

# **STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF PENGOLAHAN SAMPAH DALAM PENINGKATAN KREATIVITAS MASYARAKAT DI KECAMATAN POLEWALI KABUPATEN POLMAN**

Triady Taulangi<sup>1</sup>, Muhammad Hasan<sup>2</sup>, Muhammad Dinar<sup>3</sup>

1) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Makassar

2) Dosen Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Makassar

Email: [triady.unm014@gmail.com](mailto:triady.unm014@gmail.com)

**Triady Taulangi.2020.**“ strategi pengembangan industri kreatif pengolahan sampah dalam peningkatan kreativitas masyarakat di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar. Skripsi. Dibimbing oleh Bapak Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd dan Bapak Muhammad Dinar, S.E., M.S, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

## **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi pengembangan industri kreatif pengolahan sampah untuk peningkatan kreativitas masyarakat di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, cara pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap objek penelitian kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian didapatkan melalui analisis SWOT maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan industri kreatif pengolahan limbah sampah untuk meningkatkan kreativitas masyarakat di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar yaitu konsentrasi melalui integrasi horizontal, yang artinya strategi yang diterapkan didesain untuk memperluas kegiatan usaha dan meningkatkan jenis produk yang kreatif dan inovatif dengan tujuan mencapai penjualan maupun profit yang baik dengan cara pengembangan pasar, pengembangan produk, dan penetrasi pasar.

**Kata Kunci : strategi pengembangan, industri Kreatif**

## **PENDAHULUAN**

Sampah merupakan permasalahan kompleks yang dihadapi oleh berbagai negara didunia. Tak hanya pada negara berkembang saja, namun juga menjadi permasalahan pada negara maju. Melihat keadaan lingkungan kita yang setiap hari dipermasalahkan oleh sampah yang

semakin menggunung seolah sampah ini menjadi masalah atau momok utama yang dihadapi oleh pemerintah dan masyarakat.

Penanganan sampah, khususnya di kota-kota besar di Indonesia merupakan salah satu permasalahan perkotaan yang

sampai saat ini masih merupakan tantangan bagi pengelola kota. Peningkatan jumlah penduduk dan peningkatan aktivitas manusia mengakibatkan terhadap volume sampah disertai permasalahannya. Sehingga masyarakat di beberapa negara bahkan diseluruh dunia berlomba-lomba menyelesaikan hal tersebut.

Program pemberdayaan melalui daur ulang sampah ini menjadi sangat penting dan strategis sebagai upaya pembangunan lingkungan berbasis masyarakat, yaitu mengupayakan peran serta atau partisipasi masyarakat. Langkah ini bukan hanya dilakukan untuk mengurangi penumpukan sampah saja, namun juga untuk memberdayakan masyarakat agar peduli terhadap lingkungan. Pemberdayaan masyarakat ini dapat menangani penumpukan sampah sangat beragam, seperti mengolah cangkang telur menjadi sebuah lukisan, sampah plastik menjadi kerajinan

tangan, hingga limbah kotoran hewan menjadi biogas.

Di era Globalisasi dan perdagangan global merupakan suatu hal yang tidak asing lagi dilihat dari kemajuan teknologi. Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang dengan pesat telah mempermudah satu wilayah dapat terhubung dengan wilayah lainnya dalam satu waktu yang sama. Pentingnya informasi di era tersebut kemudian menimbulkan ekonomi informasi, yaitu kegiatan ekonomi yang berbasis pada penyediaan informasi. Dalam konteks globalisasi, daya saing merupakan kunci utama untuk bisa sukses dan bertahan. Daya saing ini muncul tidak hanya dalam bentuk produk dalam jumlah banyak namun juga berkualitas. Kualitas produk tersebut dapat diperoleh melalui pencitraan ataupun menciptakan produk-produk inovatif yang berbeda dari wilayah lainnya yang mengandalkan kreativitas.

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang

mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia (SDM) sebagai faktor produksi yang utama dalam kegiatan ekonomi. Istilah ekonomi kreatif itu sendiri pertama kali muncul dan dikenal ketika John Howkins (2001) menulis buku *Creative Economy, How People Make Money from ideas* di mana mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas, budaya, warisan budaya dan lingkungan sebagai tumpuan masa depan. Perkembangan kehidupan dunia ekonomi, bisnis dan informasi saat ini mengakibatkan pergeseran paradigma, yaitu dari ekonomi berbasis sumber daya ke paradigma ekonomi berbasis pengetahuan atau kreativitas.

Di Indonesia, ekonomi kreatif mulai diakui memiliki peran yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi dan pengembangan bisnis. Oleh karena itu, sejak Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menyebut pentingnya

pengembangan ekonomi kreatif bagi masa depan ekonomi Indonesia, langsung disambut dengan peluncuran program *Indonesia Design Power* di jajaran Departemen Perdagangan RI, yaitu suatu program pemerintah yang diharapkan dapat memacu peningkatan daya saing produk-produk Indonesia di pasar domestik dan pasar internasional. Pada tahun 2012, geliat industri kreatif di Indonesia semakin menunjukkan perkembangan yang signifikan. Bahkan sebagian orang mulai memprediksikan pertumbuhan industri kreatif bisa melonjak cukup tinggi yakni hingga mencapai tiga kali lipat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya.

Kepala Badan Ekonomi Kreatif Triawan Munaf (2017), semakin mengaku optimistis ke depan ekonomi kreatif dapat berkembang lebih maju lagi seiring membaiknya ekosistem ekraf Indonesia. Terbukti dari data kontribusi ekonomi kreatif berdasarkan data bekraf yang bekerjasama dengan Badan Pusat Statistik

(BPS) dalam publikasi ekonomi kreatif tahun 2017, yang menunjukkan bahwa ada peningkatan dari sisi Produk Domestik Bruto (PDB) sektor ekonomi kreatif. PDB ekraf pada tahun 2016 naik mencapai Rp. 922,58 Triliun dengan nilai kontribusi terhadap PDB Nasional sebesar 7,44%, atau meningkat dari tahun sebelumnya yang hanya sebesar Rp. 852,56 Triliun atau 7,38% terhadap PDB nasional. Angka ini juga diiringi dengan pesatnya laju pertumbuhan ekraf sebesar 4,95% di tahun 2016 dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya sekitar 4,41%.

Kota Polewali sendiri merupakan salah satu kota di Provinsi Sulawesi Barat yang memiliki potensi *home industry* yang menghasilkan beraneka ragam kerajinan yang memiliki daya tarik dan seni yang sangat luar biasa dan sebagian besar telah memenuhi gugusan kendali mutu. Mayoritas masyarakat Kota Polewali khususnya pada Kecamatan Polewali sebagian telah memanfaatkan "*home industry*" tersebut sehingga dengan bekal

pengalaman mereka telah memiliki keterampilan dan keahlian yang lebih dibandingkan masyarakat yang lainnya. Potensi industri kreatif di Kota Polewali ternyata cukup besar. Dari mulai bordir, batik, kerajinan daur ulang, hingga anyaman bambu sangat memberikan kontribusi ekonomi yang tentunya menopang pertumbuhan Kota Polewali. Kota Polewali mempunyai potensi bisnis kerajinan yang cukup baik.

Jumlah kegiatan kreativitas di Kota Polewali cukup banyak tersebar, baik yang dinaungi oleh instansi pendidikan maupu yang berdiri atas nama independen. Di Kota Polewali khususnya di Kecamatan Polewali mengalami percepatan ekonomi paling pesat dibanding kecamatan lainnya dalam hal pengolahan limbah sampah menjadi bahan yang kreatif. Kecamatan Polewali memiliki potensi industri pengolahan sampah menjadi suatu kerajinan yang perlu dikembangkan, peranan industri kreatif pengolahan limbah sampah dapat mempengaruhi nilai tambah bagi

perekonomian masyarakat yang ada di Kota Polewali khususnya Kecamatan Polewali. Adapun hal yang diperkenankan berdiri di Kota Polewali hanyalah industri kreatif kecil dan menengah yang bersifat padat karya khususnya pada sektor kerajinan.

Adapun kendala lain yang dihadapi pelaku industri kreatif di Kecamatan Polewali, antara lain : (1). Kurangnya daya tarik industri hingga menyebabkan resiko usaha yang harus dihadapi oleh kelompok pengrajin pengolahan limbah sampah (2). Kurangnya apresiasi terhadap kreativitas lokal (3). Lemahnya institusi industri ekonomi kreatif di Kabupaten Polewali Mandar, sehingga belum adanya payung hukum yang mengatur tata kelola masing-masing subsektor industri kreatif serta di pengaruhi oleh iklim usaha belum cukup kondusif (4). Pengembangan produk kreatif juga masih terbatas pada hal yang umumnya sudah beredar di pasar.

Melalui latar belakang yang telah dikemukakan di atas, yang menjadi dasar pemikiran dari peneliti adalah apabila dengan disertai kreativitas masyarakat, sampah yang merupakan buangan dapat juga diproduksi menjadi kerajinan. Bagaimana produksi kerajinan sampah ini dijalankan dan bagaimana produksi kerajinan sampah ini dapat mempegaruhi keberdayaan ekonomi komunikasi di Kecamatan Polewali. Peran serta Dinas yang terkait juga merupakan hal yang ingin dicari oleh peneliti.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian strategi pengembangan industri kreatif pengolahan sampah dalam meningkatkan kreativitas masyarakat Kabupaten Polman Kecamatan Polewali menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Menurut Sugiono (2010), metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti

pada kondisi objek yang alamiah, dimana penelitian adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi, analisis data bersifat kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif karena analisis datanya berupa kata-kata tertulis atau lisan dan mempertimbangkan pendapat dari narasumber. Tujuan dari penelitian ini untuk memecahkan masalah secara sistematis, dan faktual mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Hasil Penelitian Berdasarkan Observasi**

Observasi salah satu teknik pengumpulan data menggunakan pengamatan sebagai alat bekerjanya. Pengamatan yang dilakukan tidak hanya

terbatas pada pengamatan manusia, tapi juga objek-objek alam yang lain. Pada penelitian ini digunakan observasi nonpartisipan, dimana peneliti tidak terlibat langsung dan hanya sebagai pengamat independen. Adapun hasil observasi penelitian ini sebagai berikut:

#### Tempat Pembuangan Akhir (TPA)

Amola, merupakan tempat pembuangan sampah sekaligus tempat pengolahan sampah. Dimana TPA Amola berada jauh dari pusat kota Polewali mandar dan berada dekat dari perbatasan Pinrang. Salah satu yang menjadi pertimbangan lokasi adalah jauh dari pemukiman warga sehingga bau dari tumpukan sampah tersebut tidak mengganggu, dan masih kurangnya pemukiman masyarakat yang ada di sekitar TPA tersebut, tapi akses untuk ke TPA tersebut dapat di jangkau dengan mudah. Demikian, karena TPA Amola banyak dilalui oleh kendaraan umum dan pribadi karena tidak terlalu jauh dari jalan utama.

Aktivitas masyarakat tersebut dimulai jam 10:00 WITA hingga pukul 15:00 WITA. Hal ini karena sebagian masyarakat masih sibuk dengan kegiatan yang lain seperti mengantar anak mereka ke sekolah. Untuk produk yang ditawarkan kepada para pembeli, selalu mengutamakan keunikan dan manfaat dari barang hasil daur ulang tersebut sehingga dapat menarik minat para pembeli. Adapun hasil dari daur ulang yang dibuat oleh masyarakat tersebut berupa: tempat pot, tempat lampu membuat rangkaian bunga, tempat celengan, dan lain-lain dari bahan anorganik, dan membuat menjadi biogas, dan pupuk kompos yang merupakan dari bahan organik.

## **2. Hasil Penelitian Berdasarkan Wawancara**

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan langsung kepada responden yang berkompeten dalam permasalahan yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan

wawancara kepada kepala kelompok bapak H. Samsul. S.

### **a) Harga Produk**

Harga merupakan suatu hal yang penting dalam sebuah bisnis, penentuan harga yang sesuai akan memberikan keuntungan oleh semua pihak baik konsumen, terlebih pada produsen. Saat ini harga sering diartikan sebagai nilai dari sebuah barang. Semakin tinggi sebuah harga suatu produk, maka akan semakin tinggi pula nilai yang ditawarkan produk tersebut.

Hasil wawancara mengenai harga yang ditetapkan yang dijelaskan oleh bapak H. Samsul. S sebagai berikut:

*Harga yang diberikan kepada konsumen memang cukup murah terhadap penjualan hasil pengolahan limbah sampah tersebut, bervariasi harganya mulai dari Rp. 15.000,- sampai Rp. 70.000,- harga tersebut tergantung dari bentuk pengolahan sampah tersebut.*

## **b) Distribusi**

Distribusi dalam sebuah TPA terpadu Amola dalam upaya pengaturan yang menyangkut aspek ketersediaan barang kepada konsumen. Distribusi juga merupakan kegiatan yang sangat penting untuk membantu proses Pemasaran yang dijalankan oleh sebuah TPA terpadu Amola. Berikut adalah wawancara tentang pendistribusian barang yang dijelaskan oleh bapak H. Samsul. S sebagai berikut:

*Untuk pendistribusian barang daur ulang tersebut kita langsung mengemambil di langsung di TPA Amola, karna di sana sudah terdapat beberapa sampah yang bisa didaur ulang, jadi kita tinggal memilah-milahnya saja dan membagiannya menjadi sampah organik dan anorganik sehingga kami tidak dapat kekurangan bahan untuk diolah, adapaun bahan lainnya seperti lem serta bahan-bahan lainnya dapat di beli di pasar.*

## **c) Sistem Informasi**

Dalam Usaha pengolahan limbah sampah dimana dibutuhkan pengendalian

dan dengan melakukan pencatatan data yang teratur, serta penyuguhan informasi dalam bentuk sistem pelaporan yang tepat sehingga memberika manfaat yang optimal bagi setiap keputusan yang akan diambil. Berikut kutipan wawancara dengan bapak H. Samsul. S sebagai berikut:

*Dalam mengontrol segala hal aktifitas yang dilakukan, kami masih menggunakan proses secara manual. Sebenarnya kami ingin memiliki web untuk menginformasikan segala kegiatan yang dilakuka, kami juga berharap nnti kedepatnya kami dapat mempromosikan barang-barang hasil olahan limbah sampah yang kami bikin ini.*

## **d) Pesaing TPA terpadu Amola**

Dalam dunia bisnis apapun tentu pasti akan mamiliki banyak pesaing. Baik pesaing daru usaha sejenis, juga pesaing yang potensial. Pada kebanyakan TPA terpadu Amola , gerakan pesaing atau TPA terpadu Amola mempunyai pengaruh besar terhadap para pesaingnya dan dengan demikian dapat mendorong

perlawanan atau usaha untuk menendengin gerakan tersebut.

Pendatang baru dalam industri biasanya juga dapat mengancam pesaing yang ada karena adanya hambatan masuk dan keluar dari pasara serta faktor-faktor yang menarik dalam bidang usaha tertentu. Berikut ini kutipan wawancara dengan bapak H. Samsul. S sebagai berikut:

*Alhamdulillah, di Polewali sendiri tidak menutup yang adanya pesaing-pesaing yang menjual juga produk olahan sampah, tapi produk olahan sampah yang dijual oleh orang lain itu kebanyakan produk olahan dari luar kota Polewali, sehingga barang-barang yang mereka jual itu ya lumayan mahal dari hasil olahan sampah yang kami jual. Kami juga merasa bersyukur masyarakat disini kreatif-kreatif ya dalam membuat hasil karya yang berasal dari limbah sampah ini sendiri, sehingga pembeli itu merasa tertarik.*

### **3. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal**

#### **a) Analisis Lingkungan Internal**

Analisis lingkungan internal ditinjau dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh TPA Amola. Data internal yang dimiliki oleh TPA Amola meliputi sumber daya manusia, daya keuangan dan daya pemasaran.

##### **1) Sumber daya manusia**

Jumlah pekerja yang dimiliki TPA Amola saat ini 15 orang terdiri dari 8 tenaga kerja laki-laki dan 7 tenaga kerja perempuan. Pekerja TPA Amola bekerja setiap hari rabu, kamis, dan sabtu. Jam kerja mulai pukul 10:00 WITA hingga pukul 15:00 WITA.

##### **2) Sumber daya keuangan**

Pihak TPA Amola tidak mengalami kendala mengenai permodalan. Sumber dana keuangan TPA Amola berasal dari pemerintah Kabupaten Polewali Mandar dan juga hari hasil penjualan.

##### **3) Sumber daya pemasaran**

TPA Amola dalam memberikan daya pemasaran yaitu memberikan keindahan kepada para pembeli yang akan membeli hasil produk dari pengolahan limbah sampah, sehingga para pembeli menjadi tertarik dan ingin membelinya.

#### **b) Analisis Lingkungan Eksternal**

Analisis lingkungan eksternal dilihat dari peluang dan ancaman yang di hadapi TPA Amola. Lingkungan eksternal mempengaruhi kinerja dan persaingan dari usaha pengolahan limbah sampah. Analisis faktor eksternal usaha pengolahan limbah sampah dengan bantuan atau pendekatan teori lima kekuatan bersaing porter. Model lima kekuatan yang dikembangkan oleh Porter, yaitu:

##### **1) Pesaing sejenis**

Saat ini perkembangan usaha daur ulang sampah di Kabupaten Polewali Mandar masih kurang. Hal ini menyebabkan kurangnya persaingan dalam usahan daur ulang

sampah ini. Persaingan antara perusahaan saingan merupakan persaingan yang cenderung meningkat ketika jumlah pesaing bertambah motifasi.

##### **2) Pesaing baru**

Saat ini untuk membuat kerajinan dari daur ulang sampah sangat mudah dilakukan, hal ini berdampak pada insensitas persaingan antar perusahaan semakin meningkat.

Ancaman pesaing baru sebagian dari faktor eksternal, ketika ancaman pesaing baru datang, sebaiknya perusahaan memiliki posisi dengan baik. Namun, ancaman ini dapat di atasi oleh para pekerja daur ulang sampah dengan beberapa langkah. Seperti meningkatkan mutu produk, variasi produk atau meningkatkan kreativitas para pengerajin dalam pengolahan daur ulang sampah.

##### **3) Daya tawar pemasok**

Pemasok dalam kegiatan pengolahan limbah sampah dalam hal ini sudah tersedia di TPA Amola, sehingga para pengerajin tidak usah lagi mencari di setiap rumah. Strategi ini efektif karena dapat menghemat waktu karena bahan yang sudah tersedia sehingga waktu produksinya tidak terganggu.

#### **4) Daya tawar pembeli**

Kepuasan pembeli adalah hal yang sangat penting bagi setiap pengerajin. Untuk memberikan kepuasan kepada pembeli. Hasil dari kerajinan pengolahan sampah dapat biasanya dijual di pasar-pasar yang ada, sehingga masyarakat tidak usah ketempat pengerajin pengolahan sampah.

#### **5) Produk substitusi**

Dalam suatu aktifitas perekonomian terdapat banyak produk yang digantikan dengan produk lain yang sejenis. Perubahan harga akan menimbulkan perubahan terhadap

permintaan pada saat barang naik, konsumen cenderung mencari barang lain sebagai pengganti dengan harga yang tidak berubah.

Produk substitusi adalah produk-produk yang dapat menjadi alternatif atau memberikan keuntungan yang sama sehingga dapat menjadi pengganti bagi suatu produk substitusi bersifat tidak langsung dan tidak sebesar ancaman dari kompetitor langsung, produk substitusi tetap dipertimbangkan oleh para pengerajin pengolahan daur ulang sampah.

### **4. Identifikasi Faktor-Faktor Eksternal dan Internal**

Pada penelitian ini digunakan analisis SWOT sebagai alat mengolah data penelitian. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui strategi apa yang paling tepat digunakan oleh perusahaan dengan melihat dari aspek kekuatan, peluang, dan ancaman dari perusahaan itu sendiri. Berdasarkan hasil pengumpulan data yang

didapatkan di lokasi penelitian melalui dokumen-dokumen, observasi, dan wawancara dengan pihak perusahaan, maka dengan itu maka peneliti dapat mengidentifikasi faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal yang dimiliki TPA Terpadu Amola. Berikut identifikasi dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari TPA Terpadu Amola.

**a) Identifikasi kekuatan**

- Lokasi ke TPA terpadu Amola yang sangat strategis
- Akses jalan ke TPA terpadu Amola sangat mudah
- Harga produk sangat terjangkau
- Memiliki citra yang baik
- Modal usah di peroleh dari laba

**b) Identifikasi kelemahan**

- Pemanfaatan sosial media kurang efisien
- Keamanan tempat kerja yang kurang memadai
- Tidak adanya toko yang tersedia

**c) Identifikasi peluang**

- Mesin pengolahan sampah organik semakin canggih
- Pesaing yang masih sedikit
- Adanya kreativitas dan inovasi dalam melakukan daur ulang sampah
- Berkembangnya sistem informasi dalam mendukung proses kreativitas

**d) Identifikasi ancaman**

- Pesaing dari usaha sejenis
- Adanya produk substitusi
- Pesaing baru yang potensial
- Barang dagang yang tidak laku

**1. Analisis SWOT**

Pada penelitian ini digunakan analisis SWOT sebagai alat mengolah data penelitian. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui strategi apa yang paling tepat digunakan oleh TPA terpadu Amola dengan melihat dari aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari TPA terpadu Amola itu sendiri. Dalam melakukan analisis SWOT diperlihatkan terlebih dahulu identifikasi dari ke empat

elemen SWOT tersebut. Berdasarkan hasil pengumpulan data yang di dapatkan di lokasi penelitian melalui dokumen-dokumen, observasi, dan wawancara dengan pihak TPA terpadu Amola, maka dengan itu maka peneliti dapat mengidentifikasi faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal yang dimiliki TPA Terpadu Amola. Berikut identifikasi dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari TPA Terpadu Amola yang akan dijabarkan berikut ini.

a) *External Strategy Factor Analysis*  
(EFAS)

Analisis mengenai kondisi lingkungan eksternal dipilih melalui dua unsur yaitu, ancaman dan peluang. Komponen dari masing-masing unsur tersebut diperoleh dari hasil wawancara peneliti kepada informan yaitu kepala TPA terpadu Amola, dengan berdasarkan pada pertimbangan dari peneliti yaitu orang yang memiliki jabatan pada TPA terpadu Amola dan mengetahui dengan pasti hal-hal yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti. Penilaian bobot dan rating pada setiap komponen dapat di lihat pada tabel 4.1 di bawah ini:

**Tabel 4.1 Faktor-faktor Strategi Eksternal TPA Terpadu Amola**

No	Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang:</b>				
1	Munculnya teknologi baru	0,1	3	0,3
2	Pesaing yang sedikit	0,1	4	0,4
3	Adanya kreativitas dan inovasi	0,2	4	0,8
4	Berkembangnya sistem informasi dalam mendukung kreativitas	0,1	4	0,4
<b>Ancaman:</b>				
1.	Pesaing dari usaha sejenis	0,1	2	0,2
2.	Adanya produk substitusi	0,1	2	0,2
3	Pesaing baru yang potensial	0,15	1	0,15
4	Dagangan tidak laku	0,15	2	0,3
<b>Total</b>		<b>1,0</b>		<b>2,75</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Pada Tabel 4.1, skor tertinggi untuk faktor peluang adalah adanya kreatifitas dan inovasi dengan skor yang didapatkan yaitu 0,8. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh kepala TPA terpadu Amola yaitu adanya kreatifitas dan inovasi produk yang ditawarkan kepada para pembeli, yang selalu diutamakan keunikan dan manfaatnya dari barang hasil daur ulang tersebut sehingga dapat menarik minat para pembeli. Adapun hasil dari daur ulang yang dibuat oleh masyarakat tersebut berupa: tempat pot, tempat lampu membuat rangkaian bunga, tempat celengan, dan lain-lain dari bahan anorganik, dan membuat menjadi biogas, dan pupuk kompos yang merupakan dari bahan organik.

Pada faktor ancaman, skor tertinggi yaitu dagangan tidak laku dengan skor 0,3. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan kepala TPA terpadu Amola yang mengatakan bahwa beberapa waktu terakhir ini daya beli konsumen yang

menurun sehingga menyebabkan barang hasil produksi tidak laku, hal ini disebabkan salah satunya yaitu adanya wabah yang beredar yaitu Covid-19 yang meresahkan masyarakat sehingga mereka memilih menyimpan uangnya untuk dibelanjakan bahan pokok makanan daripada membeli barang-barang hasil daur ulang. Hal tersebut juga dikarenakan pendapatan masyarakat semenjak adanya wabah yang beredar menjadi menurun, jadi mereka memilih untuk berhemat dan hanya memanfaatkan pendapatannya untuk membeli bahan pokok makanan.

#### **b) *Internal Strategy Factor Analysis (IFAS)***

Analisis mengenai kondisi lingkungan internal dipilih melalui dua unsur yaitu, ancaman dan peluang. Komponen dari masing-masing unsur tersebut diperoleh dari hasil wawancara peneliti kepada informan yaitu kepala TPA terpadu Amola, dengan berdasarkan pada pedoman wawancara yang telah disusun. Penilaian bobot dan rating pada setiap

komponen berdasarkan judgement peneliti (hasil penelitian yang dilakukan). Hasil

tersebut dapat dilihat seperti pada tabel 4.2 berikut ini:

**Tabel 4.2 Faktor-faktor Strategi Internal TPA Terpadu Amola**

No	Uraian	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan:</b>				
1	Lokasi TPA Terpadu Amola yang strategis	0,15	3	0,45
2	Akses jalan sangat mudah	0,1	3	0,3
3	Harga produk terjangkau	0,2	4	0,8
4	Memiliki citra yang baik	0,15	3	0,45
5	Modal usaha diperoleh dari laba	0,1	3	0,3
<b>Kelemahan:</b>				
6	Pemanfaatan sosial media yang kurang efisien	0,1	2	0,2
7	Keamanan tempat kerja yang kurang memadai	0,1	1	0,1
8	Kurangnya pemasaran aktif	0,1	1	0,1
<b>Total</b>		<b>1,0</b>		<b>2,70</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Pada Tabel 4.2, skor tertinggi untuk faktor kekuatan adalah harga produk terjangkau dengan skor 0,8. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh kepala TPA terpadu Amola, dimana harga barang-barang yang dihasilkan harganya kisaran 15.000 sampai 70 ribu dan harga itu masih dianggap oleh masyarakat sebagai harga yang murah.

Pada faktor ancaman, skor tertinggi yaitu pemanfaatan sosial media yang kurang efisien dengan skor 0,2. Hal ini

sesuai dengan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh kepala TPA terpadu Amola yang menyatakan bahwa kurangnya pemanfaatan sosial media yang kurang efisien untuk mempromosikan produk sehingga promosi produk hanya dilakukan di pasar-pasar yang ada di daerah maupun melalui mulut ke mulut masyarakat sekitar.

### c) Internal Eksternal Matriks

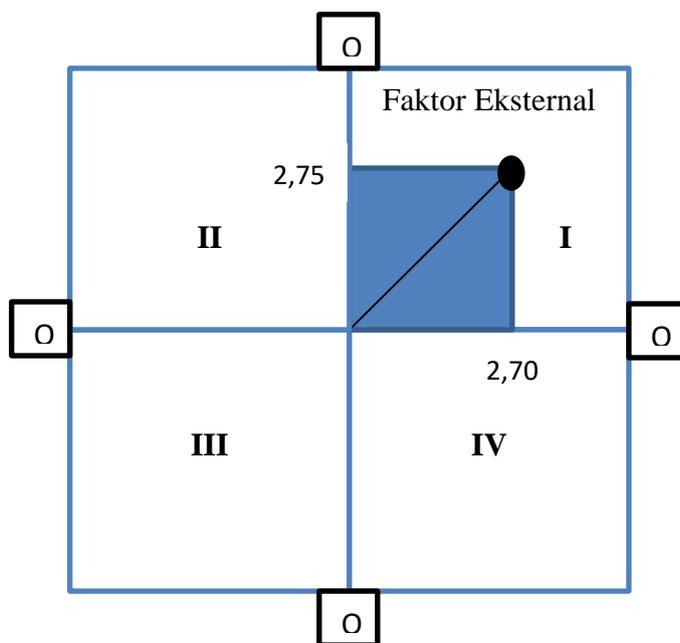
Setelah menyusun kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal melalui matrik EFAS

dan IFAS, maka langkah selanjutnya adalah membuat analisa diagram SWOT untuk mengetahui posisi suatu usaha. Analisa diagram SWOT memiliki sasaran untuk mengidentifikasi satu dari empat kuadran yang terdapat dalam diagram ini menyarankan strategi yang dapat mendukung usaha dalam kondisi tersebut.

Dalam analisis diagram SWOT dilihat dari total skor IFAS dan EFAS. Jika total skor IFAS melebihi 2.5 berarti kekuatan lebih besar dari kekurangan dan sebaliknya. Begitu juga dengan skor EFAS, jika total skor melebihi 2.5 maka

peluang lebih besar dari pada ancaman dan sebaliknya.

Berdasarkan hasil analisis faktor internal strategi TPA terpadu Amola pada IFAS diperoleh skor 2,70 dimana TPA terpadu Amola tersebut memiliki kekuatan lebih besar daripada kekurangannya. Sedangkan hasil analisis faktor eksternal strategi TPA terpadu Amola skor 2,75 dimana TPA terpadu Amola tersebut memiliki peluang yang lebih besar daripada ancamannya. Maka berdasarkan IFAS dan EFAS pada TPA terpadu Amola dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.1 Internal-Eksternal Matriks

Keterangan:

I : Expansion (Mendukung Strategi Ofensif)

II : Stability (Mendukung Strategi Rasionalisasi)

III : Retrenchment (Mendukung Strategi Defensif)

IV : Combination (Mendukung Strategi Diversifikasi)

**d) Matriks SWOT**

Pendekat analisis SWOT membantu mengetahui potensi pengolahan sampah daur ulang, kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang yang ada di sekeliling bisnis ini. Berdasarkan

identifikasi sebagai faktor internal dan eksternal maka dapat di susun faktor strategi TPA terpadu Amola dengan menggunakan matrix SWOT. Berdasarkan matrikx ini, strategi yang tepat untuk digunakan dalam mengembangkan industri kreatif pengolahan sam[ah dalam meningkatkan kreatifitas masyarakat di Kecamatan Polewali Kabupaten Polman adalah konsetrasi melalui integrasi horizontal, maka disusun berbagai alternatif strategi melalui empat strategi utama seperti dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.3 Matrix SWOT TPA Terpadu Amola**

<b>INTERNAL</b>	<b>STRENGTHS-S</b> 1. Lokasi TPA Terpadu Amola yang strategis 2. Akses jalan sangat mudah 3. Harga produk terjangkau 4. Memiliki citra yang baik 5. Modal usaha diperoleh dari laba	<b>WEAKNESSES-W</b> 1. Pemanfaatan sosial media yang kurang efisien 2. Keamana tempat kerja yang kurang memadai 3. Kurangnya pemasaran aktif
<b>EKSTERNAL</b>	<b>S-O</b> 1. Memanfaatkan potensi yang sesuai untuk meningkatkan kreativitas dalam	<b>W-O</b> 1. Memanfaatkan media sosial dalam menambah kreativitas masyarakat 2. Mencari inovasi-inovasi baru
<b>OPPORTUNITIES-O</b> 1. Munculnya teknologi baru 2. Pesaing yang sedikit 3. Adanya kreativitas		

<p>dan inovasi</p> <p>4. Berkembangnya sistem informasi dalam mendukung kreativitas</p>	<p>pengolahan sampah, untuk meraih peluang pasar.</p> <p>2. Memanfaatkan keterampilan dan semangat para pekerja serta perkembangan IPTEK untuk menunjang kegiatan seperti inovasi desain untuk merebut dan membuka pasar yang lebih luas.</p> <p>3. Meningkatkan inovasi dan kualitas produk agar bisa bersaing dengan produk sejenis diluar daerah.</p> <p>4. Optimalisasi penggunaan berbagai sistem informasi untuk meningkatkan kreativitas dan media promosi.</p>	<p>melalui teknologi</p>
<p><b>THREASTS-T</b></p> <p>1. Pesaing dari usaha sejenis</p> <p>2. Adanya produk substitusi</p> <p>3. Pesaing baru yang potensial</p> <p>4. Dagangan tidak laku</p>	<p><b>S-T</b></p> <p>1. Meningkatkan kualitas hasil kerajinan pengolahan sampah.</p> <p>2. Menghasilkan berbagai macam olahan kerajinan yang baru</p>	<p><b>W-T</b></p> <p>1. Memaksimalkan fasilitas yang ada agar dapat meningkatkan daya beli konsumen dan dagang tidak laku</p> <p>2. Melakukan pemasaran agar meminimalkan daya beli konsumen yang menurun.</p>

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

### A. Pembahasan

Dalam menyusun strategi pengembangan industri kreatif pengolahan sampah dalam meningkatkan kreatifitas masyarakat di Keamatan Polewali Kabupaten Polman dilakukan analisis

terhadap perencanaan yang telah disusun.

Analisis yang dilakukan dalam hal ini adalah analisis SWOT. Analisis ini dapat dilihat dari *Strenght* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman).

Dari analisis faktor lingkungan eksternal diperoleh bahwa faktor yang menjadi peluang terbesar adalah adanya kreatifitas dan inovasi. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Ilhamuddin dkk (2018), dimana dengan adanya kreatifitas dan inovasi produk yang ditawarkan kepada para pembeli, yang selalu mengutamakan keunikan dan manfaat dari barang hasil daur ulang tersebut sehingga dapat menarik minat para pembeli. Adapun hasil dari daur ulang yang dibuat oleh masyarakat tersebut berupa: tempat pot, tempat lampu membuat rangkaian bunga, tempat celengan, dan lain-lain dari bahan anorganik, dan membuat menjadi biogas, dan pupuk kompos yang merupakan dari bahan organik. Sedangkan pada faktor ancaman, skor tertinggi yaitu dagangan tidak laku.

Sedangkan apabila dilihat dari analisis faktor Internal, diperoleh bahwa faktor yang menjadi kekuatan paling besar yaitu harga produk terjangkau dimana

harga barang-barang yang dihasilkan harganya kisaran 15.000 sampai 70 ribu dan harga itu masih dianggap oleh masyarakat sebagai harga yang murah. Jika dilihat dari faktor ancaman, pemanfaatan sosial media yang kurang efisien untuk mempromosikan produk sehingga promosi produk hanya dilakukan di pasar-pasar yang ada di daerah maupun melalui mulut ke mulut masyarakat sekitar.

Setelah melakukan analisis terhadap kedua faktor lingkungan eksternal dan internal, diperoleh nilai 2,70 untuk faktor internal dan 2,75 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 kordinat yang menunjukkan pada diagram nomor I, artinya strategi umum yang dapat dilakukan dengan menggunakan kekuatan untuk mengambil setiap keunggulan pada kesempatan yang ada. Maka, strategi yang harus ditetapkan adalah konsentrasi

melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang diterapkan didesain untuk memperluas kegiatan usaha dan meningkatkan jenis produk yang kreatif dan inovatif dengan tujuan mencapai penjualan maupun profit yang baik 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 I, untuk kemudian dilakukan analisis menggunakan matrik SWOT.

Berdasarkan analisis matrik SWOT, maka dapat dirumuskan beberapa strategi pengembangan industri kreatif pengolahan sampah dalam peningkatan kreatifitas masyarakat di Kecamatan Polewali Kabupaten Polman, yaitu:

#### 1. Strategi SO

- Memanfaatkan potensi yang sesuai untuk meningkatkan kreativitas dalam pengolahan sampah, untuk meraih peluang pasar.
- Memanfaatkan keterampilan dan semangat para pekerja serta perkembangan IPTEK untuk menunjang kegiatan seperti inovasi desain untuk merebut dan membuka pasar yang lebih luas.
- Meningkatkan inovasi dan kualitas produk agar bisa bersaing dengan produk sejenis diluar daerah.
- Optimalisasi penggunaan berbagai sistem informasi untuk meningkatkan kreativitas dan media promosi.

#### 2. Strategi WO

- Memanfaatkan media sosial dalam menambah kreativitas masyarakat
- Mencari inovasi-inovasi baru melalui teknologi

### 3. Strategi ST

- Meningkatkan kualitas hasil kerajinan pengolah sampah.
- Menghasilkan berbagai macam olahan kerajinan yang baru.

### 4. Strategi WT

- Memaksimalkan fasilitas yang ada agar dapat meningkatkan daya beli konsumen dan dagang tidak laku
- Melakukan pemasaran agar meminimalkan daya beli konsumen yang menurun.

Dengan berbagai alternatif strategi yang dikembangkan melalui 4 unsur di atas, maka strategi pengembangan industri kreatif pengolahan sampah dalam peningkatan kreatifitas masyarakat di Kecamatan Polewali Kabupaten Polman yakni TPA terpadu Amola selalu melakukan inovasi-inovasi dari kerajinan pengolahan limbah sampah, sehingga masyarakat dapat menjadi tertarik dari hasil kerajinannya sampah tersebut, para pekerja terus melakukan pengamatan dan

beradaptasi dengan lingkungan yang bersifat kompleks dan berubah-ubah dengan mempelajari lingkungan sekitarnya, sehingga menyebabkan strategi baru dalam pengembangan kreativitas para pengrajin limbah sampah. Untuk mencapai itu, TPA terpadu Amola melakukan perencanaan dalam meningkatkan pengembangan dalam meningkatkan kreativitas masyarakat dalam pengolahan limbah sampah.

Hasil penelitian di atas di dukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sianturi dan Samuel (2018), dimana berdasarkan matriks SWOT bahwa pengembangan industri ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan faktor eksternal, dengan meningkatkan kreatifitas masyarakat dan memanfaatkan keterampilan serta semangat para pengrajin dapat menunjang kegiatan untuk membuka pasar yang lebih luas dan dapat meningkatkan pengembangan industri.

## **KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi pengembangan industri kreatif pengolahan limbah sampah untuk meningkatkan kerativitas masyarakat di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar yaitu konsentrasi melalui integrasi horizontal, yang artinya strategi yang diterapkan didesain untuk memperluas kegiatan usaha dan meningkatkan jenis produk yang kreatif dan inovatif dengan tujuan mencapai penjualan maupun profit yang baik dengan cara pengembangan pasar, pengembangan produk, dan penetrasi pasar.
2. Dengan melakukan inovasi-inovasi dari kerajinan pengolahan limbah sampah, sehingga masyarakat dapat menjadi tertarik dari hasil kerajinannya sampah tersebut, para pekerja terus

melakukan pengamatan dan beradaptasi dengan lingkungan yang bersifat kompleks dan berubah-ubah dengan mempelajari lingkungan sekitarnya, sehingga menyebabkan starategi baru dalam pengembangan kreativitas para pengerajin limbah sampah. Untuk mencapai itu, TPA terpadu Amola melakukan perencanaan dalam meningkatkan pengembangan dalam meningkatkan kreativitas masyarakat dalam pengolahan limbah sampah.

## **SARAN**

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Lebih sering lagi melihat produk-produk para pengrajin di luar daerah yang menjadi pesaing bagaimana inovasi yang mereka lakukan sebagai bahan

- perbandingan dan bahan pembelajaran.
2. Lebih memanfaatkan lagi sarana Online sebagai bahan pembelajaran dan mendapatkan ilmu yang perlu dalam mengembangkan usaha
  3. Melakukan inovasi desain sehingga mampu menciptakan kreatifitas lebih tinggi dan lebih meningkatkan lagi kegiatan–kegiatan promosi yang lebih banyak lagi.
  4. Sebagai tambahan informasi menambah khazanah ilmu pengetahuan, serta menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya di bidang yang sama dalam rangka mewujudkan masyarakat yang berwawasan lingkungan.

#### **DAFTAR PUSAKA**

- Alyas dan Muhammad Rakib, (2017) dalam jurnal yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Mikri, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan”. *Sosiohumaniora*, Volume 19 No. 2 Juli : 114-120.
- Amir, Mohammad F. 2014. *Kreativitas dan Inovasi Dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Anonim, 2009. *Teknologi Pengelolaan Limbah: Daur Ulang Sampa Plastik Bisnis yang Menjanjikan dan ramah Lingkungan*. <http://onlinebuku.com>.
- Arikunto, Suharsimi, 2013. *Manajemen Penelitian*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- \_\_\_\_\_, (2010). *Prosedur Penelitian*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, 2015. *Metode Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Dewandaru, Bothy dan Nining Purnamawingsih. 2016. Strategi Dalam Memajukan Industri Kreatif Dan Pengembangan Ekonomi Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata (Studi Pada Kesenian Jaranan Di Kota Kediri). Universitas Kadiri. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, Vol. 1, No. 2, Hal. 170 – 187.
- Fahmi, Irham, 2014. *Menejemen Strategi Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta.
- Fitriana, Aisyah N, Irwan Noor dan Ainul Hayat. 2014. Pengembangan Industri Kreatif Di Kota Batu. Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Publik (Jap)*, Vol. 2 No. 2, Hal. 281-286.

- Ilhamuddin, dkk, 2018. Strategi Pengembangan Industri Kreatif Sektor Kerajinan Perhiasan Mutiara di Kota Mataram. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataran (JMM UNRAM)*. e-issn: 2548-3919.
- Leksono, Afif dan Purbayu Budi Santosa. 2014. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Kreatif Di Indonesia (Tahun 2002 – 2008). Universitas Diponegoro. *DIPONEGORO JOURNAL OF ECONOMICS, Volume 3, Nomor 1, ISSN : 2337-3814, Hal: 1-7.*
- Neolaka Amos, 2008. *Kesadaran lingkungan*. Jakarta: Yapeka.
- Nilandari Ary, 2006. *Aku Bisa Mengolah Sampah*. Jakarta: Dian Rakyat.
- Nisandi. 2007. *Pengelolaan dan Pemanfaatan Sampah Organik Menjadi Briket Arang dan Asap Cair*. Seminar Nasional Teknologi 2007. Yogyakarta.
- Pangestu, Mari Elka, 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, Jakarta: Departemen Perdagangan RI.
- Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang nomor 18 Tahun 2008 tentang pengolahan sampah*.
- Rochim Armando, 2008. *Penanganan dan Pengelolaan Sampah*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Umar, I. 2009. *Pengelolaan Sampah Terpadu Di Wilayah Perkotaan*.  
[Http://uwityangyoyo.wordpress.com](http://uwityangyoyo.wordpress.com).
- Wahyono,E.H. dan Sudarno.N, 2012. *Pengolahan sampah plastik: Aneka kerajinan dari sampah plastik*. Bogor: Yapeka.
- Sianturi dan Samuel, 2018. *Strategi Pengembangan Industri Kreatif Distro Clothing untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Industri Kreatif Distro Clothing Kota Sidikalang*. Universitas Sumatera Utara. Skripsi
- Sugiono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Suryana, 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, Jakarta: Salemba Empat.
- Syaiful, Zuhdi. 2017. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur di Dusun Karanglo Desa Sukoharjo Kabupaten Sleman*. Skripsi: UNY.
- Sya'roni, Deden A.Wahab dan Janivita J.Sudirham. 2012. *Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil*. Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM). *Jurnal*

*Manajemen Teknolgi, Vol. 11,*  
*No. 1, Hal: 42-59*

edisi kedelapan, Jakarta:  
Erlangga

Karl E. Case, Ray C. Fair, 2007.  
*Prinsip-Prinsip Ekonomi*