

# POTENSI PENGEMBANGAN INDUSTRI KERAJINAN TANGAN KHAS GORONTALO

**Raflin Hineo**

Jurusan Ekonomi dan Manajemen FIS UNG

**Abstrak:** Industri kerajinan tangan khas Gorontalo sudah tersebar luas di wilayah Indonesia, itupun lebih banyak diperkenalkan oleh masyarakat Gorontalo yang ada di perantauan. Pada awal tahun 2006 inilah produk kerajinan tangan khas Gorontalo mendapat perhatian dari pemerintah baik pusat dan provinsi untuk diperjuangkan mendapatkan hak paten atas produk. Walaupun demikian, masyarakat jangan lantas terlena dengan terbitnya hak paten atas produk krawang Gorontalo, tetapi harus lebih dibarengi dengan kesungguhan dan ketekunan dari para pengusaha/perajin krawang serta dukungan yang all out dari pemerintah untuk mempertahankan eksistensi dan pengembangannya.

**Kata Kunci:** Potensi Pengembangan, Industri Kerajinan Tangan

## **Pendahuluan**

Pembangunan pada sektor industri yang berbasis industri besar di Indonesia kenyataannya sebagian besar telah kehilangan momentum dan perannya yang berarti dalam menyokong keberhasilan program-program pembangunan ekonomi yang diprakarsai oleh pemerintah. Hal ini dapat dilihat dari ketidakmampuan sektor industri besar untuk sekedar bertahan dari terpaan krisis moneter yang kemudian meluas menjadi krisis ekonomi secara menyeluruh. Bahkan boleh dikatakan bahwa kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh industri-industri besar berskala raksasa tersebut ikut menjadi penyebab utama krisis ekonomi yang terjadi, misalnya *high cost economic*, ketergantungan terhadap fasilitas-fasilitas dari pemerintah, efisiensi dan efektifitas yang rendah serta kolusi yang sangat parah dan berlapis-lapis antar pengusaha dan birokrat terkait dalam proses-proses implementasi.

Fenomena di atas disisi lain membuka mata dari pelaku, pakar, maupun birokrat serta pihak-pihak terkait lainnya dalam perekonomian, untuk segera menyadari bahwa perlu adanya pengkajian ulang akan penekanan, kebijakan, dan kegiatan ekonomi yang berlangsung selama ini serta memikirkan solusi yang paling tepat dalam rangka menyelamatkan perekonomian dari keadaan yang lebih sulit lagi untuk diperbaiki.

Hal inilah yang seharusnya menjadi titik terang pemerintah khususnya Provinsi Gorontalo untuk lebih jujur melihat adanya kekuatan yang selama ini kurang mendapat perhatian dan dukungan, yang terdapat pada sektor ekonomi rakyat, yang diwakili oleh Usaha Kecil dan Menengah atau UKM. Dengan berbagai karakter-karakternya yang berbeda dengan industri besar, pengembangannya yang bersifat *bottom up* dapat memberikan kontribusi berarti dalam proses pemulihan perekonomian daerah maupun nasional.

Disamping UKM-UKM yang bergerak di bidang pengolahan lanjutan dari bahan pangan, yang tidak kalah pentingnya ialah UKM-UKM yang bergerak di bidang industri kerajinan tangan khas Gorontalo yaitu krawang (Karawo = Bahasa Gorontalo).

Industri kerajinan tangan khas Gorontalo ini sudah tersebar luas di wilayah Indonesia. Itupun lebih banyak diperkenalkan oleh masyarakat Gorontalo yang ada di perantauan. Dan nanti pada awal tahun 2006 inilah produk kerajinan tangan khas Gorontalo mendapat perhatian dari pemerintah baik pusat dan provinsi untuk diperjuangkan mendapatkan hak paten atas produk.

Walaupun demikian, masyarakat jangan lantas terlena dengan terbitnya hak paten atas produk krawang Gorontalo, tetapi harus lebih dibarengi dengan kesungguhan dan ketekunan dari para pengusaha/perajin krawang serta dukungan yang *all out* dari pemerintah untuk mempertahankan eksistensi dan pengembangannya. Masih banyak tantangan dan rintangan dalam mengembangkan industri ini yang harus dibenahi dan terus dilakukan pembinaannya.

Sungguhpun demikian, bukan berarti sama sekali tidak ada jalan atau kesempatan untuk segera memulai usaha memajukan sektor UKM bidang kerajinan tangan ini. Hanya yang diperlukan adalah upaya yang lebih keras lagi untuk terus menerus melakukan pemecahan-pemecahan yang inovatif, kreatif, efisien, dan efektif hingga sektor ini dapat menjadi sektor UKM yang tangguh dan dapat diandalkan. Tidak jadi soal dari sudut pandang mana proses dimulai, yang terpenting adalah kerjasama dari berbagai pihak terkait, serta komitmen untuk melakukan fungsinya sebaik mungkin. Pemerintah dengan instansi-instansi terkaitnya serta wewenangnya dapat menetapkan kebijakan-kebijakan relevan, lembaga-lembaga pengembang UKM yang terus menerus mengkaji konsep-konsep pengembangan yang paling cocok, kesediaan dari lembaga-lembaga keuangan untuk memberikan bantuan, serta tentu saja dari kemauan dan pengembangan diri pengusaha serta pembenahan-pembenahan dalam perusahaannya.

## **Tujuan**

Dengan mengevaluasi salah satu dari sekian banyak usaha menengah yang bergerak di bidang kerajinan tangan khas Gorontalo ini tentu saja tidak akan memperoleh gambaran yang cukup representative mengenai gambaran umum UKM-UKM bidang kerajinan tangan di suatu kawasan tertentu, akan tetapi paling tidak tujuan-tujuan tertentu diharapkan dapat dicapai, antara lain:

- a. Memahami kendala-kendala yang mungkin merupakan hal yang umum yang dihadapi oleh para pengusaha kerajinan tangan khas Gorontalo;
- b. Melakukan penilaian terhadap pola-pola umum yang biasa dilakukan para pengusaha *kerajinan tangan* dalam mengantisipasi berbagai kendala;
- c. Menggali serta membantu mendefinisikan harapan-harapan ke depan yang mungkin untuk kearah yang lebih baik dalam bidang usahanya;
- d. Memberikan alternative-alternative strategi, sistem, kiat, maupun konsep yang diharapkan berguna sebagai penambah informasi dan bahan pertimbangan bagi pencapaian tujuan-tujuan yang diharapkan oleh perusahaan;

## **Pembahasan**

### **a) Potensi Usaha**

Potensi usaha di bidang *kerajinan tangan khas Gorontalo* ini masih sangat menjanjikan bila dikembangkan. Apalagi bila sudah melirik pasar luar daerah yang masih terbuka lebar untuk dimasuki produk-produk kerajinan dari Gorontalo.

Pelanggan-pelanggan yang terdahulu, antara lain di Manado, Minahasa, Bitung, Bolaang Mongondow. Palu, Luwuk, dan Makasar, walaupun sudah beberapa waktu ini tidak mendapat kiriman barang dalam jumlah yang cukup besar seperti dulu, tetapi mereka masih memiliki preferensi yang baik terhadap produk krawang yang berasal dari Gorontalo. Hal ini dapat digiatkan kembali, lebih mudah daripada harus membuka pasar yang baru.

Disamping itu, dari beberapa riset sederhana yang dilakukan mengenai konsumen potensial, diperoleh suatu kesimpulan bahwa produk krawang itu pada umumnya memiliki kesenjangan yang terlalu jauh antara kualitas produk untuk masyarakat bawah dengan kualitas produk untuk masyarakat golongan atas. Artinya karakteristik produk yang sengaja dibuat untuk golongan menengah belumlah banyak diusahakan. Strategi ini diharapkan akan

meningkatkan kuantitas penjualan, yang akhirnya mengarah ke produk-produk masal, yang disiapkan untuk memenuhi persediaan barang di toko-toko pelanggan.

Rencana strategis lainnya untuk pengembangan usaha kerajinan tangan khas Gorontalo (Krawang) adalah membangun toko yang fungsi utamanya adalah untuk menjaring konsumen pemakai. Selama ini konsumen dari produk krawang hanyalah mengandalkan orang per orang yang membeli krawang dalam jumlah besar untuk dijual kembali. Toko yang dibangun diharapkan menjadi ruang pameran untuk mengenalkan produk krawang dengan desain-desain yang khas dari Gorontalo.

Untuk rencana ekspor, tampaknya secara realistis harus melalui tahapannya. Walaupun harapan kearah itu tetaplah ada. Perlu lebih banyak lagi yang harus dibenahi dalam rangka mencapai kemampuan untuk ekspor yang mana kemampuan itu tidak akan diperoleh sebelum mencapai eksistensi yang cukup di pasar domestik.

Untuk mendukung rencana pengembangan di atas, program-program pemasaran yang memadai sangat perlu untuk dirancang. Sebelumnya belum ada pemikiran serius ke arah ini karena masih berdasarkan pelanggan-pelanggan khusus dengan jumlah terbatas di samping walaupun ada beberapa usaha sejenis seperti usaha *bordiran kain* yang tersebar di berbagai daerah, akan tetapi pasarnya masih berbeda, kecuali bila ingin memasuki ketatnya persaingan di Indonesia, tentu aspek pemasaran ini harus lebih di giatkan kembali.

Selanjutnya rencana yang cukup strategis adalah persiapan untuk meningkatkan kapasitas produksi, bila rencana pengembangan pasar berhasil. Ini tentunya akan menyangkut aspek finansial, karena akan membutuhkan pembiayaan-pembiayaan baru untuk pembelian asset serta perekrutan kembali tenaga-tenaga ahli di bidang produksi, tenaga pemasaran yang kreatif, dan tenaga administrasi yang cakap. Pendekatan kearah ini sedang dilakukan yaitu dengan mencari sumber-sumber pembiayaan dari lembaga-lembaga keuangan.

## **b) Potensi Perusahaan Dan Geografis**

Tanpa potensi-potensi yang telah dimiliki selama ini, tentu rencana-rencana pengembangan usaha kerajinan ini akan lebih sulit untuk di definisikan. Disamping potensi pasar dan relasi yang telah disebutkan di atas, industri krawang ini mempunyai potensi-potensi yang sifatnya internal.

Contohnya saja, toko-toko penampung produk krawang telah lama berdiri di pusat pertokoan kota Gorontalo walaupun itu bukan sebagai pemilik

pribadi. Dari segi tenaga kerja, tidak diragukan lagi akan keahliannya, sehingga ada jaminan akan kualitas produk yang terbaik.

Wilayah Gorontalo yang terletak di antara dua provinsi sebagai lalu lintas perekonomian, memiliki akses yang mudah dan strategis baik ke daerah perkotaan Kota Manado dan Kota Palu, maupun Luwuk. Mudah untuk menjangkau pasar maupun dijangkau supplier bahan baku dan bahan-bahan penolong.

## **Kesimpulan**

*Tantangan* yang cukup menjadi bahan pemikiran kita adalah menyangkut dilema antara kenaikan biaya-biaya pembentuk harga pokok semisal harga bahan baku, upah kerja, dan biaya-biaya overhead, promosi, dan penjualan, dengan harga jual yang kompetitif dan menarik bagi target konsumen utama, yaitu kalangan menengah atas. Disamping itu, rencana penambahan-penambahan asset baru serta modal kerja yang segar, menuntut adanya tanggung jawab bahwa semua itu harus mempunyai nilai tambah yang memadai, agar kelak tidak menjadi beban baru bila target-target tidak tercapai. Jadi harus benar-benar dilakukan perhitungan yang sangat hati-hati pada aspek financial ini, untuk mengimbangi resiko-resiko dari berbagai keputusan yang menyangkut masalah keuangan.

Adapun *kesempatan atau peluang*, adalah seperti yang disebutkan di atas, yaitu pertama bagaimana perusahaan mampu untuk memenuhi permintaan pelanggan tetapnya secara optimal, kedua bahwa untuk ide-ide kreatif mengenai produk-produk spesifik, pasar masih terbuka luas, terutama dari kalangan golongan berpenghasilan menengah atas yang memang populasinya cukup banyak.

*Kelemahan* utama adalah juga berupa dilemma, yaitu di sisi lain, secara organisasi, ukuran usaha sudah masuk pada kategori industri menengah dan bukan lagi pada kategori home industri karena telah adanya pengesahan hak paten, hingga otomatis biaya operasional juga besar. Tetapi di sisi lain, pengetatan tidak dapat dilakukan lagi karena akan berakibat usaha terancam tutup. Solusi yang baik adalah pengembangan, akan tetapi memerlukan sumber dana yang lunak, karena pembenahan bersifat pengeluaran modal, bukan pengeluaran untuk modal kerja. Pengeluaran untuk pembelian asset jangka panjang semisal alat-alat transportasi dan peralatan pendukung lainnya yang lebih baru, tidak mudah diukur tingkat pengembaliannya dalam jangka pendek. Sementara bila modal kerja yang diperoleh, perencanaan produksi

yang berbasis kepada tingkat penjualan, proses analisisnya pasar dan daya saing masih belum menghasilkan kesimpulan yang masak.

Adapun *kekuatan* yang dimiliki sesuai dengan pemaparan mengenai potensi internal maupun potensi yang telah disebutkan di atas, yang secara singkatnya adalah kemampuan untuk berwirausaha.

### **Rekomendasi**

Dengan melihat kendala dan potensi di atas, maka dapat direkomendasikan hal-hal sebagai berikut :

1. Tampaknya pasar masih terbuka luas untuk menampung produk krawang, oleh sebab itu perlu digiatkan kembali kegiatan-kegiatan analisis pasar yang sungguh-sungguh dan continue untuk lebih dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi pasar, perilaku konsumen, daerah-daerah pemasaran baru, peta persaingan industri kerajinan tangan yang sejenis, dan aspek-aspek pemasaran lainnya sehingga perusahaan dapat menetapkan rencana penjualan produksinya lebih matang lagi.
2. Untuk rencana pengembangan yang bersifat penambahan asset yang berasal dari pinjaman, harus diperhitungkan secara matang dan tidak tergesa-gesa melakukan pengembangan kapasitas produksi, terutama mempersiapkan hal-hal yang terdapat pada point 1. Ini untuk menghindari kemungkinan over produksi, yang akhirnya akan merugikan dan menambah beban.
3. Berdasarkan peninjauan lapangan, peningkatan kapasitas produksi masih dapat dilakukan dengan penambahan tenaga kerja tidak tetap, tanpa harus terburu-buru menambah dan memperbaharui asset.

### **Daftar Pustaka**

- Badan Pusat Statistik, 2004, *Statistik Usaha Kecil Menengah 2003*. Provinsi Gorontalo
- Best, Roger J. 2000, *Market Based Management: Strategies for Growing*
- Collis, David J. dan Cynthia A. Montgomery, 1998 *Corporate Strategi : A Resources-Based Approach*, Irwin Mc Graw-Hill, Boston.
- LP3E FE UNPAD, 1999, *Prioritas Pengembangan Usaha Kecil*, Universitas Padjadjaran, Bandung.

Martani Huseini, 2005, *Mencermati Misteri Globalisasi* : Majalah.  
Sumawihardja Surachman, 2002, *Mengembangkan Keunggulan Bersaing Usaha Kecil dan Menengah untuk Mencapai Posisi Pasar yang Kuat dan Berkesinambungan*, Makalah Kuliah Kenangangan Unpad.