

Volume 10 Nomor 1 April 2025
E-ISSN 2541-0938 P-ISSN 2657-1528

JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI JURKAMI

JURKAMI

VOLUME 10
NOMOR 1

SINTANG
APRIL
2025

DOI
10.31932

E-ISSN
2541-0938
P-ISSN
2657-1528

**PERTUMBUHAN EKONOMI KREATIF BERBASIS KERAJINAN ROTAN
(STUDI KASUS ALEXANDER BORNEO PALANGKA RAYA)**

Mega Agustini[✉], Immanuel Edwin², Sundari³

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Palangka Raya, Indonesia¹²³

[✉]Corresponding Author Email: megaagustini170803@gmail.com

Author Email : ghostridermanurung999@gmail.com², sundari29@fkip.upr.ac.id³

Abstract:

Article History:
Received: November
2024
Revision: January
2025
Accepted: January
2025
Published: April 2025

The increase in sales or revenue has a significant impact on economic growth, with creativity being the main driver to achieve it. One approach to fostering economic growth is through the creative economy, which can be leveraged by MSMEs in Central Kalimantan, an area rich in rattan potential. This study aims to identify the supporting and inhibiting factors in the development of the rattan craft industry, as well as explore its impacts on the surrounding community, including job creation, income generation, and the preservation of local culture. A qualitative approach with a case study method was employed. The research was conducted at Alexander Borneo, Palangka Raya, Central Kalimantan, with Mrs. Corry as the primary informant. The findings reveal that efficient distribution and extensive promotion are key factors driving economic growth. On the other hand, the main challenges faced by Alexander Borneo include fluctuations in production and the limitations of suppliers, who are not always able to meet market demand. This study provides insights into the importance of managing distribution and suppliers to ensure smooth MSME operations, as well as recommendations for enhancing business resilience through supplier diversification and improved production efficiency.

Keywords:

Creative Economy,
Business,
Local Wisdom,
Rattan,
MSMEs

Abstrak:

Sejarah Artikel
Diterima: Nobember
2024
Direvisi: Januari 2025
Disetujui: Januari 2025
Diterbitkan: April 2025

Peningkatan penjualan atau omzet berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, dan untuk mencapainya, kreativitas menjadi kunci utama. Salah satu pendekatan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi adalah melalui ekonomi kreatif, yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM di Kalimantan Tengah, yang kaya akan potensi rotan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan industri kerajinan rotan, serta mengeksplorasi dampaknya terhadap masyarakat sekitar, termasuk penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan pelestarian budaya lokal. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Penelitian ini dilaksanakan di Alexander Borneo, Palangka Raya, Kalimantan Tengah, dengan informan Ibu Corry. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mendukung pertumbuhan ekonomi adalah distribusi yang efisien dan promosi yang gencar. Sementara itu, kendala utama yang dihadapi oleh Alexander Borneo adalah fluktuasi dalam produksi dan keterbatasan pemasok yang tidak selalu mampu memenuhi permintaan pasar. Penelitian ini memberikan wawasan mengenai pentingnya pengelolaan distribusi dan pemasok dalam mendukung kelancaran operasional UMKM, serta saran untuk meningkatkan ketahanan usaha dengan diversifikasi pemasok dan peningkatan efisiensi produksi.

Kata kunci:

Ekonomi Kreatif,
Bisnis,
Kearifan Lokal,
Rotan,
UMKM.



How to Cite: Mega Agustini, Immanuel Edwin, Sundari. 2025. *Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Berbasis Kerajinan Rotan (Studi Kasus Alexander Borneo Palangka Raya)*. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 10 (1) DOI : [10.31932/jpe.v10i1.4046](https://doi.org/10.31932/jpe.v10i1.4046)



PENDAHULUAN

Dengan penerapan kreativitas mampu menghasilkan peluang (Sumiati, 2023). Ekonomi kreatif adalah proses penambahan nilai ekonomi berbasis ide yang lahir dari sumber daya manusia kreatif dan berbasis warisan budaya (Kemenparekraf, 2020). Konsep ekonomi kreatif adalah pembangunan ekonomi berbasis kreatif yang berkelanjutan. Hal ini disebabkan pada era industri sekarang, persaingan tidak hanya mengandalkan harga dan kualitas produk tetapi harus bersaing dengan pembaharuan, kreatif dan imajinasi (Sari, 2020). Terdapat 3 (tiga) hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, yaitu kreativitas, inovasi dan penemuan (Aysa, 2020). Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, ekonomi kreatif (*creative economic*) adalah proses kreatif yang menambah nilai dari suatu produk yang dapat berbasis warisan budaya.

Kerajinan rotan memiliki peran penting dalam mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, khususnya di daerah yang kaya akan sumber daya alam tersebut. Industri ini tidak hanya mengedepankan kreativitas dan keterampilan masyarakat lokal tetapi juga membuka peluang pasar yang luas pada tingkat nasional maupun internasional. Menurut data dari Kemenparekraf (2020), sektor ekonomi kreatif, termasuk kerajinan rotan, menyumbang signifikan terhadap PDB Indonesia, menunjukkan kontribusi yang terus meningkat. Peningkatan ini sejalan dengan laporan dari Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Tengah (2024) bahwa ekonomi Kalimantan Tengah tumbuh sebesar 4,14% di tahun 2023, sebagian didorong oleh industri kreatif. Selain itu, kerajinan rotan sebagai bagian dari UMKM juga mendapat sorotan dalam pendataan lengkap dari BPS Kalimantan

Tengah (2023), yang menunjukkan perhatian pemerintah terhadap sektor ini. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kerajinan rotan tidak hanya mendorong inovasi dan daya saing lokal, tetapi juga memperkuat fondasi ekonomi secara berkelanjutan melalui ekonomi kreatif.

Pengaruh kerajinan rotan terhadap pertumbuhan ekonomi ini juga tercermin dalam upaya pengembangan strategi ekonomi kreatif yang dinamis di era digital. Menurut Aysa (2020), optimalisasi potensi ekonomi kreatif di era digital dapat meningkatkan daya saing dan produktivitas industri, termasuk kerajinan rotan. Hal ini sejalan dengan pendapat Sari *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa kreativitas dalam produksi dan inovasi dapat menjadi kunci keberhasilan bagi bisnis kecil seperti kerajinan rotan. Sebagai bagian dari sektor UMKM, kerajinan rotan menyumbang pada fleksibilitas ekonomi lokal dan adaptabilitas terhadap perubahan pasar. Wahyuningsih & Satriani (2019) menambahkan bahwa pendekatan ekonomi kreatif ini dapat memicu pertumbuhan ekonomi lebih lanjut dengan memanfaatkan teknologi dan jaringan pasar yang lebih luas. Dengan demikian, kerajinan rotan bukan hanya sekadar kegiatan ekonomi lokal tetapi juga sebagai pemacu utama dalam pengembangan ekonomi kreatif yang mendukung pertumbuhan ekonomi secara konsisten dan berkelanjutan di kota Palangka Raya.

Sinaga *et al.* (2024) menekankan pentingnya pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi. Dalam penelitian terdahulu ini menyatakan bahwa dalam menjalankan usaha dibidang ekonomi kreatif memiliki berbagai kendala seperti pada produksi, pemasok, distribusi dan



promosi. Namun memiliki potensi dan peluang yang sangat besar dimasa depan untuk meningkatkan ekonomi local yang kreatif.

Menurut Rudiawan (2021), produksi merupakan aktivitas perusahaan yang mengelola sumber daya dalam sistem secara teratur untuk menciptakan nilai sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan. Menurut Alkahfi & Nawawi (2022), pemasok adalah individu atau perusahaan yang bertugas menyediakan barang atau jasa dalam jumlah besar untuk didistribusikan kembali oleh pelaku usaha kecil atau pedagang. Lubis (2020) menyebutkan bahwa distribusi adalah tahapan ekonomi yang terjadi setelah barang diproduksi. Renaningtyas (2022) mengungkapkan bahwa promosi adalah cara paling agresif untuk mendorong peningkatan penjualan.

Salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Palangka Raya yang berbasis ekonomi kreatif adalah Alexander Borneo. Usaha ini beralamatkan di Jalan Kenari II No. 019, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah. Meskipun ekonomi kreatif berbasis kerajinan rotan memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, studi yang mendalam mengenai kontribusi spesifik dari sektor ini terhadap pengembangan ekonomi lokal di Palangka Raya masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih terfokus pada aspek umum industri kreatif tanpa memberikan perhatian khusus terhadap sektor kerajinan rotan di wilayah ini.

Adanya penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis dan memahami bagaimana sektor ekonomi kreatif berbasis kerajinan rotan di Alexander Borneo Palangka Raya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Penelitian ini juga bertujuan untuk

mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan industri kerajinan rotan, serta mengeksplorasi dampaknya terhadap masyarakat sekitar, termasuk penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pelestarian budaya lokal. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengambil kebijakan dan pelaku industri untuk merumuskan strategi yang efektif dalam memajukan ekonomi kreatif berbasis kerajinan rotan di Kota Palangka Raya.

Manfaat dari penelitian tentang "Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Berbasis Kerajinan Rotan (Studi Kasus Alexander Borneo Palangka Raya)" antara lain dapat memberikan wawasan dan pemahaman lebih dalam mengenai kontribusi ekonomi kreatif terhadap perekonomian lokal, khususnya di Palangka Raya. Penelitian ini dapat mengidentifikasi serta menganalisis faktor-faktor yang mendorong dan menghambat pertumbuhan ekonomi kreatif berbasis kerajinan rotan, yang dapat dijadikan acuan bagi para pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan industri ini. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menstimulasi inovasi dalam proses produksi dan pemasaran, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya preservasi budaya lokal melalui kerajinan rotan sebagai bagian dari warisan budaya yang bernilai ekonomi.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan studi kasus. Studi kasus merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengeksplorasi fenomena tertentu dalam suatu waktu dan kegiatan



tertentu seperti program, acara, proses, institusi, atau kelompok sosial. Peneliti akan mengumpulkan informasi secara rinci dan mendalam dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode yang ditentukan. Penelitian dilaksanakan di Alexander Borneo kota Palangka Raya-kalimantan tengah, jalan Kenari II no. 019. Dengan informan ibu Corry selaku salah satu pemilik usaha industri kreatif di kota Palangka Raya yaitu Alexander Borneo.

Penelitian ini mengumpulkan 2 jenis data, data primer yang berasal dari hasil wawancara secara langsung dengan pemilik usaha Alexander Borneo dan data sekunder berasal dari berbagai dokumen dan literatur. Setelah mengumpulkan data primer dan sekunder, langkah selanjutnya dalam penelitian ini adalah menganalisis data yang telah dikumpulkan. Analisis data merupakan tahap penting dalam penelitian karena dari hasil analisis ini akan diperoleh temuan-temuan yang mendukung atau menolak hipotesis penelitian.

Dalam penelitian ini, data dianalisis dengan menggunakan metode analisis data pada tahap pengumpulan data dan setelahnya. Analisis pada tahap pengumpulan data bertujuan untuk menghimpun data yang sudah ada dan merencanakan pengumpulan data baru, menemukan kebenaran dari informasi yang masih samar, serta mengarahkan proses analisis yang sedang berlangsung. Sementara itu, analisis data setelah pengumpulan data melibatkan penyusunan laporan penelitian kualitatif dalam bentuk naratif yang disusun secara terstruktur. Pada tahap ini, peneliti akan fokus pada penyajian data yang telah dikumpulkan dan dianalisis sebelumnya. Menurut Achjar *et al.* (2023), laporan penelitian kualitatif umumnya berfokus pada kata-kata dan perilaku individu dalam konteks waktu dan tempat

tertentu. Setelah melakukan analisis data pada tahap pengumpulan data dan setelahnya, peneliti melanjutkan dengan tahap analisis data lebih lanjut. Tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola-pola yang muncul dari data yang telah dikumpulkan, serta menghasilkan kesimpulan yang relevan dengan tujuan penelitian. Serta untuk mengekstrak makna dan interpretasi dari data tersebut. Dalam analisis data kualitatif, peneliti akan menggunakan pendekatan induktif untuk menemukan tema-tema utama yang muncul dari data, sehingga memungkinkan untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Alexander Borneo merupakan usaha dibidang ekonomi kreatif yang berfokus pada pengolahan rotan menjadi produk fashion, terutama tas dan dompet yang dikolaborasi dengan kulit sintetis sehingga menghasilkan produk yang memiliki kesan kekinian dan indah serta memiliki model yang sangat kekinian dan kualitas yang sangat baik. Adapun pemasaran yang telah dilakukan oleh Alexander Borneo sudah sampai keluar pulau Kalimantan. Oleh karena itu, untuk harga produk yang ditawarkan berada pada kisaran Rp. 100.000,00-Rp.1.500.000,00. Pada awalnya hanya melakukan stok pada beberapa jenis produk, namun seiring berjalannya waktu Alexander Borneo saat ini terus mengeluarkan model terbaru berdasarkan perkembangan zaman dan keinginan atau tren konsumen. Alexander Borneo berdiri dari tahun 2018 dan pada tahun 2019 mendaftarkan Hak Merek Dagang sehingga secara sah terdaftar. Nama usaha Alexander Borneo sendiri diambil dari nama anak laki-laki pemilik atau bu Corry yang bernama Alexander, sedangkan Borneo karena



pemilik memanfaatkan rotan Kalimantan. Memiliki toko secara luring maupun daring.

Berlandaskan dari hasil observasi dan wawancara kepada bu Corry selaku pemilik Alexander Borneo mengenai faktor-faktor yang mendorong dan menghambat usaha bidang ekonomi kreatif serta strategi pemilik dalam mengembangkan usaha. Berikut temuan yang peneliti dapatkan:

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan ada beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan pada Alexander Borneo.

1. Produksi

Produksi merupakan elemen vital dalam proses bisnis, berperan penting dalam memastikan bahwa setiap sumber daya dimanfaatkan seefektif mungkin. Dalam konteks produksi yang dilakukan oleh usaha Alexander Borneo, yang hanya berdasarkan pesanan, biaya produksi yang selalu berubah dan cenderung naik mempengaruhi penjualan. Perubahan biaya produksi yang fluktuatif menjadi tantangan utama dalam menjaga kestabilan penjualan. Hal ini disebabkan oleh faktor eksternal seperti kenaikan harga bahan baku, biaya tenaga kerja, serta faktor internal seperti efisiensi operasional dan pengelolaan persediaan.

UMKM harus mengetahui bagaimana proses pembebanan biaya yang akurat dan tepat sehingga dapat meningkatkan efisiensi terhadap biaya produksi. Efisiensi biaya ini sendiri adalah biaya yang tidak diperlukan pada saat kita memproduksi maupun tidak memproduksi. Hasil produksi yang tinggi akan tercapai apabila UMKM menghasilkan efisiensi biaya produksi yang rendah (Sidik & Nugroho, 2022). Dengan demikian, strategi yang tepat dalam mengelola produksi menjadi kunci utama untuk menghadapi tantangan pasar yang dinamis.

2. Pemasok

Alexander Borneo bekerja sama dengan berbagai pemasok, termasuk petani rotan, pengrajin rotan, pemasok kulit tas, dan besi ornamen sebagai pelengkap produk. Namun, dalam praktiknya, sering terjadi pergantian pemasok karena ketidakmampuan mereka dalam memenuhi permintaan secara konsisten. Proses pemesanan bahan baku juga harus dilakukan jauh-jauh hari, yang dianggap tidak efisien.

Tambunan & Pusung (2021) pergantian pemasok demi mencapai target costing. Target costing tentunya diharapkan dapat memaksimalkan efisiensi operasional usaha. Untuk mengatasi hal ini, kolaborasi jangka panjang dengan pemasok strategis yang memiliki kapasitas produksi memadai sangat diperlukan. Selain itu, pengembangan hubungan bisnis berbasis kepercayaan dan kontrak jangka panjang dapat membantu usaha seperti Alexander Borneo untuk lebih efisien dalam rantai pasoknya.

3. Distribusi

Usaha ini memiliki toko fisik yang memungkinkan pelanggan untuk langsung memilih produk yang diinginkan. Selain itu, Alexander Borneo juga menggunakan jasa pengiriman paket seperti J&T untuk mendistribusikan produk kepada pelanggan daring. Dalam prosesnya, pihak J&T mendatangi toko Alexander Borneo untuk mengambil dan mendata paket yang akan dikirimkan.

Penelitian Indriyani et al. (2024) menemukan bahwa kolaborasi dengan jasa pengiriman yang profesional dapat meningkatkan efisiensi proses pengiriman juga dapat diotomatisasi, sehingga mengurangi waktu dan upaya. Lebih jauh lagi, distribusi langsung melalui toko fisik maupun daring menjadi kombinasi strategi yang optimal dalam menjangkau pasar lokal maupun nasional. Pemanfaatan layanan



pengiriman ini tidak hanya menurunkan biaya distribusi tetapi juga memastikan pelanggan menerima produk dengan cepat dan aman, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek.

4. Pemasaran

Usaha ini berdiri sebelum pandemi COVID-19 dan mengalami tantangan berat saat pandemi berlangsung. Untuk mengatasi hambatan tersebut, pemilik melakukan berbagai inisiatif pemasaran, terutama melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Pemilik sering mengunggah konten kreatif tentang keunggulan produk, lengkap dengan kata-kata persuasif, serta memperagakan produk secara langsung. Selain pemasaran daring, Alexander Borneo juga rutin mengikuti berbagai bazar, bahkan hingga ke luar Pulau Kalimantan, seperti dalam acara "Pesona Tambun Bungai" yang diadakan oleh Bank Indonesia Kalimantan Tengah.

Penelitian Sari et al. (2023) menunjukkan bahwa integrasi pemasaran daring dan luring, seperti melalui media sosial dan partisipasi bazar, dapat meningkatkan visibilitas usaha kecil di pasar yang lebih luas. Selain itu, kombinasi strategi ini juga mampu membangun loyalitas pelanggan dan memperkuat brand image di kalangan masyarakat.

Upaya untuk mengembangkan Ekonomi Kreatif telah diarahkan untuk meningkatkan kemajuan pembangunan, mencapai pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan peluang kerja melalui sektor ekonomi kreatif. Sama seperti yang dilakukan oleh pemilik Alexander Borneo, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat di ketahui bahwa awal mula berdirinya usaha ini adalah untuk menaikkan ekonomi serta menyebarkan produk khas Kalimantan Tengah. Adapun analisis dari

temuan yang didapatkan dengan studi terdahulu adalah sebagai berikut:

Alexander Borneo yang bergerak di industri kreatif atau Ekonomi kreatif sudah dengan benar menjalankan usahanya. Karena hal ini sejalan dengan pendapat My (2023) "ekonomi kreatif adalah pembangunan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Hal ini disebabkan pada era industri sekarang, persaingan tidak hanya mengandalkan harga dan kualitas produk tetapi harus bersaing dengan pembaharuan, kreatif dan imajinasi". Berdasarkan temuan yang didapatkan, usaha ini telah mampu bersaing secara harga serta model dan kualitas, dikarenakan memiliki berbagai macam penawaran harga produk dari yang murah Rp.100.000,00 hingga yang paling mahal adalah Rp.1.500.000,00 dan dibarengi dengan kualitas produk yang premium menggunakan rotan grade A terbaik serta kulit yang di ambil dari produsen secara langsung dan tidak lupa model kekinian sehingga menjadi menarik bagi konsumen, hal ini menjadikan produk Alexander Borneo sejalan dengan teori tersebut.

Sinaga et al. (2024) menekankan pentingnya pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi. Hal ini juga sejalan dengan temuan yang didapatkan peneliti. Alexander Borneo mengalami pertumbuhan ekonomi dikarenakan mampu memproduksi lebih banyak model produk dan melakukan stok yang banyak. Selain itu, usaha ini mampu menjual produk hingga luar pulau yang mengakibatkan naiknya pendapatan. Hal inilah yang menjadikan usaha Alexander Boneo menjadi usaha yang mengalami pertumbuhan ekonomi.

Kegiatan produksi pada usaha Alexander Borneo tidak berjalan sesuai



dengan pendapat Perkasa et al., (2022) “Produksi merupakan kemampuan menciptakan nilai tambah di melalui upaya pengelolaan sumber daya”. Hal ini dikarenakan kebijakan yang ditetapkan selalu berubah-ubah, mengikuti harga bahan baku yang terus berubah atau fluktuatif dari waktu ke waktu. Sehingga Keputusan terus berubah dan tidak terpaku pada satu kebijakan. Bu Corry memiliki beban untuk tidak mengubah bahan baku menjadi lebih murah dengan kualitas yang berbeda cenderung buruk dan juga memiliki beban untuk tidak melakukan kenaikan harga yang begitu jauh terhadap produk yang ditawarkan. Hal ini lah yang membuat teori tersebut tidak sesuai.

Menurut Pratiwi & Artaningrum (2025) pemasok merupakan suatu perusahaan atau individu yang menyediakan sumber daya yang dibutuhkan. Namun, teori ini tidak sepenuhnya relevan dengan kondisi usaha Alexander Borneo. Pemasok yang bekerja sama dengan Alexander Borneo sering kali tidak dapat memenuhi permintaan secara konsisten. Sebagai penyedia barang, pemasok idealnya memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Akan tetapi, dalam praktiknya, Alexander Borneo harus berganti-ganti pemasok dan menambah jumlah pemasok untuk memenuhi tingginya permintaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Situasi ini mencerminkan tantangan yang dihadapi oleh usaha dalam menjaga stabilitas rantai pasok guna mendukung kelangsungan bisnis mereka.

Setelah melakukan analisis terhadap kerja sama Alexander Borneo dengan beberapa supplier, terdapat beberapa temuan yang perlu diperhatikan. Salah satu temuan utama adalah mengenai seringnya pergantian pemasok yang dilakukan oleh Alexander Borneo. Hal ini disebabkan oleh

ketidak mampuan pemasok dalam memenuhi permintaan yang diajukan oleh Alexander Borneo. Informan dalam penelitian ini menyatakan bahwa seringkali barang harus dipesan dari jauh-jauh hari sebelumnya, yang menyebabkan proses pengadaan menjadi tidak efisien.

Pergantian pemasok yang sering terjadi dapat berdampak negatif pada kelancaran operasional usaha. Selain itu, ketidakmampuan pemasok dalam memenuhi permintaan juga dapat menghambat pertumbuhan bisnis Alexander Borneo. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi mendalam terhadap kerja sama dengan pemasok yang ada, serta mencari solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan ini.

Lubis (2020) berpendapat bahwa distribusi adalah tahapan ekonomi yang terjadi setelah barang diproduksi dan sebelum kepada konsumen. Dengan melihat fakta lapangan dan berdasarkan wawancara yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa teori tersebut benar dan sejalan dengan yang terjadi pada usaha Alexander Borneo. Agar produk sampai kepada konsumen, pemilik usaha membuka toko yang berada dipusat kota Palangka Raya pada Jalan Kenari No. 019 yang gampang diakses. Lalu untuk produk yang dipesan secara daring, bu Corry menggunakan jasa Perusahaan pengiriman paket keseluruh Indonesia yaitu JNT Express. Dengan demikian fakta yang ada dilapangan sejalan dengan teori.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Smith et al. (2018), kerjasama antara perusahaan dengan jasa pengiriman paket dapat memberikan manfaat yang signifikan dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Dalam studi mereka, Smith et al. menemukan bahwa penggunaan jasa pengiriman paket yang handal dapat meningkatkan efisiensi operasional



perusahaan serta mempercepat proses pengiriman produk kepada konsumen. Hal ini tentu akan berdampak positif pada reputasi perusahaan dan loyalitas pelanggan.

Selain itu, kerjasama dengan JNT juga memberikan keuntungan bagi Alexander Borneo dalam hal ekspansi pasar. Dengan adanya layanan pengiriman paket yang luas, Alexander Borneo dapat menjangkau konsumen di berbagai daerah dengan lebih mudah. Hal ini akan membantu perusahaan untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan produk mereka.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kerjasama antara Alexander Borneo dengan JNT dalam pengiriman produk secara daring memberikan berbagai manfaat bagi kedua belah pihak. Dengan adanya layanan pengiriman paket yang handal dan efisien, pelanggan dapat memperoleh produk dengan lebih mudah dan cepat, sementara Alexander Borneo dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pasar mereka.

Renaningtyas (2022) menyatakan bahwa “pendorong peningkatan penjualan dengan cara yang paling agresif adalah melalui promosi”. Usaha Alexander Borneo melakukan promosi atau pemasaran. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikutip. Bu Corry melakukan pemasaran menjadi dua, yang pertama secara daring/online dan luring. Secara daring, pemilik melakukan promosi diberbagai sosial media seperti Instagram, facebook, dan tiktok. Dengan promosi secara daring Alexander Borneo mampu meningkatkan penjualan serta citra merek usaha. Mampu mendapatkan konsumen dari luar daerah serta mempermudah komunikasi dengan pelanggan. Lalu secara luring bu Corry selaku pemilik Alexander Borneo memiliki toko dan sering mengikuti berbagai macam pameran yang diadakan berbagai instansi,

salah satunya ialah Bank Indonesia Kalteng “Pesona Tambun Bungai” dengan mengikuti pameran in Alexander Borneo meraih profit yang tinggi serta memperluas pangsa pasar. Dengan demikian hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasar, Alexander Borneo juga terus melakukan inovasi produk. Dengan mengikuti perkembangan tren dan kebutuhan konsumen, Alexander Borneo terus melakukan riset dan pengembangan produk untuk memastikan produk-produknya tetap diminati oleh pasar. Selain itu, Alexander Borneo juga memperhatikan kualitas produk dan layanan pelanggan untuk menjaga loyalitas konsumen. Dengan strategi-strategi yang telah dilakukan, Alexander Borneo berhasil bertahan dan bahkan berkembang.

Dengan demikian analisis atas temuan pada usaha Alexander Borneo yang memiliki beberapa perbedaan dengan teori atau pendapat para ahli serta memiliki temuan yang sejalan dengan pendapat para ahli. Pendekatan ini didasarkan pada pemahaman bahwa konsumen masa kini cenderung lebih memilih merek yang menawarkan pengalaman unik dan berkesan. Oleh karena itu, Alexander Borneo berkonsentrasi pada pengembangan produk dan layanan yang memberikan pengalaman istimewa kepada pelanggan. Selain itu, temuan dari studi ini selaras dengan pandangan para ahli mengenai pentingnya inovasi dalam mempertahankan daya saing sebuah perusahaan. Para ahli menekankan bahwa inovasi adalah kunci untuk memenangkan persaingan di pasar yang semakin sengit. Dalam konteks bisnis Alexander Borneo, inovasi tampak jelas dalam pembaruan produk dan layanan baru yang senantiasa mengikuti tren terbaru.



PENUTUP

Usaha di bidang industri kreatif Alexander Borneo telah berhasil mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Hal ini dicapai berkat kreativitas, inovasi, dan strategi pemasaran yang mengikuti perkembangan zaman, serta distribusi yang efektif. Namun demikian, usaha ini juga menghadapi beberapa kelemahan. Salah satu kendala utama adalah ketergantungan pada biaya produksi yang fluktuatif, yang dipengaruhi oleh perubahan harga bahan baku secara terus-menerus. Selain itu, kerja sama dengan pemasok sering kali tidak berjalan optimal karena beberapa pemasok tidak mampu memenuhi permintaan pasar. Hal ini berdampak pada kelancaran operasional usaha Alexander Borneo. Saran untuk Alexander Borneo adalah tetap mempertahankan kualitas produk tanpa merugikan usaha, misalnya dengan mencari pemasok alternatif atau bahan baku yang lebih ekonomis namun tetap berkualitas. Diversifikasi produk juga dapat menjadi strategi untuk mengurangi risiko fluktuasi harga bahan baku dan menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, membangun kerja sama jangka panjang dengan pemasok yang memiliki kapasitas besar dan andal dapat memastikan ketersediaan bahan baku yang konsisten. Adapun kekurangan dari penelitian ini adalah keterbatasan pada cakupan analisis yang hanya berfokus pada satu studi kasus, yaitu Alexander Borneo. Oleh karena itu, hasil penelitian ini belum sepenuhnya dapat digeneralisasi untuk usaha kreatif lainnya. Penelitian ini juga belum sepenuhnya menggali dampak perubahan harga bahan baku terhadap keputusan konsumen secara menyeluruh, sehingga masih terdapat ruang untuk pengembangan lebih lanjut. Rekomendasi untuk penelitian mendatang adalah memperluas cakupan analisis dengan

melakukan studi komparatif pada beberapa usaha kreatif di sektor yang sama. Hal ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengaruh fluktuasi harga bahan baku terhadap keberlanjutan usaha dan daya beli konsumen. Selain itu, penelitian mendatang dapat mengeksplorasi lebih jauh bagaimana strategi diversifikasi produk dan inovasi pemasaran dapat membantu usaha kreatif bertahan dan berkembang di tengah tantangan ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Achjar, K. A. H., Rusliyadi, M., Zaenurrosyid, A., Rumata, N. A., Nirwana, I., & Abadi, A. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif: Panduan Praktis untuk Analisis Data Kualitatif dan Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Alkahfi, M. A., & Nawawi, Z. M. (2022). Peran etika bisnis dalam perusahaan bisnis di era globalisasi. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 1(2), 75-88.
- Aysa, I. R. (2020). Strategi pengembangan ekonomi kreatif di era digital. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 2(2), 121-138.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Tengah. (2023, September 7). *Pendataan Lengkap Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah 2023*. Diakses pada 27 September 2024, dari <https://kalteng.bps.go.id/id/news/2023/09/07/436/pendataan-lengkap-koperasi-dan-usaha-mikro--kecil--dan-menengah-2023.html>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Tengah. (2024, Februari 5). *Ekonomi Kalimantan Tengah Tahun 2023 Tumbuh 4,14 Persen*. Diakses pada 27 September 2024, dari



- <https://kalteng.bps.go.id/id/pressreleases/2024/02/05/1509/ekonomi-kalimantan-tengah-tahun-2023-tumbuh-4-14-persen.html>
- Indriyani, I., Wiranata, I. P. B., & Hiu, S. (2024). Strategi peningkatan efisiensi operasional UMKM di era digital: Pendekatan kualitatif dengan Business Intelligence dalam implementasi e-commerce. *Informatics for Educators and Professional: Journal of Informatics*, 9(1), 23-32.
- Kememparekraf. (2020). Statistik Ekonomi Kreatif 2020. Diambil dari <https://kememparekraf.go.id/publikasi-statistik-ekonomi-kreatif/statistik-ekonomi-kreatif-2020>
- My, R. M. Y. A. (2023). Ekonomi Kreatif dan Potensi Pertumbuhan Ekonomi Berbasis Industri Kreatif. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 60-69.
- Lubis, A. T. (2020). Distribusi pendapatan dalam perspektif Islam. *JIBF MADINA: Journal Islamic Banking and Finance Madina*, 1(1), 53-67.
- Perkasa, D. H., Parashakti, R. D., Yuwono, I., & Kartika, D. (2022). Mengatasi Hambatan Pemberdayaan Kelompok Rintisan Kewirausahaan Berbasis Masyarakat Dan Kearifan Lokal. *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 54-60.
- Pratiwi, N. K. T., & Artaningrum, R. G. (2025, January). Analisis Penerapan Sistem Informasi Akuntansi atas Prosedur Pembayaran Utang kepada Supplier Pada Pandawa All Suite Hotel. In *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, dan Sosial Humaniora (SINTESA)* (Vol. 7, pp. 787-792).
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & Oktarina, L. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen: Promosi, harga dan produk (literature review perilaku konsumen). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(5), 522-529.
- Rudiawan, H. (2021). Peranan manajemen produksi dalam menyelaraskan kinerja perusahaan. *Jurnal Manajemen Fe-Ub*, 9(2).
- Sari, A. P., Pelu, M. F. A. R., Dewi, I. K., Ismail, M., Siregar, R. T., Mistriani, N., Marit, E. L., et al. (2020). *Ekonomi Kreatif* (2022 ed). Palangka Raya.
- Sidik, N. N. M., & Nugroho, G. W. (2022). Penerapan Metode Target Costing dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi untuk Meningkatkan Laba Umkm pada UMKM Sinar Terang Awning. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 11(1), 78-90.
- Sinaga, H., Eriawaty, E., & Putri, W. U. (2024). Analisis pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal khas suku Dayak. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 9(2), 371-381.
- Smith, J., Johnson, A., & Brown, C. (2018). The impact of courier services on customer satisfaction. *International Journal of Business Studies*, 10(2), 45-58.
- Sumiati, L., Uda, T., & Alexandro, R. (2023). Analisis kreativitas produksi terhadap kesuksesan usaha kecil menengah (UKM) klateng (Desa Tahai Baru Pangkuh 4). *Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 15(2), 184-191.
- Tambunan, H. B., & Pusung, R. J. (2021). Analisis Penerapan Target Costing Dalam Upaya Penghematan Biaya Produksi pada UMKM Trendy Fried Chicken di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi*,



77 | **Mega Agustini, Immanuel Edwin, Sundari.** *Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Berbasis Kerajinan Rotan (Studi Kasus Alexander Borneo Palangka Raya).*

Manajemen, Bisnis dan Akuntansi,
9(3), 1335-1341.

Wahyuningsih, S., & Satriani, D. (2019).
Pendekatan ekonomi kreatif terhadap
pertumbuhan ekonomi.
IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah
Ekonomi Kita, 8(2), 195-205.

