

ABSTRAK

Strategi Keunggulan Bersaing Industri Kerajinan Karawo Kota Gorontalo “(Studi Pada Pengrajin Industri Kerajinan Karawo di Kota Gorontalo)

Penelitian ini bertujuan untuk 1 menganalisis dan mengetahui Faktor- faktor apakah yang mempengaruhi lingkungan internal dan eksternal dalam rangka mempertahankan keunggulan bersaing dari IKM Industri kerajinan Karawo?; 2). mengetahui dan menganalisis upaya apakah yang dilakukan baik pelaku usaha (IKM) dan pemerintah daerah dalam rangka menjaga maupun mendukung keunggulan bersaing dari pada IKM industri kerajinan Karawo di Kota Gorontalo; 3). menganalisis strategi keunggulan bersaing yang dilakukan setiap IKM yang ada di kota Gorontalo dalam memenangkan persaingan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan melakukan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan melalui kuisioner. Pengkajian dilakukan dengan mengidentifikasi lingkungan internal dan lingkungan eksternal saat ini sehingga mencapai kondisi yang diharapkan dimasa mendatang terkait dengan strategi keunggulan bersaing industri kerajinan Karawo di Kota Gorontalo. Untuk menganalisis faktor-faktor tersebut dalam rangka merumuskan strategi keunggulan bersaing IKM khususnya industri kerajinan Karawo maka dilakukan dengan pendekatan Analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi meraih keunggulan bersaing industri meubel yang ada dikota Gorontalo dimasa yang akan datang dapat dilakukan dengan strategi *Turnaround* yaitu dengan cara Pendekatan **internal** dapat dilakukan adalah dengan cara memperpendek rantai produksi yang selama ini untuk memproduksi sulaman Karawo membutuhkan ketrampilan dan pengrajin yang berbeda, maka melalui strategi ataupun tahapan ini dapat dilakukan oleh salah satu pengrajin saja. Tahapan kedua adalah secara **eksternal** melalui proses pelatihan dan pendampingan oleh pihak perguruan tinggi, pemerintah daerah maupun pengusaha untuk melakukan proses pelatihan bagi ibu/ ibu, generasi muda untuk melatih proses mengiris dan menyulam dengan kata lain menciptakan pengrajin baru dan menumbuhkan minat generasi muda untuk menyukai dan menggunakan produk Karawo tersebut.

Kata Kunci: Strategi, Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage*), Karawo

