

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PERABOT ROTAN DI JALAN YOS SUDARSO KECAMATAN RUMBAI KOTA PEKANBARU

Strategy for Rattan Furniture Development in Jalan Yos Sudarso, Rumbai District, Pekanbaru City

Nurfitriyah², Rahma Waty², Sindy Claudia², Debora², Ferdana², Irfan Akbar², Ilma Satriana Dewi^{1*}

¹Dosen Program Studi Agribisnis, Universitas Islam Riau, Kota Pekanbaru Provinsi Riau

²Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Universitas Islam Riau, Kota Pekanbaru Provinsi Riau

*Corresponding Author: ilmasatrianadewi@agr.uir.ac.id.

Naskah diterima tanggal 10 Oktober 2025, direvisi tanggal 20 Oktober 2025, disetujui tanggal 30 Oktober 2025 .

ABSTRAK

Sentra kerajinan perabot rotan di Jalan Yos Sudarso memiliki potensi ekonomi yang signifikan namun menghadapi tantangan dalam pengembangan dan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal serta merumuskan strategi pengembangan usaha perabot rotan. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT berbasis data kuesioner dari 10 pelaku usaha. Hasil penelitian mengidentifikasi keahlian tenaga kerja dan relasi pelanggan sebagai kekuatan utama, sedangkan pemasaran digital yang lemah dan peralatan tradisional menjadi kelemahan kritis. Peluang terbesar adalah tren produk ramah lingkungan, sementara fluktuasi harga bahan baku merupakan ancaman utama. Posisi usaha berada pada Kuadran I (*Growth*) Diagram SWOT, sehingga strategi S-O (*Strengths-Opportunities*) ditetapkan sebagai pendekatan utama. Strategi ini berfokus pada pengembangan produk custom bernuansa alam dan pembangunan branding digital untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Kata-kata Kunci: Rotan, Analisis SWOT, Strategi Pengembangan, UMKM

ABSTRACT

The rattan furniture craft center on Jalan Yos Sudarso has significant economic potential but faces challenges in development and competitiveness. This study aims to analyze internal and external factors and formulate a strategy for developing the rattan furniture business. The method used was a SWOT analysis based on questionnaire data from 10 business owners. The results identified workforce skills and customer relations as key strengths, while weak digital marketing and traditional equipment were critical weaknesses. The greatest opportunity is the trend towards environmentally friendly products, while

fluctuations in raw material prices are the main threat. The business is positioned in Quadrant I (Growth) of the SWOT Diagram, therefore, the S-O (Strengths-Opportunities) strategy was established as the primary approach. This strategy focuses on developing custom products with natural nuances and building digital branding to increase competitiveness and business sustainability.

Keywords: *Rattan, SWOT analysis, Development Strategy, MSMEs*

PENDAHULUAN

Potensi besar yang dimiliki oleh sektor rotan dimanfaatkan oleh pemerintah Indonesia sebagai salah satu komoditas unggulan untuk kegiatan ekspor. Sejak diberlakukannya peraturan pemerintah melalui Keputusan Menteri Perdagangan dan Koperasi tahun 1979 Nomor 492/Kp/7/79, ekspor rotan mentah mulai dibatasi. Kebijakan ini mendorong masyarakat untuk memanfaatkan rotan sebagai bahan baku dalam pembuatan berbagai produk olahan bernilai tambah, seperti kerajinan tangan, furnitur, dan perabotan rumah tangga. Akibatnya, industri pengolahan rotan tumbuh pesat di berbagai daerah di Indonesia. Salah satu pusat produksi dan pengolahan rotan tersebut terdapat di Kota Pekanbaru, Provinsi Riau.

Kota Pekanbaru telah memiliki pusat produksi rotan sejak tahun 1985 dan hingga kini dan sektor rotan tersebut masih dapat bertahan dan berkembang (Nofrizal, Ikhsan, dan Syapsan, 2020). Di Pekanbaru, pusat industri kreatif yang terlibat dalam Pengolahan Rotan terletak di Kecamatan Rumbai, di mana sebagian besar industri kreatif rotan terdapat di sepanjang jalan Yos Sudarso, Kecamatan Rumbai ini yang merupakan pusat industri unik bagi Kota Pekanbaru dan memiliki nilai komersial yang cukup tinggi.

Saat ini perkembangan usaha perabot rotan menghadapi persaingan yang semakin ketat dari produk furnitur modern berbahan kayu, plastik, dan logam yang diproduksi secara massal dengan harga lebih murah. Selain itu, keterbatasan modal, teknologi produksi yang masih sederhana, dan strategi pemasaran yang konvensional menjadi tantangan internal menghambat pertumbuhan usaha (Kotler dan Keller, 2016). Di sisi eksternal, fluktuasi harga bahan baku rotan dan perubahan selera konsumen juga mempengaruhi keberlangsungan usaha.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut, Apa saja faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal dalam pengembangan usaha perabot Rotan? Bagaimana strategi pengembangan usaha Perabot Rotan?. Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah menganalisis (1) Faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal pengembangan usaha Perabot Rotan dan (2) Strategi pengembangan usaha perabot rotan

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan mewawancarai pengrajin usaha perabot rotan secara langsung. Penelitian ini dilaksanakan di Jalan Yos Sudarso, Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 19 November 2025. Alasan peneliti mengambil lokasi ini sebagai tempat penelitian mempertimbangkan bahwa lokasi penelitian merupakan sentra usaha perabot rotan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengrajin usaha perabot rotan yang berada di Jalan Yos Sudarso Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru. Tidak semua pengrajin dalam populasi tersebut diambil sebagai subjek penelitian, melainkan sejumlah pengrajin usaha perabot rotan yang dipilih sebagai sampel. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 10 pengrajin usaha perabot rotan yang bertempat tinggal di Jalan Yos Sudarso, Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari responden/orang yang dijadikan objek penelitian. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari skripsi, jurnal, internet serta buku-buku yang relevan dengan permasalahan-permasalahan penelitian yang akan di cari.

ANALISIS DATA

Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Analisis faktor internal dan eksternal dilakukan dengan cara mengidentifikasi berbagai kekuatan dan kelemahan (*Strengths* dan *Weaknesses*) dengan menggunakan matriks *Internal Factor Evalution* (IFE) sedangkan peluang dan ancaman (*Opportunities* dan *Threats*) dengan menggunakan matriks *External Factor Evalution* (EFE) pada usaha Perabot Rotan di jalan Yos Sudarso, Kecamatan Rumbai, kota Pekanbaru.

Tahapan-tahapan dalam menggunakan matriks *Internal Factor Evalution* (IFE) sebagai berikut (Ginting 2006):

1. Mengidentifikasi faktor-faktor internal utama usaha.
2. Menentukan bobot untuk setiap faktor dengan metode perbandingan berpasangan menggunakan skala 1, 2, dan 3. Skala 1 menunjukkan faktor kurang penting dibandingkan faktor vertikal, skala 2 menunjukkan kedua faktor sama pentingnya dan skala 3 menunjukkan faktor horizontal lebih penting dibandingkan faktor vertikal. Bobot dari setiap faktor internal dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\alpha_i = \frac{X_i}{\sum_1^n 1X_i}$$

Keterangan:

α_i = Bobot faktor ke-i

X_i = Skor faktor ke-i

n = Jumlah data $i = 1, 2, 3, \dots, n$

3. Memberikan peringkat 1–4 untuk setiap faktor (1–2 untuk kelemahan, 3–4 untuk kekuatan).
4. Mengalikan bobot dengan peringkat untuk memperoleh skor tertimbang tiap faktor.
5. Menjumlahkan seluruh skor tertimbang untuk mendapatkan total skor faktor internal perusahaan.

Tabel 1. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

No	Internal Key Factors	Weight	Rating	Score
	<i>Strength</i>	A_i	$B_i = 1, 2, 3, 4$	$A_i \times B_i$
1.				
2.				
3.				
	<i>Weakness</i>			
1.				
2.				
3.				
Total		$\sum A_i = 1,00$		

Table 2. Matriks *External Factor Evaluation* (EFE)

No	External Key Factors	Weight	Rating	Score
	<i>Opportunities</i>	A_i	$B_i = 1, 2, 3, 4$	$A_i \times B_i$
1.				
2.				
3.				
	<i>Treats</i>			
1.				
2.				
3.				
Total		$\sum A_i = 1,00$		

Tahapan – tahapan dalam menggunakan matriks *External Factor Evaluation* (EFE) (David 2009) sebagai berikut:

1. Buat daftar faktor eksternal utama dari usaha yang telah diidentifikasi, tuliskan peluang terlebih dahulu, kemudian ancaman.

2. Tentukan nilai bobot setiap faktor mulai dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (paling penting), total seluruh bobot pada semua faktor harus = 1,00. Bobot dari setiap faktor eksternal dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\alpha_i = \frac{X_i}{\sum_1^n = 1X_i}$$

Keterangan:

α_i = Bobot faktor ke-i

X_i = Skor faktor ke-i

n = Jumlah data $i = 1, 2, 3, \dots, n$

3. Berikan peringkat 1-4 untuk setiap faktor sesuai kemampuan perusahaan merespon faktor eksternal tersebut yakni nilai 4 (respon perusahaan superior) nilai 3 (respon perusahaan di atas rata-rata), nilai 2 (respon perusahaan rata-rata) dan nilai 1 (respon perusahaan buruk).
4. Kalikan setiap bobot dengan peringkat untuk menentukan rata-rata tertimbang dari masing-masing faktor eksternal.
5. Jumlahkan rata-rata tertimbang dari setiap faktor untuk menentukan skor faktor eksternal perusahaan.

Analisis alternatif strategi pengembangan langkah selanjutnya adalah merumuskan beberapa opsi strategi dalam usaha perabot rotan di Jalan Yos Sudarso Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru. Metode yang diterapkan adalah analisis SWOT, yang menggabungkan faktor-faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya dalam matriks SWOT. Langkah-langkah dalam analisis SWOT (Rangkuti, 2017) sebagai berikut:

1. Catat peluang dan ancaman yang berasal dari luar perusahaan.
2. Catat kekuatan dan kelemahan yang terdapat dalam perusahaan.
3. Gabungkan kekuatan internal dengan peluang yang ada di luar dan rumuskan strateginya dalam sel strategi S-O.
4. Gabungkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan rumuskan strateginya dalam sel strategi W-O.
5. Gabungkan kekuatan internal dengan ancaman dari luar dan rumuskan strateginya dalam sel strategi S-T.
6. Gabungkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan rumuskan strateginya dalam sel strategi W-T.

Studi yang dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT menghasilkan empat opsi strategi (Rianto, 2025) sebagai berikut:

1. Strategi SO (Kekuatan – Peluang), dengan menggunakan semua kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mengejar peluang yang tersedia dan memperkuat daya saing serta pangsa pasar melalui kombinasi kekuatan dalam dan peluang dari luar.
2. Strategi ST (Kekuatan – Ancaman), memaksimalkan kekuatan dari dalam untuk menghadapi serta menangani ancaman dari luar, sekaligus memperkuat ketahanan dan mengurangi risiko dengan menggabungkan kekuatan internal dan strategi untuk mengantisipasi ancaman.
3. Strategi WO (Kelemahan – Peluang), dengan menggunakan peluang yang ada di luar untuk mengurangi kelemahan yang ada di dalam dan mengubah kelemahan menjadi kekuatan dengan memanfaatkan peluang yang tersedia.
4. Strategi WT (Kelemahan – Ancaman), dengan cara mengurangi efek dari kelemahan internal dan menjauhi ancaman dari luar, serta menekan risiko dan memperkuat ketahanan melalui langkah-langkah defensif.

Internal Eksternal	Strength (S)	Weakness (W)
	Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
Opportunity (O) Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	Strategi S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal	Strategi S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi W-T Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 1. Model Matriks SWOT

HASIL DAN PEMBAHASAN

Visi dan Misi

Adapun visi dari usaha Perabot Rotan ini adalah “Menjadi Sentra Industri Perabot Rotan Berbasis Budaya Terdepan di Sumatra yang Berkelanjutan, Inovatif, dan Diakui Pasar Nasional pada Tahun 2030”.

Misi usaha Perabot Rotan meliputi:

1. Mengembangkan dan memproduksi perabot rotan berkualitas tinggi yang memadukan keunikan motif budaya Melayu Riau dengan desain kontemporer yang fungsional, guna memenuhi kebutuhan dan tren pasar modern.
2. Meningkatkan Kapasitas dan Kesejahteraan Pengrajin melalui pelatihan berkelanjutan,

peningkatan akses terhadap alat kerja yang lebih efisien, serta penciptaan sistem kerja yang adil dan kolaboratif.

3. Membangun Pasar yang kuat dan beragam dengan strategi pemasaran digital yang agresif.
4. Memperkuat kelembagaan dan kemitraan.

Analisis Faktor Internal

Berdasarkan hasil survei penelitian, faktor internal pada usaha Perabot Rotan di Jalan Yos Sudarso Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru, dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE) Usaha Perabot Rotan di Jalan Yos Sudarso Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru

No	Internal Key Factors	Bobot	Rating	Score
Strength				
1.	Banyaknya variasi produk	0,07	3	0,21
2.	Tenaga kerja berpengalaman dalam kerajinan rotan	0,12	4	0,48
3.	Kualitas dan motif produk khas daerah	0,10	4	0,40
4.	Proses produksi fleksibel dan adaptif	0,10	4	0,40
5.	Pemanfaatan limbah rotan menjadi produk tambahan	0,09	3	0,27
6.	Relasi baik dengan pelanggan dan pemasok	0,11	4	0,44
Jumlah		0,59		2,20
Weakness				
1.	Peralatan produksi masih tradisional	0,09	3	0,27
2.	Kapasitas produksi terbatas	0,08	3	0,24
3.	Branding dan pemasaran digital belum optimal	0,08	3	0,24
4.	Ketergantungan pada pemasok tertentu	0,09	3	0,27
5.	Modal terbatas untuk ekspansi usaha	0,07	2	0,14
Jumlah		0,41	36	1,16
Total		1,00		3,36

Faktor kekuatan usaha perabot rotan di Jalan Yos Sudarso Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut:

1. Banyaknya variasi produk; Dengan banyaknya variasi perabot rotan ini menunjukkan bahwa pengrajin mampu menghasilkan beragam jenis produk, desain, ukuran, maupun fungsi. Keberagaman produk membuat usaha lebih fleksibel menyesuaikan dengan selera konsumen, mengurangi resiko kejenuhan pasar, meningkatkan daya tarik dan peluang.
2. Tenaga kerja berpengalaman dalam kerajinan rotan; Karena memiliki pengrajin berpengalaman dan ahli tentunya dapat menghasilkan produk dengan kualitas tinggi,

menyelesaikan permintaan desain yang sesuai/custom, serta mengoptimalkan penggunaan bahan baku.

3. Kualitas dan Motif Produk Khas daerah; Hal ini menjadi keunikan estetika dan budaya yang tertanam dalam produk berfungsi sebagai pembeda utama (*key differentiator*). Motif khas daerah tidak hanya menambah nilai artistik, tetapi juga membangun identitas merek yang kuat, sehingga menarik konsumen yang menghargai warisan budaya.
4. Proses produksi fleksibel dan adaptif; Dengan adanya kemampuan dalam sistem produksi skala kecil, nantinya dapat merespons permintaan pasar dengan efisien dan sangat menentukan dalam memenuhi pesanan custom, membuat produk dalam jumlah terbatas (*limited edition*).
5. Pemanfaatan limbah rotan menjadi produk tambahan; Dengan mengubah sisa bahan baku menjadi produk bernilai seperti aksesoris/kerajinan kecil, tentunya dapat meminimalkan biaya bahan baku, menambah pendapatan, serta memperkuat *positioning* sebagai usaha yang sadar lingkungan (*eco-conscious*).
6. Relasi Baik dengan Pelanggan dan Pemasok; Dengan adanya hubungan yang kuat dan saling percaya dengan stakeholder utama, inilah yang nantinya dapat membentuk modal sosial yang berharga. Relasi baik dengan pemasok memastikan keandalan pasokan dan kemungkinan mendapatkan syarat pembayaran yang lebih baik.

Faktor kelemahan pada usaha perabot rotan di jalan Yos Sudarso Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru diantaranya:

1. Peralatan produksi masih tradisional; Faktor ini mengakibatkan inefisiensi waktu, tenaga, dan keterbatasan presisi, sehingga menghambat peningkatan skala produksi dan konsistensi kualitas untuk pesanan besar.
2. Kapasitas produksi terbatas; Faktor ini membatasi kemampuan usaha dalam memenuhi lonjakan permintaan atau pesanan dalam volume besar, berpotensi menyebabkan kehilangan peluang pasar dan pelanggan.
3. Branding dan pemasaran digital belum optimal; Faktor ini dapat menyebabkan visibilitas merek rendah di pasar digital, menghambat perluasan jangkauan pasar ke konsumen modern, dan ketergantungan berlebihan pada pasar lokal yang konvensional.
4. Ketergantungan pada pemasok tertentu; Dapat menimbulkan kerentanan rantai pasok terhadap guncangan harga atau ketersediaan bahan baku, serta mengurangi daya tawar usaha dalam pengelolaan biaya dan kualitas.
5. Modal terbatas untuk ekspansi usaha; Faktor ini dapat membatasi investasi untuk pengembangan aset produktif, inovasi produk, dan strategi pemasaran yang lebih agresif, sehingga menghambat pertumbuhan dan peningkatan daya saing.

Dari hasil analisis faktor kekuatan maupun kelemahan pada usaha perabot rotan di Jalan Yos Sudarso Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru dengan menggunakan matriks IFE pada tabel 3 dapat diketahui bahwa kekuatan internal jauh lebih besar pengaruhnya daripada kelemahannya. Total bobot kekuatan senilai 0,59 jauh mengungguli total bobot kelemahan senilai 0,41. Untuk rata-rata rating pada faktor kekuatan adalah 4 dan faktor kelemahan memiliki rating 3. Maka total nilai tertimbang faktor kekuatan dan kelemahan adalah 3,36 artinya usaha perabot rotan di jalan Yos Sudarso Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru sudah memiliki kekuatan secara internal yang sangat kuat dan mendukung untuk dikembangkan.

Analisis Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil survei penelitian, faktor eksternal pada usaha Perabot Rotan di Jalan Yos Sudarso Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru, dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE) Usaha Perabot Rotan di Jalan Yos Sudarso Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru.

No	External Key Factors	Bobot	Rating	Score
Opportunity				
1.	Ketersediaan bahan baku rotan lokal melimpah	0,08	3	0,24
2.	Permintaan pasar terhadap furniture rotan meningkat	0,08	3	0,24
3.	Adanya program dukungan pemerintah untuk UMKM	0,08	3	0,24
4.	Akses pasar digital semakin mudah	0,10	4	0,40
5.	Tren penggunaan produk alami dan eco- friendly	0,06	4	0,24
6.	Peluang ekspor produk rotan Indonesia	0,05	3	0,15
7.	Permintaan terhadap desain custom meningkat	0,08	4	0,32
Jumlah		0,53		1,83
Treaths				
1.	Persaingan dengan pabrikan murah	0,08	3	0,21
2.	Harga bahan baku rotan berfluktuasi	0,15	4	0,36
3.	Distribusi bahan baku tidak stabil	0,08	3	0,24
4.	Perubahan selera konsumen sangat cepat	0,08	3	0,24
5.	Kebijakan tentang penggunaan bahan alam semakin ketat	0,08	3	0,24
Jumlah		0,47	40	1,29
Total		1,00		3,12

Faktor peluang usaha perabot rotan di Jalan Yos Sudarso Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut:

1. Ketersediaan bahan baku rotan lokal melimpah; Dengan ketersediaan bahan baku yang melimpah dapat menjamin kelancaran rantai pasokan, mengurangi ketergantungan pada

supplier dari luar daerah, dan meminimalkan biaya logistik serta waktu tunggu. Faktor inilah yang menjadi fondasi stabilitas operasional dan memberikan keleluasaan dalam perencanaan produksi jangka panjang.

2. Permintaan pasar terhadap furniture rotan meningkat; dengan adanya peningkatan permintaan furnitur rotan menunjukkan adanya pertumbuhan pasar yang potensial, baik untuk kebutuhan rumah tangga maupun komersial. Kondisi ini memberikan peluang strategis bagi usaha untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperluas jangkauan distribusi, dan melakukan stabilisasi pendapatan.
3. Adanya program dukungan pemerintah untuk UMKM; faktor ini dapat menciptakan lingkungan yang mendukung percepatan pertumbuhan usaha. Hal ini dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kendala permodalan, meningkatkan kompetensi SDM, serta mengakses teknologi produksi dan pemasaran yang lebih modern.
4. Akses pasar digital semakin mudah; Karena adanya perkembangan platform e-commerce, media sosial, dan teknologi pembayaran digital telah meruntuhkan hambatan geografis dalam pemasaran. Kemudahan akses ini memungkinkan usaha untuk memperluas jangkauan pasar melampaui batas lokal, membangun komunikasi langsung dengan konsumen, serta mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terukur dan efektif.
5. Tren penggunaan produk alami dan *eco-friendly*; Kesadaran lingkungan yang semakin tinggi dikalangan konsumen menggeser preferensi pasar menuju produk yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Rotan sebagai bahan baku yang terbarukan memiliki keunggulan komparatif dalam memenuhi tren ini.
6. Peluang ekspor produk rotan Indonesia; Usaha ini dapat menciptakan peluang ekspor yang menjanjikan. Karena adanya permintaan dari pasar mancanegara, terutama negara dengan apresiasi tinggi terhadap produk *handmade* dan bahan alami.
7. Permintaan terhadap desain custom meningkat; faktor ini dapat membuka celah pasar yang memiliki nilai tambah tinggi. Kebutuhan konsumen akan produk yang unik dan sesuai dengan preferensi spesifik memberikan keunggulan kompetitif bagi pengrajin rotan yang memiliki fleksibilitas produksi dan keahlian teknis.

Faktor ancaman dari usaha perabot rotan di Jalan Yos Sudarso Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut:

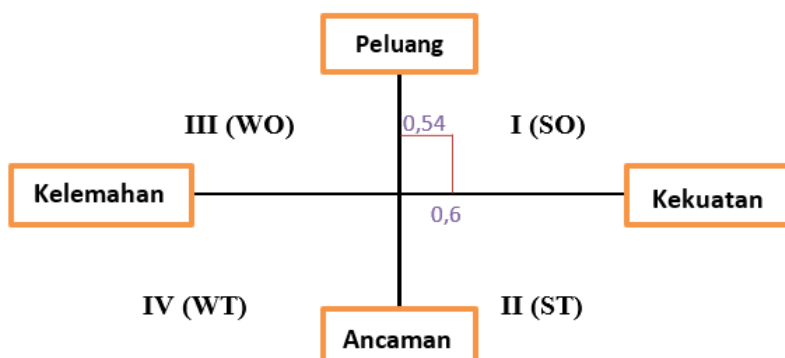
1. Persaingan dengan Produk Pabrikan Murah; Karena bagi usaha rotan yang mengandalkan proses *handmade* dan bahan alami, produk pabrikan dari plastik atau MDF menawarkan harga yang jauh lebih rendah dengan tampilan yang seragam, secara langsung mengancam segmen pasar usaha rotan, konsumen mungkin mengabaikan nilai seni dan keawetan demi harga murah, sehingga mengurangi volume penjualan produk rotan.

2. Harga Bahan Baku Rotan Berfluktuasi; Karena usaha rotan termasuk kedalam skala usaha kecil dengan modal terbatas sangat rentan terhadap guncangan dari harga input. Kenaikan harga rotan tidak dapat dibebankan seluruhnya ke harga jual karena takut kehilangan pelanggan. Akibatnya, margin keuntungan yang sudah tipis semakin tertekan, mengancam kelangsungan operasional dan kemampuan untuk berinvestasi kembali.
3. Distribusi Bahan Baku Tidak Stabil; karena adanya ketidakaturan pasokan dan logistik bahan baku dapat mengganggu kontinuitas proses produksi. Ketergantungan pada rantai pasok yang belum terorganisir dengan baik berisiko menyebabkan keterlambatan pemenuhan pesanan custom dan dapat mengalami penurunan kepercayaan pelanggan.
4. Perubahan Selera Konsumen Sangat Cepat; Adanya dinamika tren desain interior berubah cepat menuntut adaptasi dan inovasi produk secara terus-menerus. Usaha dengan siklus pengembangan produk yang lambat dan variasi terbatas berisiko ketinggalan zaman, sehingga kehilangan daya tarik bagi pasar konsumen perkotaan dan generasi muda.
5. Kebijakan tentang Penggunaan Bahan Alam Semakin Ketat; Karena adanya regulasi lingkungan pengelolaan dan perdagangan bahan baku rotan alam dapat membatasi akses terhadap material utama. Perizinan yang rumit dan ketentuan *sustainability* berpotensi meningkatkan biaya operasional dan menghambat kelancaran rantai pasok bahan baku.

Dari hasil analisis faktor peluang maupun ancaman pada Usaha Perabot Rotan di Jalan Yos Sudarso Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru dengan menggunakan matriks EFE pada Tabel 4 dapat diketahui bahwa peluang pada usaha perabot rotan cukup tinggi dibandingkan faktor ancamannya. Faktor peluang memiliki total bobot senilai 0,53 sedangkan faktor ancaman memiliki total bobot senilai 0,47. Rata-rata rating untuk faktor peluang adalah 4 dan faktor ancaman memiliki rating 3. Total nilai tertimbang dari faktor peluang dan ancaman adalah sebesar 3,12 artinya usaha Perabot rotan di Jalan Yos Sudarso Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru ini belum dapat menghindari ancaman.

Diagram SWOT

Hasil dari analisis faktor internal dan eksternal menunjukkan bahwa Usaha Perabot Rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru pada Diagram SWOT terletak kuadran I (SO), artinya usaha perabot rotan tersebut berada pada situasi yang sangat menguntungkan dan usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini dapat dilihat lebih lengkap pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT Usaha Perabot Rotan di Jalan Yos Sudarso Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru

Berdasarkan analisis matriks SWOT pada Tabel 5, diperoleh 12 strategi untuk mengembangkan Usaha Perabot Rotan di Jalan Yos Sudarso Kecamatan Rumbai

Faktor Internal	Strength (S)	Weakness (W)
	1. Variasi produk masih terbatas 2. Tenaga kerja berpengalaman dalam kerajinan rotan 3. Kualitas dan motif produk khas daerah 4. Proses produksi fleksibel dan adaptif 5. Pemanfaatan limbah rotan menjadi produk tambahan 6. Relasi baik dengan pelanggan dan pemasok	1. Peralatan produksi masih tradisional 2. Kapasitas produksi terbatas 3. Branding dan pemasaran digital belum optimal 4. Ketergantungan pada pemasok tertentu 5. Modal terbatas untuk ekspansi
Faktor Eksternal	Opportunity (O)	Threat (T)
	1. Ketersediaan bahan baku lokal melimpah 2. Permintaan pasar terhadap furniture rotan meningkat 3. Adanya program dukungan pemerintah untuk UMKM 4. Akses pasar digital semakin mudah	1. Mengembangkan produk custom & eco-friendly dengan memanfaatkan keahlian pengrajin dan fleksibilitas produksi untuk menangkap tren pasar (S2,S3,S4,O4,O6) 2. Memperluas pasar melalui digital dengan mempromosikan keunikan produk khas dan testimoni pelanggan setia
	Strategi (S-O)	Strategi (W-O)
	1. Mengembangkan produk custom & eco-friendly dengan memanfaatkan keahlian pengrajin dan fleksibilitas produksi untuk menangkap tren pasar (S2,S3,S4,O4,O6) 2. Memperluas pasar melalui digital dengan mempromosikan keunikan produk khas dan testimoni pelanggan setia	1. Memanfaatkan program pemerintah untuk pelatihan pemasaran digital dan pengadaan alat kerja yang lebih efisien (W1,W3,O2,O3). 2. Meningkatkan kapasitas produksi melalui skema kemitraan atau pinjaman modal usaha untuk

5. Tren penggunaan produk alami dan <i>eco-friendly</i> 6. Peluang ekspor produk rotan Indonesia 7. Permintaan terhadap desain custom meningkat	(S3,S6,O4) 3. Memanfaatkan program dukungan pemerintah untuk meningkatkan kualitas SDM dan fasilitas produksi, menggunakan relasi baik dengan pemasok untuk memperkuat rantai pasokan bahan baku dalam memenuhi permintaan pasar yang meningkat (S6,O1,O2,O3)	memenuhi permintaan custom (W2,W5,O7). 3. Membentuk kelompok usaha bersama untuk memperkuat daya tawar terhadap pemasok dan perluasan pasar (W4,O2,O3).
Threats (T) 1. Persaingan dengan produk pabrikan murah 2. Harga bahan baku rotan berfluktuasi 3. Distribusi bahan baku tidak stabil 4. Perubahan selera konsumen sangat cepat 5. Kebijakan tentang penggunaan bahan alam semakin ketat	Strategi (S-T) 1. Membangun <i>positioning premium</i> melalui <i>storytelling</i> budaya, kualitas handmade, dan sertifikasi <i>eco-friendly</i> untuk melawan persaingan harga (S2,S3,S5,T1,T4). 2. Menerapkan sistem manajemen persediaan bahan baku dan memperkuat hubungan dengan pemasok untuk mengantisipasi fluktuasi harga (S6,T2,T3). 3. Berinovasi desain secara berkala dan mengikuti pelatihan standar lingkungan untuk mengantisipasi perubahan regulasi (S4,T4,T5).	Strategi (W-T) 1. Fokus pada segmen pasar khusus (<i>niche market</i>) yang loyal dan kurang sensitif harga, seperti penggemar furnitur tradisional atau desainer interior (W3, T1,T4) 2. Menerapkan manajemen keuangan ketat dan mencari sumber bahan baku alternatif untuk mengurangi dampak fluktuasi harga dan ketergantungan pada satu pemasok (W4,W5,T2,T3). 3. Membentuk asosiasi pengrajin untuk memperkuat advokasi terkait kebijakan dan memperoleh akses bantuan yang lebih luas (W1,W2,T5).

Adapun 12 strategi-strategi yang dirumuskan tersebut sebagai berikut:

1. Mengembangkan produk *custom & eco-friendly* dengan memanfaatkan keahlian pengrajin dan fleksibilitas produksi untuk menangkap tren pasar (S2,S3,S4,O4,O6).
2. Memperluas pasar melalui digital dengan mempromosikan keunikan produk khas dan testimoni pelanggan setia (S3,S6,O4).
3. Memanfaatkan program dukungan pemerintah untuk meningkatkan kualitas SDM dan

fasilitas produksi, sekaligus menggunakan relasi baik dengan pemasok untuk memperkuat rantai pasokan bahan baku dalam rangka memenuhi permintaan pasar yang meningkat (S6,O1,O2,O3).

4. Memanfaatkan program pemerintah untuk pelatihan pemasaran digital dan pengadaan alat kerja yang lebih efisien (W1,W3,O2,O3).
5. Meningkatkan kapasitas produksi melalui skema kemitraan atau pinjaman modal usaha untuk memenuhi permintaan custom (W2,W5,O7).
6. Membentuk kelompok usaha bersama untuk memperkuat daya tawar terhadap pemasok dan perluasan pasar (W4,O2,O3).
7. Membangun positioning premium melalui storytelling budaya, kualitas handmade, dan sertifikasi *eco-friendly* untuk melawan persaingan harga (S2,S3,S5,T1,T4).
8. Menerapkan sistem manajemen persediaan bahan baku dan memperkuat hubungan dengan pemasok untuk mengantisipasi fluktuasi harga (S6,T2,T3).
9. Berinovasi desain secara berkala dan mengikuti pelatihan standar lingkungan untuk mengantisipasi perubahan regulasi (S4,T4,T5).
10. Fokus pada segmen pasar khusus (niche market) yang loyal dan kurang sensitif harga, seperti penggemar furnitur tradisional atau desainer interior (W3,T1,T4).
11. Menerapkan manajemen keuangan ketat dan mencari sumber bahan baku alternatif untuk mengurangi dampak fluktuasi harga dan ketergantungan pada satu pemasok (W4,W5,T2,T3).
12. Membentuk asosiasi pengrajin untuk memperkuat advokasi terkait kebijakan dan memperoleh akses bantuan yang lebih luas (W1,W2,T5).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kekuatan pada usaha perabot rotan ini yaitu; banyaknya variasi produk, tenaga kerja berpengalaman dalam kerajinan rotan, kualitas dan motif produk khas daerah, proses produksi fleksibel dan adaptif, pemanfaatan limbah rotan menjadi produk tambahan, dan relasi baik dengan pelanggan dan pemasok. Faktor kelemahan terdiri dari peralatan produksi masih tradisional, kapasitas produksi terbatas, branding dan pemasaran digital belum optimal, ketergantungan pada pemasok tertentu, dan modal terbatas untuk ekspansi usaha. Faktor peluang terdiri dari ketersediaan bahan baku lokal melimpah, permintaan pasar terhadap furniture rotan meningkat, adanya program dukungan pemerintah untuk UMKM, akses pasar digital semakin mudah, trend penggunaan produk alami dan *eco-friendly*, peluang ekspor produk rotan indonesia, serta

permintaan terhadap desain custom meningkat. Faktor ancaman terdiri dari persaingan dengan pabrikan murah, harga bahan baku rotan berfluktuasi, distribusi bahan baku tidak stabil, perubahan selera konsumen sangat cepat, dan adanya kebijakan tentang penggunaan bahan alami semakin ketat.

2. Strategi utama yang dapat diterapkan kedepannya berdasarkan analisis diagram SWOT adalah strategi SO yaitu, mengembangkan produk custom *eco-friendly* dengan memanfaatkan keahlian pengrajin dan fleksibilitas produksi untuk menangkap tren pasar, memperluas pasar melalui digital dengan mempromosikan keunikan produk khas dan testimoni pelanggan setia, dan memanfaatkan program dukungan pemerintah untuk meningkatkan kualitas SDM dan fasilitas produksi, menggunakan relasi baik dengan pemasok untuk memperkuat rantai pasokan bahan baku dalam rangka memenuhi permintaan pasar yang meningkat.
3. Hasil dari analisis faktor internal dan eksternal menunjukkan bahwa Usaha Perabot Rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru pada Diagram SWOT terletak kuadran I (SO), artinya usaha perabot rotan berada pada situasi yang sangat menguntungkan dan usaha memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Saran

1. Pelaku usaha perabot rotan agar dapat membentuk kelompok usaha guna memperkuat posisi tawar dan mengalokasikan sumber daya untuk mengembangkan lini produk custom yang ramah lingkungan serta kampanye pemasaran digital yang terfokus.
2. Pemerintah daerah agar dapat memfasilitasi pelatihan pemasaran digital dan manajemen keuangan spesifik pengrajin, serta membantu promosi sentra rotan sebagai destinasi wisata kerajinan guna memperluas pangsa pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- David, Fred R. 2009. Manajemen Strategi Konsep Buku 1, Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Dewi, I. S., Darus, dan Prasetyo. B .2022. Strategi Pengembangan Usahatani Nenas di Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. *Jurnal Agribisnis* 24 (1): 90-102
- Dewi, I. S., S. M. Putri, N. Dewi, L. Rahmawati, A. Yusrizal dan F. Ahmadiano. 2024. Strategi Pengembangan Usaha Peternakan di Rumah Potong Hewan Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Jurnal Agroteknologi, Agribisnis dan Akuakultur*. 4 (1) 23-31.
- Ginting, Rosnani. 2006. Sistem Produksi. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hamdani, 2006. Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 2). Jakarta Selatan. Salemba Empat.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran (Edisi 15). Jakarta: Erlangga.
- Menteri Perdagangan dan Koperasi. 1979. Keputusan Menteri Perdagangan Dan Koperasi

Nomor 492/Kp/VII/79 Tentang Larangan Eksport Rotan Dari Seluruh Wilayah Indonesia. Departemen Perdagangan Dan Koperasi.

Nofrizal, N., I. Ikhsan, dan S. Syapsan. 2020. Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Rotan Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 19(2): 123–35.

Rangkuti, F. 2017. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rianto. 2025. Manajemen Stratejik Dan Implikasi Penelitian Metode Swot. (Edisi 1). Jawa Tengah: PT. Pena Persada Kertas Utama.