

**STRATEGI PENGEMBANGAN UNIT USAHA PRODUK
SUTERA DI KELURAHAN TEMPE KECAMATAN
TEMPE KABUPATEN WAJO PROVINSI SULAWESI
SELATAN**

Oleh :

MELISA PUTRI

M11116515



**PROGRAM STUDI KEHUTANAN
FAKULTAS KEHUTANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

202

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Unit Usaha Produk Sutra di
Kelurahan Tempe, Kecamatan Tempe, Kabupaten
Wajo, Provinsi Sulawesi Selatan

Nama Mahasiswa : Melisa Putri

NIM : M11116515


Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Kehutanan
pada
Program Studi Kehutanan
Fakultas Kehutanan
Universitas Hasanuddin

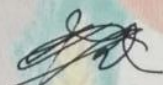
Menyetujui :

Komisi Pembimbing


Pembimbing I

Pembimbing II


Makkarenu, S.Hut.M.Si.Ph.D
NIP. 19700307200812 2 001


Prof. Dr. Ir. H. Supratman, M.P
NIP. 19700918199702 1 001

Mengetahui,
Ketua Departemen Kehutanan
Fakultas Kehutanan
Universitas Hasanuddin


Dr. Forest. Muhammad Ali K.S., S.Hut., M.Si
NIP. 19790831 200812 1 002

Tanggal Pengesahan : 30 November 2020

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Melisa Putri

N I M : M111 16 515

Judul Skripsi : “Strategi Pengembangan Unit Usaha Produk Sutera di
Kelurahan Tempe, Kecamatan Tempe, Kabupaten Wajo,
Provinsi Sulawesi Selatan”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa penulisan Skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan programming yang tercantum sebagai bagian dari Skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ditemukan bukti ketidakeaslian atas Karya Ilmiah ini maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Hasanuddin.

Makassar, 30 November 2020

Yang Bersangkutan


METERAI
TEMPEL
EEJCEAHF657R#069
6000
ENAM RIBURUPIAH
(Melisa Putri)

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Pengembangan Unit Usaha Produk Sutra di Kelurahan Tempe, Kecamatan Tempe, Kabupaten Wajo”** guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan di Fakultas Kehutanan Universitas Hasanuddin.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan, dukungan, motivasi, dan doa dari berbagai pihak, untuk itu penulis menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada :

1. Ibu **Makkarenu, S.Hut.M.Si.Ph.D** dan Bapak **Prof.Dr.Ir.H. Supratman, M.P** selaku pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran-nya dalam memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga selesainya penulisan skripsi ini.
2. Ibu **Dr.Ir. Sitti Nuraeni, M.P** dan Ibu **Dr. Siti Halimah Larekeng, MP** selaku penguji yang telah membantu dalam memberikan masukan dan saran yang sangat konstruktif guna penyempurnaan skripsi ini.
3. Ketua Departemen Kehutanan Bapak **Dr Forest. Muhammad Alif K.S., S.Hut., M.Si** dan Sekretaris Departemen Ibu **Dr. Siti Halimah Larekeng, MP**, dan Seluruh **Dosen** serta **Staf Administrasi** Fakultas Kehutanan atas bantuannya.
4. Segenap keluarga **Laboratorium Kebijakan Dan Kewirausahaan** khususnya **Minat Ekonomi** atas dukungan dan bantuannya dalam penulisan skripsi ini maupun selama perkuliahan.
5. Kawan-kawan seperjuangan **L16NUM** yang telah memberi dukungan dan motivasi.
6. Kepada **Sam Suryani S.Hut, Inda Rahmadani S.Hut, Ainun Salsabila S.Hut** yang telah memeberikan ilmu dan arahan selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat saya tercinta **A. Inayatul Hidayah, Riskayanti, Fatimah Yuliani, Asriani Azis, Rika Hardiana, Nasriani, Elis Hartina S.KM** dan sahabat **yang lainnya** yang telah berkontribusi besar dengan segala semangat, dukungan dan saran yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Dari lubuk hati yang paling dalam penulis menghaturkan penghargaan dan terima kasih yang tidak terhingga teruntuk kedua orang tua tercinta, Ayahanda **H. Baharuddin** dan Ibu **Hj. Nursani** atas doa, kasih sayang, perhatian, dan motivasi dalam mendidik dan membesarkan penulis, serta saudaraku tercinta **Mahyuddin S.T, Minarni S.Hut,M.Si,** dan **Misbahuddin S.Pd,** terima kasih atas motivasi, perhatian, dan dukungan yang diberikan. Semoga dihari esok, penulis kelak menjadi anak yang membanggakan untuk keluarga tercinta.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan yang perlu diperbaiki, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan khususnya kepada penulis sendiri.

Makassar, 30 November 2020

P e n u l i s

ABSTRAK

Melisa Putri (M11116515) Strategi Pengembangan Unit Usaha Produk Sutra di Kelurahan Tempe, Kecamatan Tempe, Kabupaten Wajo, Provinsi Sulawesi Selatan. Dibawah Bimbingan Makkarennu dan Supratman

Kabupaten Wajo merupakan salah satu daerah penghasil sutera yang dikenal sebagai daerah sutera karena kemampuannya yang telah lama dan terampil di wilayah ini dalam perdagangan sutera. Usaha sutera telah mengalami penurunan yang disebabkan oleh produksi dan pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor internal SWOT dan eksternal usaha sutera serta menentukan strategi yang tepat pada usaha sutera yang berada di Kelurahan Tempe, Kecamatan Tempe, Kabupaten Wajo. Metode pengambilan data dari penelitian ini adalah pihak-pihak yang terlibat dalam pengrajin sutera baik secara langsung ataupun tidak langsung dengan menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) menunjukkan strategi pemasaran dari faktor internal dan eksternal. Alternatif strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha sutera yaitu diverifikasi produk, promosi baik secara langsung maupun melalui media sosial, dan keterampilan penenun serta memperluas kerjasama.

Kata Kunci: Sutra, Analisis SWOT, AHP, Strategi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR Gambar.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan dan Kegunaan	2
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1. Persuteraan di Indonesia	3
2.1.1. Sejarah Persuteraan Alam	3
2.1.2. Persuteraan Alam di Sulawesi Selatan.....	4
2.1.3. Tinjauan Umum Persuteraan Alam.....	4
2.1.4. Produksi.....	5
2.2. Strategi Pemasaran	7
2.3. Analisis SWOT	8
2.3.1. Pengertian Analisis SWOT	8
2.3.2. Matriks SWOT	9
2.4. <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	10
III. 12	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	12
3.2. Alat dan Bahan.....	12
3.3. Metode Pengambilan Data.....	12
3.3.1. Populasi dan Sampel.....	12
3.3.2. Teknik Pengambilan Data	12
3.3.3. Jenis Data	13
3.4. Analisis Data	13

3.4.1. Analisis SWOT	14
3.4.2. Perumusan Strategi dengan AHP	15
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	18
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	18
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	18
4.1.1. Produk	19
4.1.3. Pemasaran	20
4.2. Analisis SWOT Usaha Kain Sutera	22
4.4.1 Faktor Internal	22
4.4.2 Faktor Eksternal	24
4.3 Prioritas dan <i>Consistery Ratio</i> dari Perbandingan Kelompok dan Faktor SWOT	25
4.4 Rumusan Strategi Pengembangan Sutera	27
V. PENUTUP.....	30
5.1. Kesimpulan	30
5.2. Saran.....	30

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.	Alternatif Strategi Yang Digunakan Dalam Analisis SWOT.....	14
Tabel 2.	Penilaian Intensitas Kepentingan	16
Tabel 3.	Nilai <i>Random Index</i> (RI)	17
Tabel 4.	Prioritas Dan <i>Consistency Ratio</i> Dari Perbandingan Kelompok Dan Faktor SWOT.....	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.	Alur Pemasaran Sutera	21
Gambar 1.	Matriks Rumusan Strategi Pengembangan Sutera	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1.	Pedoman Wawancara	35
Lampiran 2.	Matriks Perbandingan Berpasangan AHP Antara Faktor Kekutan (<i>Strength</i>).....	37
Lampiran 3.	Matriks Perbandingan Berpasangan AHP Antara Faktor Kelemahan (<i>Weakness</i>).....	38
Lampiran 4.	Matriks Perbandingan Berpasangan AHP Antara Faktor Peluang (<i>Opportunity</i>).....	39
Lampiran 5.	Matriks Perbandingan Berpasangan AHP Antara Faktor Ancaman (<i>Treats</i>)	40
Lampiran 6.	Matriks Perbandingan Berpasangan AHP Antara Kelompok SWOT	41
Lampiran 7.	Matriks Gabungan Evaluasi Faktor SWOT	42
Lampiran 8.	Dokumentasi Penelitian.....	43

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemanfaatan Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) perlu dikembangkan dan ditingkatkan nilai ekonominya sehingga dapat diandalkan sebagai sumber mata pencaharian masyarakat atau pemerintah daerah dan negara (Nurrochmat, 2012). Pengembangan komoditas sutera alam sebagai salah satu HHBK merupakan salah satu kegiatan perhutanan sosial yang ditujukan untuk peningkatan ekonomi kerakyatan, perluasan kesempatan usaha dan kerja, pemberdayaan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat utamanya disekitar kawasan hutan di wilayah hulu melalui usaha pembudidayaan ulat sutera. Budidaya ulat sutera erat kaitannya dan tidak dapat dipisahkan dengan usaha budidaya murbei juga dapat berfungsi sebagai perlindungan tanah dari erosi dan degradasi lahan serta mampu tumbuh pada lahan kritis (Sadapotto, 2010).

Sutera alam terjadi melalui serangkaian kegiatan agroindustri, dimulai dengan tanaman murbei yang terdiri dari pakan ulat sutera, membutuhkan perawatan dan pemeliharaan ulat sutera, diikuti oleh pengolahan kokon menjadi benang, tenun kain, dan akhirnya ke pemasaran kain sutera. Bisnis ini termasuk dalam kategori pasar industri rumah tangga, dan dapat menjadi produk yang menguntungkan bagi mata pencaharian pedesaan (Pratama, dkk. 2019).

Sutera alam di Sulawesi Selatan telah lama menjadi bagian dari kehidupan budaya masyarakat. Budidaya sutera alam telah dikenal sejak tahun 1950-an dan sampai sekarang masih digeluti oleh sebagian masyarakat pedesaan. Sarung sutera merupakan salah satu perangkat yang digunakan pada tiap upacara kebudayaan seperti perkawinan dan pesta adat (Sadapotto, 2010). Sehingga kain sutera dan proses produksinya sarat akan kandungan kearifan lokal yang berisi pesan-pesan moral dan menjadi *high culture* (Syukur, dkk. 2014).

Salah satu daerah penghasil sutera yang terkenal di Indonesia adalah Kabupaten Wajo, Sulawesi Selatan. Wilayah ini juga menjadi lokasi program kehutanan sosial Sulawesi Selatan. Dalam implementasinya, sosial kehutanan didasarkan pada pengelolaan hutan berbasis masyarakat dengan memperhatikan hal-hal berikut yaitu manfaat dan keberlanjutan, kemandirian, kebersamaan dan

kemitraan, lintas sektoral integrasi, dalam pendekatan yang bertahap, berkelanjutan, dan adaptif (Pratama, dkk. 2019).

Wajo terkenal sebagai daerah sutera karena kemampuannya yang telah lama dan terampil di wilayah ini dalam perdagangan sutera. Sutera adalah salah satu komoditas unggulan karena mengelola produksi yang telah dilakukan dari generasi ke generasi, dan dikelola sebagai aktivitas sampingan, sebagai usaha industri rumah tangga, atau bahkan sebagai industri skala menengah pada 1960-an dan 1970-an industri tenun sutera di Wajo mengalami puncaknya, tetapi diikuti oleh periode penurunan drastis karena kesulitan mendapatkan bahan baku berkualitas tinggi. Pada akhirnya mempengaruhi hasil di sisi produksi tenun dan juga mempengaruhi permintaan pasar. Diperbaharui kegiatan industri tenun mulai berkembang pada akhir 1990-an ketika bahan baku impor diizinkan masuk kembali dan pasar mulai mengalami regenerasi (Pratama, dkk. 2019).

Namun demikian, produksi sutera mengalami penurunan yang disebabkan oleh produksi dan pemasaran. Dalam pemasaran, harga sutera berbeda dengan yang ada dipasaran. Selain itu, penurunan produksi sutera disebabkan oleh perubahan bibit ulat, dan pasokan benih ulat sutera kepada petani juga memiliki kualitas yang cukup rendah, dan hasil mempengaruhi kualitas benang yang diproduksi (Nuraeni, 2017).

Berdasarkan latar belakang industri sutera dan kondisi yang ada di Kelurahan Tempe, Kecamatan Tempe, Kabupaten Wajo. Maka penelitian ini berusaha untuk membantu memahami bagaimana membentuk kembali lebih efisien proses pemasaran dengan strategi pemasaran yang tepat pada usaha sutera.

1.2 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor internal SWOT dan eksternal usaha sutera serta menentukan strategi yang tepat pada usaha sutera yang berada di Kelurahan Tempe, Kecamatan Tempe, Kabupaten Wajo.

Kegunaan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran melalui faktor internal dan eksternal serta strategi tepat pada usaha sutera.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Persuteraan di Indonesia

2.1.1 Sejarah Persuteraan Alam

Di Negara China sejak 2500 tahun SM budidaya ulat sutera jenis *Bombyx mori* sudah dikembangkan, yakni pada era Dinasti Han. Benang dan kain sutera yang berasal dari ulat jenis ini telah menjadi produk unggulan yang dibanggakan oleh Negara China, sekaligus bagian dari kegiatan atau budaya masyarakat di Negara tersebut. Selain di China, budidaya ulat sutera juga sudah berkembang pesat di Jepang (abad ke-2), di India dan Korea (abad ke-3), di Italia dan Prancis (abad ke-16), serta Inggris (abad ke-17) (Solihin, dkk. 2010).

Di Indonesia, perkembangan sutera juga sudah lama berlangsung, yakni dimulai pada abad ke-10. Pada awalnya, kegiatan perdagangan sutera di Indonesia dilakukan secara langsung oleh negara China dan India. Karena adanya kegiatan perdagangan tersebut, pemanfaatan sutera mengalami perkembangan di wilayah Nusantara, terutama di daerah Sulawesi dan berlanjut hingga masa pendudukan Belanda. Sejak tahun 1922 hingga periode pendudukan Jepang, ulat sutera *Bombyx mori* berlembang baik di beberapa daerah, misalnya di Garut (Jawa Barat), Solo (Jawa Tengah), dan Pematang Siantar (Sumatera Utara) (Solihin, dkk. 2010). Sedangkan di Sulawesi Selatan, pada tahun 1400 budaya menenun kain sutera mulai berkembang dengan corak garis vertikal dan horizontal. Kemudian tahun 1600 berkembanglah corak kotak-kotak seiring dengan masa kejayaan Islam di Sulawesi Selatan (Wahyuni, 2013).

Pada dasarnya kegiatan persuteraan alam adalah kegiatan agroindustri yang merupakan bagian dari kegiatan perhutanan sosial, terdiri dari beberapa kegiatan antara lain, budidaya tanaman murbei, pembibitan ulat sutera, pemeliharaan ulat sutera, pengendalian hama dan penyakit tanaman murbei dan ulat sutera, pemanenan kokon, pemintalan benang sutera dan pertenenan kain sutera (BPA, 2010).

2.1.2 Persuteraan Alam di Sulawesi Selatan

Sutera alam merupakan salah satu dari lima komoditas HHBK (Hasil Hutan Bukan Kayu) unggulan nasional (Kemenhut, 2014). Kondisi alam beberapa daerah di Indonesia seperti Sulawesi Selatan berpeluang besar untuk pengembangan sutera alam. Kegiatan persuteraan alam memiliki peran yang cukup strategis, diantaranya karena melibatkan beberapa tenaga kerja termasuk petani, membuka kesempatan usaha, memberi kesempatan mengembangkan ekonomi kerakyatan, meningkatkan devisa negara. Karena rendahnya tingkat produksi kokon mengakibatkan kondisi produksi sutera alam terus mengalami penurunan (Susatijo, 2008).

Salah satu daerah penghasil sutera alam yang saat ini mengalami penurunan produksi berada di Kabupaten Wajo, Sulawesi Selatan. Karena adanya gangguan penyakit seperti virus dan bakteri yang menyerang tanaman murbei yang mengakibatkan menurunnya produksi benang yang menajadi penyebab utama anjloknya produksi sutera alam Wajo (Ridwan, dkk. 2011).

2.1.3 Tinjauan Umum Persuteraan Alam

Ulat sutera merupakan penghasil benang sutera yang dikenal kelembutan dan keindahannya. Serat sutera memiliki banyak keistimewaan yaitu ringan, indah berkilauan, kuat, awet, dan bersifat higroskopis sehingga bahan dari sutera mudah menyerap keringat. Keistimewaan sutera tersebut menyebabkan permintaan terhadap kokon ulat sutera untuk dijadikan kain semakin meningkat (Subrata, dkk. 2013).

Ulat sutera (*Bombyx mori* L.) merupakan hasil usaha tani masyarakat yang turut berperan dalam menunjang pembangunan nasional. Untuk lebih memberdayakan usaha tersebut diperlukan suatu perangkat yang dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas kokon, sehingga pada akhirnya meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani sutera (Setiadi, dkk. 2011).

2.1.4 Produksi

Menurut Saleh dkk (2016) ada dua faktor penting yang harus diperhatikan untuk menghasilkan kokon yang berkualitas yakni kualitas daun murbei yang diberikan dan manajemen pemeliharaan ulat sutera.

a. Penanaman Murbei

Budidaya tanaman murbei dilakukan dengan cara stek batang. Batang yang sudah distek ditanam tempat persemaian. Setelah akar telah tumbuh dan daun telah muncul, stek tanaman murbei dapat dipindahkan dan ditanam di kebun murbei. Daun murbei yang berkualitas merupakan unsur penting keberhasilan pemeliharaan ulat sutera. Tiap fase pertumbuhan ulat sutera (instar) memerlukan jumlah dan jenis daun yang berbeda. Misalnya pada instar awal (I-III), ulat sutera diberi daun murbei yang masih muda (pucuk) dengan cara dicincang. Selanjutnya, pada instar akhir (IV-V) daun murbei yang diberikan memiliki umur pangkas 2,5-3 bulan. Pada masa ini, daun murbei dipangkas bersama cabangnya (Saleh, dkk. 2016).

b. Pemeliharaan Ulat Sutera

Indonesia masih menggunakan cara pemeliharaan ulat sutera yang tradisional atau konvensional dan relatif sedikit stagnan pada dekade terakhir ini. Kurangnya penyuluhan, pemberlakuan Standar Operasional Prosedur (SOP), dan *supervise* secara berkesinambungan melalui pendampingan selama masa pemeliharaan ulat sutera menjadi problem utama. Masa pemeliharaan berperan sangat penting dalam suksesnya panen dan produksi kokon yang berkualitas (Saleh, dkk. 2016).

Ulat sutera bersiap untuk mengokon sekitar 20 hari masa pemeliharaan. Setelah itu, dibutuhkan waktu sekitar 3-4 hari untuk mengeringkan kokon. Pengeringan kokon dilakukan dibawah sinar matahari. Setelah pengeringan, dilakukan pembersihan terhadap *floss* yaitu kulit ari yang melekat pada kokon (Saleh, dkk. 2016).

Hasil akhir dari budidaya ulat sutera adalah berupa kokon. Kokon adalah rumah pupa yang dijalin dari filamen-filamen sutera oleh larva instar akhir. Tidak semua ulat berhasil membuat kokon. Kualitas kokon akan menentukan kualitas benang yang dihasilkan. Mutu dan kualitas kokon ditentukan oleh beberapa faktor

yaitu sifat keturunan, jenis ulat sutera, keadaan selama pemeliharaan, waktu pemindahan ulat pada alat pengokonan, lingkungan dan kualitas pakan serta metode pemberian pakan ulat sutera (Nursita, 2012).

Kokon yang merupakan input utama dalam industri *reeling* benang. Untuk menghasilkan benang *reeling*, kokon direbus kedalam air panas. Perebusan dilakukan guna menghilangkan lapisan karet yang mengikat filament kokon. Perebusan kokon juga memudahkan proses penguraian filamen-filamen benang sutera. *Reeling* benang sutera umumnya dilakukan dengan menggunakan 8-12 benang. Filament benang sutera ditentukan oleh kualitas kokon yang dihasilkan. Filament tidak akan putus sampai tidak tersisa jika kualitas kokon yang dihasilkan bermutu tinggi (Saleh, dkk. 2016).

Usaha ini termasuk pada usaha industri rumah tangga yang relatif mudah dikerjakan, berteknologi sederhana, bersifat padat karya, cepat menghasilkan dan bernilai ekonomis tinggi. Kegiatan persuteraan alam juga merupakan salah satu upaya rehabilitasi lahan dan konservasi tanah, serta merupakan salah satu kegiatan yang dapat meningkatkan daya dukung dan produktivitas lahan terutama pada lahan-lahan yang belum optimal dimanfaatkan (Ridwan, dkk. 2011).

c. Perdagangan

Penjualan kokon sutera cenderung tidak menemui masalah terkait permintaannya. Pemeliharaan ulat sutera sangat mudah menjual hasil panen kokonnya. Harga kokon menjadi murah jika kualitas kokon dibawah standar seperti banyaknya *floss* pada kokon, kokon rusak (*double*, ujung meruncing, kotor, pada bagian dalam dan luar, lapisan *shell* tipis) ataupun rusak karena penyimpanan dan pengangkutan yang salah. Pemeliharaan perlu menerapkan penanganan kokon yang sesuai standar (SOP) baik pra maupun pasca panen (pengeringan, penyimpanan, pengangkutan, dan *reeling*) (Saleh, dkk. 2016).

Selain menjual atau *me-reeling* sendiri kokonnya, banyak pula pemelihara ulat sutera yang menjual kokon dengan sistem kontrak jual beli. Keuntungan yang didapatkan pemelihara dengan adanya kontrak jual beli ini adalah adanya jaminan kepastian harga kokon dan pembelian. Harga dari kontrak jual beli ini lebih tinggi, jika dibandingkan dengan pemelihara ulat sutera yang menjual hasil panen kepada pedagang pengumpul setempat, karena pedagang pengumpul ini juga menjual

kokonnya ke pengusaha pertenunan di Wajo, tentunya memperoleh margin pemasaran (Saleh, dkk. 2016).

2.2 Strategi Pemasaran

Pemasaran (*marketing*) adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk (*product*), penetapan harga (*price*), pengiriman barang (*place*), dan mempromosikan barang (*promotion*). Seseorang yang bekerja dibidang pemasaran disebut pemasar. Pemasar ini sebaiknya memiliki pengetahuan dalam konsep dan prinsip pemasaran agar kegiatan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia terutama pihak konsumen yang dituju (Rachmawati, 2011).

Pemasaran lebih dipandang sebagai seni dari pada ilmu, maka seorang ahli pemasaran tergantung pada lebih banyak pada keterampilan pertimbangan dalam membuat kebijakan daripada berorientasi pada ilmu tertentu. Pandangan ahli ekonomi terhadap pemasaran adalah dalam menciptakan waktu, tempat dimana produk diperlukan atau diinginkan lalu menyerahkan produk tersebut untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (konsep pemasaran) (Rachmawati, 2011).

Strategi pemasaran (*marketing strategy*) adalah sebuah rencana yang memungkinkan perusahaan mengoptimalkan penggunaan sumber dayanya untuk mencapai tujuan pemasaran dan perusahaan. Isu strategi pemasaran adalah (Rachmawati, 2011):

1. Seleksi dan Evaluasi Pasar Sasaran. Pasar sasaran adalah kelompok orang yang dijadikan sasaran dari semua usaha pemasaran perusahaan. Dalam penentuan pasar sasaran terhadap tingkat penjualan perusahaan, biaya dan laba.

2. Merancang dan menyusun Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*). *Marketing Mix* adalah sekumpulan alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran pada pasar sasaran.

Pemasaran memiliki tujuan yaitu (Rachmawati, 2011) :

1. Konsumen potensial mengetahui secara detail produk yang kita hasilkan dan perusahaan dapat menyediakan semua permintaan mereka atas produk yang dihasilkan.
2. Perusahaan dapat menjelaskan secara detail semua kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran. Kegiatan pemasaran ini meliputi berbagai kegiatan, mulai dari penjelasan mengenai produk, desain produk, promosi produk, pengiklanan produk, komunikasi kepada konsumen, sampai pengiriman produk agar sampai ke tangan konsumen secara cepat.
3. Mengenal dan memahami konsumen sedemikian rupa sehingga produk cocok dengannya dan dapat terjual dengan sendirinya.

2.3 Analisis SWOT

2.3.1 Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan alat formulasi strategi yang menganalisis dan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*), peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Semua organisasi membutuhkan pemasaran untuk mencapai tujuan dan objektifnya, jadi perusahaan memerlukan strategi yang berbeda-beda guna jangka panjang yang digunakan bagi pedoman masing-masing tingkat perusahaan (Wicaksono, 2018).

Diantara alat analisis yang paling banyak digunakan dalam menetapkan faktor keberhasilan penting adalah menggunakan analisis SWOT. Menurut Permadi (2015) analisis SWOT berfungsi untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan faktor-faktor pendorong dan penghambat pertumbuhan dan perkembangan perusahaan/usaha. Karakter SWOT yang

demikian ini menjadikan alat analisis ini memiliki fleksibilitas dalam pelaksanaannya (Wheelen, dkk. 2012).

2.3.2 Matriks SWOT

David (2013) menyebutkan bahwa analisis matriks SWOT adalah sebuah alat analisis yang membantu para perumus strategi dalam mengembangkan empat strategi (strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT). Analisis matriks SWOT adalah sebuah alat analisis untuk mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan menggunakan faktor-faktor strategis sebagai unsur pembentuknya. Hasil yang diperoleh dari analisis faktor eksternal dan faktor internal berupa peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan (Wheelen, dkk. 2012).

Penjelasan keempat faktor keberhasilan penting tersebut adalah:

1. Kekuatan (*Strengths*), faktor internal yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor pendukung dapat berupa sumber daya, keahlian, atau kelebihan lain yang mungkin diperoleh berkat sumber keuangan, citra, keunggulan di pasar, serta hubungan baik antara *buyer* dengan *supplier*.
2. Kelemahan (*Weakness*), faktor internal yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor penghambat dapat berupa fasilitas yang tidak lengkap, kurangnya sumber keuangan, kemampuan mengelola, keahlian pemasaran dan citra perusahaan.
3. Peluang (*Opportunities*), faktor eksternal yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor eksternal yang mendukung dalam pencapaian tujuan dapat berupa perubahan kebijakan, perubahan persaingan, perubahan teknologi dan perkembangan hubungan *supplier* dan *buyer*.
4. Ancaman (*Threats*), faktor eksternal yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor eksternal yang menghambat perusahaan dapat berupa masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, meningkatnya *bargaining power* daripada *supplier* dan *buyer* utama, perubahan teknologi serta kebijakan baru.

Faktor-faktor yang ditetapkan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman tersebut lazim disebut dengan nama faktor keberhasilan penting/faktor strategis. Dari keempat tersebut kemudian dianalisis untuk dijadikan sebagai modal utama dalam merumuskan alternatif strategi. Proses analisis matriks SWOT melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung mencapai tujuan (Haffianto, 2009).

Matriks SWOT yang digunakan dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman dari faktor eksternal dengan kekuatan dan kelemahan dari faktor internal. Analisis menggunakan matriks SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Analisis ini digambarkan dalam suatu matriks dengan empat kemungkinan kelompok alternatif strategi yaitu strategi kekuatan-peluang (S-O), strategi kelemahan-peluang (W-O), strategi kekuatan-ancaman (S-T), dan strategi kelemahan-ancaman (W-T).

2.4 Analytical Hierarchy Process (AHP)

Analytical Hierarchy Process (AHP) merupakan suatu model pendukung keputusan yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty. Model pendukung keputusan ini akan menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hirarki. Hirarki didefinisikan sebagai suatu representasi dari sebuah permasalahan yang kompleks dalam suatu struktur multi level dimana level pertama adalah tujuan, yang diikuti level faktor, kriteria, sub kriteria, dan seterusnya kebawah sehingga level terakhir dari alternatif. Dengan hirarki, suatu masalah yang kompleks dapat diuraikan ke dalam kelompok-kelompoknya yang kemudian diatur menjadi suatu bentuk hirarki sehingga permasalahan akan tampak lebih terstruktur dan sistematis (Saragih, 2013).

AHP adalah metode sistematis yang berpengaruh terhadap setiap struktural yang mewakili dalam setiap hirarki atau jaringan pada kriteria-kriteria pengambilan keputusan dan dipecah menjadi bagian-bagian untuk memahami pentingnya setiap bagian dalam keseluruhan kriteria pengambilan keputusan.

Pendekatan ini dilakukan dalam setiap kriteria berbeda namun saling melengkapi untuk proses pemecahan sistem menjadi bagian dalam bagian untuk menganalisis kerja dan mendiagnosa masalah (Saaty, 2010).

Menurut Kusriani (2007) dalam menyelesaikan permasalahan dengan metode AHP ada beberapa prinsip yang harus dipahami, diantaranya adalah:

a. Membuat hierarki

Sistem yang kompleks bisa dihadapi dengan memecahkannya menjadi elemen-elemen pendukung, menyusun elemen menjadi hierarki dan menggabungkannya.

b. Penilaian alternatif

Kriteria dan alternatif dilakukan dengan perbandingan berpasangan.

c. *Synthesis of priority* (menentukan Prioritas)

Untuk setiap kriteria dan alternatif, perlu dilakukan perbandingan berpasangan. Nilai-nilai perbandingan relatif dari seluruh alternatif kriteria bisa disesuaikan dengan pertimbangan yang telah ditentukan untuk menghasilkan bobot prioritas. Bobot prioritas dihitung dengan manipulasi matriks atau melalui penyelesaian persamaan.

d. *Logical consistensi* (konsistensi logis)

Konsistensi memiliki dua makna. Pertama, objek-objek yang serupa bisa dikelompokkan sesuai dengan keseragaman dan relevansi. Kedua, menyangkut hubungan antar objek yang didasarkan pada kriteria tertentu.