetapi berhubungan pula dengan hal-hal atau atribut lain yang melekat pada produk tersebut misalnya, merek, label dan sebagainya. Produk berwujud biasa disebut sebagai barang sedangkan yang tidak berwujud biasanya disebut sebagai jasa.

Berdasarkan pengertian produk tersebut, terdapat tiga aspek dari produk yang perlu diperhatikan dalam memahami strategi produk, antara lain:

a) Produk inti
Produk ini merupakan manfaat inti yang ditampilkan oleh suatu produk kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Misalnya, *ballpoint* memiliki produk inti yang berupa kemampuanya untuk digunakan sebagai alat tulis.

b) Produk yang diperluas
Produk yang diperluas mencakup berbagai tambahan manfaat yang dapat dinikmati oleh konsumen dari produk inti yang dibelinya. Tambahan manfaat itu dapat berupa pemasangan instalansi, pemeliharaan, pemberian garansi serta pengirimanya.

c) Produk formal
Produk formal adalah produk yang merupakan penampilan atau perwujudan dari produk inti maupun produk perluasan produknya. Dalam hal ini ada lima komponen yang terdapat pada produk formal, yaitu desain atau bentuk atau coraknya, daya tahan atau mutunya, daya tarik atau keistimewaan, pengemasan atau bungkus, nama merek atau *brand name*. (Ugin, 2020: 25)

faktor-faktor yang menghambat perusahaan melakukan pengembangan produk, menurut Philip Kotler yaitu:

a) Kekurangan gagasan mengenai produk baru yang penting dibidang tertentu.
b) Pasar yang terbagi-bagi, persaingan yang ketat menyebabkan pasar menjadi terbagi-bagi.
c) Kendala sosial dan pemerintah.
d) Mahalnya proses pengembangan produk baru.
e) Kekurangan modal.
f) Waktu pengembangan yang lebih singkat.

g) Siklus hidup produk yang lebih singkat. (Ugin, 2020: 29)

b. Stategi Promosi

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan memperhatikan konsumenya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Ada beberapa langkah pengembangan promosi, taitu:

a) Memilih pemirsa.
b) Menentukan tujuan.
c) Mengembangkan pesan yang cocok.
d) Memilih media promosi campuran.
e) Menentukan anggaran.

Beberapa media yang digunakan untuk mempromosikan suatu produk, yaitu:

a) Iklan atau *Advertensi*.
   Merupakan alat utama bagi pengusaha untuk mempengaruhi, dapat dilakukan oleh pengusaha lewat surat kabar, radio, atau dalam bentuk poster-poster yang dipasang di pinggir jalan atau tempat strategis.
b) Promosi Penjualan
   Merupakan kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang dipasarkannya sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu maka produk akan menarik perhatian konsumen.
c) Publikasi
   Merupakan cara yang biasa digunakan juga oleh pengusaha untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen agar mereka menjadi tahu dan menyenangi produk yang dipasarkanya.
d) *Personalselling*
   Merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumenya. (Ugin, 2020: 31-32)

c. Strategi Penjualan
   Penjualan merupakan kegiatan perusahaan untuk menjajakkan produk yang dipasarkanya. Penjualan memiliki beberapa sifat, yaitu:
   a) Komunikasi, mampu menarik informasi dan sikap konsumen terhadap perusahaan.
   b) Intensif, yang diberikan dapat berupa potongan harga, premi dan sebagainya, sehingga dapat menimbulkan motivasi yang kuat serta kesan yang positif bagi konsumen.
   c) Mengundang, mampu mengundang konsumen dengan segera karena daya tariknya yang tinggi, tetapi efeknya tidak dapat dalam jangka panjang.
   d) Strategi Distribusi
      Distribusi adalah kegiatan penyaluran hasil produksi berupa barang atau jasa dari produsen ke konsumen guna memenuhi kebutuhan. Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan produsen untuk menyalurkan produknya sampai konsumenatau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ketangan konsumen. (Ugin, 2020: 33)

Pegembangan usaha sangat diperlukan oleh para pebisnis dan pelaku usaha, tujuanya adalah supaya usaha yang dilakukan dapat lebih maju dan berkembang lagi, agar usaha tidak mudah goyah dan maju, dari beberapa strategi diatas dapat dilihat bahwasanya usaha akan berjalan dengan lancar apabila strategi yang dirumuskan dijalankan oleh SDM yang bagus dan berkualitas juga Manajemen sumber daya manusia dalam sebuah bisnis didefinisikan sebagai manajemen pencaican, pemilihan, pendayagunaan, pengembangan, dan pemeliharaan sumber daya organisasi yang terpenting yaitu manusia. Manajemen sumber daya manusia dapat juga disebut sebagai kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian atas penggadaan konsep dan tantangan

manajemen sumber daya manusia tenaga kerja, pengembangan, konpensasi, integrasi, pemeliharaan dan pemutusan hubungan kerja dengan sumber daya manusia untuk mencapai sasaran perorangan, organiasasi dan masyarakat. (Ningsih, 2019: 27)

Manajemen sumber daya manusia adalah suatu penanganan berbagai masalah pada ruang lingkup karyawan, pegawai, buruh manajer, dan tenaga kerja, untuk dapat menunjang aktivitas organiasasi atau perusahaan demi mencapai tujuan yang telah ditentukan. Sumber daya manusia merupakan keseluruhan penentuan dan pelaksanaan beberapa aktivitas, policy, dan program yang bertujuan untuk mendapatkan tenaga kerja, pengembangan dan pemeliharaan dalam usaha meningkatkan dukunganya terhadap peningkatan efektivitas organisasi dengan cara yang secara etis dan sosial dapat dipertanggung jawabkan. Aktivitas berarti melakukan berbagai kegiatan, misalnya melakukan perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, pengarahan, analisis jabatan, rekruitmen, seleksi, orientasi, memotivasi, dan lain-lain. (Ningsih, 2019: 29)

Terdapat beberapa macam fungsi utama manajemen sumber daya manusia, diantaranya sebagai berikut:

a. Perencanaan untuk kebutuhan SDM
   Merencanakan dan meramalkan permintaan tenaga kerja organisasi baik dalam jangka waktu pendek ataupun panjang.
b. Staffing sesuai dengan kebutuhan organisasi
   Setelah kebutuhan SDM ditentukan, langkah selanjutnya adalah mengisi formasi yang tersedia, dalam tahapan pengisian staf atau tenaga kerja.
c. Penilaian kinerja
   Kegiatan ini dilakukan setelah calon atau pelamar diperkerjakan dalam kegiatan organiasi. Organiasasi menentukan bagaimana sebaiknya pekerjaan yang dicapainya.
d. Perbaikan kualitas pekerja dan lingkungan kerja
   Saat ini pusat pemerhatian MSDM mengarah pada tiga kegiatan strategis, yaitu: menentukan, merancang dan mengimplementasikan program pelatihan dan pengembangan SDM guna meningkatkan kemampuan dan kinerja karyawan serta memperbaiki kualitas lingkungan kerja. (Ningsih, 2019: 31-33)

4. Usaha mikro kecil menengah (UMKM)

Pada Bab 1 pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha mikro, Kecil, Menengah adalah:

a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil se-bagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baiklangsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana di atur dalam Undang-Undang ini.

Berdasarkan definisi di atas maka pada intinya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah. (Feni, 2017: 2-3)

Perkembangan UMKM cukup bagus dari tahun ke tahun. Hampir dari setiap pemerintahan menekankan pada pemberdayaan UMKM. Pemerintah secara serius memberikan perhatian lebih pada sektor usaha ini. Alasanya, usaha kecil ini menjadi

tulang punggung penyediaan tenaga kerja, karena perusahaan besar lebih menekankan penggunaan teknologi dari pada tenaga kerja manusia. UMKM mampu menjadi stabilisator dan dinamisator perekonomian Indonesia. Sebagai negara berkembang, Indonesia sangat penting memperhatikan UMKM, disebabkan UMKM mempunyai kinerja lebih baik dalam tenaga kerja yang produktif, meningkatkan produktivitas tinggi, dan mampu hidup di sela-sela usaha besar.

UMKM mampu menompang usaha besar, seperti menyediakan bahan mentah, suku cadang, dan bahan pendukung lainya. UMKM juga mampu menjadi ujung tombak bagi usaha besar dalam menyalurkan dan menjual produk dari usaha besar ke konsumen. Kedudukan UMKM ini semakin mantap. Selain mampu menyerap tenaga kerja cukup banyak, UMKM ini bersifat lincahsehingga mampu bertahan di dalam kondisi yang tidak menguntungkan, seperti terjadinya krisis global seperti saat ini. Umumnya, UMKM memiliki strategi dengan membuat produk unik dan khusus sehingga tidak bersaing dengan produk dari usaha besar. (Fitria, 2018: 21-22)

Husband and Purnendu dalam Tambunan (2005) menjelaskan tentang krusialnya pengembangan UKM karena mempunyai peranan utama dalam pertumbuhan ekonomi sebuah negara, selain itu ia menyatakan permasalahan yang sering dialami UKM berupa: a) Kurangnya modal, b) Pemasaran Sulit, c) Struktur organisasinya sederhana serta pembagian kerjanya tidak baku, d) Kualitas manajemenya rendah, e) SDM terbatas dan kualitasnya rendah, f) Kebanyakan tidak mempunyai laporan keuangan, g) Aspek legalitas lemah serta j) Lemahnya kualitas teknologi. Oleh karena itu, Hafsah (2004) menjelaskan bahwa upaya yang dapat dilakukan untuk menghadapi permasalahan dalam pengembangan UKM yaitu: 1) Menciptakan iklim usaha yang kondusif, 2) Bantuan permodalan, 3) Perlindungan usaha, 4) Pengembangan kemitraan, 5) Pelatihan, 6) Membentuk lembaga khusus, 7) Memantapkan asosiasi, 8) Mengembangkan promosi dan, 9) mengembangkan kerja sama yang setara. (Vernia, dkk: 2016: 106)

5. Analisi SWOT

Rangkuty menjelaskan analisis SWOT sebagai berikut. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara otomatis untuk merumuskan strategi perusahaan atau Usaha Kecil dan menengah (UKM). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling popular untuk menganalisis situasi semacam ini adalah analisis SWOT. Kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor ini harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. (Ugin, 2020: 40)

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (*strengths*) dan kelemahan-kelemahan (*weakneses*) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (*opportunities*) serta ancaman-ancaman (*threats*) dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi.

Strengths (kekuatan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang berjalan dengan baik atau sumber daya yang dapat dikendalikan. *Weakneses* (kelemahan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi.

Opportunities (peluang atau kesempatan) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang positif. *Threats* (ancaman) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang negatif. (Istiqomah dan Irsad, 2017: 370-371)

Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar, yang berguna untuk melihat suatu topik atau permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil analisis adalah arahan / rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, dengan mengurangi kekurangan dan menghindari

ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisis SWOT akan membantu untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat.

Berdasarkan ukuran di atas, ada hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan analisis SWOT, yaitu :

a. Analisis SWOT bisa sangat subjektif, oleh karena itu dua orang menganalisis sebuah perusahaan yang sama, tetapi menghasilkan SWOT yang berbeda.
b. Pembuat analisis harus realistis dalam menjabarkan kekuatan dan kelemahan internal. Kelemahan yang disembunyikan atau kekuatan yang tidak dijabarkan akan membuat arahan strategi menjadi tidak bisa digunakan.
c. Analisis harus didasarkan atas kondisi yang sedang terjadi, bukan situasi yang seharusnya terjadi.
d. Hindari "*grey areas*". Hindari kerumitan yang tidak perlu dan analisis yang berlebihan. (Istiqomah dan Irsad, 2017: 372)

6. Matrik SWOT

Matrik SWOT merupakan alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Matriks SWOT dapat digunakan untuk menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan, dan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, ancaman) merupakan alat yang penting untuk membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO (*streigyhs-opportunities*), dan WT (*weaknesess-threads*). Metode ini mengarah pada *brainstorming* untuk menciptakan strategi-strategi alternative yang mungkin tidak terfikirkan oleh manajemen. Hal ini mendorong manajemen untuk menciptakan strategi-strategi pertumbuhan maupun pengurangan. (Amalia, 2012: 18)

Terdapat delapan langkah dalam membentuk sebuah matriks SWOT:

a. Buat daftar peluang-peluang eksternal utama perusahaan.
b. Buat daftar ancaman-ancaman eksternal utama perusahaan.
c. Buat daftar kekuatan-kekuatan internal utama perusahaan.
d. Buat daftar kelemahan-kelemahan internal utama perusahaan.
e. Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasilnya pada sel Strategi SO.
f. Cocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasilnya pada sel Strategi WO.
g. Cocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasilnya pada sel Strategi ST.
h. Cocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasilnya pada sel Strategi WT. (Syaifullah, 2019: 17)

PENELITIAN TERDAHULU.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian & Judul	Metode & Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1	Saifuddin (2013). Analisis pengembangan usaha kecil home industri sangkar	Metode Penelitian: Menggunakan metode analisis SWOT	Berdasarkan analisis SWOT, strategi yang dapat dirumuskan adalah a) memproduksi sangkar ayam lebih	Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang sama-sama membahas tentang strategi dalam pengembangan Usaha Sangkar dengan menggunakan

	ayam dalam rangka pengatasan kemiskinan di Desa Kebomlati Kabupaten Tuban.		banyak dan khusus untuk dipasarkan di daerah yang belum pernah di masuki produk sangkar ayam dari dusun Mlaten desa Kebomlati kabupaten Tuban. b) memaksimalkan jumlah produksi sangkar ayam saat musim kemarau. c) memperhalus rautan bambu pada sangkar ayam sehingga hasil prosuksi lebih menarik. d) memaksimalkan pemasaran pada daerah yang belum pernah di masuki produk sangkar ayam. e)mempertahankan kepercayaan pelanggan toko melalui mempertahakan karakterisitik dan kualitas produk.	metode analisis SWOT. Namun perbedaanya penelitian terdahulu membahas tentang strategi pengembangan usaha kecil home industri sangkar ayam dalam pengatasan kemiskinan Sedangkan penelitian yang penulis lakukan saat ini membahas tentang pengembangan UMKM Sangkar Burung di Nagari Barulak.
2	Hastuti (2011) Perkembangan Usaha Industri Kerajinan Gerabah, Faktor yang Mempengaruhi, dan strategi pemberdayaan pada masyarakat di desa Melikan Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten.	Model penelitian : • Model Analisis Interaktif	Usaha industri gerabah di desa Melikan mengalami perkembangan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan adalah seluruh modal, sumber daya manusia, teknologi, bahan baku, bencana alam. Organisasi pengrajin, kebijakan pemerintah, hasil rumusan strategi pemberdayaan masyarakat berupa perencanaan program yaitu : (1) Penguyuban pelestarian industry gerabah. (2) Pelatihan kewirausahaan keterampilan pembuatan	Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan penelitian yang sekarang penulis lakukan sama-sama membahas tentang bagaimana perkembangan dari usaha kecil menengah tersebut dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha tersebut dan dari faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha tersebut baru di tentukan strategi yang pas untuk membuat usaha tersebut lebih berkembang. Namun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini menggunakan metode model analisis interaktif dalam menganalisis strategi pengembangan usahanya. sedangkan penelitian yang penulis lakukan sekarang menggunakan metode analisis SWOT untuk merumuskan strategi yang pas dalam

			gerabah yang inovatif. (3) Pengembangan permodalam, dan (4) Pengadaan alat peringan diperlukan perhatian khusus untuk pembinaan dan pelaku IK agar bertahan.	pengembangan usaha dari UMKM ini.
3	Indrawati, Raharja, dan Soewarno (2011) Kajian Strategi Pengembangan Usaha Industri Kripik Singkong Perusahaan PT.Inti Sari Rasa Bekasi	Metode penelitian: Analisis SWOT	Identifikasi dan evaluasi faktor lingkungan internal meliputi mutu produk, disersivikasi produk, pengalaman berusaha, kapasitas produk cukup besar dan loyalitas karyawan; disamping kurangnya promosi, pencatatan keuangan masih sederhana, tenaga pemasaran belum optimal penetapan harga jual dan keterbatasan modal.	Penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang penulis lakukan sama-sama membahas tentang strategi pengembangan UMKM dengan menggunakan Metode Analisis SWOT. Namun perbedaanya adalah penelitian terdahulu membahas tentang strategi pengembangan usaha industri keripik singkong, sedangkan yang peneliti bahas sekarang tentang pengembangan UMKM Sangkar Burung.

METODOLOGI

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah *field research* (penelitian lapangan) dengan pendekatan kualitatif yakni melakukan pendalaman tentang masalah-masalah yang ditemukan dilapangan.

B. Instrumen Penelitian

Instrumen kunci dalam penelitian ini adalah penulis sendiri, di mana penulis melakukan pengumpulan data dan menganalisis data. Dalam melakukan penelitian tersebut, peneliti perlu dibantu dengan instrumen pendukung seperti daftar wawancara *field-notes, camera,* dan *recorder*.

C. Sumber Data

Sumber data yang penulis pakai dalam pembahasan karya tulis ini adalah:

1. Sumber Data Primer

   Sumber data primer adalah pengrajin sangkar burung di Nagari Barulak di ambil dengan teknik *cluster random sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan kelompok wilayah dari anggota populasi penelitian. Jadi pengambilan sampelnya yaitu dengan cara mengelompokkan Nagari Barulak Berdasarkan Jorongnya, jadi setiap jorong akan diambil sampel berdasarkan data yang ada dan data yang diambil harus mewakili setiap jorong yang ada di Nagari Barulak. Jadi sampel yang penulis ambil disini sebanyak 12 pengrajin sangkar burung di Nagari Barulak, sampel diambil hanya secara acak karena rata-rata jawaban dari semua narasumber sama.

Teknik ini dipilih karena peneliti ingin memberikan kesempatan yang sama bagi setiap kelas dalam keseluruhan populasi pengrajin sangkar burung di Nagari Barulak untuk menjadi sampel dan dipilih secara acak pada masing-masing jorong di Nagari Barulak. (Arikunto,2011:112)

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu, dokumen yang berkaitan dengan pengembangan UMKM sangkar burung di Nagari Barulak.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan para pengrajin sangkar burungyang ada di Nagari Barulakdan Wali Nagari Barulak dengan menggunakan teknik *random sampling*. Metode yang digunakan dalam wawancara adalah terstruktur, yaitu penulis merumuskan dahulu pertanyaan-pertanyaan yang akan diberikan selanjutnya melakukan wawancara kepada narasumber sesuai bidangnya masing-masing yang ada di Nagari barulak.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Langkah-langkah yang digunakan penulis dalam menganalisa data adalah teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman mencakup tiga kegiatan yaitu:

1. Reduksi Data

Data yang sudah didapat harus segera direduksi agar tidak terlalu bertumpuk serta agar memudahkan dalam menyimpannya.Reduksi merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menonjolkan hal-hal yang penting, menggolongkan atau mengarahkan, membuang data yang tidak dibutuhkan dan mengorganisasi data agar lebih sistematis sehingga dapat dibuat suatu kesimpulan yang lebih bermakna.Data yang telah direduksikan dapat memberikan suatu yang lebih tajam tentang hasil pengamatan.

Jadi dalam penelitian ini, dari 4 macam tipe-tipe strategi pengembangan usaha yaitu strategi integrasi vertikal, strategi intensif, strategi diversifikasi, dan strategi bertahan. Jadi disini penulis akan lebih menekankan membahas dan mengurai data dan informasi mengenai strategi intensif dan strategi bertahan. Karena 2 jenis strategi ini cocok diurai dan di bahas dalam penelitian penulis.

2. Penyajian data

Penyajian data merupakan proses pemberian kesimpulan informasi yang telah disusun, dimana memungkinkan untuk penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data merupakan gambaran secara keseluruhan dari sekelompok data yang diperoleh agar mudah dibaca secara menyeluruh. Dengan adanya penyajian data, maka peneliti dapat memahami apa yang akan peneliti lakukan dalam penelitian.

3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan adalah suatu proses terpenting dan terakhir yang dilakukan dalam suatu penelitian untuk mendapatkan sebuah kesimpulan yang dapat diuji kebenarannya berdasarkan penyajian data yang diperoleh dari informasi yang sudah dilakukan terhadap obyek penelitian yang diteliti atau konfigurasi yang utuh dari obyek penelitian dilapangan (Sugiono,2016:405).

Teknis SWOT menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan sehingga dapat merumuskan strategi yang sesuai. Menurut Freeddy Rangkuti (2009) " Analisis SWOT ini dibuat dengan membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan". (Robi Setiawan, 2015: 61-61)

HASIL PENELITIAN

Untuk merumuskan alternatif strategi yang diperlukan dalam mengembangkan usaha kerajinan sangkar burung di Nagari Barulak Kecamatan Tanjung Baru digunakan analisis Matriks SWOT. Matrik SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat dipadukan dengan kekuatan dan kelemahan internal sehingga dihasilkan rumusan strategi pengembangan usaha. Matriks ini menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi S-O, Strategi W-O, Strategi W-T, dan Strategi S-T. setelah mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam mengembangkan usaha kerajinan tangan sangkar burung di nagari Barulak Kecamatan Tanjung Baru, maka diperoleh beberapa alternatif strategi yang dapat dipertimbangkan, antara lain:

1. Strategi S-O
   Strategi S-O (Strength-Opportunity) atau strategi kekuatan-peluang adalah strategi menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi S-O yang dapat dirumuskan adalah :
   a. Mempertahankan kualitas, potensi SDM, dan meningkatkan jumlah produksi.
   b. Meningkatkan kualitas, kuantitas, jaringan distribusi, kemitraan dan peningkatan nilai ekonomis dari sangkar burung.
2. Strategi W-O
   Strategi W-O (Weakness-Opportunity) atau strategi kelemahan-peluang adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi W-O yang dapat dirumuskan adalah:
   a. Perbaikan sumber daya manusia dan penanaman modal swasta dengan dukungan dari pemerintah.
   b. Peningkatan pemasaran produksi sangkar burung melalui promosi dengan koordinasi antara instansi yang terkait di dalam pengembangan pasar produk sangkar burung.
   c. Menjadikan nagari Barulak sebagai Daerah Wisata dengan menjadikan Sangkar Burung sebagai kerajinan Khas Nagari Barulak.
3. Startegi S-T
   Strategi S-T (Strength-Threat) atau strategi kekuatan-ancaman adalah strategi untuk mengoptimalkan kekuatan internal yang dimiliki dalam menghindari ancaman. Alternatif strategi S-T yang dapat dirumuskan adalah:
   a. Meningkatkan dan mempertahankan kualitas dan kuantitas sangkar burung serta lebih berinofasi dalam menghasilkan sangkar burung.
   b. Membuat berbagai macam bentuk sangkar burung dan lebih kreatif lagi supaya bisa lebih memikat minat pembeli.
4. Strategi W-T
   Strategi W-T (Weakness-Threat) atau strategi kelemahan-ancaman adalah strategi meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Alternatif strategi W-T yang dapat dirumuskan adalah :
   a. Meningkatkan kualitas sumber daya pengusaha secara teknis, moral dan spiritual melalui kegiatan pembinaan untuk memaksimalkan prosuksi dan daya saing sangkar burung di Nagari Barulak.
   b. Menjalin kerja sama antara antar jorong dan lebih kompak lagi dalam menjalankan usaha sangkar burung ini, agar usaha ini bisa berkembang lagi dan dapat menambah kesempatan kerja untuk lainya

PENUTUP

A. SIMPULAN

Alternatif strategi yang dapat diterapkan atau direkomendasikan untuk pengembangan kerajinan sangkar burung di Nagari Barulak ini adalah menjadikan nagari Barulak sebagai daerah wisata, mendirikan koperasi terkait khusus pengelolaan tentang sangkar burung di Nagari Barulak dan dikelola oleh pihak pemerintahan, serta memberikan arahan dan bimbingan dari pihak pemerintahan terkait pengembangan kerajinan sangkar burung di nagari Barulak. Serta memberikan pemahaman pada masyarakat atas pentingnya

kontribusi mereka dalam proses pengembangan kerajinan sangkar burung di nagari Barulak dan meningkatkan pemahaman tentang teknologi untuk meningkatkan potensi SDM dari masyarakat nagari barulak. Terakhir mempertahankan dan meningkatkan kualitas kerajinan sangkar burung dengan lebih kreatif dan berinovasi lagi dalam berkarya.

B. **Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis ingin mengemukakan sedikit sedikit saran kepada wali Nagari Barulak dan Masyarakat Nagari Barulak terkait pengembangan UMKM Sangkar Burung di Nagari Barulak, sebagai berikut:

1. Sebaiknya menjadikan Nagari Barulak sebagai Daerah tempat wisata akan sangat berpeluang dalam mengembangkan kerajinan sangkar burung.
2. Sebaiknya pihak pemerintahan mendirikan koperasi khusus untuk pengelolaan kerajinan sangkar burung ini, tujuanya agar para pengusaha tidak pusing lagi perihal memasarkan produk yang sudah dihasilkanya.
3. Sebaiknya masyarakat Nagari Barulak harus lebih mau dan bersemangat dalam mengembangkan potensi-potensi yang mereka miliki dengan adanya bantuan dari pihak pemerintahan. Karena jika pemerintah saja yang bersemangat dalam mengembangkan potensi yang ada di Nagari Barulak ini tanpa adanya support dan bantuan dari masyarakatnya tentu hal ini tidak akan membuahkan hasil apapun, begitu juga sebaliknya.
4. Untuk para pengrajin Sangkar Burung yang masih bertahan untuk sampai saat ini, hendaklah selalu mempertahankan kualitas usaha kerajinan Sangkar Burung di Nagari Barulak.
5. Para pengrajin harus bisa lebih kreatif lagi dalam menghasilkan kerajinan sangkar burung, supaya produk atau kerajinan yang sudah dibuat tidak terlalu monoton dan juga tidak ketinggalan mode.
6. Pihak pemerintahan harus lebih memperhatikan sarana dan prasana Nagari Barulak jika ingin menjadikan Nagari Barulak sebagai Daerah tempat Wisata. Karena dengan kondisi jalan yang tidak bagus dan banyak lubang tentu itu tidak akan menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung ke Nagari Barulak.
7.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Abdurrahman, N.H. (2013). *Manajemen Islam dan Kewirausahaan*. Bandung: Pustaka Setia.

Amalia, Alif dkk. (2012). Analisis Strategi Pengembangan Usaha pada UMKM Batik. *Jurnal Administrasi bisnis* Vol. 1 No.1

Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi 2010*, Jakarta: Rineka Cipta.

Feni, D. A. dkk. (2017). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Internal (Studi Pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kec Blimbing), Kota Malang. *Volume, 1,No.6*,1286-1295.

Fitria,W. (2018). "Sterategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi kasus : Perkampungan Industri Karanganyar Pasawaran)". Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.

Hidayati, Ulfa. (2018). "Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu)". Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Istiqomah dan Irsad, Andriyanto. (2017). Analisis SWOT dalam Mengembangkan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. Vol. 5, No. 2.

Khusniatul, M.N. (2019). "Analisis SWOT terhadap Strategi Pengembangan Usaha pada Kurnia Sari Katering Semarang dan Ditinjau dari Segi Bisnis Islam". Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo

Ningsih. (2019). "Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan. (Studi Kasus PT Pelabuhan Indonesia Persero Medan)". Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

Putri, E.H. (2017). Efektivitas Pelaksanaan Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Samarinda (Studi pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Samarinda. *Volume,5, 5431-5445*.

Setiawan, Agus. (2010). "Analisis Efisiensi Usaha Kerajinan Sangkar Burung di Krajan, Monjosongo, Surakarta". Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

Setiawan, Robi. (2015). “Analisis SWOT Sebagai Landasan Merumuskan Strategi Pemasaran Usaha Jasa Sewa Mobil ‘AMAN-AMIN’ Ttansport Tours and Travel Ambarketawang Sleman Yogyakarta”. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Syaifulla, S. (2019). “Analisis Strategi Pengembangan pada UMKM Tabo Kopi Sipirok”. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padang Sidimpuan.

Sugiono. (2016). Memahami Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta.

Ugin. S. (2020). “Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Mikro Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Pengrajin Sepatu Kulit Sumali Novitha Di Kelurahan Koniten Kabupaten Ponorogo”. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Ponorogo.

Vernia. P. Dkk. (2016). Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk Meningkatkan Citra Kota Malang sabagai Destinasi Wisata Kuliner (Studi pada UKM Berbasis Kuliner Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume. 38. No.2.

Yosef, H. (2020). Pengembangan Strategi Bisnis MenggunakanAnalisis SWOT di Perkebunan Kopi Palasari. Kabupaten Bandung Universitas BSI Bandung. *Jurnal Bisnis*. Volume. 2. No. 1.