

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI KREATIF  
CANTING BUANA KREATIF DI KOTA  
PADANG PANJANG**

**TUGAS AKHIR**

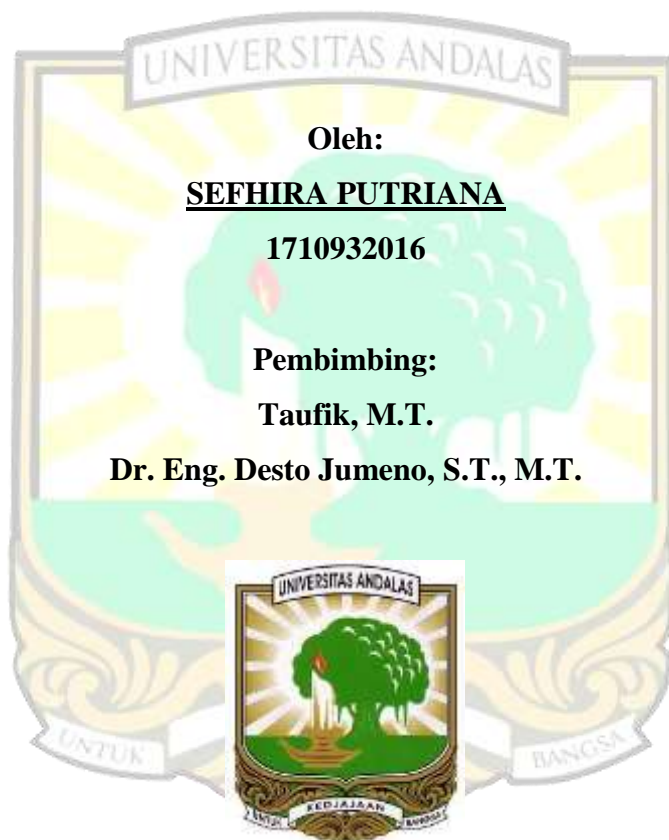


**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2021**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI KREATIF  
CANTING BUANA KREATIF DI KOTA  
PADANG PANJANG**

**TUGAS AKHIR**

*Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana  
Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Andalas*



**Oleh:**

**SEFHIRA PUTRIANA**

**1710932016**

**Pembimbing:**

**Taufik, M.T.**

**Dr. Eng. Desto Jumeno, S.T., M.T.**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG**

**2021**

## **ABSTRAK**

*Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, serta mempunyai kontribusi yang tinggi terhadap output nasional dan penyerapan tenaga kerja. Canting Buana Kreatif merupakan salah satu UMKM kreatif di Sumatera Barat yang bergerak pada usaha produksi, dagang, serta pelatihan batik tulis dan cap. Jumlah permintaan batik di Sumatera Barat yang cenderung meningkat namun belum bisa dipenuhi oleh produksi lokal membuat Canting Buana Kreatif mempunyai potensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Oleh karena itu, penting bagi usaha Canting Buana Kreatif untuk memformulasikan strategi pengembangan usaha agar dapat memaksimalkan peluang dan meminimalkan ancaman yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan rancangan strategi pada pengembangan usaha Canting Buana Kreatif.*

*Penelitian yang dilakukan dimulai dengan pengumpulan data dengan kuesioner dan pengambilan data sekunder, dilanjutkan dengan identifikasi faktor eksternal maupun internal melalui analisis SWOT. Kemudian dilakukan tiga tahapan perumusan strategi yaitu, tahap input (matriks IFE dan EFE), tahap pencocokan (matriks IE dan matriks SWOT) dan tahap keputusan (QSPM).*

*Analisis kondisi usaha menunjukkan bahwa posisi usaha Canting Buana Kreatif berada pada Sel II atau pada posisi Grow and Built. Berdasarkan analisis kondisi tersebut dapat diperoleh bahwa alternatif strategi pengembangan yang paling diprioritaskan adalah mengadakan inovasi produk dengan menunjukkan keunggulan batik usaha dan tetap menyesuaikan dengan trend masyarakat. Strategi prioritas kedua yaitu memperluas area pemasaran produk terkhususnya pada lingkungan pemerintahan sebagai peluang pasar penjualan yang besar.*

**Kata Kunci:** *Batik, Industri Kreatif, Matriks IE, Matriks SWOT, QSPM*

## ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are an important part of Indonesia's economic growth, and have a high contribution to national output and employment absorption. Canting Buana Kreatif is one of the creative MSMEs in West Sumatra engaged in the production, trade, and training of batik tulis and cap. The increasing demand for batik in West Sumatra but not yet fulfilled by local production makes Canting Buana Kreatif has the potential to be developed further. Therefore, it is important for Canting Buana Kreatif's efforts to formulate a business development strategy in order to maximize opportunities and minimize existing threats. This research aims to determine the design of strategies on the development of Canting Buana Kreatif business.

The research began with data collection with questionnaires and secondary data retrieval, followed by identification of external and internal factors through SWOT analysis. Then three stages of strategy formulation are, input stage (IFE and EFE matrix), matching stage (IE matrix and SWOT matrix) and decision stage (QSPM).

Analysis of business conditions shows that Canting Buana Kreatif's business position is in Cell II or in the Grow and Built position. Based on the analysis of these conditions can be obtained that the most prioritized alternative development strategy is to conduct product innovation by showing the advantages of business batik and still adjust to the trend of society. The second priority strategy is to expand the marketing area of products specifically in the government environment as a large sales market opportunity.

**Keywords:** Batik, Creative Industry, IE Matrix, SWOT Matrix, QSPM.