

STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF (STUDI KASUS KELOMPOK WANITA TANI (KWT) KARANGLO MAKMUR DI DUSUN KARANGLO DESA SUKOHARJO KABUPATEN SLEMAN)

Zuhdi Syaiful Anhar

Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta

anharzuhdi29@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kinerja anggota Kelompok Wanita Tani (KW)T Karanglo Makmur dan merumuskan strategi pengembangan usaha ekonomi kreatif Kelompok Wanita Tani Karanglo Makmur menggunakan metode analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui metode kuesioner dan wawancara kepada anggota maupun pengurus dalam organisasi Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur. Populasi pada penelitian ini adalah anggota dan pengurus Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur. Teknik pengambilan sampel menggunakan dua metode, yakni teknik sampling jenuh dan *snowball sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*) Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Sebanyak 92,5% responden merasa mempunyai kinerja tinggi dan 7,5% responden mmempunyai kinerja sangat tinggi terhadap organisasi Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur (2) Strategi yang tepat untuk pengembangan usaha ekonomi kreatif Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur adalah strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Strategi tersebut kemudian dikembangkan melalui analisis matrik SWOT sehingga diperoleh bahwa startegi pengembangan ekonomi kreatif yang tepat untuk diterapkan pada KWT Karanglo Makmur yakni dengan mengembangkan semua produk olahan hasil tani agar mampu menjadi produk unggulan dan memperluas pasar.

Kata Kunci: Strategi, Ekonomi Kreatif, Kinerja, Kelompok Wanita Tani (KWT), SWOT

CREATIVE ECONOMIC DEVELOPMENT STRATEGY (CASE STUDIES OF KARANGLO MAKMUR WOMEN'S FARMER GROUP (KWT) IN KARANGLO, DESA SUKOHARJO, KABUPATEN SLEMAN)

Abstract: This study aims to describe the performance of Karanglo Makmur Women's Farmers Group (Kelompok Wanita Tani or KWT) and formulate the strategy of developing the creative economy business of KWT Karanglo Makmur using SWOT analysis method. This research uses quantitative and qualitative approach. The research in this study used primary data obtained through questionnaires and interviews to members and administrators in the KWT Karanglo Makmur. The population in this study are members and administrators of KWT Karanglo Makmur. The sampling technique were used two methods, saturated sampling technique (census) and snowball sampling. Data analysis techniques used descriptive statistical analysis and SWOT analysis (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*). The results of the study were as follows: (1) A total of 92.5% of respondents felt to have high performance and 7.5% of respondents had a very high performance against the organization of KWT Karanglo Makmur. (2) The right strategy for the development of creative economy business of

KWT Karanglo Makmur is concentration strategy through horizontal integration. The strategy was then developed through SWOT matrix analysis which found that creative economic development strategy applied to KWT Karanglo Makmur is by developing all processed products of farm products in order to become a superior product and expand the market.

Keywords: Strategy, Creative Economy, Performance, KWT, SWOT

PENDAHULUAN

Berdasarkan laporan Rencana Strategis Kementerian Pertanian tahun 2015-2019, diperoleh data bahwa kontribusi sektor pertanian dalam pertumbuhan ekonomi nasional semakin nyata. Data BPS menunjukkan selama periode 2010 - 2014, rata rata kontribusi sektor pertanian terhadap PDB mencapai 10,26% dengan pertumbuhan sekitar 3,90%. Selama periode 2010 - 2014, sektor pertanian juga masih merupakan sektor dengan pangsa penyerapan tenaga kerja terbesar, walaupun ada kecenderungan menurun.

Dalam lima tahun terakhir tersebut terjadi trend penurunan penyerapan angkatan kerja di sektor pertanian sekitar 35,76%, atau mengalami penurunan sebesar 4,7%. Penurunan jumlah penyerapan tenaga kerja di sektor pertanian diiringi dengan penurunan produktivitas pada sektor pertanian. Menurut Lembaga Pengkajian, Penelitian, dan Pengembangan Ekonomi (LP3I) Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Indonesia menilai pada tahun 2013, sektor pertanian dan pangan di Indonesia melibatkan banyak tenaga kerja. Namun produktivitas pada sektor ini masih rendah yaitu hanya 14,2%. Oleh karena itu, pertanian harus ditangani secara sungguh-sungguh agar mampu memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan ekonomi nasional. Terlebih pemerintah saat ini tengah membangun konsep ekonomi baru yang mengikuti perkembangan teknologi dan mengedepankan pada ide dan inovasi baru yang disebut ekonomi kreatif. Menurut Suryana (2013:35) ekonomi kreatif pada hakikatnya adalah kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial. Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data Statistik Kontribusi Ekonomi Kreatif Terhadap Perekonomian Nasional dari tahun 2010 - 2013

INDIKATOR	SATUAN	2010	2011	2012	2013	RATA-RATA
Berbasis Produk Domestik Bruto						
1 Nilai Tambah Ekonomi Kreatif (ADHB)	Miliar Rupiah	472.99	526.999	578.761	641.815	555.144
2 Kontribusi Nilai Tambah Ekonomi Kreatif terhadap Total PDB (ADHB)	Persen	7,34	7,10	7,02	7,05	7,13
3 Pertumbuhan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif (ADHK)	Persen	-	5,02	4,47	5,76	5,09

*ADHB = Atas Dasar Harga Berlaku

*ADHK = Atas Dasar Harga Konstant

Sumber: www.kemenpar.go.id

Berdasarkan Tabel 1, telah terjadi peningkatan nilai tambah sektor ekonomi kreatif terhadap pendapatan nasional. Pada tahun 2013, telah terjadi peningkatan secara signifikan dari tahun 2012 sebesar 63.054 miliar rupiah atau sekitar 10,9 %. Hal ini tentu membuktikan keseriusan pemerintah Indonesia dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif. Adapun sub sektor yang

masuk dalam pemetaan oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) yang mempunyai potensi dalam pengembangan ekonomi kreatif yakni 1. Aplikasi dan Pengembangan Permainan 2. Arsitektur 3. Desain Interior 4. Desain Komunikasi Visual 5. Desain Produk 6. Fashion 7. Film Animasi dan Video 8. Fotografi 9. Kriya 10. Kuliner 11. Musik 12. Penerbitan 13. Periklanan 14. Seni Pertunjukan 15. Seni Rupa 16. Televisi dan Radio.

Menurut Triawan dalam Tempo edisi 15 Maret 2016, dari 16 sub sektor ekonomi kreatif baru tiga subsektor yang memberikan kontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi kreatif yaitu kuliner sebanyak 32,4 persen; fesyen 27,9 persen; dan kerajinan 14,88 persen. Sub sektor kuliner menjadi sub sektor yang mempunyai kontribusi paling besar, hal ini tentunya dipengaruhi oleh jumlah pelaku usaha di sektor kuliner yang semakin berkembang. Sehingga sub sektor kuliner ini mempunyai potensi yang besar dalam mendorong ekonomi kreatif di Indonesia serta membantu dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Berbagai macam produk olahan kuliner kini dapat ditemukan di pasaran, mulai dari olahan pabrik modern, makanan tradisional, makanan siap saji, hingga produk olahan hasil tani dari para petani. Olahan kuliner dari hasil tani inilah yang coba dikembangkan oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada ketua KWT Karanglo Makmur Ibu Hadi Purnomo pada bulan September 2016, dapat diketahui beberapa masalah mendasar yang mulai muncul, diantaranya permasalahan dari segi SDM berupa masih rendahnya kualitas SDM anggota kelompok. Hal ini terutama dari segi *skill* dan keterampilan SDM dalam kegiatan produksi, serta rendahnya semangat anggota kelompok dalam mengembangkan kegiatan ekonomi kreatif. Permasalahan kedua yang muncul yakni dari segi pemasaran dalam bentuk proses pemasaran produk KWT yang masih bersifat tradisional, yaitu para pembeli datang langsung ke tempat produksi atau hanya dari mulut ke mulut sehingga proses produksi hanya didasarkan atas pesanan konsumen. Selanjutnya permasalahan yang ketiga yakni pada permasalahan teknologi, yaitu masih terbatasnya alat produksi dalam proses pengolahan produk sehingga produksi masih dilakukan dengan penggabungan metode tradisional dan modern (mesin).

Dalam mengembangkan usaha, organisasi mempunyai peranan yang vital. Organisasi dihadapkan pada penentuan strategi dalam pengelolaan usahanya. Penentuan strategi akan dijadikan sebagai landasan dan kerangka kerja untuk mewujudkan sasaran –sasaran kerja yang telah ditentukan oleh unsur organisasi, yang terdiri dari pengurus dan anggota. Oleh karena itu dibutuhkan suatu alat untuk mengukur kinerja unsur organisasi tersebut sehingga dapat diketahui sejauh mana strategi dan sasaran yang telah ditentukan dapat tercapai. Penilaian kinerja dapat mendeteksi kelemahan atau kekurangan yang masih terdapat dalam organisasi, untuk selanjutnya dilakukan perbaikan dimasa mendatang.

Menurut Departemen Pertanian (1997) dalam Hariadi, (2011:54) kelompok tani memiliki tiga fungsi utama sebagai unit produksi, unit kerjasama, dan unit belajar. Namun keterbatasan dalam penelitian ini, penilaian kinerja pengurus dan anggota organisasi hanya didasarkan pada fungsi kelompok tani sebagai unit kerjasama. Penilaian kinerja pada penelitian ini adalah kerjasama antar anggota dalam organisasi Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur dalam mengembangkan kegiatan usaha ekonomi kreatif yang telah dilakukan. Penilaian kinerja memegang peranan penting dalam dunia usaha, dikarenakan dengan dilakukannya penilaian kinerja dapat diketahui efektivitas dari penetapan suatu strategi dan penerapannya dalam kurun waktu tertentu. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan sebagai alat untuk mengukur kinerja pengurus dan anggota organisasi meliputi; a) menyepakati dan patuh terhadap aturan serta ketentuan yang berlaku dalam kelompok; b) melaksanakan pembagian tugas; c) menghimpun dana untuk kegiatan kelompok; d) melaksanakan administrasi kelompok dengan tertib; e) saling membantu dan gotong-royong kepada anggota kelompok

Lebih lanjut setelah penilaian kinerja terhadap unsur organisasi tersebut diketahui, maka perlu dilakukan strategi pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya yang tepat guna agar mampu meningkatkan produktifitas usaha. Strategi tersebut bertujuan untuk mengembangkan usaha ekonomi kreatif yang telah dilakukan oleh KWT Karanglo Makmur. Dalam menentukan strategi pengembangan tersebut dilakukan melalui analisis SWOT. Menurut Rangkuti (1997) analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*oppurtinities*), namun secara bersamaan dapat memaksimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan dalam mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal guna merumuskan strategi pengembangan usaha ekonomi kreatif pada KWT Karanglo Makmur meliputi; a) Struktur organisasi, b) Budaya Organisasi, dan c) Sumber Daya Organisasi.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif, pendekatan kuantitatif digunakan untuk mendeskripsikan variabel kinerja anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) sedangkan pendekatan kualitatif digunakan untuk merumuskan variabel strategi pengembangan usaha. Subjek penelitian ini adalah anggota maupun pengurus Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur sebanyak 40 orang. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah kinerja anggota dan strategi pengembangan usaha ekonomi kreatif pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan wawancara. Teknik angket digunakan untuk mengambil data kuantitatif mengenai variabel kinerja anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur. Sedangkan teknik wawancara digunakan untuk mengambil data kualitatif mengenai variabel strategi pengembangan usaha. Angket yang digunakan telah dinyatakan reliabel karena masing-masing indikator pada angket memiliki nilai koefisien *alpha cronbach* lebih dari 0,6. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan SWOT. Metode analisis statistik deskriptif digunakan pada variabel kinerja anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur sedangkan analisis SWOT digunakan pada variabel strategi pengembangan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kinerja Anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur

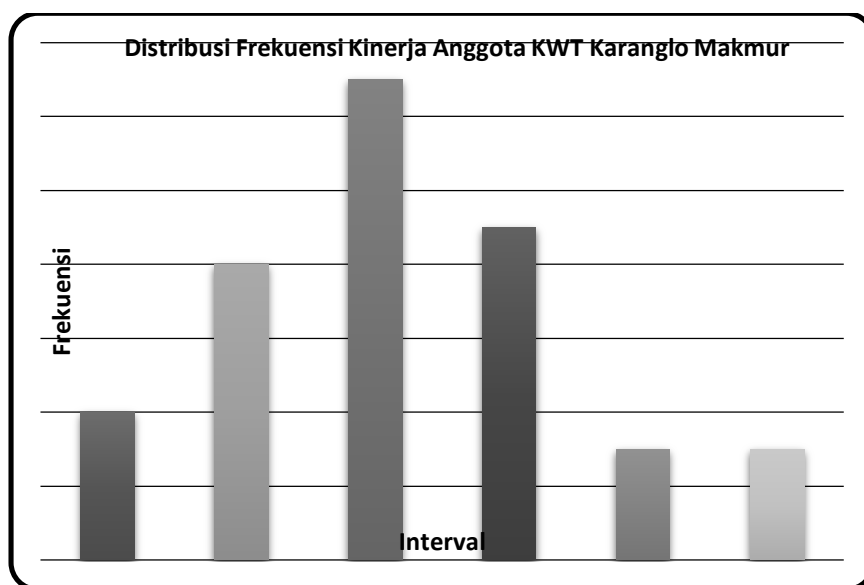
Berdasar penelitian yang telah dilakukan, data variabel kinerja anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur diperoleh dengan menggunakan instrumen penelitian yang terdiri dari 16 butir pertanyaan dari responden sebanyak 40 orang. Data kemudian dianalisis sehingga dapat diketahui nilai maksimum 68 nilai minimum 51 sedangkan untuk rerata (Mean) sebesar 58,85 dan standar deviasai sebesar 3,827, median sebesar 59 dan modus sebesar 59. Jumlah kelas interval 6 kelas. Rentang data sebesar $68 - 51 = 17$. Dengan diketahui

rentang data maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu $17/6 = 2,8$ dibulatkan menjadi 3. Berikut tabel distribusi frekuensinya.

Tabel 2. Distribusi frekuensi variabel Kinerja Anggota KWT Karanglo Makmur

No	Kelas Interval	Nilai Tengah	F	Persentase %	Kumulatif
1	51 - 53	52	4	10	10
2	54 - 56	55	8	20	30
3	57 - 59	58	13	32,5	62,5
4	60 - 62	61	9	22,5	85
5	63 - 65	64	3	7,5	92,5
6	66 - 68	67	3	7,5	100

Hasil distribusi frekuensi yang ditampilkan pada tabel di atas digambarkan dalam diagram batang sebagai berikut;



Gambar 1. Diagram Batang Frekuensi Kinerja Anggota KWT Karanglo Makmur

Berdasarkan tabel 3 dan gambar 1 diatas, frekuensi paling tinggi terdapat pada kelas interval nomor 3 yang memiliki rentang 57 - 59 dengan jumlah sebanyak 13 responden atau dengan frekuensi sebanyak 32,5% sedangkan frekuensi terkecil terletak pada interval 5 dan 6 dengan masing-masing mempunyai frekuensi sebanyak 7,5%.

Selanjutnya berdasarkan perhitungan kecenderungan variabel Kinerja Anggota KWT Karanglo Makmur, maka distribusi kecenderungannya dapat dilihat sebagai berikut;

Tabel 3. Kategori Kecenderungan Variabel Kinerja Anggota KWT Karanglo Makmur

Interval Skor	Frekuensi	%	Kategori
$64 <$	3	7,5	Sangat Tinggi
$48 \leq x < 64$	37	92,5	Tinggi
$32 \leq x < 48$	0	0	Sedang
< 32	0	0	Rendah
Jumlah	40	100	

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa kecenderungan kinerja anggota KWT Karanglo Makmur pada kategori sangat tinggi sebanyak 3 orang (7,5%) dan kelompok tinggi sebanyak 37 orang (92,5%).

2. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur

a) Analisis SWOT

1) Aspek Eksternal

Analisis mengenai kondisi lingkungan eksternal dipilih melalui dua unsur yaitu, peluang dan ancaman. Penilaian bobot dan rating pada setiap komponen berdasarkan *judgement* peneliti berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel 4 berikut;

Tabel 4. Faktor - Faktor Strategi Eksternal

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang :			
1. KWT Karanglo mempunyai citra yang baik dimata Pemerintah Daerah Kabupaten Sleman	0,2	4	0,8
2. Perhatian Dinas Pertanian, institusi, maupun kampus terhadap kelompok tinggi	0,15	4	0,6
3. Produk keripik bonggol pisang tidak banyak ditemui dipasaran	0,15	4	0,6
4. Nama produk olahan keripik KWT sudah dikenal hingga luar DIY bahkan hingga Sumatera dan Kalimantan	0,1	3	0,3
5. Banyak konsumen yang tertarik dengan produk olahan keripik dari KWT Karanglo Makmur	0,1	2	0,2
Ancaman :			
1. Muncul banyak olahan hasil tani dengan inovasi baru	0,1	3	0,3
2. Meningkatnya pertumbuhan industry pengolahan makan dan minum di Kabupaten Sleman	0,1	2	0,2
3. Meningkatnya persaingan	0,05	1	0,05
4. Harga bahan baku yang tidak stabil	0,05	1	0,05
Total	1,0		3,1

2) Aspek Internal

Analisis mengenai kondisi lingkungan internal dipilih melalui dua unsur yaitu, kekuatan dan kelemahan.. Penilaian bobot dan rating pada setiap komponen

berdasarkan *judgement* peneliti berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan. Hasil tersebut dapat dilihat seperti pada tabel 5 berikut;

Tabel 5. Faktor - Faktor Strategi Internal

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan :			
1. Peralatan untuk produksi sangat memadai	0,2	4	0,8
2. Ketersediaan bahan baku yang mudah	0,1	3	0,3
3. Dukungan kondisi keuangan sangat baik	0,1	2	0,2
4. Budaya organisasi cukup kondusif	0,1	3	0,3
5. Banyaknya penjualan unit produk sebanding dengan jumlah barang yang diproduksi	0,1	2	0,2
Kelemahan :			
6. Segmen pemasaran kurang maksimal	0,1	3	0,3
7. Rendahnya kualitas SDM	0,1	2	0,2
8. Semangat dalam produksi kurang	0,05	2	0,1
9. Belum mempunyai orientasi untuk mengembangkan usaha produksi lebih besar	0,05	2	0,1
Total	1,00		2,5

3) Internal-Eksternal Matriks

Setelah mengetahui skor dari faktor-faktor lingkungan eksternal maupun internal, maka selanjutnya memasukkan skor tersebut kedalam matrik internal-eksternal, tujuannya untuk melihat strategi yang tepat untuk diterapkan dengan hasil seperti pada tabel 6 berikut;

Tabel 6. Internal -Eksternal Matrik

		Kuat	Rata-rata	Lemah	
		4.0	3.0	2.0	1.0
TOTAL SKOR FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL	Tinggi	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan	
	Sedang	IV Stabilitas	V Pertumbuhan Stabilitas	VI Penciutan	
	Rendah	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuidasi	
		1.0			

Keterangan:

- I : Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal.
- II : Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal.
- III : Strategi turnaround.
- IV : Strategi stabilitas.
- V : Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabilitas (tidak ada perubahan terhadap laba)
- VI : Strategi divestasi.
- VII : Strategi diversifikasi konsentrik.
- VIII: Strategi diversifikasi konglomerat.
- IX : Strategi likuidasi atau bangkrut.

Dalam matrik diatas, skor yang diperoleh dari faktor strategis internal 2,5 dan faktor strategis eksternal 3,1 menunjukkan titik kordinat terletak pada daerah pertumbuhan II. Sehingga strategi yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan ekonomi kreatif pada KWT Karanglo Makmur adalah konsentrasi melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang diterapkan di desain untuk memperluas kegiatan usaha dan meningkatkan jenis produk dengan tujuan mencapai pertumbuhan baik dalam penjualan maupun profit dengan cara pengembangan pasar, pengembangan produk, dan penetrasi pasar.

4) Analisis Matrik SWOT

Analisa matrik SWOT didahului dengan mengetahui posisi kegiatan usaha kreatif KWT Karanglo Makmur pada diagram matrik IE dengan mengevaluasi faktor internal (kekuatan dan peluang) dan eksternal (kelemahan dan ancaman). Berdasarkan matrik IE, telah diketahui strategi yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan ekonomi kreatif KWT Karanglo Makmur adalah konsentrasi melalui integrasi horizontal, maka

disusun berbagai alternatif strategi melalui empat strategi utama (SO, ST, WO, WT), seperti dalam tabel 7 berikut;

Tabel 7. Analisis Matrik SWOT

IFAS	STENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan bahan baku yang mudah 2. Peralatan untuk produksi sangat memadai 3. Dukungan kondisi keuangan sangat baik 4. Budaya organisasi cukup kondusif 5. Banyaknya penjualan unit produk sebanding dengan jumlah barang yang diproduksi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Segmen pemasaran kurang maksimal 2. Semangat dalam produksi kurang 3. Rendahnya kualitas SDM 4. Belum mempunyai orientasi untuk mengembangkan usaha produksi lebih besar
OPPORTUNIES (O) <ol style="list-style-type: none"> 1. KWT Karanglo mempunyai citra yang baik oleh pemerintah daerah Kabupaten Sleman 2. Perhatian Dinas Pertanian, institusi, maupun kampus terhadap kelompok tinggi 3. Produk sudah dikenal hingga Sumatera dan Kalimantan 4. Produk keripik bonggol pisang tidak banyak ditemui dipasaran 5. Banyak konsumen tertarik dengan produk dari KWT Karanglo Makmur 	STRATEGI SO <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan produksi keripik bonggol pisang dengan bahan baku yang sudah ada 2. Menambah inovasi pada berbagai macam produk olahan 3. Memberikan inovasi pada kemasan produk agar lebih menarik 	STRATEGI WO <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti tren pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha lain saat ini 2. Mengembangkan wadah kerjasama dengan pelaku usaha lain untuk mengetahui informasi pasar 3. Melakukan pembinaan dan pelatihan mengelola usaha kepada semua pengurus 4. Sosialisasi dari lembaga atau instansi pentingnya usahakreatif bagi para petani
TREATHS (T) <ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan industri pengolahan makan dan minum di Kabupaten Sleman tinggi 2. Meningkatnya persaingan 3. Muncul banyak olahan hasil tani dengan inovasi baru 4. Harga bahan baku yang tidak stabil 	STRATEGI ST <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kegiatan promosi agar produk lebih dikenal oleh masyarakat secara umum dan menjangkau pasar yang lebih luas 2. Mempertahankan dan menjaga rahasia cita rasa produk agar tetap mampu bersaing dengan produk lain 	STRATEGI WT <ol style="list-style-type: none"> 1. Dilakukan sosialisasi dari Pemkab atau lembaga instansi lain mengenai kemitraan usaha 2. Memaksimalkan kegiatan kerjasama kemitraan dengan pelaku usaha lain

PEMBAHASAN

1. Kinerja Anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur

Berdasarkan tabel 3, sebanyak 92,5% responden merasa mempunyai kinerja yang tinggi sebagai anggota maupun pengurus dalam organisasi Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja anggota KWT Karanglo Makmur sampai saat ini cukup baik. Karena dilihat dari skor terbanyak anggota yang merasa mempunyai kinerja tinggi pada indikator melaksanakan pembagian tugas. Hal ini menunjukkan anggota maupun

pengurus merasa nyaman dengan apa yang selama ini mereka lakukan untuk keberlangsungan kelompok. Hal itu didukung dengan skor terbanyak kedua yakni pada indikator menyepakati dan patuh terhadap aturan serta ketentuan yang berlaku dalam kelompok.

Dengan rampingnya struktur organisasi yang dimiliki oleh KWT Karanglo Makmur, membuat arah dan tanggung jawab anggota maupun pengurus dalam melaksanakan tugas sangat jelas. Terlebih mereka sadar bahwasannya keberadaan KWT ini sangatlah membantu kegiatan mereka sebagai petani sehingga kesadaran akan tujuan yang akan dicapai bersama dapat diwujudkan dengan ikhlas tanpa paksaan. Sedangkan 92,5% sisanya, sebanyak 7,5% dari responden menilai kinerja mereka sangat tinggi. Kedua hal tersebut selain dipengaruhi oleh faktor kesamaan visi dan misi dalam menjalankan kegiatan kelompok, hal itu dipengaruhi oleh faktor kekerabatan sesama petani yang masih terjalin baik apalagi didukung dengan budaya gotong-royong pada setiap kegiatan KWT Karanglo Makmur.

2. Strategi Pengembangan Usaha

Setelah dilakukan analisis terhadap kedua faktor lingkungan eksternal dan internal diperoleh nilai 2,5 untuk faktor internal dan 3,1 untuk faktor eksternal. Kemudian dilakukan analisis matrik internal eksternal dengan memasukkan kedua angka tersebut kedalam diagram matrik IE. Berdasarkan analisis matrik internal eksternal, diperoleh titik koordinat yang menunjukkan pada diagram nomor II, artinya strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan ekonomi kreatif pada KWT Karanglo Makmur adalah strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Strategi yang diterapkan di desain untuk memperluas kegiatan usaha dan meningkatkan jenis produk dengan tujuan mencapai pertumbuhan baik dalam penjualan maupun profit dengan cara pengembangan pasar, pengembangan produk, dan penetrasi pasar.

Pengembangan melalui strategi ini selanjutnya dapat diperoleh melalui alternatif strategi yang dirumuskan dengan 4 strategi utama meliputi SO, WO, ST, WT. Rumusan tersebut didasarkan pada hasil analisis faktor-faktor internal dan eksternal yang diperoleh dari matrik EFAS dan IFAS serta hasil analisis matrik IE yang menunjukkan koordinat diagram nomor II, untuk kemudian dilakukan analisis menggunakan matrik SWOT.

Berdasarkan analisis matrik SWOT, maka dapat dirumuskan beberapa strategi pengembangan ekonomi kreatif pada KWT Karanglo Makmur, yaitu;

a. Strategi SO

- 1) Memaksimalkan produksi keripik bonggol pisang dengan bahan baku yang sudah ada
- 2) Menambah inovasi pada berbagai macam produk olahan
- 3) Memberikan inovasi pada kemasan produk agar lebih menarik

b. Strategi WO

- 1) Mengikuti tren pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha lain saat ini
- 2) Mengembangkan wadah kerjasama dengan pelaku usaha lain untuk mengetahui informasi pasar
- 3) Melakukan pembinaan dan pelatihan mengelola usaha kepada semua pengurus
- 4) Sosialisasi dari lembaga atau instansi pentingnya usaha kreatif bagi para petani

c. Strategi ST

- 1) Meningkatkan kegiatan promosi agar produk lebih dikenal oleh masyarakat secara umum dan menjangkau pasar yang lebih luas
- 2) Mempertahankan dan menjaga rahasia cita rasa produk agar tetap mampu bersaing dengan produk lain

d. Strategi WT

- 1) Dilakukan sosialisasi dari pemkab atau lembaga instansi lain mengenai kemitraan usaha
- 2) Memaksimalkan kegiatan kerjasama kemitraan dengan pelaku usaha lain

Dengan berbagai alternatif strategi yang dikembangkan melalui 4 unsur di atas, maka strategi pengembangan ekonomi kreatif yang dapat diterapkan pada KWT Karanglo Makmur yakni dengan mengembangkan semua produk olahan hasil tani agar mampu menjadi produk unggulan dan memperluas pasar dengan melakukan kerjasama kemitraan agar pemasaran dapat menjangkau lebih luas.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Mayoritas anggota KWT Karanglo Makmur merasa mempunyai kinerja yang tinggi dalam organisasi kelompok. Hal itu diperoleh dari responden sebanyak 92,5% yang menilai kinerja mereka terhadap kelompok tinggi, diikuti sebanyak 3% yang menilai kinerja mereka sangat tinggi. Selain dapat dikarenakan faktor kesamaan visi dan misi serta hubungan kekerabatan yang masih tinggi diantara anggota maupun pengurus, hal itu juga dikarenakan tugas yang selama ini dijalankan dapat dengan mudah dikerjakan dengan ikhlas tanpa paksaan serta kepatuhan anggota maupun pengurus terhadap aturan serta ketentuan dalam kelompok yang baik.
2. Dengan berbagai alternatif strategi yang dikembangkan melalui 4 unsur berdasarkan hasil analisis SWOT, maka strategi pengembangan ekonomi kreatif yang dapat diterapkan pada KWT Karanglo Makmur yakni dengan mengembangkan semua produk olahan hasil tani agar mampu menjadi produk unggulan dan memperluas pasar. Terdapat perbedaan konsumsi berdasarkan gaya hidup mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi. Dilihat dari rata-rata konsumsi mahasiswa bidikmisi yang memiliki gaya hidup konsumtif sedang lebih tinggi daripada mahasiswa bidikmisi yang memiliki gaya hidup konsumtif rendah. Hal ini terjadi karena dengan semakin tingginya gaya hidup konsumtif seseorang maka akan semakin tinggi pula tingkat konsumsi mahasiswa tersebut. .

SARAN

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian, maka saran yang mampu penulis berikan adalah;

1. Sebaiknya pembinaan dan pengawasan yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Sleman lebih ditingkatkan terutama dalam pemahaman pengurus maupun anggota terkait mengelola usaha, agar kegiatan usaha kreatif tersebut dapat berkembang dengan baik.
2. Kinerja anggota dalam KWT Karanglo Makmur terbukti tinggi. Namun berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa hal penting yang harus dibenahi dalam kelompok agar keberlangsungan kelompok ini dapat lebih baik kedepan. Beberapa hal tersebut diantaranya;
 - a. Meningkatkan ketertiban dalam melaksanakan administrasi kelompok berupa laporan kegiatan yang telah selesai dilaksanakan serta laporan keuangan yang transparan untuk dibagikan kepada setiap anggota maupun pengurus pada saat kumpulan berlangsung.
 - b. Saling membantu dan meningkatkan gotong-royong antar anggota maupun kelompok, dengan lebih mengoptimalkan waktu luang yang ada diluar kesibukan pribadi agar mempunyai kontribusi yang lebih banyak untuk kelompok
 - c. Tertib dalam menghimpun dana untuk kegiatan kelompok dengan lebih teratur dalam menarik simpanan kepada setiap anggota maupun pengurus agar kondisi keuangan kelompok dapat terjaga dengan baik

Ketiga hal tersebut berurutan sesuai dengan skor yang yang diperoleh dari yang paling rendah. Oleh karena itu, semua anggota maupun pengurus kedepan harus lebih meningkatkan komitmen mereka terhadap kelompok dalam menyelaraskan visi, misi, dengan tujuan bersama

3. Sebaiknya bahan baku yang mudah didapatkan dapat diolah secara maksimal serta menambahkan inovasi pada produk agar produk lebih mempunyai nilai daya saing yang tinggi. Kemudian memperluas pasar dengan melakukan kerjasama kemitraan seperti dengan KWT Seruni di Berbah Sleman yang telah maju dalam mengolah olahan pisang menjadi makanan, kerjasama kemitraan bertujuan agar pemasaran dapat menjangkau lebih luas hal itu akan memberikan manfaat yang besar terhadap kelangsungan usaha kreatif yang dilakukan oleh KWT Karanglo Makmur.

DAFTAR PUSTAKA (CTRL+ALT+H)

- Hariadi, S.S. (2011). *Dinamika Kelompok (Teori dan Aplikasinya untuk Analisis Keberhasilan Kelompok sebagai Unit Belajar, kerjasama, Produksi dan Bisnis)*. Yogyakarta: Penerbit Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada.
- Hunger, J.D. & Wheelen, T.L.(2003). *Manajemen Strategis*.(Terjemahan Julianto Agung). Yogyakarta: Penerbit Andi. (Edisi asli diterbitkan tahun 1996 oleh Addison Wesley Publishing Company Inc. Boston, Mass).
- Kementrian Pariwisata (2017). *Data Statistik Ekonomi Kreatif Tahun 2010-2013*. Diakses melalui <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=2617&>, pada tanggal 04 Januari 2017 pukul 21.02 WIB
- Kementrian Pertanian. (2013). *Peraturan Kementrian Pertanian Nomor 82/Permentan/OT.140/8/2013 tentang Pembinaan Kelompok Tani dan Gabungan Kelompok Tani*
- Kementrian Pertanian. (2015). *Peraturan Menteri Pertanian RI Nomor 19/Permentan/HK.140/4/2015 tentang Rencana Strategis Kementrian Pertanian Tahun 2015-2019*
- Purnomo, H. & Zulkieflimansyah. (1999). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Rangkuti, F. (1997). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Republik Indonesia. (2009). *Instruksi Presiden RI Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif*.
- Republik Indonesia. (2013). *Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.

- Republik Indonesia. (2015). *Peraturan Presiden RI Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif*
- Republik Indonesia. (2013). *Undang – Undang RI Nomor 19 Tahun 2013 tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Petani.*
- Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.*
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang.* Jakarta: Salemba Empat.
- Tri D S, Wahyuniarso. (2013). *Strategi Pengembangan Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang.* Skripsi. Universitas Diponegoro