

SKRIPSI

**ANALISIS SWOT TERHADAP KERAJINAN KANOBA
(Studi Kasus Pada Krajinan Kanoba Tulang Bawang Barat)**

Oleh :

**CLAUDYA CHINDY YUWINARTI
NPM. 1702040011**



**Jurusan Ekonomi Syariah (ESY)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H/2021 M**

**ANALISIS SWOT TERHADAP KERAJINAN KANOBA
(Studi Kasus Pada Krajinan Kanoba Tulang Bawang Barat)**

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

CLAUDYA CHINDY YUWINARTI
NPM.1702040011

Pembimbing : Enny Puji Lestari, M.E.Sy.

Jurusan Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H/2021 M

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudara Claudya Chindy Yuwinarti**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di –
Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

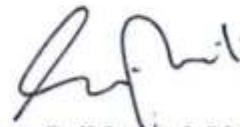
Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : Claudya Chindy Yuwinarti
NPM : 1702040011
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : ANALISIS SWOT TERHADAP KERAJINAN
KANOBA (Studi Kasus Pada Kerajinan Kanoba Tulang
Bawang Barat)

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.
Wassalamualaikum Wr. Wb.

Metro, 17 September 2021
Pembimbing



Enny Puji Lestari, M.E.,Sy
NIDN. 2013068102

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS SWOT TERHADAP KERAJINAN KANOBA
(Studi Kasus Pada Kerajinan Kanoba Tulang Bawang Barat)
Nama : Claudya Chindy Yuwinarti
NPM : 1702040011
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 17 September 2021
Pembimbing



Enny Puji Lestari, M.E.,Sy
NIDN. 2013068102



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Ringmulyo Kota Metro Lampung 34111

M E T R O Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No.: B-3110/14283/D/PP.010.9/10/2021

Skrripsi dengan Judul: ANALISIS SWOT TERHADAP KERAJINAN KANOBA (Studi Kasus pada Kerajinan Kanoba Tulang Bawang Barat), disusun oleh: CLAUDYA CHINDY YUWINARTI, NPM: 1702040011, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Jumat/17 September 2021.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Enny Puji Lestari, M.E.Sy

Penguji I : Hermanita, M.M

Penguji II : Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy

Sekretaris : Ani Nurul I mtihanah, S.H.I., M.S.I

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jalil M. Hum

NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

ANALISIS SWOT TERHADAP KERAJINAN KANOBA (Studi Kasus Pada Krajinan Kanoba Tulang Bawang Barat)

Analisis SWOT adalah Analisis yang ditujukan untuk mengukur besarnya kekuatan dan kelemahan perusahaan secara keseluruhan, serta kesempatan dan ancaman yang ada diluar industri. Industri kerajinan merupakan suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku berupa bahan dari alam menjadi barang jadi dengan memanfaatkan keterampilan tangan. Seperti halnya pada Kerajinan KANOBA, Kerajinan KANOBA merupakan sebuah tempat dimana dibuat berbagai kerajinan tangan yang berbahan baku seperti bambu, labu, dan rotan. Kerajinan ini berada di Desa Panaragan Jaya Kecamatan Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi analisis SWOT pada sebuah usaha kerajinan KANOBA. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, sifat penelitian ini deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi, dan metode *sampling* yang digunakan adalah *Purposive Sampling* yang diperuntukan bagi pemilik Kerajinan Kanoba dan 6 pengunjung.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, bahwa pengembangan usaha kerajinan KANOBA dalam implementasi analisis Swot dengan menggunakan strategi-strategi usaha baik dari faktor internal maupun eksternal belum optimal. Dan jika dilihat berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal bahwa kekuatan usaha Kerajinan KANOBA yaitu banyaknya bahan baku dan kerajinan yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dibandingkan yang di hasilkan tempat lainnya. Kemudian faktor kelemahan yaitu kurang maksimalnya promosi melalui media sosial sehingga dapat berpengaruh kepada perkembangan usaha pada kerajinan KANOBA dan terbatasnya bahan baku rotan, sedangkan peluang yang ada di Kerajinan KANOBA yaitu pada tempat yang cukup strategis, dan yang menjadi ancaman terkuat adalah pesaing-pesaing yang lebih modern.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Claudya Chindy Yuwinarti

NPM : 1702040011

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian – bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka .

Metro, 17 September 2021
Yang Menyatakan,



Claudya Chindy Yuwinarti
NPM 1702040011

MOTTO

وَاللَّهُ يَعْلَمُ مَا تُسْرُونَ وَمَا تَعْلَنُونَ ﴿١٩﴾ وَالَّذِينَ يَدْعُونَ مِن دُونِ اللَّهِ لَا
يَخْلُقُونَ شَيْئًا وَهُمْ يُخْلَقُونَ ﴿٢٠﴾

Artinya :

“Dan Allah menjadikan bumi untukmu sebagai hamparan. Supaya kamu menjalani jalan-jalan yang luas di bumi itu”. (QS. Nuh: 19-20)¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (PT Mizan Buana Kreatif : Bandung, 2012), 71

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak berkah dalam hidup peneliti. Peneliti persembahkan Skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada :

1. Kedua Orang Tua tercinta Ayahanda Teguh Winarno dan Ibunda Hayati dan Adik-adik tercinta Deby Inka Septiana dan M. Nizam Ahdandi Firdaus serta teman-teman seperjuangan saya yang tak pernah lelah senantiasa mendorong, memotivasi dan mendoakan untuk keberhasilan peneliti dalam menyelesaikan studi.
2. Ibu Enny Puji Lestari M.E.Sy. yang telah membimbing skripsi ini sampai dengan selesai serta yang telah memberikan dan menyampaikan ilmunya kepada peneliti.
3. Dekan dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti ucapkan kehadiran ALLAH SWT. Atas taufiq dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Analisis Swot Terhadap Kerajinan Kanoba (Studi Kasus Pada Krajinan Kanoba Tulang Bawang Barat) ”.

Penulisan Skripsi ini adalah salah satu bagian persyaratan dalam rangka memperoleh gelar sarjana S.E Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN METRO.

Penyelesaian Skripsi ini dengan berbagai upaya, peneliti telah menerima banyak bantuan, motivasi, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak, oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada Dr. Hj. Siti Nurjanah. M.Ag, P.I.A, selaku Rektor IAIN Metro, dan Enny Puji Lestari, M.E.Sy selaku pembimbing yang telah memberikan motivasi. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada Civitas Akademika IAIN Metro yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan, sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan. Terimakasih juga peneliti ucapkan kepada sahabat Ekonomi Islam yang telah berpartisipasi dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Kritik dan saran demi perbaikan Skripsi ini sangat diharapkan. Semoga hasil Skripsi yang dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Ekonomi Islam.

Metro, 16 September 2021

Peneliti



Claudya Chindy Yuwinarti
NPM. 1702040011

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN ABSTRAK.....	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN.....	vii
HALAMAN MOTTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Penelitian Relevan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Analisis SWOT.....	9
1. Pengertian Analisis SWOT.....	9
2. Fungsi, Manfaat, dan Tujuan Analisis SWOT.....	10
3. Faktor-faktor Analisis SWOT.....	13
B. Usaha Kecil Menengah (UKM).....	16
1. Pengertian Usaha Kecil Menengah (UKM).....	16
2. Dasar Hukum Usaha Kecil Menengah (UKM).....	18
3. Jenis-Jenis Usaha Kecil Menengah (UKM).....	19

4. Perkembangan UKM di Indonesia.....	20
C. Industri Kerajinan	21
1. Pengertian Industri.....	21
2. Pengertian Kerajinan	22
BAB III. METODELOGI PENELITIAN	
A. Jenis Dan Sifat Penelitian.....	23
B. Sumber Data.....	24
1. Sumber Data Primer	24
2. Sumber Data Sekunder.....	25
C. Metode Pengumpulan Data	26
1. Wawancara.....	26
2. Dokumentasi.....	27
D. Teknik Analisis Data.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Wilayah Penelitian Kerajinan Kanoba Desa Pancarajaya Kecamatan Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat	29
1. Gambaran Umum Desa Pancarajaya Kabupaten Tulang Bawang Barat	29
2. Sejarah Berdirinya Kerajinan Kanoba	32
B. Analisis SWOT Pada Usaha Kerajinan Kanoba di Tulang Bawang Barat Berdasarkan Lingkungan Internal dan Eksternal.....	34
1. Analisis SWOT Pada Kerajinan Kanoba.....	34
2. Analisis SWOT Berdasarkan Lingkungan Internal dan Eksternal.....	46
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Kecamatan Tulang Bawang Barat Tahun 2020	29
Tabel 4.2 Mata Pencarian Pokok Masyarakat Desa Panaragan Jaya	31
Tabel 4.3 Analisis SWOT Pada Kerajinan Kanoba di Desa Panaragan Jaya ..	35

DAFTAR LAMPIRAN

1. Alat Pengumpul Data
2. Surat Pra Survey
3. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi
4. Surat Bimbingan Konsultasi
5. Surat Izin Research
6. Surat Tugas Research
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
9. Surat Keterangan Ujian Komprehensif
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis semakin ketat maka semakin menuntut berbagai perusahaan untuk dapat bersaing dalam dunia bisnis dengan tujuan mencapai target yang telah direncanakan agar perusahaan terlihat lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Perencanaan bisnis yang baik merupakan alat yang penting untuk menjalankan bisnis yang efektif dan efisien. Selain perencanaan, dibutuhkan juga analisis terhadap bisnis yang di jalani untuk mendukung berhasilnya sebuah perencanaan tersebut dan analisis yang biasanya digunakan oleh perusahaan atau badan usaha ialah analisis SWOT.

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.¹ Setiap usaha di dirikan dengan harapan akan menghasilkan profit sehingga mampu untuk bertahan dan berkembang dalam jangka waktu yang sangat panjang. Sukses tidaknya suatu kegiatan usaha pada dasarnya tidak tergantung pada besar-kecilnya ukuran usaha, tetapi lebih di pengaruhi oleh bagaimana mengelolanya. Oleh karena itu,

¹ Istiqomah, Irsad Andiyanto, "Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus)", *Bisnis*, Vol.5, No.2, Desember 2017, 370

kelemahan yang sering dijumpai pada usaha kecil yang gagal adalah dalam keorganisasian, keuangan, administrasi, dan pemasaran.²

Analisis SWOT dilakukan dengan tujuan untuk mengenali tingkat kesiapan setiap fungsi dari keseluruhan setiap usaha yang di perlukan untuk mencapai sasaran yang telah di tetapkan. Tingkat kesiapan tersebut di tentukan oleh tingkat kesiapan masing-masing faktor yang terlibat dari setiap fungsi, maka analisis SWOT dilakukan terhadap keseluruhan faktor dalam setiap fungsi, baik faktor internal maupun eksternal. Agar dalam melakukan analisis bisnis, pelaku bisnis dapat mengidentifikasi masalah dan faktor-faktor yang mempengaruhi serta menemukan solusinya.³

Kondisi perekonomian negara yang mengalami krisis moneter yang berkepanjangan pada tahun 1998. Krisis ekonomi yang terjadi, memberi dampak besar terhadap banyak bidang kehidupan masyarakat Indonesia dan perkembangan industri pada khususnya. Dalam kondisi krisis tersebut ternyata Usaha Kecil Menengah (UKM) dapat bertahan dan berkembang. Usaha Kecil Menengah memiliki kemampuan dalam penyedia barang dan jasa bagi konsumen dan memberikan kontribusi besar dalam peningkatan devisa Negara.⁴

Usaha kecil menengah memiliki arti sebuah usaha yang di miliki satu orang saja, maka tanggung jawab dan aplikasinya di pikul oleh satu orang

² Fitria Wulandari, "Analisis Prediksi Kebangkrutan Menggunakan Metode Altman (Z-Score) Pada Perusahaan Farmasi", *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.2, No.1 Juni 2017,15.

³ Hendo, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2011, 46.

⁴ Budi Setiawan, "Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Bambu Wilayah Kampung Pajelaran Sukahati Kecamatan Cibilog Kabupaten Bogor," *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, Vol.1, No.2 Agustus 2010, 1.

tersebut. Usaha kecil menengah merupakan salah satu bentuk usaha yang dapat bertahan dalam krisis ekonomi yang pernah terjadi di Indonesia. Usaha kecil menengah juga telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia.⁵

Kelebihan dari usaha kecil menengah adalah operasinya yang menyebar ke seluruh pelosok dan berbagai ragam bidang usaha. Usaha kecil menengah memiliki kelebihan dalam pemasarannya yang sangat mudah. Pemasarannya di berbagai pelosok itu mencakup seluruh lapisan masyarakat, maka dari itu segmentasi pemasaran sangat mudah dilakukan. Usaha kecil juga memiliki kekurangan yaitu pada pendapatan yang cenderung tidak menentu.⁶

Peluang berkembangnya suatu usaha kecil menengah semakin terbuka lebar dengan semakin banyaknya masyarakat yang ingin berwirausaha. Hal ini tentu membuat persaingan di dalamnya akan semakin ketat, persaingan yang semakin ketat tersebut, akan berdampak pada kinerja usaha kecil menengah. Oleh sebab itu, perlu adanya sebuah manajemen dan strategi yang baik agar dapat bersaing guna mempertahankan usahanya.

Kabupaten Tulang Bawang Barat merupakan pecahan dari Kabupaten yang berdiri dan di resmikan pada tanggal 29 oktober 2008.⁷ Di kabupaten Tulang Bawang Barat ini terdapat salah satu usaha bisnis berupa kerajinan bambu yang saat ini masih menjadi trending sebagai cinderamata khas Tulang

⁵ Jaidan Zauhari, "Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce", *Jurnal Sistem Informasi*, Vol.2, No.1, April 2010, 160

⁶ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 47

⁷ Badan Pusat Statistik "Kabupaten Tulang Bawang Barat dalam angka 2020"

Bawang Barat yaitu kerajinan Kanoba. Kerajinan KANOBA terdapat di Desa Panaragan Jaya.

Desa Panaragan Jaya merupakan salah satu desa yang masuk dalam wilayah administrasi pemerintahan Kecamatan Tulang Bawang Tengah, Kabupaten Tulang Bawang Barat. Masyarakat Desa Panaragan Jaya sebagian besar berprofesi sebagai petani karena sebagian besar lahan di Desa Panaragan Jaya adalah persawahan dan perkebunan. Namun, ada juga sebagian masyarakat yang merangkap profesi menjadi wirausaha dan pedagang.⁸

Kerajinan KANOBA merupakan salah satu *home industri* kerajinan hiasan dari bambu dan labu yang ada di Desa Panaragan Jaya, Kabupaten Tulang Bawang Barat. Usaha ini di dirikan sendiri oleh Bapak Tri sejak tahun 2019 sampai sekarang. Dan Bapak Tri memiliki 2 karyawan. Bapak Tri sebelum memulai usaha beliau belajar langsung dengan pengrajin bambu yang ada di pulau Jawa. Bapak Triyanta dulunya hanya membuat kursi dari bambu namun dengan berjalannya waktu dan mendapat berbagai ilmu beliau memulai untuk membuat segala macam kerajinan kerajinan dari bambu. Menurut beliau nama KANOBA ini merupakan singkatan dari Kreasi Inovasi Bersama dimana nama ini berasal dari sebuah sanggar pelatihan yang diadakan oleh pemerintah Tulang Bawang Barat.⁹

Kerajinan KANOBA ini cukup menjadi ciri khas Tulang Bawang Barat untuk di jadikan cinder mata oleh-oleh karna selain bagus kerajinan ini juga

⁸ *Ibid*

⁹ Wawancara dengan Bapak Triyanta Pemilik Usaha Kerajinan Kanoba di Desa Panaragan Jaya, Kabupaten Tulang Bawang Barat, pada tanggal 2 Maret 2021.

unik untuk di jadikan hiasan ruangan. Apalagi lokasinya cukup strategis yaitu masih dalam wilayah kompleks Wisata Islamic Center Tulang Bawang Barat di mana wisatawannya cukup banyak dari lokal maupun inter lokal. Kerajinan KANOBA ini termasuk dalam usaha kecil karena entitas usahanya dimana omset tahunan belum mencapai Rp. 1000.000.000.¹⁰

Kerajinan KANOBA yang berlokasi di Desa Panaragan Jaya, Kecamatan Tulang Bawang Tengah, Kabupaten Tulang Bawang Barat. Dengan memanfaatkan bahan-bahan dari alam, maka dengan ini peneliti ingin mengetahui dengan begitu banyaknya bentuk hiasan-hiasan kerajinan yang ada dan apakah pemilik kerajinan KANOBA telah menerapkan analisis SWOT dalam usahanya sehingga sampai saat ini belum bisa berkembang padahal peluang yang ada cukup banyak.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitiannya adalah :

Bagaimana implementasi analisis SWOT (*Strengths, weaknesses, opportunities, thereats*) pada UKM kerajinan KANOBA?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana implementasi analisis SWOT (*Strength, Weaknes, Opportunity, Treats*) pada usaha kerajinan KANOBA.

¹⁰ *Ibid*

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian sebagai berikut :

a) Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian dan acuan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dibidang keilmuan tentang ekonomi yang berkaitan dengan analisis SWOT pada pengembangan UKM.

b) Secara Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan bahan bacaan yang bermanfaat dan suatu kontribusi yang positif bagi para pembaca dan menjadi tolak ukur apakah usaha bisnis yang di jalankan sudah menggunakan analisis SWOT.

C. Penelitian Relevan

Terkait dengan penelitian ini, sebelumnya telah ada beberapa penelitian yang mengangkat tema yang sama dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

1. Skripsi Hidayati Fauziyah Pasaribu, dengan judul : “PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN PADA PT. ARMA ANUGERAH ABADI MEDAN” penelitian tersebut lebih fokus pada penerapan strateginya karena perusahaan tersebut menggunakan *Growth Oriented Strategy*. Hal ini di karenakan, pada diagram cartesius analisis SWOT di tunjukkan dengan nilai total skor tertinggi maka dari itu

PT. Arma Anugerah Abadi memiliki banyak peluang dan kekuatan sehingga dapat merebut dan memanfaatkan peluang yang ada.¹¹

Persamaan penelitian relevan di atas dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu sama-sama membahas tentang bagaimana penerapan analisis SWOT pada sebuah usaha bisnis. Akan fokus teliti berbeda. Perbedaannya ialah penelitian relevan diatas difokuskan pada bagaimana penerapan analisis SWOT dalam strategi pemasaran pada sebuah perusahaan sedangkan penelitian ini di fokuskan pada bagaimana analisis SWOT terhadap sebuah usaha kecil menengah (UKM).

2. Skripsi karya Khusniatul Mazidun Nikmah, dengan judul : “ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA KURNIA SARI KATERING SEMARANG DAN DITINJAU DARI SEGI BISNIS ISLAM” penelitian tersebut lebih fokus pada analisis SWOT yang di gunakan yaitu dalam matrik IFAS dimana menunjukkan bahwa usaha Kurnia Katering berada di posisi internal yang kuat, oleh karena itu usaha ini memiliki kekuatan yang baik dari segi produk.¹²

Persamaan penelitian relevan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu sama-sama membahas tentang Analisis SWOT terhadap pengembangan sebuah usaha pada UKM. Akan fokus berbeda. Perbedaannya ialah pada penelitian relevan yaitu penelitiannya lebih berfokus strategi pengembangannya dan di tinjau dari segi bisnis islam,

¹¹ Hidayati Fauziah Pasaribu: “Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Pada PT. Arma Anugerah Abadi Medan”(UIN Sumatra Utara:2018)

¹² Khusniatul Mazidun Nikmah: “Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Pada Kurnia Sari Katering Semarang dan Ditinjau Dari Segi Bisnis Islam” (UIN Walisongo Semarang: 2019)

sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan lebih fokus pada analisis SWOT yang di gunakan demi berkembangnya sebuah usaha pengrajin bambu.

3. Skripsi karya Jaya Parlindungan Sihombing, dengan judul : “ANALISIS SWOT PADA INDUSTRI KERAJINAN BATIK GRIYA BATIK MAS PEKALONGAN” (Study Kasus Pada kerajinan batik griya batik mas pekalongan)” penelitian tersebut lebih fokus pada strategi yang di gunakan yaitu konsentrasi melalui integrasi horizontal atau menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit yang di sebabkan banyaknya pesaing dari berbagai daerah di Pekalongan.¹³

Persamaan penelitian relevan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu sama-sama meneliti tentang penggunaan analisis SWOT pada industri kerajinan. Perbedaannya, pada penelitian relevan ini peneliti lebih fokus pada kondisi SDM dan kondisi lingkungan internal dan eksternalnya sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu berfokus pada peluang, kekuatan, kelemahan dan ancaman terhadap bisnis usahapengrajinKanoba.

¹³ Jaya Parlindungan Sihombing, “*Analisis Swot Pada Industri Kerajinan Batik Griya Batik Mas Pekalongan*”(UNS:2015)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis informasi yang di peroleh, di cari, atau diterima berbagai sumber hasil dari pertanyaan-pertanyaan seperti apa yang sedang terjadi, kenapa terjadi, dimana terjadi dan kapan terjadi, yang semuanya berasal dari internal perusahaan dan eksternal berkaitan dengan usaha perusahaan. Analisis ini ditujukan untuk mengukur besarnya kekuatan dan kelemahan perusahaan secara keseluruhan, serta kesempatan dan ancaman yang ada diluar industri.¹

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.²

Perusahaan dapat melihat evaluasi keseluruhan melalui analisis SWOT terhadap kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Treath*). Tujuan fundamental analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasikan trend, kekuatan dan kondisi yang

¹ Etika Sabariah, *Manajemen Strategis, Cetakan 1* (Yogyakarta: Herry CK, 2016),41

²Istiqomah, Irsad Andiyanto, "Analisis Swot Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus)", *Bisnis*, Vol.5, No.2, Desember 2017, 370

memiliki dampak potensial pada formulasi dan implementasi strategi pemasaran perusahaan. Ini merupakan langkah paling penting atas dasar dua alasan. Pertama, setiap perubahan dalam lingkungan eksternal bisa menimbulkan dampak serius pada pasar-pasar sebuah perusahaan. Dengan mengantisipasi dan melakukan tindakan, perusahaan akan mampu mengambil manfaat dari perubahan-perubahan ini. Kedua, langkah ini memberikan peluang untuk menyusun aspek-aspek terpenting untuk dievaluasi.

Dari uraian di atas dapat dijelaskan bahwa pengertian analisis SWOT ialah analisis informasi yang diperoleh, dicari, atau diterima dari berbagai sumber hasil dari pertanyaan: apa yang sedang terjadi, kenapa terjadi, di mana terjadi dan kapan terjadi, yang semuanya berasal dari internal perusahaan dan eksternal berkaitan dengan usaha perusahaan. Analisis SWOT terdiri dari kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

2. Fungsi, Manfaat, dan Tujuan Analisis SWOT

Analisis SWOT memiliki fungsi, manfaat, dan tujuan sebagai berikut:

a) Fungsi Analisis SWOT

Secara umum analisis SWOT sudah dikenal oleh sebagian besar tim teknis penyusun rencana perusahaan. Sebagian dari pekerjaan perencanaan strategi terfokus kepada apakah perusahaan mempunyai

sumber daya dan kapabilitas yang memadai untuk menjalankan misi dan mewujudkan visinya. Pengenalan akan kekuatan yang dimiliki akan membantu perusahaan untuk menaruh perhatian dan melihat peluang-peluang baru, sedangkan penilaian yang jujur terhadap kelemahan-kelemahan yang ada akan memberikan bobot realisme pada rencana-rencana yang akan dibuat perusahaan.³

Jadi fungsi Analisis SWOT adalah menganalisis mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan, serta analisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi eksternal perusahaan.

b) Manfaat Analisis SWOT

Analisis SWOT bermanfaat apabila telah secara jelas ditentukan dalam bidang apa bisnis beroperasi dan arah mana perusahaan menuju ke masa depan serta ukuran apa saja yang di gunakan untuk meneliti keberhasilan manajemen perusahaan dalam menjalankan misinya dan mewujudkan misinya dari hasil analisis akan memetakan posisi perusahaan terhadap lingkungannya dan menyediakan pilihan strategi umum yang sesuai serta dijadikan dasar dalam menetapkan sasaran-sasaran perusahaan selama 3-5 tahun ke depan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan para *stake holder* atau analisis SWOT berguna untuk menganalisa faktor-faktor di dalam perusahaan yang memberikan

³*Ibid.*, 10

andil terhadap kualitas pelayanan atau salah satu komponennya sambil mempertimbangkan faktor-faktor eksternal.

c) Tujuan Analisis SWOT

Tujuan dari diterapkannya Analisis SWOT pada suatu perusahaan yaitu untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan Analisis SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa-masa yang akan datang.

Tujuan lain dari Analisis SWOT adalah dimana setiap produk yang beredar di pasaran pasti akan mengalami pasang surut dalam penjualan atau yang dikenal dengan istilah daur hidup produk.⁴

d) Hal-hal Yang Perlu DiPerhatikan Dalam Analisis SWOT

Dalam mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dalam tubuh perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat sehingga mampu menemukan strategi yang sangat cepat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan dan ada beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan antara lain:

a. Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang

⁴ Irfan Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, (Bandung:Alvabeta, Cetakan ke 3 2015), 254.

dapat diandalkan, memiliki keterampilan yang juga dapat diandalkan serta berbeda dengan produk lain yang mana dapat membuatnya lebih kuat dari para pesaingnya.

Menurut Pearce Robinson, kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor-faktor lain.⁵

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.⁶

c. Peluang (*opportunity*)

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan. Situasi penting yang menguntungkan dalam

⁵Pearce, Robinson, *Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian Jilid 1*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1997), 231

⁶*Ibid.*, 230

lingkungan perusahaan, kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang.

Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.⁷

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan, sedang peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersangkutan. Jika dapat dikatakan bahwa analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk

⁷*Ibid.*

memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

Analisis SWOT dapat digunakan untuk membantu analisis strategis dan acuan logis dalam pembahasan sistematis tentang situasi perusahaan dan alternatif-alternatif pokok yang mungkin dipertimbangkan perusahaan.

3. Faktor-faktor Analisis SWOT

Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu melihat faktor-faktor analisis SWOT yaitu, Faktor eksternal dan internal suatu perusahaan.

a. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *Opportunities* and *Threats* (O dan P). Dimana faktor ini bersangkutan dengan kondisi-kondisi yang terjadi diluar perusahaan yang mempengaruhi pembuatan keputusan perusahaan.

b. Faktor Internal

Faktor ini mempengaruhi terbentuknya *Strengths and Weaknesses* (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan perusahaan. Meliputi pemasaran, keuangan,

operasi sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan.⁸

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa kinerja perusahaan dapat di tentukan oleh kombinasi faktor internal dan faktor eksternal, untuk mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dalam perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat sehingga mampu menemukan strategi yang sangat cepat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan.

B. Usaha Kecil Menengah (UKM)

1. Pengertian Usaha Kecil Menengah (UKM)

Usaha kecil menengah memiliki arti sebuah usaha yang di miliki satu orang saja, maka tanggung jawab dan aplikasinya dipikul oleh satu orang tersebut. Usaha kecil menengah merupakan salah satu bentuk usaha yang dapat bertahan dalam krisis ekonomi yang pernah terjadi di Indonesia. Usaha kecil menengah juga telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia.⁹

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pengertian usaha kecil menengah (UKM) ialah usaha yang berdasarkan kuantitas tenaga kerjanya. Di mana dalam usaha ini hanya memiliki tenaga kerja 5 samapai 19

⁸ Irham Fahmi, *Manajemen Resiko Teori, Kasus dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 270.

⁹ Jaidan Zauhari, "Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce", *Jurnal Sistem Informasi*, Vol.2, No.1, April 2010, 160

orang, sedangkan usaha menengah memiliki entitas tenaga kerja 20 sampai 99 orang.¹⁰

Usaha kecil menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah. UKM ini juga sangat membantu negara dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan dari usaha kecil menengah ini banyak terciptanya unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga kerja baru yang cukup mendukung pendapatan rumah tangga.

Usaha Kecil Menengah (UKM) diIndonesia masih beragam, masing-masing memiliki kriteria sesuai dengan entitasnya. Usaha Kecil adalah entitas usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000. dengan omset tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000. Sedangkan Usaha Menengah merupakan entitas usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih besar antara Rp. 200.000.000. sampai dengan Rp. 10.000.000.000. tidak termasuk tanah dan bangunan, dan memiliki penjualan tahunan lebih dari 50.000.000.000.¹¹

Kelebihan dari usaha kecil menengah adalah operasinya yang menyebar ke seluruh pelosok dan berbagai ragam bidang usaha. Usaha kecil menengah memiliki kelebihan dalam pemasarannya yang sangat mudah. Pemasarannya di berbagai pelosok itu mencakup seluruh lapisan masyarakat, maka dari itu segmentasi pemasaran sangat mudah dilakukan.

¹⁰ Badan Pusat Statistik “*Usaha Kecil Menengah (UKM)*”

¹¹ Fadhilah Ramadhani, Yaenal Arifin, “*Optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi komunikasi berbasis E-Commerce sebagai media pemasaran usaha kecil, menengah guna meningkatkan daya saing dalam menghadapi masyarakat ekonomi Asean 2015*”, Jurnal Economies Development Analysis, Vol.2, No.2, 2013, h.136.

Usaha kecil juga memiliki kekurangan yaitu pada pendapatan yang cenderung tidak menentu.¹²

Dari uraian di atas, maka dapat di jelaskan bahwa pengertian UKM adalah suatu bentuk usaha di mana usaha tersebut di dirian sendiri atau milik perorangan yang telah memenuhi kriteria usaha dan telah di atur dalam undang-undang.

2. Dasar Hukum UKM

Berikut ini adalah Peraturan usaha kecil menengah (UKM) menurut undang-undang :

1. UU No. 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil
2. PP No. 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan
3. PP No. 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil
4. Inpres No. 10 Tahun 1999 tentang Pemberdayaan Usaha Menengah
5. Keppres No. 127 Tahun 2001 tentang bidang atau jenis usaha yang di cadangkan untuk usaha kecil dan jenis usaha yang terbuka untuk usaha menengah atau besar dengan syarat kemitraan
6. Keppres No. 56 Tahun 2002 tentang Restruksisasi Kredit Usaha Kecil dan Menengah
7. Permeneg BUMN Pe-05 Tahun 2007 tentang program kemitraan Badan Usaha Milik Negara

¹² Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 47

8. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.¹³

Dari uraian di atas, maka dapat di jelaskan bahwa undang –undang dan peraturan telah di ditetapkan menjadi 9 jenis, dan itu semua bertujuan untuk mengentaskan kemiskinan, menumbuhkan perekonomian masyarakat, terciptanya masyarakat yang berperilaku adil dan makmur, membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

3. Jenis-jenis Usaha Kecil Menengah (UKM)

a) Usaha Manufaktur

Usaha manufaktur ialah usaha yang mengubah input dasar menjadi produk yang bisa di jual kepada konsumen. Contohnya adalah konveksi yang menghasilkan pakaian jadi atau pengrajin bambu yang menghasilkan mebel, hiasan rumah, souvenir dan sebagainya.

b) Usaha Dagang

Usaha dagang ialah usaha yang menjual produk kepada konsumen. Contohnya pusat jajanan tradisional yang menjual segala macam makanan dan toko sembako.

c) Usaha Jasa

Usaha jasa merupakan usaha yang menghasilkan jasa, bukan menghasilkan produk atau barang untuk konsumen.

¹³ *Ibid*, 70

Dari uraian di atas, maka dapat di jelaskan bahwa jenis UKM itu terbagi menjadi 3 jenis yaitu usaha manufaktur (usaha dasar menjadi produk), usaha dagang (menjual produk pada konsumen), dan usaha jasa (usaha yang menggunakan jasa seseorang).¹⁴

4. Perkembangan UKM di Indonesia

Menurut perkembangan negara maju, usaha kecil dan menengah merupakan kegiatan terbesar jumlahnya dari pelaku ekonomi, merupakan mesin pembangunan, memberi penyelesaian perihal penyerapan tenaga kerja, oleh karena itu banyak upaya yang dilakukan untuk memberdayakan usaha kecil.

Sejak tahun 1993 Indonesia mempunyai departemen yang membina usaha kecil. Oleh departemen ini maka dilakukan upaya-upaya untuk memberdayakan usaha kecil, seperti dibentuknya UU No. 9 tahun 1995 tentang usaha kecil yang memberikan landasan hukum yang kuat untuk tumbuh kembangnya usaha kecil.¹⁵

Dari uraian di atas dapat di jelaskan bahwa UKM di Indonesia cukup berpengaruh terhadap perkembangan negara maupun wilayah seperti menjadi mesin pembangunan, pelaku ekonomi dan juga sebagai penyelesaian perihal penyerapan tenaga kerja.

¹⁴ Ferra Pujiyanti, *Perpajakan dan UKM*, (Surabaya: Lembar Pustaka Indonesia, 2015), 71

¹⁵ Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 tahun 1995, *Tentang Usaha Kecil*

C. Industri Kerajinan

1. Pengertian Industri

Industri adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, atau menjadi barang jadi dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Pengertian industri juga meliputi semua perusahaan yang mempunyai kegiatan tertentu dalam mengubah secara mekanik atau secara kimia bahan-bahan organisasi sehingga menjadi hasil baru.¹⁶

Industri juga merupakan usaha untuk memproduksi barang jadi dari bahan baku atau bahan mentah dengan melalui proses penggarapan dalam jumlah besar sehingga barang tersebut dapat diperoleh dengan harga satuan yang serendah mungkin tetapi dengan mutu setinggi mungkin.

Dari pengertian diatas, dapat di jelaskan bahwa industri mencakup segala kegiatan produksi yang memproses pembuatan bahan-bahan mentah menjadi bahan-bahan setengah jadi maupun barang jadi atau kegiatan yang bisa mengubah keadaan barang dari satu tingkat tertentu ke tingkat yang lain, kearah peningkatan nilai atau daya guna yang berguna untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Industri di Indonesia digolongkan dalam empat kriteria yaitu:

- a) Industri besar menggunakan tenaga kerja mencapai 100 orang atau lebih.

¹⁶ Meila Nasih Amlauni, Dkk, "Analisis Nilai Produksi Pada Industri Kerajinan Tangan di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember", Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akutansi, Vol. 5, No. 1, 2018, 58

- b) Industri sedang menggunakan tenaga kerja mencapai 20-99 orang.
- c) Industri kecil menggunakan tenaga kerja 5-19 orang.
- d) Industri rumah tangga menggunakan tenaga kerja 1-4 orang.¹⁷

2. Pengertian Kerajinan

Kerajinan adalah suatu barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan (seperti hiasan, tikar, anyaman, dan sebagainya) dan barang-barang sederhana biasanya mengandung unsur seni. Sementara itu, kerajinan tangan adalah sebuah kegiatan membuat barang-barang sederhana dengan menggunakan tangan. Dari kerajinan ini menghasilkan hiasan atau benda seni maupun barang pakai.¹⁸

Arti lain dari kerajinan adalah suatu usaha yang dilakukan secara terus menerus dengan penuh semangat ketekunan, kecekatan, kegigihan, berdedikasi tinggi dan berdaya maju yang luas dalam melakukan suatu karya

Dari uraian di atas dapat dikatakan, bahwa kerajinan adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara terus menerus yang berkaitan dengan pembuatan tangan atau kegiatan tangan yang menghasilkan suatu karya.

¹⁷ Foengsitanojo Trisantoso Julianto, "Analisis Pengaruh Jumlah Industri Besar dan Upah Minimum Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kota Surabaya", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.1, No.2, September 2016, 232

¹⁸ Dede Mahzuni, "Pengembangan Tangan Berbasis Kearifan Kerajinan Budaya di Pakenjeng Kabupaten Garut", *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, Vol.6, No.2, Juni 2017, 02

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan, Penelitian lapangan (*field research*) dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif. Dalam hal ini, peneliti akan terjun langsung kelapangan untuk mengadakan penelitian tentang fenomena dalam suatu keadaan ilmiah. Perihal demikian, maka pendekatan ini berkaitan erat dengan pengamatan-berperan serta. Peneliti lapangan biasanya membuat catatan secara ekstensif yang kemudian di buatkan kodenya dan di analisis.³³

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian ke lapangan untuk mengetahui Analisis SWOT terhadap kerajinan KANOBA di Tulang Bawang Barat, karena peneliti akan menemukan jawaban-jawaban dari permasalahan yang ada di lapangan secara langsung dan jelas.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Menurut Cholid Narbuko dan Abu Achmadi “Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data, jadi ia juga menyajikan data, menganalisis, dan menginterpretasi”. Sedangkan yang dimaksud oleh penelitian deskriptif adalah penelitian

¹Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), 26

yang bertujuan untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data, jadi penelitian deskriptif juga menyajikan data, menganalisis, dan menginterpretasi.³⁴

Penelitian ini bersifat deskriptif, karena penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada. Penelitian deskriptif yang dimaksud dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan suatu kondisi secara akurat mengenai fakta-fakta yang berasal dari sumber baik berupa kata-kata tertulis atau lisan dari narasumber maupun perilaku yang dapat di amati, mengenai Analisis SWOT Terhadap Kerajinan KANOBA Di Tulang Bawang Barat.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan informasi yang di cari untuk memecahkan suatu masalah. Sedangkan data adalah hasil pencatatan baik berupa fakta maupun angka yang dijadikan bahan untuk menyusun informasi.³⁵ Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpulan data.³⁶ Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan responden dengan pertimbangan tertentu yaitu

³⁴ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 44.

³⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 172

³⁶ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 137

berdasarkan kriteria mengenai responden mana yang dapat dipilih sebagai sampel.

Data primer penelitian ini didapat dari sumber utama yaitu narasumber yang ada di lokasi Kerajinan KANOBA seperti 1 orang pemilik, 2 karyawan, dan 6 konsumen. Kriteria yang peneliti gunakan untuk dijadikan sebagai sampel adalah pemilik. Data yang di butuhkan dalam penelitian ini tentang apakah sudah pengrajin sudah menerapkan analisis SWOT pada usaha bisnisnya.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.³⁷ Dalam hal ini peneliti akan mengumpulkan data-data yang diperoleh melalui bahan-bahan kepustakaan. Sumber data sekunder yang peneliti gunakan yaitu buku dan data pendukung maupun arsip-arsip yang berkaitan dengan objek penelitian.

Adapun buku-buku dan jurnal sebagai sumber data sekunder yang terkait dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut: Etika Sabariah, *Manajemen Strategis, Cetakan 1* (Yogyakarta: Herry CK, 2016), Irfan Fahmi, *Menejemen Strategis Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alvabeta, Cetakan ke 3, 2015), Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta,2009).

³⁷*Ibid*, 172

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan, dilakukan dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung baik informasi maupun keterangan.³⁸ Metode wawancara dibagi menjadi dua yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur.

Wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara tidak terstruktur. Jadi peneliti hanya membuat pokok-pokok masalah yang merupakan garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan.³⁹ Karena dalam wawancara tidak berstruktur peneliti belum mengetahui secara pasti data apa yang akan diperoleh, sehingga peneliti lebih banyak mendengarkan apa yang dituturkan oleh responden. Mengenai hal ini, peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada bapak Agus selaku pemilik kerajinan KANOBA.

³⁸ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodelogi Penelitian.*, (Jakarta: Bumi Aksaa, 2013), 83

³⁹ Suharsisimi Arikunto, *Posedur Penelitian.* 199

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik yang digunakan untuk mencatat, menyalin, menggandakan data atau dokumen tertulis lainnya.⁴⁰ Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan yang diperoleh dari hasil wawancara dan foto-foto wawancara, Metode ini peneliti gunakan untuk mengetahui tentang sejarah awal berdirinya, dan metode yang di gunakan oleh pelaku bisnis.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah analisa data kualitatif dengan cara berfikir induktif. Metode berfikir induktif adalah berpikir dengan mengambil kesimpulan dari data-datayang bersifat khusus, berangkat dari fakta-fakta yang khusus, peristiwa yang konkret, kemudian dari fakta-fakta atau peristiwa yang khusus dan konkret itu ditarik generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat umum. Metode berfikir induktif dilakukan untuk menilai fakta-fakta yang ditemukan kemudian dicocokkan dengan teori yang ada. Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu sumber dari tertulis atau ungkapan tingkah laku dari manusia.⁴¹

⁴⁰ Suraya Murcitaningrum, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam*, 2 ed. (Bandar Lampung: Ta'lim Press, 2013), 72

⁴¹ *Ibid*, 73

Berdasarkan keterangan di atas, maka dalam menganalisis data, peneliti menggunakan data yang telah diperoleh kemudian data tersebut di analisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berangkat dari informasi mengenai Analisis SWOT Terhadap Kerajinan KANOBA di Tulang Bawang Barat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Wilayah Penelitian Kerajinan KANOBA Desa Panaragan Jaya Kecamatan Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat

1. Profil Desa Panaragan Jaya Kabupaten Tulang Bawang Barat

Desa Panaragan Jaya merupakan salah satu desa yang masuk dalam wilayah administrasi pemerintahan Kecamatan Tulang Bawang Tengah, Kabupaten Tulang Bawang Barat. Pembentukan Kabupaten Tulang Bawang Barat merupakan pemekaran dari Kabupaten Tulang Bawang yang terdiri dari 9 (sembilan) kecamatan, 3 (tiga) kelurahan, dan 93 tiyuh (desa). Kabupaten Tulang Bawang Barat memiliki luas keseluruhan kurang lebih 1.201,00 km² dengan jumlah penduduk \pm 273.215 jiwa pada tahun 2020. Dan ibu kota berada di Panaragan Jaya.⁴²

Tabel 4.1
Jumlah Penduduk Berdasarkan Kecamatan
Tulang Bawang Barat Tahun 2020

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk
1	Tulang Bawang Udik	31.473
2	Tumijajar	43.885
3	Tulang Bawang Tengah	85.998
4	Pagar Dewa	7.354
5	Lambu Kibang	21.951

⁴² Badan Pusat Statistik “Kabupaten Tulang Bawang Barat dalam angka 2020”

6	Gunung Terang	18.564
7	Batu Putih	16.548
8	Gunung Agung	29.265
9	Way Kenanga	18.177
	Jumlah Penduduk	273.215

Sumber: *Badan Pusat Statistik, Kabupaten Tulang Bawang Barat dalam angka 2020*

Jika di lihat dari jumlah penduduk di atas penduduk paling banyak terdapat pada kecamatan Tulang Bawang Tengah. Meskipun kabupaten ini baru berdiri dan diresmikan kabupaten ini tidak kalah dengan kabupaten yang sudah lama berdiri.

Aset utama dari Tulang Bawang Barat yaitu pada aspek pariwisatanya. Kabupaten Tulang Bawang Barat sendiri memiliki tempat-tempat objek wisata berupa panorama alam yang indah maupun hasil dari kebudayaan dari masyarakat setempat. Setiap objek wisata yang terdapat di wilayah Kabupaten Tulang Bawang Barat memiliki potensi dan daya tarik yang tidak sama. Keadaan tersebut menjadi menarik wisatawan untuk berkunjung di setiap objek wisata tersebut. Objek wisata tersebut antara lain seperti Islamic Center, Kampung Sepeda, Taman Agro, Rumah Adat, Patung Empat Marga. Dari banyaknya wisata tersebut telah berdampak pada perekonomian masyarakat serta tidak tertinggal pada kreatifitasnya. Semakin bejalannya waktu dan bertambahnya teknologi masyarakat selalu berlomba-lomba membuat hal baru yang bisa menguntungkan seperti membuat kerajinan dengan memanfaatkan bahan baku dari alam, apalagi

jika mengingat jumlah wisatawan yang ada di Kecamatan Tulang Bawang Tengah cukup banyak sekali.

Desa Panaragan Jaya adalah salah satu desa yang masuk dalam wilayah administrasi Pemerintahan Kecamatan Tulang Bawang Tengah, Kabupaten Tulang Bawang Barat. Desa Panaragan Jaya terdiri dari 7 dusun, dengan jumlah penduduk sebesar 1.888 jiwa yang terbagi dari 973 laki-laki dan 915 perempuan. Desa panaragan jaya memiliki luas wilayah 539 km. Masyarakat Desa Panaragan Jaya terdiri dari berbagai suku yakni Lampung, Bugis, Bali, Sunda, Banten dan Jawa. Masyarakat Desa Panaragan Jaya sebagian besar berprofesi sebagai petani padi dan perkebunan.⁴³.

Tabel 4.2
Mata Pencaharian Pokok Masyarakat Desa Panaragan Jaya

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah
1.	Tidak Bekerja	535 Orang
2.	Mengurus Rumah Tangga	376 Orang
3.	Pelajar/Mahasiswa	264 Orang
4.	Pensiunan	0 Orang
5.	PNS	27 Orang
6.	TNI	2 Orang
7.	Polisi	0 Orang
8.	Perdagangan	1 Orang
9.	Petani/Perkebunan	368 Orang
10.	Peternak	5 Orang
12.	Nelayan	0 Orang
13.	Industri	0 Orang
	Jumlah	1.888 Orang

Sumber: Monografi Desa Panaragan Jaya

⁴³ Monografi Desa Panaragan Jaya

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa mata pencaharian masyarakat Desa Panaragan Jaya sangat bervariasi. Masyarakat Desa Panaragan Jaya sebagian besar masyarakatnya bekerja sebagai petani yaitu sebanyak 368 orang, namun sebagian juga masyarakatnya merangkap profesinya sebagai petani dan juga sebagai pedagang maupun pengrajin. Jika melihat dari jumlah pendapatan masyarakat Desa Panaragan Jaya, masyarakatnya masih dikategorikan belum berkecukupan karena pendapatan sebagai buruh atau pemilik lahan pertanian hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

2. Profil Kerajinan KANOBA

Menurut bapak Triyanta, Usaha Kerajinan KANOBA yang berdiri sejak tahun 2019. Tepat berada di Desa Panaragan Jaya, Kecamatan Tulang Bawang Tengah, Kabupaten Tulang Bawang Barat. Kerajinan KANOBA ini merupakan salah satu *home industri* kerajinan dengan bahan alam yaitu bambu dan labu. Kerajinannya seperti kursi dari bambu, meja dari bambu serta hiasan-hiasan dari bambu, dalam usahanya bapak Triyanta di bantu oleh dua karyawan.

Menurut bapak Triyanta, asal mula nama Kanoba berasal dari salah satu nama sanggar seni kerajinan yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah Kabupaten Tulang Bawang Barat yaitu KANOBA (kreasi inovasi bersama) dalam program ini bapak Triyanta ditunjuk langsung untuk menjadi pelatih dalam kelas kerajinan tersebut. Maka dari itu, bapak

Triyanta langsung memberi nama kerajinannya dengan nama Kerajinan KANOBA.

Pada awalnya bapak Triyanta hanya ikut-ikutan belajar membuat kerajinan bambu dari kerabatnya yang ada di pulau Jawa. Setelah itu, baru beliau berinisiatif untuk memulai usahanya di Desa Panaragan Jaya yang berawal hanya dengan membuat kursi dan meja dari bambu. Dengan berjalannya waktu bapak Triyanta mulai meringkus karyawan dan mulai membuat berbagai macam bentuk hiasan dari bambu dan labu seperti tumbler labu botol, perahu-perahuan, taman suara, lampu hias dan masih banyak lagi. Karya dari bapak Tri sendiri dijual dalam berbagai macam harga mulai dari Rp.30.000 -Rp. 2.500.000 ribu rupiah. Kerajinan-kerajinan ini dijual secara online dan offline. Penjualan secara online bapak Tri mempromosikan produknya melalui media online seperti Facebook dan WA, jika secara offline bapak Tri membuka toko sendiri di depan kompleks Islamic Center dan didalam kompleks Islamic Center.

Menurut Bapak Triyanta, beliau juga melakukan promosi dengan metode pemasaran langsung (*Direct Marketing*) komunikasi langsung dengan pelanggan yang diincar secara khusus untuk memperoleh tanggapan dengan cara mempromosikan pada konsumen yang sudah datang. Selain itu bapak Triyanta juga melakukan promosi dengan melibatkan hubungan masyarakat (*Public Relation*) dalam metode ini Kerajinan KANOBA membangun hubungan baik dengan publik terkait untuk memperoleh dukungan, biasanya bapak Triyanta menggunakan

promosi ini dalam acara festival atau pun pelatihan yang ada di Kabupaten Tulang Bawang Barat.⁴⁴

B. Analisis SWOT Pada Usaha Kerajinan KANOBA di Desa Panaragan Jaya Berdasarkan Lingkungan Internal Dan Eksternal

1. Analisis SWOT Pada Usaha Kerajinan KANOBA

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.⁴⁵

Kerajinan KANOBA dalam usahanya dikatakan belum cukup berkembang, hal tersebut ditandai dengan kurangnya promosi dalam usahanya, namun usaha kerajinan KANOBA cukup mampu dalam mempertahankan bisnis usahanya hingga saat ini walaupun usahanya dikatakan belum lama, yakni kurang lebih sekitar 2 tahun. Bertahannya usaha kerajinan Kanoba hingga saat ini tentunya dipengaruhi oleh bagaimana strategi dari usaha kerajinan KANOBA dalam mempertahankan usaha kerajinannya agar mampu bersaing di tengah perkembangan Ekonomi dan Budaya. Adapun analisis SWOT yang

⁴⁴Wawancara Penelitian Dengan Bapak Triyanta selaku pemilik Kerajinan Kanoba, di Desa Panaragan Jaya Kecamatan Kabupaten Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat pada tanggal 03 Juni 2021.

⁴⁵Istiqomah, Irsad Andiyanto, "Analisis Swot Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus)", *Bisnis*, Vol.5, No.2, Desember 2017, 370

digunakan oleh bapak Triyanta selaku pemilik kerajinan KANOBA dapat diilustrasikan berdasarkan kondisi usaha kerajinan KANOBA, baik dari aspek kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), kesempatan (*opportunities*) serta ancaman (*threats*) yang di hadapi oleh usaha kerajinan KANOBA, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.3
Analisis SWOT pada Kerajinan KANOBA di Desa Panaragan Jaya

No	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
1.	Lokasi yang strategis	Modal yang besar dalam mendirikan usaha	Luasnya Pangsa pasar	Perkembangan teknologi
2.	Harga yang bersaing	Masalah promosi		Munculnya pesaing baru
3.	Sumber daya manusia yang ramah	Transportasi		Mahalnya bahan baku
4.	Kualitas produk yang di hasilkan			
5.	Fleksibilitas layanan			

Sumber : Kerajinan KANOBA

Berdasarkan tabel diatas yaitu menunjukkan bahwa implementasi analisis SWOT yang ada di Kerajinan KANOBA yaitu ada kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*). Kemudian dapat dijelaskan secara terperinci sebagai berikut:

Peneliti telah melakukan wawancara dengan pemilik yaitu Bapak Triyanta dan juga dua karyawannya yaitu Bapak Kaswan dan Bapak Agus.

a. Kekuatan (*strengths*)

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan, memiliki keterampilan yang juga dapat di andalkan serta berbeda dengan produk lain yang mana dapat membuatnya lebih kuat dari para pesaingnya.⁴⁶

Kekuatan yang dimiliki disini adalah kekuatan-kekuatan yang secara umum dimiliki oleh pelaku usaha kerajinan KANOBA dalam menjalankan usahanya dan kekeuatan-kekuatan yang dimiliki tersebut mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha kerajinan KANOBA ditengah persaingan dan kemajuan dunia bisnis, adapun kekuatan-kekuatan tersebut yaitu sebagai berikut:

1) Lokasi Yang Strategis

Lokasi yang strategis adalah salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan suatu usaha, tidak terkecuali dengan usaha yang

⁴⁶ Irfan Fahmi, *Menajemen Strategis Teori dan Aplikasi*,(Bandung:Alvabeta,Cetakan ke 3 2015), 254

bergerak di bidang kerajinan. Usaha kerajinan KANOBA didirikan di Desa Panaragan tepat dikomplek objek wisata Islamic Center. Hal ini tentu sangat mendukung perkembangan usaha kerajinan KANOBA, karena kita ketahui bahwa Islamic Center merupakan salah satu tempat objek wisata yang cukup terkenal dan ramai pengunjung hingga luar kota, sehingga hal ini keberadaan kerajinan Kanoba lebih mudah diketahui orang.

2) Harga Yang Bersaing

Konsumen pada umumnya lebih menyukai tempat dimana mereka bisa membeli barang atau yang lainnya dengan harga yang lebih murah dan tentunya dengan kualitas produk yang bagus.

3) Sumber Daya Manusia Yang Ramah

Karyawan merupakan modal utama dalam suatu bisnis. Karena, seorang karyawan akan berkomunikasi dan berinteraksi langsung dengan para pelanggan atau konsumen, sehingga dalam hal ini banyaknya jumlah orderan pada usaha kerajinan juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan karyawan dalam meyakinkan konsumen terkait produk yang dihasilkan oleh kerajinan KANOBA. Hal ini merupakan salah satu strategi yang digunakan kerajinan Kanebo untuk menarik konsumen.⁴⁷

⁴⁷Wawancara Penelitian dengan Bapak Agus selaku karyawan Kerajinan Kanoba, di Desa Panaragan Jaya Kecamatan Kabupaten Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat pada tanggal 03 Juni 2021.

4) Kualitas Produk Yang Dihasilkan

Hasil produk yang berkualitas tentunya juga menjadi kekuatan dalam strategi usaha kerajinan KANOBA, hal ini didukung oleh kelengkapan peralatan yang ada dan sumber daya manusia yang berkualitas dan sudah profesional dalam bidangnya.⁴⁸

5) Fleksibilitas Layanan

Kerajinan KANOBA dalam hal ini mengupayakan pelayanan kepada para pelanggan atau konsumen yaitu dengan bertanggung jawab jika terjadi kesalahan terhadap barang yang dipesan. Dalam hal ini, jikapun kesalahan tersebut disebabkan dari pihak pemesan, kerajinan KANOBA tetap berupaya memberikan solusi atas kesalahan tersebut.⁴⁹

b. Kelemahan (*weaknesses*)

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan.⁵⁰

Kelemahan juga merupakan penghalang yang dihadapi oleh para pengusaha dalam mengembangkan serta melaksanakan aktivitasnya

⁴⁸Wawancara Penelitian Dengan Bapak Triyanta selaku pemilik Kerajinan Kanoba, di Desa Panaragan Jaya Kecamatan Kabupaten Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat pada tanggal 03 Juni 2021.

⁴⁹*Ibid*

⁵⁰Irfan Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, (Bandung:Alfabeta, Cetakan ke 3 2015), 254

yang mempengaruhi pencapaian laba yang diinginkan oleh usaha kerajinan KANOBA. Adapun kelemahan-kelemahan tersebut antara lain:

1) Modal Yang Besar Dalam Pendirian Usaha

Menurut Bapak Triyanta, modal yang besar dalam hal ini menjadi salah satu kelemahan bagi pengusaha UKM, mengingat modal yang digunakan adalah milik sendiri dan jika ingin menggunakan jasa perkreditan seperti Bank atau non Bank persyaratannya cukup sulit dan prosesnya lama. Manajemen bekerja kurang optimal usaha kerajinan KANOBA belum melakukan pembukuan atau pencatatan dalam setiap transaksinya, kerajinan KANOBA masih menggunakan sistem persenan kepada karyawan dan belum menetapkan gaji pokok. Karena masih menerapkan sistem tersebut pengeluaran dan pemasukan kerajinan KANOBA belum bisa tersusun rapi.⁵¹

2) Masalah Promosi

Promosi masih menjadi kelemahan di kerajinan KANOBA. Pada usaha ini sudah menggunakan promosi lewat sosial media seperti Facebook dan Whatsapp, namun promosi tersebut belum terlalu kuat untuk mendatangkan konsumen.

⁵¹ Wawancara Penelitian Dengan Bapak Triyanta selaku pemilik Kerajinan Kanoba, di Desa Panaragan Jaya Kecamatan Kabupaten Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat pada tanggal 03 Juni 2021.

3) Transportasi

Transportasi juga menjadi salah satu kendala-atau hambatan dalam operasional kerajinan KANOBA. Hal ini terjadi, karena tidak semua bahan baku rotan bisa didapatkan di Desa Panaragan Jaya. Bahan baku rotan biasanya dibeli langsung dari Natar Lampung Selatan, sehingganya dalam hal ini kerajinan KANOBA harus datang ke pemasok di kota Natar.⁵²

Wawancara dengan bapak Kasman selaku karyawan Kerajinan KANOBA mengatakan bahwa bahan baku rotan menjadi kendala, selain tempat jualnya jauh transportasinya juga mahal.⁵³

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan. Situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang.

Kondisi ini yaitu suatu keadaan yang mendukung atau memberikan kesempatan atau peluang kepada pengusaha kerajinan KANOBA untuk tumbuh dan berkembang. Adapun peluangnya yaitu sebagai berikut:

⁵²*Ibid*

⁵³ Wawancara Penelitian Dengan Bapak Kasman selaku karyawan Kerajinan Kanoba, di Desa Panaragan Jaya Kecamatan Kabupaten Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat pada tanggal 03 Juni 2021.

1) Luasnya Pangsa Pasar

Perkembangan perekonomian, sosial dan budaya pada masyarakat. Hal ini membuka kesempatan bagi UKM, termasuk usaha bisnis kerajinan untuk tetap eksis memberikan layanan dalam sektor jasa.⁵⁴

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan.⁵⁵

Selain kendala dan hambatan sebagaimana disebutkan di atas, seiring dengan semakin berkembangnya perekonomian, teknologi, sosial dan budaya pada masyarakat. Usaha kerajinan KANOBA juga mengidentifikasi beberapa perkembangan tersebut sebagai sebuah ancaman bagi keberlangsungan usaha kerajinan KANOBA. Adapapun beberapa hal yang dianggap sebagai ancaman bagi keberlangsungan usaha kerajinan KANOBA.

⁵⁴ Wawancara Penelitian Dengan Bapak Triyanta selaku pemilik Kerajinan Kanoba, di Desa Panaragan Jaya Kecamatan Kabupaten Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat pada tanggal 03 Juni 2021

⁵⁵ Irfan Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, (Bandung:Alvabeta, Cetakan ke 3 2015), 254

1) Perkembangan Teknologi

Menurut bapak Triyanta, perkembangan teknologi dianggap sebagai ancaman bagi keberlangsungan usaha ini. Karena, dengan adanya teknologi yang semakin modern seperti HP dengan fasilitas internet, dan dilengkapi dengan fitur yang sangat canggih, seperti Youtube, BBM, Whatsapp, Facebook, dan lain-lain. Sehingga produk-produk hiasan semakin canggih. Hal ini dikhawatirkan produk-produk hiasan antik tidak lagi dibutuhkan dan memilih dengan produk yang lebih modern. Karena orderan di kerajinan Kanoba masih didominasi pada bentuk lampu lampion labu. Meskipun pada kenyataannya saat ini, hal tersebut belum mempunyai pengaruh terhadap keberlangsungan usaha kerajinan KANOBA. Namun, hal ini menjadi salah satu hal yang diindikasikan akan menjadi ancaman bagi keberlangsungan usaha kerajinan KANOBA.⁵⁶

2) Munculnya Pesaing Baru

Pesaing baru menjadi salah satu ancaman bagi keberlangsungan usaha kerajinan KANOBA, apabila jika pesaing tersebut lebih bisa memberikan layanan yang baik seperti kualitas produk dan harga yang terjangkau, tentu hal ini nantinya akan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha kerajinan KANOBA.

⁵⁶ Wawancara Penelitian Dengan Bapak Triyanta selaku pemilik Kerajinan Kanoba, di Desa Panaragan Jaya Kecamatan Kabupaten Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat pada tanggal 03 Juni 2021.

3) Mahalnya Bahan Baku

Kondisi Ekonomi saat ini mengakibatkan harga bahan untuk pembuatan kerajinan mengalami peningkatan harga. Tentu kondisi ini nantinya juga akan memberikan ancaman bagi usaha kerajinan KANOBA. Seperti semakin besarnya biaya operasional yang harus dikeluarkan.⁵⁷

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada beberapa pengunjung salah satunya wawancara dengan Ibu Yuli mengatakan bahwa kerajinan KANOBA ini masuk dalam lokasi yang strategis, harga yang terjangkau dan pemiliknya sangat ramah. Menurut Ibu Yuli beliau sudah sering datang ke toko Kerajinan KANOBA, kerajinan ini memiliki kelemahan pada cara promosi dan produk yang kadang harus memesan terlebih dahulu dan menunggu sampai ada bahan bakunya.⁵⁸

Wawancara dengan Saudari Tiwi mengatakan Bahwa produk-produk yang ada di kerajinan KANOBA memiliki kualitas yang baik serta memiliki banyak macam bentuk kerajinan sehingga banyak pilihannya saat membeli. Apalagi tempatnya tidak jauh dari rumah

⁵⁷ *Ibid*

⁵⁸ Wawancara Penelitian dengan Ibu Yuli selaku pengunjung Kerajinan Kanoba, di Desa Panaragan Jaya Kecamatan Kabupaten Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat pada tanggal 03 Juni 2021.

saudari Tiwi menurut saudari Tiwi kelemahan di Kerajinan KANOBA tidak ada.⁵⁹

Wawancara dengan Ibu Sri yang mana Ibu Sri sendiri merupakan orang Panaragan Jaya. Ibu Sri mengatakan bahwa kerajinan KANOBA ini produk-produknya memiliki harga yang terjangkau dan lebih murah daripada tempat yang lainnya. Namun, terkadang Kerajinan KANOBA ini tidak menyetok banyak produk dan hanya membuat jika ada pesanan.⁶⁰

Wawancara dengan saudara Dimas mengatakan bahwa produknya memiliki kualitas yang baik, namun promosi yang dilakukan Kerajinan KANOBA belum maksimal, karena pemilik kerajinan KANOBA jarang sekali memposting produk-produknya sehingganya pembeli hanya bisa melihat produk apa saja yang dijual dengan secara langsung yaitu datang ke lokasi.⁶¹

Wawancara dengan Saudara Anggi mengatakan bahwa pelayanan yang ada di Kerajinan KANOBA sangat baik karena pemilik dan juga karyawan selalu ramah dalam menawarkan produk-

⁵⁹ Wawancara Penelitian dengan Saudari Tiwi selaku pengunjung Kerajinan Kanoba, di Desa Panaragan Jaya Kecamatan Kabupaten Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat pada tanggal 03 Juni 2021.

⁶⁰ Wawancara Penelitian Dengan Ibu Sri selaku pengunjung Kerajinan Kanoba, di Desa Panaragan Jaya Kecamatan Kabupaten Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat pada tanggal 05 Juni 2021.

⁶¹ Wawancara Penelitian Dengan Saudara Dimas selaku pengunjung Kerajinan Kanoba, di Desa Panaragan Jaya Kecamatan Kabupaten Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat pada tanggal 05 Juni 2021.

produknya. Kemudian pemilik juga bersedia menerima pesanan dengan produk yang diinginkan konsumen.⁶²

Kemudian wawancara dengan saudari Nisa, saudari Nisa mengatakan bahwa kualitas produk yang ada dikerajinan KANOBA cukup baik, catnya tahan lama dan bentuknya yang berbagai macam. Kemudian konsumen dapat memesan produk sesuai yang konsumen inginkan. Menurut saudari Nisa kelemahannya hanya satu pemilik kurang melakukan promosi menggunakan media sosial.⁶³

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan di Kerajinan KANOBA yang dikaji berdasarkan kekuatan dari segi harga, kualitas, dan pelayanannya. Harga yang ditetapkan oleh Kerajinan KANOBA yaitu memakai metode *competition based pricing* yaitu penetapan harga berdasarkan persaingan dengan *tipe going rate pricing* yaitu penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku. Dimana dapat memberikan harga lebih tinggi sama atau lebih rendah dari harga pesaing. Kemudian kelemahannya dari segi promosi dimana kurang maksimalnya strategi promosi yang dilakukan oleh Kerajinan KANOBA serta terbatasnya stok yang ada. Dan peluang yang ada di Kerajinan KANOBA yaitu pada pengunjung-pengunjung yang datang diobjek wisata, kemudian,

⁶² Wawancara Penelitian Dengan Saudara Anggi selaku pengunjung Kerajinan Kanoba, di Desa Panaragan Jaya Kecamatan Kabupaten Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat pada tanggal 05 Juni 2021.

⁶³ Wawancara Penelitian Dengan Saudari Nisa selaku pengunjung Kerajinan Kanoba, di Desa Panaragan Jaya Kecamatan Kabupaten Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat pada tanggal 05 Juni 2021.

ancaman terkuat ialah pada pesaing-pesaing yang lebih modern dan tentunya menggunakan promosi yang lebih kuat.

2. Analisis SWOT Berdasarkan Lingkungan Internal dan Eksternal

a. Internal

Strategi yang digunakan dalam faktor internal adalah strategi Intensif strategi ini memerlukan usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.

Di dalam faktor internal ada beberapa faktor diantaranya:

1) Manajemen

Manajemen adalah sebuah proses yang dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan suatu organisasi dengan cara bekerja dalam team. Terdapat tiga tahap utama dalam proses manajemen usaha yaitu yang pertama membuat perencanaan (Planing). Selayaknya sebuah usaha, usaha pengrajin juga membutuhkan perencanaan yang matang dan tersusun rapi serta tercatat.

Perencanaan yang dilakukan oleh pengrajin belum tersusun dengan baik dan belum dilakukan secara tertulis, sehingga menjadikan target yang ditetapkan belum terukur dengan jelas dan terarah, seharusnya pengrajin mencatat semua planing-planing yang akan dilakukan selanjutnya agar target pengrajin dapat tercapai dengan hasil yang memuaskan. Selanjutnya proses pelaksanaan usaha, proses pelaksanaan usaha di Desa Panaragan

Jaya Kecamatan Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat tidak menjalankan proses pelaksanaan usaha sesuai dengan perencanaan karena proses pelaksanaan itu sendiri belum maksimal. Seharusnya pengrajin KANOBA di Desa Panaragan Jaya melaksanakan proses usaha dengan tekun agar target yang sudah di angan-angan dapat tercapai. Dan proses pengawasan terhadap pekerja pengrajin KANOBA agar oprasi atau pembuatan genteng dapat diawasi dan dapat berjalan dengan mulus sesuai yang sudah di rencanakan.

2) Pemasaran

Pemasaran dapat di deskripsikan sebagai proses pendefinisian, pengantisipasi, penciptaan, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk dan jasa. Ada empat tahap dalam proses pemasaran yang pertama, analisis konsumen di Desa Panaragan Jaya harus selalu berusaha menciptakan kerajinan yang sesuai keinginan konsumen agar konsumen puas dengan hasil Kerajinan-kerajinan yang mereka beli seperti hiasan yang unik dan bermanfaat, kursi serta meja yang pembuatannya rapi, kokoh dan masih banyak lagi.

Penjualan produk pengrajin bambu seharusnya menjual produknya dengan kualitas yang cukup baik dan tentunya dengan bentuk yang semakin unik agar konsumen ketika membeli produknya dapat puas dengan hasilnya dan tidak bosan. Serta pada

penetapan harga yang di berikan pengrajin harus sesuai dengan kualitas produk yang akan di beli oleh konsumen dan menetapkan harga harus bernegosiasi, pencatatan pengeluaran dan pemasukan pengrajin harus selalu di catat agar pengrajin tahu berapa produk yang sudah terjual sampai saat ini dan mengetahui keuntungan dan kerugian setiap bulannya.

3) Keuangan

Keuangan merupakan ilmu dan seni dalam mengelola uang yang mempengaruhi kehidupan setiap orang dan setiap organisasi. Modal yang didapat oleh pengrajin KANOBA dalam menjalankan usahanya yaitu kebanyakan berasal dari perorangan masing-masing atau kelurga dan beberapa meminjam kepada perbankan, tapi tidak semua pengrajin mau meminjam uang kepada bank karna persyaratannya ribet dan bunga yang tinggi, seharusnya pengrajin jika tidak memiliki modal yang cukup harusnya memberanikan diri menerima resiko untuk meminjam uang di bank, semua resiko dapat di selesaikan dengan tekun dalam berusaha misalkan menambah pemasok bambu, menjualkan barang melalui media internet dan lain sebagainya.

4) Produksi

Produksi adalah suatu kegiatan untuk menciptakan, menghasilkan atau menambah nilai guna terhadap suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan oleh orang atau badan

(*produsen*). Kerajinan KANOBA masih menggunakan peralatan sederhana seharusnya pengrajin bambu ketika ada modal lebih atau keuntungan yang banyak dapat membeli alat-alat yang lebih modern agar dapat membantu memproduksi kerajinan-kerajinan dengan mudah dan cepat.

Desa Panaragan Jaya adalah desa yang memiliki ketersediaan bahan baku yang cukup banyak dengan tingkat kualitas yang tinggi. Dengan demikian desa Panaragan Jaya sangat berpotensi untuk mengembangkan usaha pengrajin bambu dengan segala macam bentuk. Saat ini mayoritas pengrajin di desa Panaragan Jaya adalah pengrajin bambu yang hanya dibuat sebagai peralatan rumah tangga seperti kursi, meja, bahkan lemari.

Usaha pengrajin bambu merupakan usaha yang belum lama di dirikan di desa Panaragan Jaya. Pengrajin bambu yang ada di Desa Panaragan Jaya tidak terlalu banyak dimana keseluruhan pengrajin bambu yang telah dapat berkembang baik secara maksimal maupun minimal. Dari setiap usaha tersebut, setiap usaha memiliki kekuatan serta kelemahan yang berbeda-beda dengan kondisi lingkungan internal dan eksternal yang juga berbeda. Kekuatan sendiri dari usaha keajinan Kanoba antara lain pengrajin KANOBA menjalin hubungan yang baik dengan para pengrajin lainnya, menghasilkan kualitas produk yang bagus, dan harga standart. Serta yang menjadi kelemahan dari usaha kerajinan KANOBA

ialah pengetahuan yang kurang kompeten, keterbatasan modal, terbatas jangkauan pemasaran, dan peralatan yang sederhana. Dan ancaman bagi usaha kerajinan KANOBA ialah bersaing dengan kerajinan-keajinan yang lebih menarik dan tentunya lebih modern.

Agar usaha kerajinan Kanoba tersebut dapat berjalan dengan lancar dan dapat mencapai tujuannya yaitu memberikan manfaat tidak hanya selaku usaha tetapi juga memberikan manfaat untuk masyarakat luas. Maka segala unsur kegiatan dalam usaha kerajinan Kanoba harus dikelola dengan cara yang benar dan tepat, khususnya dalam mengelola bahan baku karena bahan baku juga merupakan faktor penentu dalam keberhasilan suatu kegiatan usaha kerajinan KANOBA.

b. Eksternal

Di dalam faktor Eksternal ada beberapa faktor diantaranya:

1) Ekonomi

Ekonomi adalah salah satu ilmu sosial yang mempelajari aktifitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap barang dan jasa. Peningkatan penduduk di Tulang Bawang Barat dapat menjadi peluang bagi kerajinan KANOBA agar terus memperbanyak hasil produksi kerajinan karna makin banyak penduduk makin banyak juga peminat dari kerajinan tersebut.

a. Sosial, Budaya, dan Lingkungan

Sosial adalah suatu cara tentang bagaimana para individu saling berhubungan satu sama lain. Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang yang diwariskan dari generasi ke generasi. Dan Lingkungan adalah kombinasi antara kondisi fisik yang mencakup keadaan sumber daya alam seperti tanah, air, energi surya, mineral, serta flora maupun fauna yang tumbuh diatas tanah maupun di dalam lautan dengan kelembagaan yang meliputi ciptaan manusia seperti keputusan bagaimana menggunakan lingkungan fisik tersebut. Kerajinan KANOBA harus jeli terhadap perubahan ini untuk memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi ancaman yang muncul.

b. Teknologi

Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Dalam dunia usaha kemajuan teknologi ditandai dengan adanya peralatan dan sarana yang baik dan modern. Kerajinan KANOBA harusnya menggunakan peralatan modern dan mampu bersaing di dunia usaha serta pemasarannya sudah melalui internet dalam memasarkan produknya agar mampu bersaing dengan pengrajin yang lebih modern.

c. Pemerintah

Pemerintah adalah organisasi yang memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang di wilayah tertentu. Pemerintah telah berperan aktif dalam mengembangkan usaha usaha pengrajin di daerah Kabupaten Tulang Bawang Barat. pemerintah juga selalu mengadakan pelatihan-pelatihan untuk para pengrajin yang ada di Tulang Bawang Barat, seharusnya kerajinan KANOBA bisa memanfaatkan keadaan tersebut untuk mendapatkan inovasi baru terhadap produknya agar lebih berkembang.

d. Kompetitif

Kompetitif adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja Permintaan akan kerajinan di kabupaten Tulang Bawang Barat meningkat baik pada pelanggan maupun non pelanggan. Namun sayangnya, produsen akan kerajinan tersebut masih relatif kecil. Terbatasnya pengetahuan cara memasarkan barang yang membuat kerajinan KANOBA tidak dapat memenuhi peluang usaha yang ada. Karena kurangnya keahlian dalam promosi kerajinan Kanoba tidak dapat menghasilkan peningkatan konsumen. Akibatnya, sering terjadi konsumen yang belum mengetahui usaha kerajinan KANOBA dan lebih

memilih untuk membeli kerajinan pada usaha yang sudah berdiri lama saja.

Kerajinan KANOBA melakukan promosi dengan metode pemasaran langsung (*Direct Marketing*) komunikasi langsung dengan pelanggan yang diincar secara khusus untuk memperoleh tanggapan dengan cara mempromosikan pada konsumen yang sudah datang. Kerajinan KANOBA juga melakukan promosi dengan melibatkan hubungan masyarakat (*Public Relation*) dalam metode ini Kerajinan KANOBA membangun hubungan baik dengan publik terkait untuk memperoleh dukungan, biasanya bapak Triyanta menggunakan promosi ini dalam acara festival atau pun pelatihan yang ada di Kabupaten Tulang Bawang Barat.

Selama ini pemilik Kerajinan Kanoba sudah berupaya untuk mengembangkan serta mempromosikan Kerajinan Kanoba. Seperti halnya selalu mengikuti event-event yang diadakan pemerintah. Dan selanjutnya Kerajinan Kanoba sedang berusaha meningkatkan kinerja, meningkatkan promosi, melakukan perluasan jaringan bisnis, mengelola sumber daya yang sudah ada, selalu mengutamakan pelayanan, dan tentunya senantiasa melakukan inovasi produk.

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat di tarik kesimpulan, bahwa pengembangan usaha kerajinan KANOBA dalam implementasi analisis Swot dengan menggunakan strategi-strategi usaha baik dari faktor internal maupun eksternal belum optimal. Juga berdasarkan

promosi yang telah dilakukan oleh kerajinan KANOBA sejauh ini belum maksimal dikarenakan promosi yang digunakan melalui media sosial, terbatasnya kemampuan mengenai teknologi informasi serta tim manajemen yang kurang memadai sehingga promosi belum berjalan secara maksimal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal dapat diambil kesimpulan bahwa dalam faktor internal diketahui yang menjadi kekuatan (*Strenght*) usaha Kerajinan Kanoba di Desa Panaragan Jaya yaitu banyaknya bahan baku dan kerajinan yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dibandingkan yang di hasilkan wilayah lainnya. Selain itu di Kerajinan Kanoba juga menyediakan pesanan berbagai bentuk sesuai permintaan konsumen. Dan kelemahannya (*Weaknes*) yaitu kurang maksimalnya promosi melalui media sosial sehingga dapat berpengaruh kepada perkembangan usaha pada keajinan Kanoba. Sedangkan dari faktor eksternal bahwa peluang (*Opportunities*) yang ada di Kerajinan Kanoba yaitu pada pengunjung-pengunjung yang datang diobjek wisata, dan yang menjadi ancaman (*Threats*) terkuat adalah pesaing-pesaing yang lebih modern dan tentunya menggunakan promosi yang lebih kuat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan maka peneliti akan memberikan saran-saran agar lebih baik kedepannya terutama kepada pemilik Kerajinan Kanoba yang belum menggunakan sosial media dengan maksimal dalam mengembangkan usahanya agar ditingkatkan lagi dalam mempromosikan produknya guna

mencapai pasar-pasar yang lebih luas. Lebih diutamakan lagi produk yang lebih berkualitas, lebih menarik, dan harga yang seimbang agar konsumen dapat tertarik dan membeli produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Amlauni, Meila Nasih, Dkk, "Analisis Nilai Produksi Pada Industri Kerajinan Tangan di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember", *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akutansi*, Vol. 5, No. 1, 2018.
- Andrianto, Istiqomah, Irsad, "Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis" (Studi Pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). *Jurnal Bisnis*, Vol.5, No.2, Desember 2017.
- Anoraga, Pandji, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009)
- Arikunto, Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Badan Pusat Statistik "Kabupaten Tulang Bawang Barat dalam angka 2020"
- Badan Pusat Statistik "Usaha Kecil Menengah (UKM)"
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: PT Mizan Buana Kreatif, 2012.
- Fahmi, Irham, *Manajemen Resiko Teori, Kasus dan Solusi*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Fahmi Irfan, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta, Cetakan ke 3 2015
- Hendo, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, Jakarta: Erlangga, 2011
- Mahzuni Dede, "Pengembangan Tangan Berbasis Kearifan Kerajinan Budaya di Pakenjeng Kabupaten Garut", *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, Vol.6, No.2, Juni 2017
- Moleong, Lexy J., *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- Monografi Desa Panaragan Jaya, 2020.
- Murcitaningrum, Suraya, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam*, 2 ed. Bandar Lampung: Ta'lim Press, 2013
- Narbuko Cholid dan Abu Achmadi, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013.

- Nikmah, Khusniatul Mazidun :*“Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Pada Kurnia Sari Katering Semarang dan Ditinjau Dari Segi Bisnis Islam.”* UIN Walisongo Semarang: 2019.
- Pasaribu, Hidayati Fauziah: *“Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Pada PT. Arma Anugerah Abadi Medan.”* UIN Sumatra Utara : 2018.
- Pujiyanti Ferra, *Perpajakan dan UKM*, Surabaya: Lembar Pustaka Indonesia, 2015
- Ramadhani Fadhilah, Yaenal Arifin, *“Optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi komunikasi berbasis E-Commerce sebagai media pemasaran usaha kecil, menengah guna meningkatkan daya saing dalam menghadapi masyarakat ekonomi Asean 2015”*, Jurnal Economics Development Analysis, Vol.2, No.2, 2013.
- Robinson, Pearce, *Manajemen Strategik Fomulasi, Implementasi, dan Pengendalian Jilid 1*, Jakarta: Binarupa Aksara, 1997.
- Rohman, M. Fathur, *Teknik Analisis Manajemen SWOT Untuk Menyusun KKP DIKLATPIM dan RENSTRA*, Malang: AFJ Mobicons, 2012.
- Sabariah, Etika, *Manajemen Strategis, Cetakan 1*, Yogyakarta : Herry CK, 2016.
- Setiawan, Budi *“Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Bambu Wilayah Kampung Pajelaran Sukahati Kecamatan Cibilong Kabupaten Bogor,”* Jurnal Menejemen dan Organisasi, Vol.1, No.2 Agustus 2010.
- Sihombing, Jaya Parlindungan, *“Analisis Swot Pada Industri Kerajinan Batik Griya Batik Mas Pekalongan.”* UNS : 2015.
- Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, makro dan menengah
- Wulandari, Fitria *“Analisis Prediksi Kebangkrutan Menggunakan Metode Altman (Z-Score) Pada Perusahaan Farmasi”*, Jurnal Menejemen dan Bisnis, Vol.2, No.1 Juni 2017.
- Yusri, *Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Perspektif Keadilan Ekonomi*, Jurnal Ilmu Hukum, No. 62, Th. XVI ,2014.

Zauhari Jaidan,"*Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce*",Jurnal Sistem Informasi, Vol.2, No.1, April 2010.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

ALAT PENGUMPULAN DATA PENELITIAN

ANALISIS SWOT TERHADAP KERAJINAN KANOBA DI TULANG BAWANG BARAT, LAMPUNG

(Studi Kasus Pada Krajinan Kanoba Tulang Bawang Barat)

A. WAWANCARA (Interview)

1. Daftar pertanyaan yang di ajukan kepada Narasumber (Pemilik Kerajinan Kanoba)

- a. Sejak kapan usaha ini di dirikan?
- b. Bagaimana bentuk kepemilikan usaha anda saat ini?
- c. Bagaimana perkembangan usaha ini sejak awal berdiri sampai saat ini?
- d. Berapakah jumlah tenaga kerja yang bekerja di usaha anda?
- e. Berapa biaya rata-rata yang anda keluarkan untuk membayar karyawan perbulannya?
- f. Berapakah jumlah modal awal anda?
- g. Berapa omset anda perbulan?
- h. Upaya apa yang anda lakukan untuk menarik pembeli?
- i. Bagaimana alat atau mesin yang anda gunakan dalam produksi (tradisional / modern)?
- j. Berapa pengeluaran yang di keluarkan untuk pembelian bahan baku?

- d. Bagaimana sistem pembagian tugasnya?
- e. Bagaimana kompensasi yang di berikan oleh pemilik usaha kerajinan kanoba?
- f. Bagaimana manajemen kerja yang di terapkan pemilik usaha kerajinan Kanoba?
- g. Bagaimana dengan kualitas produk yang di produksi?

3. Daftar pertanyaan yang di ajukan kepada konsumen di Kerajinan Kanoba

- a. Jenis kerajinan apa yang biasa anda beli?
- b. Kenapa anda memilih membeli di sini dari pada tempat lain?
- c. Bagaimana kualitas barang yang biasa anda beli?
- d. Bagaimana harga yang di tawarkan?
- e. Adakah keluhan atas barang yang anda beli?
- f. Pernahkah anda menyampaikan keluhan anda kepada penjual?

B. Dokumentasi

- 1. Dokumentasi tentang lokasi Kerajinan Kanoba Tulang Bawang Barat
- 2. Foto wawancara dengan Pemilik Kerajinan Kanoba
- 3. Foto wawancara dengan Karyawan Kerajinan Kanoba
- 4. Foto wawancara dengan konsumen Kerajinan Kanoba

Disetujui oleh,
Pembimbing



Enny Puji Lestari, M.E.Sv
NIDN.2013068102

Metro, 10 April 2021
Mahasiswa,



Claudya Chindy Y
NPM. 1702040011

OUTLINE

ANALISIS SWOT TERHADAP KERAJINAN KANOBA DI TULANG BAWANG BARAT, LAMPUNG

(Studi Kasus Pada Krajinan Kanoba Tulang Bawang Barat)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I. PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II. LANDASAN TEORI

- A. Analisis SWOT
 - 1. Pengertian Analisis SWOT
 - 2. Fungsi, Manfaat, dan Tujuan Analisis SWOT
 - 3. Faktor-Faktor Analisis SWOT
- B. Usaha Kecil Menengah (UKM)
 - 1. Pengertian Usaha Kecil Menengah (UKM)

2. Dasar Hukum Usaha Kecil Menengah (UKM)
 3. Jenis-Jenis Usaha Kecil Menengah (UKM)
 4. Perkembangan UKM di Indonesia
- B. Industri Kerajinan
1. Pengertian Industri
 2. Pengertian Kerajinan

BAB III. METODELOGI PENELITIAN

- A. Jenis Dan Sifat Penelitian
1. Jenis Penelitian
 2. Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
1. Sumber Data Primer
 2. Sumber Data Sekunder
- C. Metode Pengumpulan Data
1. Wawancara
 2. Dokumentasi
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN

- A. Gambaran Umum Wilayah Penelitian Kerajinan Kanoba Desa Panaragan Jayaa Kecamatan Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat
1. Gambaran umum Desa Panaragan Jaya Kabupaten Tulang Bawang Barat
 2. Sejarah Berdirinya Kerajinan Kanoba
- B. Analisis SWOT Pada Usaha Kerajinan Kanoba di Tulang Bawang Barat Berdasarkan Lingkungan Internal Dan Eksternal

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Disetujui Oleh,
Pembimbing



Enny Puji Lestari, M.E.Sy
NIDN. 2013068102

Metro, 10 April 2021
Mahasiswa,



Claudya Chindy Y
NPM. 1702040011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metr

Nomor : 0511/In.28.1/J/TL.00/02/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN PRA-SURVEY**

Kepada Yth.,
KEPALA UPTD NURUL AZMI ISLAMIC CENTER TULANG BAWANG BARAT
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara ber-
memberikan izin kepada mahasiswa kami:

Nama : **CLAUDYA CHINDY YUWINARTI**
NPM : 1702040011
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : **PENGARUH ISLAMIC CENTER SEBAGAI OBJEK WISATA
TERHADAP PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI TULANG
BAWANG BARAT, LAMPUNG**

untuk melakukan *pra-survey* di ISLAMIC CENTER TULANG BAWANG BARAT.

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya *pra-*
tersebut, atas fasilitas dan bantuan serta kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 02 Februari 2021
Ketua Jurusan
Ekonomi/Syariah

Dharma Setyawan, MA
NIP 19880529 201503 1 005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Nomor : 3428/In.28.3/D.1/PP.00.9/12/2020
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

11 Desember 2020

Kepada Yth:
Enny Puji Lestari, M.E,Sy
di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk sebagai Pembimbing Skripsi mahasiswa :

Nama : Claudya Chindy Yuwinarti
NPM : 1702040011
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Judul : Pengaruh Islamic Center Sebagai Objek Wisata Terhadap Perekonomian Masyarakat Di Tulang Bawang Barat, Lampung

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi mahasiswa sampai dengan selesai.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan



MUHAMMAD SALEH



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Claudya Chindy Y Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 1702040011 Semester / T A : VIII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Rabu / 06 - 01 - 2021		lengkapi dengan data- data yg berasal dari masyarakat sekitar objek wisata berupa wawancara.	
2.	20 / 2020. 1		- Tcon' di perijamin. - lihat buku panduan penulisan skripsi	

Dosen Pembimbing

Eny Puji Lestari, M.E.Sy
NIDN. 2013068102

Mahasiswa Ybs,

Claudya Chindy Y
NPM. 1702040011



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Claudya Chindy Y Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 1702040011 Semester / T A : VIII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	25/2021		- Data. & pertajaman Kembali. Pengaruhannya d Pekerjaannya berapa. & desa. Panaragan jaya. - lanjut ke teor dan metopen.	
2.	15/2021		- ACC Bab I - III - ACC & seminar kan.	

Dosen Pembimbing

Enny Puji Lestari, M.E.Sy
NIDN. 2013068102

Mahasiswa Ybs,

Claudya Chindy Y
NPM. 1702040011



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Claudya Chindy Yuwinarti
NPM : 1702040011

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy
Semester/TA : VIII/2021

No	Hari/ Tanggal	Materi Yang Dikonsultasikan	Tanda Tangan Dosen
1.	12-03-21	Tambahkan masalah analisis SWOT di LBM	
2.	12-03-21	kurangi profil wilayah pada LBM	
3.	15-03-2021	- AEC Penilaian : DAB I-IV lanjutan ke APD & outline.	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

Enny Puji Lestari, M.E.Sy.
NIDN. 2013068102

Claudya Chindy Yuwinarti
NPM. 1702040011



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Claudya Chindy Y Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 1702040011 Semester / T A : VIII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	25-03-2021		- APD tambahkan pertanyaan yg berkaitan dgn teori - Outline pada teori sesuaikan dgn judul	
2.	29-3-2021		- APD dan out line belum tampa teori kerajinan masru' & kerajinan masru'	

Dosen Pembimbing

Eny Puji Lestari, M.E.Sy
NIDN. 2013068102

Mahasiswa Ybs,

Claudya Chindy Y
NPM. 1702040011



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Claudya Chindy Y Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 1702040011 Semester / T A : VIII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
01	19-09-20 21		Acc APP & out line.	

Dosen Pembimbing

Eny Puji Lestari, M.E.Sy
NIDN. 2013068102

Mahasiswa Ybs,

Claudya Chindy Y
NPM. 1702040011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Claudya Chindy Y Jurusan/Fakultas : ESY/FEBI
NPM : 1702040011 Semester/ TA : VIII / 2021

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1	04 / 08 2021		- lebih diperjelas pada profil desa parrangan Jaya serta tambahkan mata pencahariannya - analisis swot dibuat table	
2	12 / 08 2021		- Ate Bab IV & V - lanjutan ke proses selanjutnya.	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

Eddy Puji Lestari, M.E.Sv
NIDN. 2013068102

Claudya Chindy Y
NPM.1702040011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 1195/In.28/D.1/TL.00/04/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pemilik Kerajinan Kanebo di Tulang
Bawang Barat
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1194/In.28/D.1/TL.01/04/2021, tanggal 12 April 2021 atas nama saudara:

Nama : **CLAUDYA CHINDY YUWINARTI**
NPM : 1702040011
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syaria'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Kerajinan Kanebo di Tulang Bawang Barat, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS SWOT TERHADAP KERAJINAN KANOBA DI TULANG BAWANG BARAT, LAMPUNG (STUDI KASUS PADA KERAJINAN KANOBA TULANG BAWANG BARAT)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terseleskannya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 12 April 2021
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Drs.H. M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 1194/In.28/D.1/TL.01/04/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **CLAUDYA CHINDY YUWINARTI**
NPM : 1702040011
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Kerajinan Kanoba di Tulang Bawang Barat, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS SWOT TERHADAP KERAJINAN KANOBA DI TULANG BAWANG BARAT, LAMPUNG (STUDI KASUS PADA KERAJINAN KANOBA TULANG BAWANG BARAT)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,
Pejabat Setempat


TRİYANTA

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 12 April 2021

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Drs. H. M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iaim@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-821/In.28/S/U.1/OT.01/08/2021**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : CLAUDYA CHINDY YUWINARTI
NPM : 1702040011
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2020 / 2021 dengan nomor anggota 1702040011

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari segala administrasi di Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 16 Agustus 2021
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa:

Nama : CLAUDYA CHINDY YUWINARTI

NPM : 1702040011

Jurusan : S1 Ekonomi Syariah

Judul : ANALISIS SWOT TERHADAP KERAJINAN KANOBA DI TULANG
BAWANG BARAT, LAMPUNG (Studi Kasus Pada Krajinan Kanoba Tulang
Bawang Barat)

Status : LULUS

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dari "Naskah Proposal Skripsi" dengan menggunakan aplikasi *Turnitin Score 20%*.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 19 Agustus 2021

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



DOKUMENTASI PENELITIAN



Dokumentasi Lokasi Penelitian Kerajinan Kanoba Desa Panaragan Jaya

Pada Tanggal 02 Maret 2020



Dokumentasi Bersama Pemilik Kerajinan Kanoba Desa Panaragan Jaya

Pada Tanggal 02 Maret 2021



**Dokumentasi Bersama Karyawan Kerajinan Kanoba Desa Panaragan Jaya
Pada Tanggal 03 Juni 2020**



**Dokumentasi Bersama Ibu Yuli Konsumen Kerajinan Kanoba Desa
Panaragan Jaya Pada Tanggal 03 Juni 2020**



**Dokumentasi Bersama Saudari Tiwi Pengunjung Kerajinan Kanoba Desa
Panaragan Jaya Pada Tanggal 03 Juni 2020**



Dokumentasi Bersama Ibu Sri Konsumen di Kerajinan Kanoba Desa

Panaragan Jaya Pada Tanggal 05 Juni 2020



Dokumentasi Bersama Saudara Dimas Konsumen di Kerajinan Kanoba Desa

Panaragan Jaya Pada Tanggal 05 Juni 2020



Dokumentasi Bersama Saudara Anggi Konsumen di Kerajinan Kanoba Desa Panaragan Jaya Pada Tanggal 05 Juni 2020



Dokumentasi Bersama Saudari Lisa Konsumen di Kerajinan Kanoba Desa Panaragan Jaya Pada Tanggal 05 Juni 2020



**Dokumentasi Rumah Produksi Kerajinan Kanoba Desa Panaragan Jaya
Pada Tanggal 05 Juni 2020**



**Dokumentasi Bahan Baku Labu Kerajinan Kanoba Desa Panaragan Jaya
Pada Tanggal 05 Juni 2020**



Dokumentasi Bahan Baku Bambu Kerajinan Kanoba Desa Panaragan Jaya

Pada Tanggal 05 Juni 2020



Dokumentasi Bahan Proses Pembuatan Kursi Dari Bambu Kerajinan

Kanoba Desa Panaragan Jaya Pada Tanggal 03 Juni 2020



**Dokumentasi Bahan Proses Pembuatan Labu Botol Kerajinan Kanoba Desa
Panaragan Jaya Pada Tanggal 03 Juni 2020**



**Dokumentasi Produk Kerajinan Kanoba Desa Panaragan Jaya Pada Tanggal
05 Juni 2020**



Dokumentasi Bentuk Kerajinan Labu Botol Kerajinan Kanoba Desa

Panaragan Jaya Pada Tanggal 03 Juni 2021



Dokumentasi Bentuk Produk-Produk Kerajinan Kanoba Desa Panaragan

Jaya Pada Tanggal 03 Juni 2021

RIWAYAT HIDUP



Claudya Chindy Yuwinarti, lahir di Desa Karya Sakti pada tanggal 14 Juli 1999, Nama panggilan Chindy, anak pertama dari Bapak Teguh Winarno dan Ibu Hayati. Tinggal di Desa Bandarsakti, Dusun Trimodadi, Kecamatan Abung Surakarta, Kabupaten Lampung Utara.

Penulis menyelesaikan pendidikan formalnya di SD Negeri 1 Bandarsakti dan Selesai Pada Tahun 2011. Kemudian melanjutkan pendidikan di MTS Al-Muhajirin Bandarsakti dan selesai pada tahun 2014, dan selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan menengah atas di MA Al-Muhajirin Bandasakti dan selesai pada tahun 2017, kemudian melanjutkan pendidikan perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negri (IAIN Metro) Jurusan Ekonomi Syariah di mulai pada semester 1 TA. 2017/2018.