

**ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR TERCIPTANYA *BLUE OCEAN STRATEGY*
BAGI PETANI KARET DI KABUPATEN BANJAR**

Fadma Yulianti

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIEI) Banjarmasin
Jalan H. Hasan Basry 9-11 Banjarmasin Telp. 0511-3304652

Artikel info

Keywords:
*SWOT analysis, blue ocean
strategy*

Abstract

Lots of rubber farmers in Banjar district act not only as farmers, but also play a great role in natural rubber processing, especially in the RSS (Ribbed Smoked Sheet) processing. They have to compete in a high competitive market, and as it is already known, there is no company that would always win. So in order to improve the rubber farmers' success rate, an approach is then needed. This approach must be able to be used to understand the rubber farmers' characteristics, which then are going to be utilized to face all kinds of challenges and competitions. The approach is called the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) analysis. SWOT analysis is a method that is used to analyze both internal and external factors, and use them to create strategic steps that can be used to optimize a business, so that the business can be more profitable in spite of all the competition. The factors obtained from the SWOT analysis can later be learned and applied as the basis for the four steps framework of the Blue Ocean Strategy. These factors will then be reconstructed by erasing, reducing, increasing, and creating them; so that in the end, the rubber farmers will only have the most valuable or beneficial factors that can be used for their future progress. The results from the SWOT analysis that has been done in the rubber farm companies in Martapura have pointed out several internal and external factors. From all of those factors, several of them, which are often used by the rubber farmers in Martapura in competition and investment events were then taken, and were included in the Blue Ocean Strategy canvas. A Blue Ocean Strategy canvas is used to summarize a factual situation in a known market. This enables the company to understand the ongoing competition and the factors that will be used by the rubber farmers in Martapura in the competition. The potency of the natural rubber in South Kalimantan will be even better in the long term, in parallel with the increasing number of rubber farms in South Kalimantan, as well as the increase in the world demand for natural rubber. With the Blue Ocean Strategy, the rubber farmers in Martapura can create new factors that they have not used, in order to improve their advantage. This strategy can also increase the value of their factors which might not have a good impact for them, to a level where all of those factors can be optimized and used to help the growth of the rubber industry.

PENDAHULUAN

Ditengah ancaman melemahnya pertumbuhan ekonomi dunia akibat krisis keuangan global, perekonomian Indonesia juga akan mendapat tekanan yang cukup berat. Melemahnya pertumbuhan ekonomi di negara-negara industri memberikan tekanan yang cukup besar terhadap perdagangan komoditas. Perdagangan komoditas yang selama ini menopang perekonomian pasca krisis 1997, diharapkan dapat kembali menjadi salah satu faktor penting dalam penguatan perekonomian Indonesia ke depan. Kinerja perdagangan komoditas pertanian menunjukkan pertumbuhan yang cukup baik khususnya hasil perkebunan. Salah satu komoditas yang selama ini menjadi andalan ekspor adalah karet alam.

Kalimantan Selatan sebagai sentra perkebunan karet di Indonesia memiliki keluasan kebun karet rakyat mencapai 300 ribu hektar dari sekarang ini yang masih tercatat 178 ribu hektar. Kebun karet Kalimantan Selatan 178 ribu hektare itu terdiri dari perkebunan Rakyat 154 ribu hektar dengan produksi 79.552 ton per tahun, Perkebunan Besar Swasta (PBS) 13,9 ribu hektare produksi 4.267 ton per tahun dan Perkebunan Besar Negara (PBN) 9.9 ribu hektare produksi 7.585 ton per tahun. Hal ini tak urung membuka peluang usaha yaitu, usaha pengolahan karet alam. Berbagai macam dan jenis perusahaan pengolahan hasil karet alam tumbuh di Kalimantan Selatan.

Banyak petani karet di Kabupaten Banjar berfungsi sebagai petani sekaligus berfungsi sebagai pengolahan karet alam, khususnya dari jenis RSS (*Ribbed Smoked Sheet*) untuk itu harus turut bersaing untuk mendapatkan ruang pasar yang penuh persaingan. Sebagaimana yang diketahui, bahwa tidak ada perusahaan yang selalu unggul. Untuk

memperbaiki kualitas kesuksesan para petani karet, diperlukan suatu pendekatan yang digunakan untuk memahami karakteristik para petani karet dalam menghadapi segala tantangan dan persaingan yaitu *SWOT analysis* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Treaths*). *SWOT analysis* merupakan suatu cara menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal menjadi langkah-langkah strategis dalam pengoptimalan usaha yang lebih menguntungkan dalam sebuah persaingan.

Dengan melakukan *SWOT analysis* pada para petani di kabupaten Banjar maka akan didapatkan faktor-faktor mengenai kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Treaths*) yang ada pada para petani karet, yang mana faktor-faktor ini menjelaskan situasi terkini pada para petani karet. Faktor-faktor *SWOT analysis* yang sudah didapatkan dan dipahami tersebut dapat dijadikan dasar untuk membentuk kerangka kerja empat langkah *blue ocean strategy* para petani karet, yang akan merekonstruksi faktor-faktor tersebut dengan menggunakan skema menghapus, mengurangi, meningkatkan, dan menciptakan, sehingga pada akhirnya para petani karet hanya akan mempunyai faktor-faktor yang benar-benar bernilai atau bermanfaat dalam memajukan para petani karet. Sebagaimana pengertian dari *blue ocean strategy* itu sendiri yaitu bagaimana membuat ruang pasar yang belum terjelajahi, yang bisa menciptakan permintaan dan memberikan peluang pertumbuhan yang sangat menguntungkan. Intinya, bagaimana bersaing dengan tangkas dalam kompetisi; bagaimana secara cerdas membaca persaingan, menyusun strategi dan kerangka kerja yang sistematis guna menciptakan samudra biru (Kim dan Mauborgne, 2005, 10).

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam

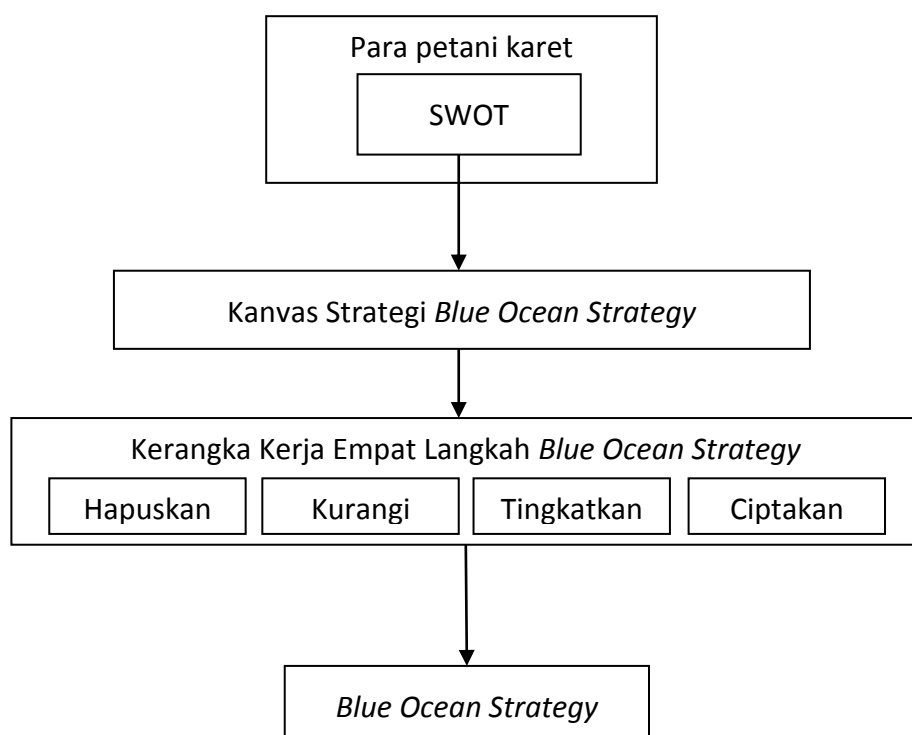
penelitian ini yaitu bagaimana peranan *SWOT analysis* dalam menciptakan *Blue Ocean Strategy* bagi para petani di Kabupaten Banjar?

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual pada penelitian ini digunakan sebagai alur dalam menentukan arah penelitian, hal ini untuk menghindari terjadinya perluasan pembahasan yang menjadikan penelitian tidak terarah/ terfokus.

Kerangka konseptual yang disusun menggambarkan *SWOT analysis* yang merupakan akronim dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threat* (ancaman) pada para petani karet yang akan menjadi arahan untuk menyusun kanvas strategi sekaligus diagnosis untuk membangun *blue ocean strategy*

yang baik. Kanvas strategi tersebut akan merangkumkan situasi terkini dalam ruang pasar yang sudah dikenal. Hal ini memungkinkan untuk memahami dimana kompetisi yang sedang terjadi di pasar. Selanjutnya, kerangka kerja empat langkah digunakan untuk menciptakan suatu nilai baru dengan mendorong para petani karet melakukan tindakan-tindakan menghapuskan, mengurangi, meningkatkan, dan menciptakan. Kerangka kerja empat langkah ini akan memberikan manfaat pada para petani karet untuk: mengejar diferensiasi dan biaya murah secara bersamaan untuk mendobrak pertukaran nilai-biaya, menghantam para petani karet-para petani karet yang hanya berfokus pada upaya meningkatkan dan menciptakan sehingga menaikkan struktur biaya para petani karet tersebut, memberikan kemudahan bagi



Gambar 1. Kerangka Konseptual

petani karet sehingga menciptakan tingkat keterlibatan yang tinggi dalam penerapannya, memberikan semangat dalam menganalisis setiap faktor industri yang menjadi ajang kompetisi, sehingga tercipta *Blue Ocean Strategy*.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Banjar, khususnya para petani di daerah Mandiangin

Prosedur Pengumpulan Data

Library research, yaitu penelitian kepustakaan yang dilakukan dengan cara mengkaji atau mempelajari buku-buku dan literatur yang erat hubungannya dengan permasalahan yang dalam penyusunan penelitian digunakan untuk mendapatkan dasar teoritis yang relevan sebagai landasan pembahasan.

Observasi, yaitu pengumpulan data dengan cara peninjauan secara langsung ke objek penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini.

Wawancara, yaitu pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung dengan para petani karet.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis deskriptif dari pengamatan terhadap suatu permasalahan. Analisis data dilakukan berpedoman pada data yang diperoleh dari penelitian lapangan dan literatur-literatur yang ada. Hasil penelitian tersebut kemudian dianalisis untuk menemukan identifikasi *SWOT analysis* mengenai kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Treats*) yang ada pada para pe-

tani karet, yang mana faktor-faktor ini menjelaskan situasi terkini pada para petani karet. Faktor-faktor *SWOT analysis* yang sudah didapatkan dan dipahami tersebut dapat dijadikan dasar untuk membentuk kerangka kerja empat langkah *Blue Ocean Strategy* para petani karet, yang akan merekonstruksi faktor-faktor tersebut dengan menggunakan skema menghapus, mengurangi, meningkatkan, dan menciptakan, sehingga pada akhirnya para petani karet hanya akan mempunyai faktor-faktor yang benar-benar bernilai atau bermanfaat dalam memajukan para petani karet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Produksi

Proses produksi karet biasanya berlangsung pada pagi hari, penduduk berangkat menuju perkebunan karet mereka pada pukul 06.00 Wita dengan membawa peralatannya yang berupa pisau dan ember atau jerrigen. Pisau yang mereka gunakan adalah pisau khusus untuk menoreh batang pohon karet.

Pada umur 6 atau 7 tahun pohon karet sudah dapat di sadap/di toreh. Penorehan pada batang pohon karet dilakukan sangat hati-hati agar getah dapat keluar dan mengalir dengan optimal. Setelah batang pohon ditoreh, maka getah pada batang pohon karet akan keluar dan mengalir sesuai dengan jalur torehan yang ada pada batang pohon karet. Getah karet yang masih murni ini disebut dengan getah susu. Kemudian getah yang mengalir pada batang pohon karet tersebut ditampung pada tempat yang biasa disebut lumpang. Lumpang ini terbuat dari potongan ruas bambu yang kemudian dibelah menjadi dua. Namun sekarang, sebagian petani karet mulai menggunakan tempat-tempat yang terbuat dari plastik yang berukuran

400-500 ml untuk menampung getah yang mengalir. Kemudian batang pohon yang telah disadap/ditoreh didiamkan sampai getah yang keluar berhenti mengalir.

Setelah getah berhenti mengalir, petani karet kemudian mengumpulkan hasil getah karet yang berada di dalam lumpang tersebut kedalam ember atau jerigen yang mereka bawa. Hasil produksi getah tergantung pada jenis pohon karet yang mereka tanam. Petani karet desa Mandiangin Barat banyak menggunakan dua jenis pohon karet untuk mereka tanam. Hasil produksi dapat dilihat dalam tabel 1.

Tabel 1. Jenis dan Jumlah yang dihasilkan

Jenis Pohon Karet	Hasil dalam 1 Ha/hari (Liter)	Hasil dalam 1 Ha/hari (Kg)
Karet Okulasi	25 liter	20 Kg
Karet Lokal	20 liter	16 Kg

Sumber: data diolah, 2011

Perbedaan antara karet okulasi dan karet lokal adalah usia pohon dan getah yang dihasilkan. Karet okulasi memiliki usia yang lebih pendek dibandingkan karet lokal, namun getah yang dihasilkan karet okulasi lebih banyak dibandingkan getah yang dihasilkan oleh karet lokal. Penggunaan jenis pohon ini sesuai keinginan petani karet itu sendiri.

Proses Pembekuan dan Penyimpanan

Setelah getah karet terkumpul, para petani karet kemudian membawa pulang getah karet tersebut, namun ada juga yang melakukan proses pembekuan sekaligus menyimpannya langsung di perkebunan. Getah karet biasanya di bekukan ke dalam cetakan besar seperti ember atau sesuai keinginan petani karet sendiri, dalam proses ini getah karet biasanya di campur dengan semacam

zat kimia dan air, mereka biasa menyebut zat kimia tersebut dengan sebutan cuka getah. 400 ml cuka getah di larutkan ke dalam 1100 ml air, setiap 200 ml getah susu di campur dengan larutan cuka getah sebanyak 200 ml, atau dengan perbandingan 1:1. Ini dilakukan agar getah karet tersebut cepat membeku dan padat.

Getah yang telah membeku ini biasa disebut *lumb*. Proses pembuatan *lumb* ini dapat berlangsung selama kurang lebih setengah hari atau sekitar 5 jam. *Lumb* akan di keluarkan dari cetakan pada sore atau pagi harinya, kemudian *lumb* di simpan dalam wadah penampungan *lumb* hingga mereka siap untuk menjualnya. Iklim dan cuaca juga akan mempengaruhi kualitas *lumb* yang akan dihasilkan. Dari 5 liter getah susu akan menghasilkan 4 kg karet beku atau *lumb*. *Lumb* dapat di simpan hingga 5 hari. Jika terlalu lama di simpan maka berat getah *lumb* akan menyusut. Proses pencetakan dan penyimpanan ini dapat dilihat pada gambar 1, 2, dan 3.



Gambar 1. Proses pencetakan dan penyimpanan



Gambar 2. Proses pembekuan langsung di perkebunan

Tidak ada tempat khusus dalam proses pembekuan sekaligus penyimpanan getah karet ini. Mereka meletakkan di serambi-serambi rumah atau di sekitar perkebunan karet mereka. Hanya sebagian dari mereka yang memiliki tempat khusus atau gudang sebagai tempat proses pembekuan dan penyimpanan hasil produksi karet mereka. Padahal ini akan mempengaruhi kualitas karet yang mereka hasilkan jika terjadi hujan. Gudang sebagai tempat penyimpanan hasil produksi karet pun akan menghindarkan resiko pencurian terhadap hasil karet mereka.



Gambar 3. Getah karet yang sudah menjadi lumb

Pembahasan

Nilai ekonomis karet terus meningkat. Hal ini ditunjukkan dengan harga lateks yang

semakin tinggi dan produk olahan kayu karet yang semakin bervariasi. Bila diperhatikan dengan seksama, usaha perkebunan karet ini semakin digemari dan berkembang. Apalagi tujuan utama perusahaan karet Indonesia adalah ekspor.

Pusat penelitian karet menyatakan, produksi karet Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang menggembirakan yakni berkisar 5-7 % per tahun. Saat ini dengan lahan seluas kira-kira tiga juta hektar, Indonesia menjadi negara produsen karet alam terbesar kedua di dunia setelah Thailand dengan produksinya sebanyak tiga juta ton per tahun, sementara areal perkebunan karet yang dimilikinya hanya dua juta hektar.

Provinsi Kalimantan Selatan merupakan daerah potensi pengembangan karet, baik dalam rangka perluasan maupun peremajaan yang cukup luas. Masyarakat sudah familiar dengan budidaya tanaman karet, kemampuan penyediaan bibit karet unggul cukup tinggi yang didukung oleh sebanyak 1.350 penangkar bibit binaan Dinas Perkebunan Provinsi dan Kabupaten/Kota, dengan luas 122 hektar sehingga menghasilkan jumlah tegakan 917.120 batang. Harga komoditas karet berfluktuatif dan cenderung semakin membaik.

Dalam menghadapi segala macam tantangan dan persaingan dunia usaha sekarang, yang mana komoditas karet ini merupakan salah satu komoditas penting dunia, maka para petani karet Martapura sebagai salah satu dari sekian banyak petani karet yang jenis usaha pengolahan karet alam, khususnya dari jenis RSS (*Ribbed Smoked Sheet*) harus turut bersaing untuk mendapatkan ruang pasar yang penuh persaingan. Untuk memperbaiki kualitas kesuksesan, dilakukan suatu pendekatan yang digunakan untuk memahami karakteristik para petani dalam menghadapi segala tantangan dan persaingan

an dengan menggunakan *SWOT analysis* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Treaths*), yang mana dalam data temuan sudah ditemukan faktor-faktor internal dan eksternal yang ada pada para petani karet di Martapura dapat dilihat pada tabel 2.

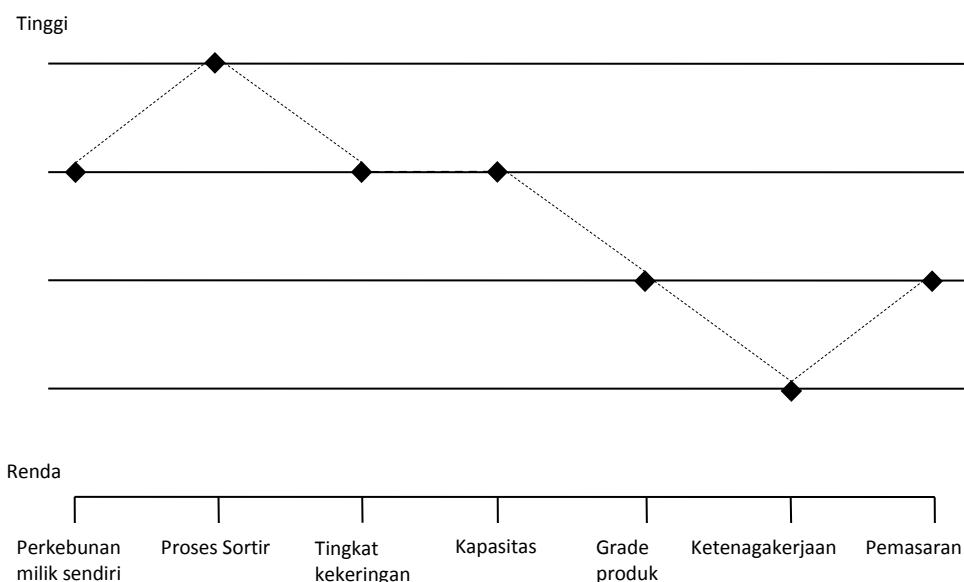
Dari hasil *SWOT analysis* pada perusahaan Para petani karet di Martapura tersebut dapat diketahui faktor-faktor internal dan eksternal, yang mana dari faktor-faktor tersebut dapat diambil beberapa faktor yang

sering di jadikan ajang kompetisi dan investasi oleh para petani karet di Martapura untuk dimasukkan kedalam kanvas strategi samudra biru. Kanvas strategi samudra biru berfungsi untuk merangkum situasi terkini dalam ruang pasar yang sudah dikenal. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memahami kompetisi yang terjadi saat ini dan memahami faktor-faktor apa yang akan dijadikan ajang kompetisi oleh para petani karet di Martapura.

Tabel 2. *SWOT Analysis* para Petani Karet di Martapura

Faktor-faktor Internal para Petani Karet di Martapura			
No.	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	No.	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
1	Mempunyai perkebunan karet sendiri	1	Tidak ada standart kerja bagi para buruh, sehingga buruh kurang disiplin
2	Pertanian telah ada selama 26 tahun, sehingga banyak memiliki pengalaman di bidang karet alam	2	Kurangnya tenaga kerja buruh tetap
3	Sudah menjalin kerja sama dengan para pemasok karet mentah selama hampir 26 tahun	3	Kapasitas gudang yang kurang besar
4	Menggunakan proses sortir apabila terdapat kotoran pada karet sheet/ RSS	4	Adanya perangkapan fungsi buruh antara bagian perkebunan dan bagian gudang
5	Tingkat kekeringan karet sheet sebesar 97-99%	5	kurangnya koordinasi dengan para pemasok karet mentah mengenai standart produk karet sheet
6	Kapasitas per bulan mencapai 75-100 ton	6	Pemasaran yang tidak luas
7	Tingkat grade karet dari RSS 5, RSS 4, hingga RSS 3		
8	Memberikan jaminan dalam hal tingkat kebersihan dan kekeringan barang sesuai dengan yang diinginkan pembeli		
Faktor-faktor Eksternal para Petani Karet di Martapura			
No.	Peluang (<i>Opportunities</i>)	No.	Ancaman (<i>Treaths</i>)
1	Indonesia menjadi Negara produsen karet no 2 di dunia, dan Negara yang memiliki luas lahan karet terbesar di dunia	1	Banyaknya pohon karet perkebunan karet rakyat yang sudah tua
2	Negara yang memiliki luas lahan perkebunan karet terbesar di dunia	2	Penguatan nilai tukar Rupiah terhadap Dolar yang tidak ideal
3	Persetujuan ACFTA (<i>ASEAN Cina Free Trade Area</i>) tahun 2010	3	Sulitnya mendapatkan pupuk bersubsidi bagi para petani karet
4	Program pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan untuk menjadikan Kalimantan Selatan sebagai sentral karet Indonesia		
5	Membbaiknya kondisi ekonomi global		

Sumber : data, diolah 2011



Sumber: data diolah, 2011.

Gambar 4. Kanvas Strategi *Blue Ocean* para Petani Karet di Martapura

Pada gambar 4 adalah gambar kanvas strategi perusahaan Para petani karet di Martapura saat ini. Dipilih tujuh faktor utama yang ada pada perusahaan para petani karet di Martapura yang sering dijadikan ajang kompetisi dan investasi untuk dimasukkan dalam kanvas strategi, yang mana pada kanvas strategi tersebut didapat juga tingkatan-tingkatan kurva bagi masing-masing faktor, yaitu:

1. Pada para petani karet di Martapura dilakukan proses penyortiran terhadap karet yang sudah dikeringkan. Proses penyortiran ini adalah proses pembuangan kotoran-kotoran dan bagian-bagian mentah yang ada pada karet yang sudah dikeringkan dengan memotong dan membuang bagian-bagian yang kotor dan mentah tersebut, sehingga kualitas barang sesuai dengan *grade*/tingkatannya masing-masing. Faktor ini mempunyai tingkatan tertinggi pada kurva samudra

biru para petani karet di Martapura dikarenakan, pihak petani sangat memperhatikan faktor proses sortir. Proses ini sangat mempengaruhi kualitas dari karet yang sudah jadi karena, dengan menjaga kualitas karet, secara tidak langsung juga menjaga standart dari tiap-tiap grade dari karet tersebut, dan membuat karet tersebut dapat mengunggulkan produknya di pasar.

2. Para petani karet di Martapura memiliki perkebunan karet sendiri. Faktor ini memiliki tingkatan yang cukup tinggi karena, petani berinvestasi cukup besar untuk perkebunan karet, yang mana dari perkebunan karet ini dapat memperoleh bahan baku *lateks* sehingga dapat meningkatkan jumlah karet. Namun, petani belum optimal dalam pemanfaatan lahan perkebunan karet yang dimilikinya.
3. Para petani karet di Martapura mempunyai standar kekeringan karet yang mera-

ta berkisar antara 97-99%. Faktor ini juga memiliki tingkatan yang cukup tinggi karena faktor ini juga mempunyai fungsi yang sama seperti faktor pertama. Tingkat kekeringan karet terhadap air sangat berpengaruh terhadap kualitas karet, selain itu tingkat kekeringan juga berpengaruh terhadap banyak sedikitnya jumlah penyusutan berat karet pada saat proses pengiriman karet kepada pembeli. Oleh karena itu, faktor ini juga lebih diperhatikan oleh para petani.

4. Kapasitas karet yang mampu disediakan perusahaan perbulannya berkisar 75-100 ton. Dengan didukung oleh adanya kebun karet sendiri, kapasitas karet yang dihasilkan dapat berkisar 75-100 ton per bulan. Banyaknya kapasitas sangat berpengaruh terhadap kepercayaan calon pembeli untuk membeli karet terutama calon pembeli dari luar Indonesia, karena para pembeli asing kebanyakan tidak mau membeli barang dalam jumlah yang sedikit dan jumlah yang tidak tetap.
5. *Grade* karet RSS (*Ribbed Smoked Sheet*) yang ditawarkan perusahaan yaitu, RSS3, RSS4, RSS5. Faktor ini berada pada tingkatan sedang, karena untuk daerah provinsi Kalimantan Selatan, *grade* yang di produksi oleh para petani karet kering pada umumnya adalah *grade* RSS3, RSS4, RSS5.
6. Pemasaran dengan skala nasional dan internasional. Faktor ini berada pada tingkatan sedang dikarenakan selama ini proses pemasaran yang dilakukan hanya melalui relasi-relasi yang sudah dikenal saja. Para petani jarang membuka kesempatan untuk mencari atau bekerjasama dengan pembeli baru, dikarenakan mereka sudah merasa cukup dengan menjalin kerjasama dengan pihak pem-

beli yang sudah lama menjalin kerjasama dengan mereka.

Setelah melihat hasil dari kanvas strategi *blue ocean strategy* para petani karet di Martapura yang menerangkan kondisi saat ini, selanjutnya nilai-nilai atau faktor-faktor yang ada pada kanvas strategi tersebut akan direkonstruksi dengan menggunakan kerangka kerja 4 (empat) langkah *blue ocean strategy* sehingga menciptakan kurva nilai baru yang lebih baik dari sebelumnya untuk membuat kurva nilai baru, ada empat pertanyaan kunci pada kerangka kerja empat langkah *blue ocean* yang ditujukan pada perusahaan mengenai kanvas strateginya saat ini, yaitu: (1) Faktor apa saja yang harus dihapuskan dari mereka?; (2) Faktor apa saja yang harus dikurangi dari mereka?; (3) Faktor apa saja yang harus ditingkatkan oleh mereka?; dan (4) Faktor apa saja yang harus diciptakan oleh mereka?.

Setelah keempat pertanyaan ini di implementasikan ke dalam kanvas strategi para petani karet di Martapura yang saat ini (Gambar 5). Telah di pilih dua langkah kerja dari kerangka kerja empat langkah *blue ocean strategy* yaitu, meningkatkan dan menciptakan. Ada tiga faktor dari kurva nilai saat ini yang diimplementasikan kedalam kerangka kerja *blue ocean strategy* tersebut yaitu, faktor *grade*, ketenagakerjaan, dan pemasaran. Selain itu diambil beberapa faktor baru yang menguntungkan dari faktor eksternal SWOT *analysis* untuk dimasukkan kedalam kanvas strategi yang baru. Berikut uraian faktor-faktor yang diimplementasikan kedalam kerangka kerja empat langkah *blue ocean strategy*:

1. Faktor *grade* produk. Kurva nilai kanvas strategi saat ini menunjukkan faktor *grade* produk berada pada tingkatan sedang. Untuk membuat kurva nilai baru faktor ini menjadi lebih baik maka perlu

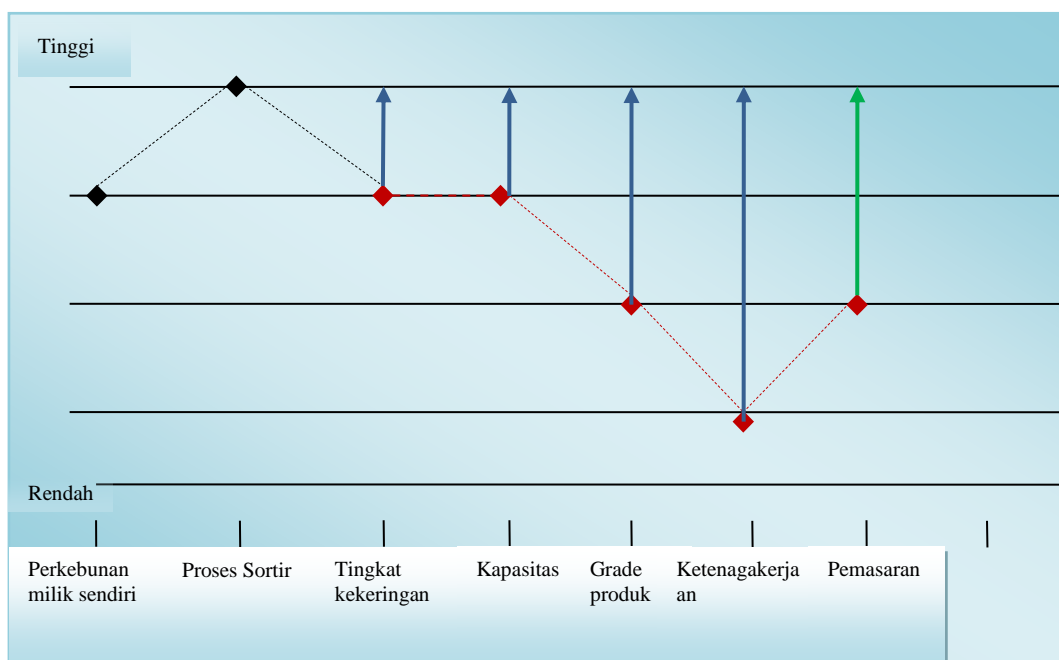
diambil langkah meningkatkan. *Grade* produk yang sudah ada saat ini yaitu RSS5, RSS4, dan RSS3, para petani sebenarnya dapat meningkatkan grade yang ada menjadi lebih tinggi dengan cara lebih meningkatkan kualitas, kebersihan, dan kekeringan produk. Kualitas karet *sheet* dapat ditingkatkan dengan lebih memperhatikan perbandingan pencampuran antara latek, air, dan asam cuka pada saat proses pembekuan latek menjadi karet *sheet*. Kebersihan dapat ditingkatkan dengan cara menyaring latek hingga bersih pada saat hendak dibekukan dan menghindari kotoran-kotoran seperti daun, ranting, tanah, dan lain-lain menempel pada latek pada saat proses pembekuan menjadi karet *smoked*. Kekeringan dapat ditingkatkan dengan menipiskan lembaran karet *sheet* pada proses penggilingan sehingga pada saat dikeringkan/disadap panas dapat meresap sampai ke dalam karet *sheet* untuk mengeluarkan kandungan air yang masih ada pada karet *sheet*.

2. Faktor pemasaran. Pemasaran yang dilakukan saat ini sedang berada pada tingkatan sedang kanvas strategi. Untuk meningkatkan kualitas pemasaran maka harus memperluas *market share* yang ada, baik dengan cara mencari relasi baru atau yang lainnya. Pemasaran pun sekarang tidak hanya terbatas dengan bertemu atau bertatap mukanya antara pembeli dan penjual. Dengan majunya teknologi saat ini seperti internet, proses pemasaran akan sangat mudah untuk dilakukan tanpa harus mengeluarkan biaya banyak namun mendapatkan manfaat yang banyak.
3. Faktor ketenagakerjaan. Faktor ini berada pada tingkatan paling rendah diantara faktor-faktor lain yang ada pada kan-

vas strategi samudra biru para petani karet di Martapura. Dalam hal ini, ketenagakerjaan merupakan faktor yang sangat sensitif karena, tenaga kerja lah yang berhubungan langsung dengan segala proses yang ada. Salah satu contoh pada proses pengolahan karet, kualitas karet sangat ditentukan oleh para pekerja, karena apabila para pekerja tidak bekerja dengan disiplin dan teliti akan terjadi kesalahan prosedur dalam pengolahan karet berkualitas sehingga merugikan.

Dengan kualitas ketenagakerjaan yang baik maka secara tidak langsung akan memberikan efek baik pada faktor yang lain seperti faktor grade produk, kapasitas, dan kekeringan karet. Setelah semua faktor para petani karet di Martapura yang ada di kanvas *blue ocean strategy* diimplementasikan kedalam kerangka kerja empat langkah *blue ocean strategy*, maka didapatkan hasil kanvas strategi para petani karet di Martapura yang baru (kurva nilai baru) yang sudah mengimplementasikan kerangka kerja empat langkah *blue ocean strategy*.

Pada gambar 5 adalah gambar kanvas strategi *blue ocean* untuk para petani karet setelah mengimplementasikan kerangka kerja empat langkah *blue ocean strategy*. Dapat dilihat dari kanvas strategi samudra biru para petani karet di Martapura setelah mengimplementasikan kerangka kerja empat langkah “meningkatkan” dan “menciptakan” (gambar 2), menunjukkan kurva faktor yang berwarna sama berarti faktor tersebut saling mempengaruhi satu sama lainnya. Kurva nilai faktor-faktor tersebut akan berubah seiring dengan seberapa besarnya kinerja para petani dalam menerapkan dan menjalankan usaha-usaha untuk meningkatkan nilai faktor-faktor tersebut. Apabila para petani dapat



Sumber: data diolah, 2011.

Gambar 5. Kanvas Strategi para Petani Karet di Martapura Setelah Mengimplementasikan Kerangka Kerja Empat Langkah *Blue Ocean Strategy*

menerapkan *blue ocean strategy* yang sudah dipaparkan di atas, maka mereka akan mendapatkan kondisi kanvas strategi dengan kurva nilai yang terus meningkat seiring membaiknya kinerja mereka.

PENUTUP

Simpulan

Potensi karet alam di Kalimantan Selatan dalam jangka panjang akan semakin membaik, seiring semakin bertambahnya jumlah perkebunan karet di Kalimantan Selatan dan meningkatnya permintaan akan kebutuhan karet alam dunia yang semakin bertambah.

Blue ocean strategy untuk para petani karet Martapura tercipta dengan menggunakan *SWOT analysis* untuk mengetahui faktor-faktor yang ada pada mereka, kemudian sebagian dari faktor-faktor tersebut diimple-

mentasikan ke dalam kerangka kerja empat langkah yaitu meningkatkan dan menciptakan, untuk meningkatkan kualitas faktor-faktor yang sudah ada dan menciptakan faktor baru yang berguna bagi para petani.

Dengan *blue ocean strategy*, para petani karet Martapura dapat menciptakan suatu faktor baru yang belum pernah dilakukan oleh mereka untuk meningkatkan keunggulannya, dan meningkatkan nilai/tingkatan faktor-faktor yang sebelumnya berada pada tingkatan rendah yang berarti tidak mempunyai pengaruh begitu baik bagi mereka, menjadi berada pada tingkatan tinggi sehingga faktor tersebut bekerja optimal untuk kebaikan dan perkembangan dunia perkaretan.

Saran

Para petani hendaknya lebih mengoptimalkan pemanfaatan lahan perkebunan ka-

ret yang dimiliki perusahaan dengan lebih banyak melakukan penanaman pohon-pohon karet.

Semakin banyak faktor-faktor SWOT *analysis* yang ditemukan dan yang diimplementasikan ke dalam kerangka kerja analitis *blue ocean strategy*, maka akan semakin banyak pula strategi-strategi *blue ocean* yang akan di dapatkan.

Bagi pemerintah agar lebih memperhatikan para petani karet, karena mereka merupakan aset untuk mendatangkan devisa.

Hasil penelitian ini bisa dijadikan dasar bagi pihak-pihak terkait, terutama pemerintah untuk mengambil kebijakan guna mengembangkan pertanian karet.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasanzainudin, 2007. *Kalsel Ingin Rebut Peluang Sentra Karet Indonesia*, <http://hasanzainuddin.wordpress.com/2007/10/27>.
- Jack Welch, 2006. *Winning*. Karisma Publishing Groups, Batam.
- Jim Collins, 2004. *Good to Great*. Karisma Publishing Groups, Batam.
- Kim, Mauborgne, 2005. *Blue Ocean Strategy*. (Terjemahan). HBSP, Boston.
- Kotler, P., 2007. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol (Terjemahan)*. Prentice-Hall, New Jersey.
- Napoleon Hill, 2003. *Think and Grow Rich*. Ramalan Books, Jakarta.
- Ncut, 2007. *Strategi Samudra Biru (Blue Ocean Strategy)*, <http://ncut.wordpress.com/2007/11/03>.
- Rangkuti, F., 2002. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Robert T. Kiyosaki, 2008. *Increase Your Financial IQ*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo, 2008. *Pengantar Bisnis Modern*. BPFE-Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.