

KARATERISTIK MODEL DAN DISAIN PRODUK SOUVENIR BERBAHAN DASAR KAYU DAN TEMPURUNG KELAPA SEBAGAI PRODUK PARIWISATA

Agustinus Walansendow¹

Politeknik Negeri Manado, Program Studi D4 Manajemen Bisnis
walansendowagus@gmail.com

Bet El Silisna Lagarens²

Politeknik Negeri Manado, Program Studi D4 Perhotelan:
bet_lagarens@yahoo.com

ABSTRAK

Pembangunan kepariwisataan di Sulawesi Utara bertumbuh dan berkembang dengan didukung oleh berbagai sektor termasuk industri souvenir. Souvenir yang mempresentasikan produk pariwisata lokal adalah suatu komponen penting dari pengalaman wisatawan yang mengunjungi Sulawesi Utara. Namun, industri cendramata di Sulawesi Utara masih kurang memiliki ciri khas sebagai cendramata lokal dan masih terbatas baik kualitas maupun kuantitasnya. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi karakteristik model dan desain souvenir dalam bentuk usaha mandiri sebagai pendukung produk pariwisata di Sulawesi Utara yang unik, berdaya jual dan berdaya saing dengan ciri khas lokal Sulawesi Utara. Data dan informasi dikumpulkan dari home industri di Sulawesi Utara yang memproduksi cendramata yang terbuat dari bahan kayu dan tempurung kelapa. Penelitian ini menggunakan angket berdasarkan survey, wawancara, diskusi kelompok fokus (FGD). Responden adalah pengrajin dan penjual cendramata di Sulawesi Utara. Wawancara juga dilakukan terhadap wisatawan yang berkunjung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik produk souvenir dengan beberapa model dan desain untuk cendramata dari kelapa seperti miniatur yang berhubungan dengan pahlawan setempat seperti Sam Ratulangi, Toar Lumimuut dan Dotulolong Lasut. Miniatur yang berhubungan dengan fauna setempat seperti ikan purba (coelacanth), burung manguni dan tarsius spectrum yang melambangkan keunikan souvenir Sulawesi Utara.

Kata kunci: produk souvenir, kelapa, pariwisata

MODEL CHARACTERISTIC AND SOUVENIR PRODUCT DESIGN BASED WOOD AND SHELL OIL AS TOURISM PRODUCTS

ABSTRACT

Tourism development in North Sulawesi grows with variety of industry sectors including souvenir industry. Souvenir representing local tourism products is an important component of the tourist experience visiting North Sulawesi. However, the souvenir industries in North Sulawesi has yet been produced distinctively as local souvenirs and are still limited both quality and quantity. This study is aimed to identify and develop souvenir model and design as a supporting element of tourism product in North Sulawesi in terms of uniqueness, marketability and competitiveness with its local characteristic of North Sulawesi. Data and information are collected from home industries in North Sulawesi which produced souvenirs made from wood and coconut shell materials. This study employed survey based questionnaires, interviews and FGD (Focus Group Discussions). The respondents are craftsmen and the souvenir sellers in North Sulawesi. The interview was also conducted to tourists visiting North Sulawesi to get their opinion and recommendations. The results of the study identified several models and designs for coconut souvenir related such as the miniature related to local heroes for examples Sam Ratulangi, Toar-Lumimuut and Dotulolong Lasut. The miniatures related to local fauna such as the ancient fish (Coelacanth), manguni bird and tarsius spectrum with its uniqueness and speciality of North Sulawesi souvenirs.

Keywords: Souvenir product, coconut, tourism

PENDAHULUAN

Kelapa (*Cocos nucifera* L.) merupakan komoditas strategis yang memiliki peran sosial, budaya, dan ekonomi dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Manfaat tanaman kelapa tidak saja terletak pada daging buahnya yang dapat diolah menjadi santan, kopra, dan minyak kelapa, tetapi seluruh bagian tanaman kelapa mempunyai manfaat yang besar. Demikian besar manfaat tanaman kelapa sehingga ada yang menamakannya sebagai "pohon kehidupan" (the tree of life). Kelapa merupakan tanaman tropis yang telah lama dikenal masyarakat Indonesia. Hal ini terlihat dari penyebaran tanaman kelapa di hampir seluruh wilayah Nusantara, yaitu di Sumatera dengan areal 1,20 juta ha (32,90%), Jawa 0,903 juta ha (24,30%), Sulawesi 0,716 juta ha (19,30%), Bali, NTB, dan NTT 0,305 juta ha (8,20%), Maluku dan Papua 0,289 juta ha (7,80%), dan Kalimantan 0,277 juta ha (7,50%) yang diusahakan petani baik di kebun maupun pekarangan berbagai produk untuk berbagai keperluan (Asnawi dan Darwis, 2005).. Teknologi pengolahan, standar mutu dan sistem sertifikasinya juga sudah dikuasai oleh tenaga ahli Indonesia. Namun berbagai kelemahan

masih melekat di Industri pengolahan kelapa kita seperti suplai bahan baku, karena industri tidak memiliki kebun kelapa dan investasi yang relatif besar sehingga kurang menarik investor (FOKPI, 2006).

Kelapa sebagian besar diolah menjadi kopra yang selanjutnya diolah menjadi minyak goreng. Namun usaha ini semakin lemah baik dalam perdagangan domestik maupun luar negeri karena tersaingi oleh minyak kelapa sawit. Selain diolah menjadi minyak, kini telah berkembang diversifikasi produk kelapa seperti *dessicated coconut*, gula kelapa, nata de coco, berbagai produk daging kelapa, kelapa parut kering, arang tempurung, serat sabut kelapa, mebel kayu kelapa dan akhir-akhir ini berkembang santan siap saji dengan berbagai kemasan. Allorerung dan Lay (2008). Peluang pengembangan agribisnis kelapa dengan produk bernilai ekonomi tinggi sangat besar. Alternatif produk yang dapat dikembangkan antara lain *Virgin Coconut Oil (VCO)*, *Oleochemical (OC)*, *Desicated Coconut (DC)*, *Coconut Milk/Cream (CM/CC)*, *Coconut Charcoal (CCL)*, *Activated Carbon (AC)*, *Brown Sugar (BS)*, *Coconut Fiber (CF)* dan *Cocon Wood (CW)*, yang diusahakan secara parsial maupun terpadu. Pelaku agribisnis produk-produk tersebut mampu meningkatkan pendapatannya 5-10 kali dibandingkan dengan bila hanya menjual produk kopra. Berangkat dari kenyataan luasnya potensi pengembangan produk, kemajuan ekonomi perkelapaan di tingkat makro (daya saing di pasar global) maupun mikro (pendapatan petani, nilai tambah dalam negeri dan substitusi impor) tampaknya akan semakin menuntut dukungan pengembangan industri kelapa secara kluster sebagai prasyarat (Allorerung *et al.* 2007). Tujuan penelitian ini adalah (a) Menguraikan karakteristik souvenir bahan dasar kayu dan tempurung kelapa berciri khas Sulawesi utara (b) Membuat pemetaan kelompok industri serta penentuan lokasi pengrajin agar dengan mudah dapat diawasi untuk menjamin keberlangsungan kualitas hasil produksinya. (c) Peningkatan daya saing usaha souvenir bahan dasar kayu dan tempurung kelapa berciri khas Sulawesi utara

Pemanfaatan potensi alam Sulawesi Utara yaitu kelapa yang memiliki turunan yaitu kayu dan tempurung kelapa dapat dikembangkan sebagai produk souvenir yang dapat diusahakan oleh masyarakat lokal dalam menunjang pembangunan kepariwisataan Sulawesi Utara. Kegiatan ini nantinya akan diusahakan oleh forum masyarakat yang akan berperan untuk menggali potensi alam penghasil kelapa melalui pelatihan untuk pengembangan kerajinan dan usaha-usaha berskala kecil dalam bentuk kegiatan masyarakat pembuatan souvenir. Dari hasil penelitian tahap awal yaitu pengumpulan informasi tentang produk souvenir yang sudah ada sekarang serta bagaimana model pengembangan yang lebih baik maka akan diadakan pelatihan-pelatihan untuk pengembangan usaha skala kecil dan pelatihan kerajinan berbahan dasar kayu dan tempurung kelapa bagi masyarakat atau desa yang memiliki bakat dan keinginan untuk kegiatan ini. Oleh sebab itu kegiatan penyediaan souvenir ini menerapkan teori-teori *community based development* yang dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat lokal melalui *partisipasi secara langsung (direct participation)*. Pengembangan produk souvenir di Sulawesi Utara akan berjalan secara berkelanjutan dan memiliki mutu yang baik jika melibatkan masyarakat lokal secara langsung berpartisipasi. Hal ini dilaksanakan dari tahap perencanaan

pengembangan model hingga implementasi program atau kegiatan yang dapat mendatangkan *income* dan perluasan lapangan kerja bagi masyarakat lokal di Sulut yang akhirnya dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat. France menyatakan bahwa “*Participation is a process of empowerment that helps to involve local people in problem identification, decision making and implementation processes, thereby contributing to sustainable development*” (1998: 224). Hal ini dikuatkan dengan pendelegasian kepada masyarakat (community empowerment) yaitu tingkat keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan dan pengembangan produk souvenir di SULUT akan lebih menguntungkan bagi masyarakat lokal yang berpengaruh positif terhadap pembangunan pariwisata. Wearing and McLean menjelaskan bahwa “*During the planning process it could be possible for the community to realise the potential benefits of such tourism without disadvantaging some sectors of the community*” (1998: p. 22). Oleh sebab itu *community empowerment* atau pendelegasian kepada masyarakat lokal memerlukan konsultasi masyarakat dari tahap perencanaan, pengembangan sampai pada tahap pelaksanaan dan implementasi kegiatan pengembangan, monitoring dan pertumbuhan produk souvenir pariwisata Sulawesi Utara.

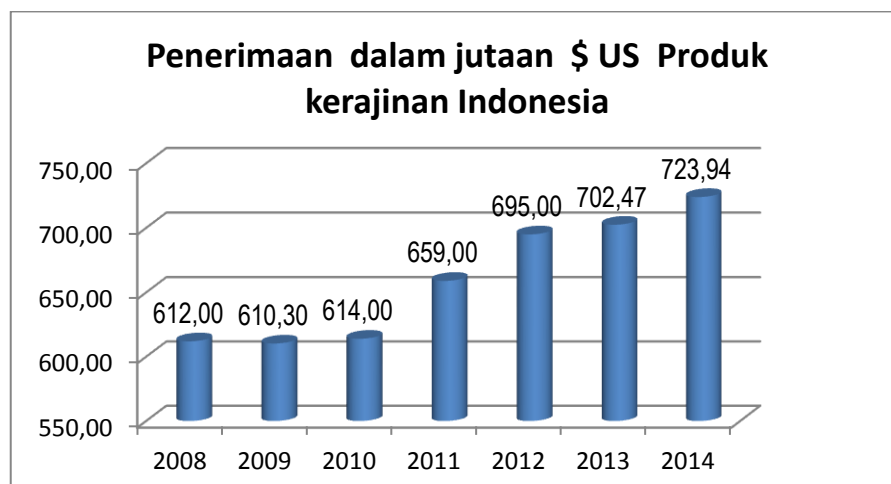
Produk Souvenir

Dalam pengembangan produk souvenir agar mempunyai daya saing yang kuat diperlukan dukungan dari seluruh masyarakat, pemerintah dan swasta. Sejumlah kalangan masyarakat telah merasakan manfaat langsung dari sektor pariwisata, namun ada sebagian kalangan yang belum menyadari akan pentingnya pengembangan pariwisata tersebut misalnya para petani dan nelayan yang biasanya menentang bentuk-bentuk pengembangan pariwisata di daerahnya karena mereka berpendapat bahwa kegiatan pariwisata dapat menghambat mata pencaharian mereka setiap hari. Oleh sebab itu diperlukan upaya-upaya maksimal untuk menanamkan konsep pengembangan produk wisata berbasis masyarakat secara benar dan tepat dan selalu dimonitor pertumbuhannya agar kelak dapat mempertahankan mutu produk kerajinan. Masyarakat lokal tidak hanya diberi kebebasan untuk hidup berinteraksi dengan ekosistem yang ada di sekitarnya tetapi juga diberi peluang untuk menggunakan dan mengelola sumberdaya alam daerah yang secara positif akan berpengaruh terhadap kualitas hidup yang sekaligus dapat meningkatkan rasa tanggung jawab bagi pengelolaan serta rasa bangga memiliki sumberdaya alam. Untuk melihat perkembangan serta pertumbuhan penerimaan produk kerajinan tangan (handicraft) Indonesia di pasar Internasional tahun 2014, dapat dilihat pada Grafik 1 dibawah ini dimana Amerika Serikat sebesar 67% dan Jepang 17% adalah Negara yang prosentasi penerimaan kerajinan tangan yang sangat potensial untuk menjadi target pasar kerajinan sisanya adalah Inggris 6% dan Negara Jerman dan Belanda masing masing 5% adalah Negara Negara yang juga punya target pasar Indonesia untuk produk kerajinan ini berarti produk kerajinan tangan telah memberi kontribusi yang cukup berarti bagi pendapatan Negara (BPS, 2014).



Gambar 1: Penerimaan Produk Kerajinan Tangan Indonesia di pasar international (Biro Pusat Statistik, 2014)

Selanjutnya penerimaan dalam Dollar US produk kerajinan Indonesia telah memberikan sumbangan devisa yang sangat signifikan sejak tahun 2012 yaitu sebesar 695.00 Juta \$ US dan tahun 2013 naik menjadi 702,47 Juta \$ US kemudian tahun 2014 naik lagi sebesar 723,94 Juta \$ US ini berarti bahwa produk kerajinan Indonesia dimata dunia pangsa pasarnya cukup bagus dan dapat diandalkan sehingga pemerintah sangat penting untuk menggenjot penerimaan devisa melalui sector informal. Dibawah ini akan disajikan table penerimaan dalam jutaan \$ US produk kerajinan Indonesia. (BPS, 2014).



Gambar 2 : Penerimaan dalam jutaan (US \$) Produk Kerajinan Indonesia (Biro Pusat Statistik, 2014)

Daya saing produk kelapa terletak pada industri hilir. Produk akhir yang sudah berkembang baik saat ini meliputi minyak (coconut oil/CO), minyak kasar (crude coconut oil/CCO), DC, santan (coconut milk/CM), arang tempurung (coconut charcoal/CCL), arang aktif (activated carbon/AC), gula merah (brown sugar/BS), nata de coco (ND), dan serat sabut (coconut fiber/CF). Yang terbilang anyar adalah virgin coconut oil (VCO) dan coconut wood (CW). Produk CO, CCO, DC, CM, CCL, AC, BS, dan CF sudah masuk pasar ekspor. Meski produk turunan

kelapa banyak dibutuhkan pasar ekspor, tapi baru segelintir produsen Indonesia mencetak keuntungan dari proses nilai tambah kelapa. Menurut Forum Kelapa Indonesia (FOKPI, 2006), Filipina masih merajai pasar ekspor dengan 125 jenis produk olahan kelapa.

Tabel 1: Luas areal dan Produksi Kelapa Sulawesi Utara

	2007	2008	2009	2010
Luas (Ha)	267.625	272.137	274.917	276.069
Produksi (Ton)	229.613	209.994	265.451	273.234

Sumber: BPS Sulawesi Utara, 2014

Jenis Produk Ekspor Kelapa Sulawesi Utara

Di Sulawesi Utara pengembangan dan pembangunan sektor pertanian sangatlah penting mengingat bahwa Sulawesi Utara mempunyai potensi sumberdaya alam yang besar ada pada sektor pertanian. Oleh sebab itu terjadinya perubahan harga terhadap komoditi produk turunan kelapa, akan mempengaruhi secara langsung tingkat kehidupan petani beserta seluruh keluarganya. Hasil produksi turunan kelapa dapat memberikan sumbangan devisa bagi negara produsen (Tatengkeng, 2011). Sulawesi Utara merupakan salah satu daerah produksi kelapa di Indonesia yang memiliki luas areal tanaman kelapa terbesar, sehingga daerah ini sering disebut dengan daerah nyiur melambai. Pada tahun 2010 luas areal perkebunan kelapa di Sulawesi Utara sebesar 276.069 ha atau dengan presentasi sebesar 76,06%. Produk turunan kelapa Sulawesi Utara mampu di pasarkan ke internasional karena kualitas yang dimiliki oleh produk olahan kelapa dan diminati oleh mancanegara, khususnya Belanda dan Amerika Serikat (Tatengkeng, 2011). Jenis Produk Turunan Kelapa yang diekspor di seluruh dunia, diantaranya : Minyak Kelapa, Tepung Kelapa, Kopra, Bungkil Kopra, Arang Tempurung, Karbon Aktif. Produk turunan kelapa di Sulawesi Utara sebagian besar merupakan produk berpotensi ekspor di beberapa negara tujuan. Beberapa negara tujuan dengan jenis produk yang diekspor disajikan pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2 :Jenis Produk Ekspor Turunan Kelapa dan Negara Tujuan

JENIS KOMODITI	NEGARA TUJUAN
Minyak Kelapa	Singapura, Amerika, Belanda, Jerman, Arab Saudi
Arang Tempurung	Jepang, Korea, Malaysia, Thailand
Tepung Kelapa	Singapura, Amerika, Belanda, Afrika
Kopra	Belanda, Belgia, Malaysia
Bungkil	Singapura, India
Karbon Aktif	Amerika, Thailand

Sumber: Disperindag Sulut, 2010.

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa Produk Turunan Kelapa Sulawesi Utara di ekspor ke berbagai Negara yang menjadi tujuan ekspor. Beragam jenis produk turunan kelapa dijadikan sebagai komoditi ekspor unggulan Sulawesi Utara yang memberikan kontribusi bagi kegiatan ekspor Sulawesi Utara. Jenis komoditi ekspor turunan kelapa ini, memegang peranan yang kuat dalam perekonomian khususnya di Sulawesi Utara.

Kualitas produk

Produk merupakan elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk didefinisikan sebagai kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merek ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya. Kualitas mengandung banyak pengertian, beberapa contoh dari pengertian kualitas menurut Tjiptono (2008:55) adalah: 1) kesesuaian dengan persyaratan; 2) kecocokan untuk pemakaian; 3) perbaikan berkelanjutan; 4) bebas dari kerusakan/cacat; 5) pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat; 6) melakukan segala sesuatu secara benar; 7) sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, maka kualitas dapat diberi pengertian sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk (barang atau jasa) yang menunjang kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan. Kualitas sering kali diartikan sebagai segala sesuatu yang memuaskan konsumen atau sesuai dengan persyaratan atau kebutuhan.

Dalam era globalisasi ini, tampaknya masyarakat atau konsumen semakin kritis dalam menilai suatu produk. Stanton (1985:285-286) memberi pengertian kualitas produk merupakan suatu jaminan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen dalam memilih suatu produk dan dalam masalah ini citra rasa pribadi sangat berperan” Dalam konteks tersebut dapat dijelaskan beberapa hal penting dalam membahas kualitas produk yakni: 1) Kata ‘jaminan’ mengandung pengertian bahwa produk yang ditawarkan kepada konsumen benar-benar telah melalui proses pengukuran dan pengujian yang cermat dan rasional, sehingga layak untuk disertai dengan jaminan. 2) Kata “cita rasa” yang menjadi motivasi konsumen dalam memilih produk adalah faktor yang menjadi fokus perhatian produsen atau pemasar. Jadi siapa yang menjadi konsumen atau pembeli itu sangat penting diketahui oleh pihak produsen atau pemasar; 3) Antara jaminan dan faktor kebutuhan terdapat rasionalisasi dan relevansi yang harus diterjemahkan secara tepat oleh pihak produsen atau penjual.

Souvenir Sebagai Produk Pendukung Pariwisata

Dari produk souvenir kita bisa menterjemahkan arti dan nilai suatu budaya dan daerah dimana souvenir itu berasal sebagaimana dijelaskan bahwa “*a creative design for a tourist souvenir is an effective way to promote its sales. As a souvenir designer, you are not only to design its beautiful shape and outside looking, but also to give it a clearly regional characteristic and rich culture*

meaning” (Xin-ting, 2004). Oleh sebab itu bentuk dan desain yang terkandung dalam suatu souvenir menjelaskan tentang karakteristik suatu budaya atau daerah tertentu. Begitu pula dalam pengembangan produk souvenir berbahan dasar kayu dan tempurung kelapa di Sulawesi Utara menjadi sangat penting sebagai penunjang kepariwisataan Sulawesi Utara karena nilai dan keunikan yang berkualitas dan terkandung didalam souvenir itu akan mencerminkan keunikan daerah tujuan wisata tersebut sebagaimana dijelaskan bahwa “*The core of the tourism merchandise is the souvenir dan the uniqueness is the intrinsic quality of souvenir*” (Xue-ling, 2004).

Ini berarti bahwa souvenir merupakan barang-barang kerajinan tangan (*handy crafts*) yang merupakan hasil kreativitas para pengrajin yang mampu merubah benda-benda yang terbuang dan tidak berharga menjadi produk-produk kraft tangan yang menarik dan diminati banyak orang, terutama para wisatawan. Dalam kamus The Collins Cobuild Dictionary (2009), kata souvenir diartikan sebagai berikut: *Souvenir is usually small and relatively inexpensive article given, kept or purchased as a reminder of a place visited and an occasion.* (Souvenir adalah benda yang ukurannya relatif kecil dan harganya tidak mahal untuk dihadiahkan, disimpan atau dibeli sebagai kenang-kenangan suatu tempat yang dikunjungi, suatu kejadian tertentu dan lain sebagainya. Sementara itu, dalam kamus Webster English Dictionary (2004) kata souvenir diartikan sebagai, “*an object a traveler brings home for the memories associated with it* yang artinya bahwa souvenir adalah benda yang dibawa pulang oleh wisatawan sebagai kenang-kenangan bagi perjalanannya. Dalam Bahasa Indonesia “souvenir” sering disebut dengan “cender mata”, “oleh-oleh”, atau “buah tangan”. Dengan demikian, pengertian souvenir dalam bahasa Indonesia, walaupun disebut cendermata, oleh-oleh, atau buah tangan, tetapi maknanya hampir sama dengan yang terdapat dalam The Collins Cobuild Dictionary ataupun Webster English Dictionary, yaitu benda yang ukuran kecil, harganya murah dan sebagai kenang-kenangan bagi suatu perjalanan ke daerah tertentu. Dengan demikian, souvenir berhubungan erat dengan kegiatan “perjalanan” seseorang. Oleh sebab itu istilah souvenir melekat dengan kegiatan pariwisata bahkan menjadi bagian dari produk wisata karena ada pengaruh positif dari souvenir terhadap motivasi perjalanan seseorang ke suatu daerah tujuan wisata.

Karakteristik Kelapa Sebagai Bahan Souvenir Sulawesi Utara

Secara fisik bagian batok kelapa merupakan bagian yang paling keras dibandingkan dengan bagian kelapa lainnya. Struktur yang keras disebabkan oleh silikat (SiO₂) yang cukup tinggi kadarnya pada batok kelapa tersebut. Berat dan tebal batok kelapa sangat ditentukan oleh jenis tanaman kelapa. Berat tempurung kelapa ini sekitar (15 – 19) % dari berat keseluruhan buah kelapa, sedangkan tebalnya sekitar (3 – 5) mm. Dari segi kualitas, batok kelapa yang memenuhi syarat untuk dijadikan bahan arang aktif adalah kelapa yang benar-benar tua, keras, masih utuh dan dalam keadaan kering. Untuk membuat arang aktif yang benar-benar berkualitas, tempurung kelapa harus bersih dan terpisah dari sabutnya. Sedangkan untuk mengetahui kualitas yang baik dari arang batok

kelapa, pembakarannya menghasilkan arang yang tampak hitam, mengkilap, utuh, keras dan mudah dipatahkan (Mecoho, 2009).

Batok kelapa: Batok kelapa dapat digunakan sebagai kayu bakar biasa atau diolah menjadi arang aktif yang dapat digunakan oleh berbagai industri pengolahan. Arang aktif dari batok kelapa ini memiliki daya saing yang kuat karena mutunya tinggi dan tergolong sumber daya yang terbarukan. Dengan demikian, tempurung kelapa merupakan limbah perkebunan yang memiliki potensi yang besar dan dapat dimanfaatkan lebih lanjut sebagai arang aktif.

Pohon Kelapa: Pohon kelapa atau sering disebut pohon nyiur biasanya tumbuh pada daerah atau kawasan tepi pantai. Buah kelapa terdiri dari kulit luar, sabut, batok kelapa, kulit daging (testa), daging buah, air kelapa dan lembaga. Buah kelapa yang sudah tua memiliki bobot sabut (35%), tempurung (12%), endosperm (28%) dan air (25%) (Setyamidjaja, 2015). batok kelapa adalah salah satu bahan karbon aktif yang kualitasnya cukup baik dijadikan arang aktif. Bentuk, ukuran dan kualitas batok kelapa merupakan hal yang harus diperhatikan dalam pembuatan arang aktif. Kualitas batok kelapa dan proses pembakaran sangat menentukan rendemen karbon aktif yang dihasilkan (Mecoho, 2009).

Kayu Kelapa: Pengolahan kayu kelapa pada skala industri dengan tahapan sebagai berikut:

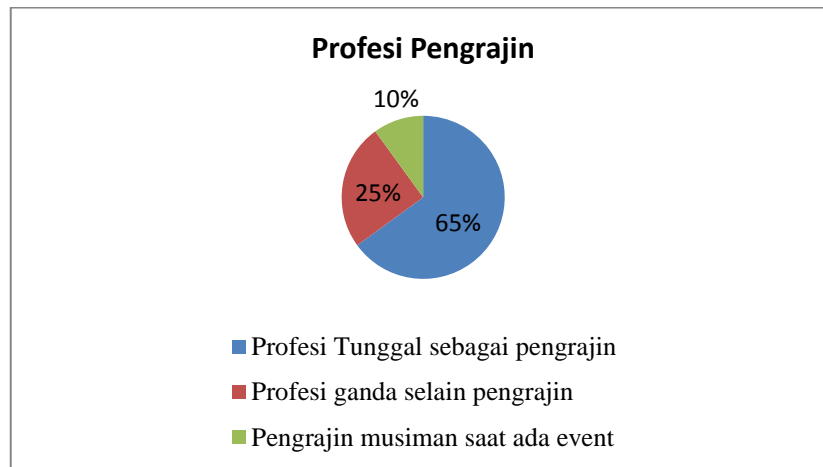
- a. Seleksi pohon: Dipilih pohon yang sudah tua menurut fisiknya dan buahnya kurang (tidak produktif), umur pohon minimum 60 tahun, biasanya digunakan Kelapa Dalam yang secara fisik cukup lurus.
- b. Penebangan dan pemotongan kayu: Sesudah ditebang dan digergaji dengan ukuran panjang sampai 12 m, dipotong sesuai ukuran yang dikehendaki. Potongan kelapa ini diproses menurut kualitasnya.
- c. Pengeringan kayu: Pengeringan udara/alam di bawah atap, pengeringan dengan oven dan pengeringan dengan mesin pengering. Tingkat kekeringan kayu untuk bahan perabot, daun pintu, dan daun jendela adalah 10-12%, dan untuk bangunan rumah kadar air sekitar 18%.
- d. Seleksi kayu kelapa: Penggunaannya untuk pembuatan berbagai jenis meubel, ukiran dan ornamen dari kayu kelapa mutu I tergantung desain. Kayu kelapa yang dikategorikan mutu II digunakan untuk pembuatan bahan bangunan atau bagian penyangga dari meubel.
- e. Finishing: Dapat dilakukan dengan menggunakan mesin amplas dan manual. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa untuk 1 m³ kayu kelapa mutu I (bahan setengah jadi) harganya sekitar Rp. 750.000. Kayu kelapa yang dibuat meubel dan berbagai ornamen harganya Rp. 7-8 juta. Nilai tambah pengolahan kayu kelapa skala industri cukup tinggi, namun membutuhkan investasi besar dan dukungan keahlian dalam menangani proses pengolahan, desain dan pemasaran hasil (Gozal, 1997).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data-data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang dikumpulkan wawancara, observasi lapangan dan kajian informasi. Dalam menyelesaikan permasalahan subjek yang diteliti menggunakan teori pengembangan kualitas yang berkaitan dengan produk yang mempunyai daya saing. Data-data penelitian diperoleh melalui observasi, pencatatan, pemotretan, dan kajian berbagai dokumen pengembangan kualitas produk souvenir. Penelitian dengan observasi lapangan dilakukan di wilayah Sulawesi Utara pada sentra-sentra industri kerajinan yang sudah ada maupun *home industry* perorangan dan toko-toko souvenir (*souvenir shops*). Data kemudian dianalisis secara kualitatif dengan menekankan pada penjelasan-penjelasan hasil interpretasi data melalui tahapan identifikasi, klasifikasi, kategorisasi dan analisis untuk mendapatkan kesimpulan dan rekomendasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Souvenir merupakan faktor pendukung pengembangan pariwisata suatu daerah. Oleh sebab itu mutu souvenir dan keaneka ragaman produk souvenir perlu dikejakan oleh pengrajin yang kreatif, inovatif dan terampil. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengrajin souvenir Sulawesi Utara terdiri dari: (1) Pengrajin yang memang menggantungkan hidupnya dari usaha kerajinan tangannya itu sendiri Pengrajin ini biasanya menghasilkan kerajinan rotan, bamboo, kain, dan kayu. (2) Pengrajin yang merupakan anggota masyarakat yang berprofesi ganda, artinya tidak menggantungkan hidupnya dari kerajinan semata-mata. Mereka terdiri dari ibu rumah tangga, remaja putri putus sekolah dan tamatan SLTA yang tidak lagi melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Pengrajin ini biasanya menghasilkan barang-barang sulaman, bordiran, rajutan dan jahitan seperti baju adat, aneka macam tas, dompet, hiasan dinding, kopiah, batok kelapa dan kayu kelapa. (3) Pengrajin musiman dimana saat ada even MICE di Sulawesi Utara apakah pertemuan, pameran, event kunjungan, meeting, dll dan biasanya mereka hadir dalam bentuk mendesain konveksi (Bordiran, sablon kaos, kain, jaket, gantungan kunci, topi dan sebagainya).



Gambar 3: Profesi Pengrajin Sulawesi Utara

Potensi sumberdaya yang dapat membuka peluang untuk pemberdayaan ekonomi kerakyatan di Sulawesi utara sangat besar, namun potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Masyarakat masih menganggap hal-hal seperti itu sebagai sesuatu yang kurang potensial, akan tetapi jika dilakukan secara profesional ternyata mampu menjawab permasalahan sosial yang begitu besar. Sumberdaya yang terdiri dari barang (goods) dan jasa (service) perlu diolah kedalam bentuk komoditi, seperti barang-barang kerajinan (crafts tangan), barang-barang *home industry*, obat-obatan tradisional termasuk jamu, barang-barang kosmetika, makanan dan minuman tradisional agar dapat dijual kepada konsumen.

Hasil Analisis SWOT

Dilihat dari faktor-faktor external dan internal, usaha souvenir di Sulawesi Utara memiliki kekuatan dan peluang namun juga memiliki kelemahan dan ancaman dalam pengembangan usaha yaitu:

Strength (kekuatan): Usaha ini didukung oleh pemerintah karena memanfaatkan bahan baku asli daerah dan pelaku usaha souvenir di Manado mulai berkembang. Banyaknya event MICE di Sulawesi Utara meningkatkan kebutuhan souvenir yang dapat dibawa pulang. Selain itu, sumber bahan baku (tempurung dan batang kelapa) banyak tersedia,

Weakness (kelemahan): Modal pelaku usah souvenir yang masih kurang, sehingga memperlambat pertumbuhan usaha. Keterampilan dalam membuat souvenir secara kreatif dan inovatif masih terbatas sehingga ciri khas souvenir Sulawesi Utara belum kuat.

Opportunity (peluang): Peluang usaha souvenir di Sulawesi Utara sangat besar baik dalam bentuk dukungan pemerintah dan sumber bahan baku didukung dengan perkembangan teknologi yang memudahkan proses promosi melalui internet dengan tingkat persaingan pasar yang masih kurang. Pesatnya kemajuna dan peningkatan kunjungan wisatawan ke Sulawesi Utara dan peningkatan

penyelenggaraan even-even MICE membutuhkan souvenir dalam jumlah besar untuk dijadikan souvenir untuk dibawa pulang.

Threat (ancaman): Adanya produk pariwisata dari daerah lain yang lebih berkualitas dan variatif misalnya dari China, Yogyakarta dan Bali. Selain itu, tenaga kerja yang harus didatangkan dari Pulau Jawa karena kurangnya masyarakat lokal yang mau dan mampu mengembangkan usaha souvenir dengan produk souvenir yang lebih berkualitas dan menarik.

Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan kunci diperoleh berbagai informasi tentang model souvenir serta bentuk usaha dan bentuk-bentuk disain souvenir yang dikembangkan yaitu sebagai berikut:

1. Souvenir yang diproduksi masih berdasarkan pesanan, seperti bahan dari batok kelapa yang dibuat alat makan, gantungan kunci, serta tempat tissue juga jenis binatang seperti ikan hias dan tarsius terbuat dari kayu dan tempurung kelapa yang dibuat oleh seorang yang hanya lulusan SMA. Pekerjaan utama sebagai nelayan dan petani kelapa tapi mempunyai usaha souvenir dengan karya inovatif yang terbentuk dalam dirinya untuk memulai usaha kerajinan dengan penghasilan rata rata setiap bulan Rp. 6 juta. Dengan usaha ini pengrajin ini mempunyai tenaga kerja sebanyak 6 orang tenaga tetap. Selain itu, pembuatan souvenir hanya untuk memenuhi permintaan untuk even-even misalnya even WOC (World Ocean Conference) pada tahun 2009 di Sulawesi Utara (Informan kunci di desa Bahoi, 2015).
2. Souvenir yang dibuat terbuat dari batok kelapa yang bahannya dari buah kelapa khusus pilihan dari desa Tondano dengan model dan disain ikan *coelacanth* namun mereka masih kurang kreatif dalam menghasilkan souvenir yang menyentuh nilai budaya sehingga perlu di sosialisasikan kembali tentang makna souvenir berciri khas daerah. Hal ini menunjukkan bahwa model dan desain yang dibuat pengrajin Sulawesi Utara sudah memiliki keunikan namun belum menunjukkan nilai estetika dikarenakan bentuk dan desain souvenir yang dijual masih kurang (Informan kunci Minahasa Utara, 2015)
3. Desain dan model souvenir yang dibuat yang dibuatnya masih terbatas pada jenis atau bentuk barang dapur dan lampu hias. Selain itu, produk kerajinannya lebih pada miniature rumah adat minahasa yang berbahan dasar sisa sisa kayu yang tidak terpakai lagi yaitu tergolong kayu jati merah dan nantu merah (Infroman kunci di Desa Teling, 2015)
4. Produk souvenir yang dikerjakan adalah kerajinan rotan dan kayu untuk pembuatan (binatang tarsius spectrum, kura-kura, kupu-kupu, dan hiasan dinding). Dijelaskan bahwa belum pernah mengikuti pelatihan dan mengharapakan ikut serta dalam kegiatan kegiatan pelatihan usaha souvenir (Informan kunci di desa Bahoi, 2016).

Hasil Observasi

Pengumpulan data dan informasi melalui observasi lapangan dilakukan untuk memperoleh data langsung dari para pengrajin tentang bentuk usaha dan pemetaan lokasi tempat-tempat usaha tersebut di seluruh wilayah Sulawesi Utara

Pemetaan lokasi pengrajin:

Sulawesi Utara memiliki 4 Kota dan 11 Kabupaten yaitu Kota Manado, Kota Bitung, Kota Tomohon, Kota Kotamobagu serta Kabupaten yaitu Kab. Minahasa Selatan, Kab. Minahasa Utara, Kab. Minahasa Induk, Kab. Minahasa Tenggara, Kab. Sitaro, Kab. Sangihe, Kab. Talaud, Kab. Bolmong Selatan, Kab. Bolmong Utara, Kab. Bolmong Timur dengan masing masing memiliki corak kerajinan yang berbeda sehingga merupakan kekayaan nusantara yang memiliki keunikan tersendiri bagi wisatawan.

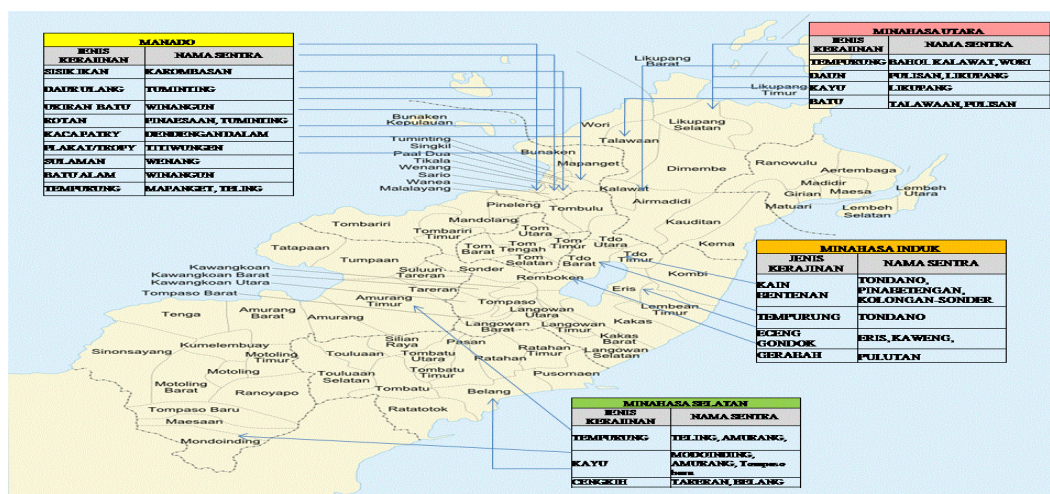
Table 1: Pemetaan Lokasi Industri Kerajinan SULUT

NO	JENIS KERAJINAN	NAMA SENTRA	LOKASI	HASIL KERAJINAN
1	Sisik Ikan	Manado	Karombasan	Bros Baju, Anting, Gelang, Gantungan Kunci, Tas
2	Daur Ulang	Manado	Tuminting	Kembang, Topeng,
3	Ukiran Batu	Manado, Minahasa	Winangun	Patung
4	Rotan	Manado, Minahasa	Pinaesaan, Tuminting	Mebel, Keranjang,
5	Kaca Patry	Manado	Dendengan Dalam	Hiasan Kaca Modern
6	Plakat/Trophy	Manado	Titiwungen	Berbagai Bentuk Dan Macam Penghargaan Tropy Dan Plakat
7	Sulaman	Manado, Bolmong	Wenang	Kain
8	Batu Alam	Manado, Minahasa	Pineleng, Winangun, Sonder	Tehel, Patung
9	Tempurung	Manado, Minut, Minsel	Teling, Wori, Amurang, Bahoi	Alat Makan, Tas, Gantungan Kunci, Ikan Hias, Tas Wanita, Hiasan Dinding
10	Gerabah	Minahasa	Pulutan, Sonder	Hiasan Meja, Vas Bunga, Tungku Masak, Belanga Tanah, Mebel Rumah Tangga

11	Kain Benteenan	Minahasa	Tondano, Pinabetengan, Kolongan-Sonder	Kain Benteenan
12	Kerang	Talau, Minahasa Utara, Bitung	Melonguane, Likupang, Batuputih	Lampu Hias, Pembatas Dinding/Kamar, Alat Musik
13	Bambu	Tomohon	Tinoor, Kinilow	Lampu Hias, Keranjang, Topi, Anyaman Tas, Pot Bunga
14	Kayu	Tomohon	Woloan,	Rumah Mini, Alat Makan, Hiasan Dinding
15	Bunga Kering	Tomohon, Manado	Kakaskasen, Wenang	Hiasan Yang Diawetkan
16	Eceng Gondok	Tondano	Eris, Kaweng,	Tas, Tikar, Sepatu

Sumber: Hasil olahan data, 2015

Berdasarkan pemetaan lokasi industri souvenir, dibawah ini dipresentasikan lokasi dalam peta Sulawesi Utara sebagai berikut:



Gambar 3: Lokasi Pengrajin di Sulawesi Utara Sumber (Observasi, 2015)

Dari pengamatan dilapangan dan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sulawesi Utara tahun 2015 didapati bahwa pengrajin banyak berada dan tinggal di Kota Manado dengan alasan pemasaran hasil kerajinan tangannya lebih banyak dilakukan di Kota Manado atau outlet yang tersedia terpusat pada toko toko kerajinan yang ada di Manado. Namun melalui observasi ada juga pengrajin yang membuka outletnya sendiri ketika ada event event nasional di hotel atau mengikuti pameran kerajinan baik dilakukan diluar daerah maupun dalam daerah. Para pengrajin di Kota Manado tersebar di beberapa kecamatan

seperti, Wanea, Wenang, Wonasa, Winangun, Tuminting, Titiwungen, Pinaesaan, Malalayang serta Mapanget. Sementara untuk kerajinan gerabah, kayu dan bamboo lebih berada pada daerah dekat dengan sumber bahan baku seperti desa Pulutan Tondano dan Bambu untuk daerah Tomohon, Kinilow, dan untuk kayu di Kelurahan Woloan kota Tomohon.

Model dan Karakteristik Disain

Hasil observasi lapangan juga diperoleh data dan informasi tentang beberapa model dan karakteristik disain souvenir bahan dasar kayu dan tempurung kelapa. Salah satu yang diobservasi adalah seorang pengrajin di desa Wori yang menjelaskan bahwa hasil kerajinan menggunakan bahan baku tempurung kelapa (batok kelapa) untuk membuat hasil kerajinan. Bentuk dan desain lebih menggunakan corak batik berupa tempat pensil, tempat tissue dan alat dapur. Pengrajin ini telah memiliki pengetahuan banyak tentang corak dan bentuk yang diinginkan wisatawan sehingga mempunyai banyak pilihan. Pengrajin juga terbukti telah mengikuti banyak pelatihan tentang usaha kerajinan sehingga produknya banyak dipamerkan pada even pameran pembangunan Sulawesi Utara bahkan sempat diundang mengikuti pameran diluar Sulawesi Utara (Jakarta, Denpasar dan Surabaya). Model dan karakteristik disain souvenir dapat dilihat pada Tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2: Model dan karakteristik souvenir Sulawesi Utara

NO	Model	Karakteristik Disain
1	Model Patung ukiran budaya	Tarian cakalele/kabasaran Tanam padi dan naik rumah baru Merambak
2	Model ukiran tugu dan pahlawan	Patung kuda Ibu Walanda Maramis Zero point Pahlawan Sam Ratulangi Patung Toar Lumimuut
3	Model ukiran dan hiasan fauna	Tarsius spectrum Coelachanth Moleo Monyet (kera) / yaki hitam Manguni /burung hantu Ikan
4	Hiasan Dinding (diukir pada kayu kelapa	Lukisan Gunung dan sawah Tondano Bukit Kasih Patung Tuhan Yesus memberkati Pulau Bunaken

Tarian tradisional ciri khas
Sulawesi Utara

Sumber: Hasil Observasi, 2015

Informasi lainnya dari hasil observasi lapangan adalah berupa penjelasan-penjelasan bahwa:

1. Souvenir yang ada masih belum menggambarkan identitas. .
2. Kualitas souvenir masih rendah dan kurang menarik.
3. Harga souvenir terlalu mahal dan tidak sesuai dengan mutunya.
4. Ukuran souvenir terlalu besar dan tidak dikemas dan sulit dibawa pulang.
5. Souvenir yang ditawarkan belum berbentuk barang-barang sederhana sehingga mudah dibawa turis ke daerah asal.
6. Masih terdapat souvenir yang dijual berupa benda-benda yang diambil dari alam yang berdampak pada kerusakan lingkungan seperti corals, binatang laut, kerang laut dan siput. Hal ini tidak laku terjual karena saat ini kebanyakan konsumen sudah sadar lingkungan dan tidak setuju dengan tindakan pengambilan benda-benda alam yang menyebabkan terjadinya degradasi nilai-nilai alami suatu kawasan pariwisata. Hasil ini menunjukkan bahwa peluang untuk pemasaran produk souvenir akan mengalami hambatan disebabkan oleh kualitas produk yang ditawarkan masih rendah sehingga diperlukan edukasi melalui pelatihan bagi pengrajin dalam meningkatkan penjualannya.

Hasil FGD (Focus Group Discussion)

Tabel 4 merupakan hasil FGD yang terdiri dari pengrajin, wisatawan dan pemilik toko kerajinan dengan hasil kesepakatan untuk mensosialisasikan hasil diskusi kepada pengrajin

Tabel 4: Kesepakatan stakeholders.

NO	HASIL FGD
1	Souvenir berakar pada sumber budaya masyarakat. Hal ini dapat dilakukan jika souvenir itu dibuat oleh pengrajin lokal, karena jiwa seni mereka tidak terlepas dari pengaruh budayanya yang dituangkan kedalam souvenir. Perlu diingat, souvenir yang tidak memiliki nafas budaya, juga sulit terjual.
2.	Jika produksi barang-barang souvenir sudah cukup banyak dan bervariasi, maka diperlukan "out-let" untuk tempat penjualan seperti terminal, stasiun, airport, halte bis, toko dan pusat belanja.
3.	Outlet untuk penjualan barang-barang souvenir perlu direncanakan dengan baik dan matang mulai dari lokasi, bentuk bangunan, layout.
4.	Lokasi outlet yang strategis dengan bangunan yang bagus dan menarik, lay out yang baik, penataan yang apik akan membuat barang-barang souvenir yang ada di dalamnya menjadi lebih menarik.

Sumber: Hasil olah data FGD, 2015

Data dan informasi pada Tabel 5 adalah saran-saran yang diberikan melalui FGD oleh stakeholders untuk para pengrajin dalam peningkatan kualitas produk souvenir, model dan disain.

NO	SARAN FGD
1	Harus ada keseriusan pengrajin dalam membuat barang-barang souvenir.
2	Perlu peningkatan keterampilan pengrajin dalam memproduksi barang-barang souvenir sehingga kualitas, penampilan dan verifikasi produk souvenir dapat dilakukan.
3	Pengrajin perlu mengetahui selera pembeli sehingga barang-barang souvenir yang dibuat sesuai dengan selera mereka. Serta pengrajin mendirikan "outlet", yaitu tempat para pembeli menemukan barang-barang souvenir itu.
4	Pengrajin dalam menciptakan barang-barang souvenir perlu mempertimbangkan ukuran yang kecil, <i>packaging</i> -nya dan harganya yang bersaing karena salah satu pertimbangan konsumen membeli barang-barang souvenir adalah "ukuran yang tidak besar".
5	Pengrajin harus konsisten dengan melekatkan karakteristik budaya dan sejarah orang minahasa (SULUT) dalam artian agar souvenir mempunyai nilai estetika yang tidak gampang ditiru, bahkan unik sehingga mempunyai daya saing yang tinggi.
6	Pengrajin harus mempunyai komitmen yang kuat dalam mempertahankan kualitas sehingga souvenir yang dibawa pulang mempunyai nilai bagi wisatawan yang berkunjung.

Sumber: Hasil Olah data FGD, 2015

SIMPULAN

Produk souvenir Sulawesi Utara sebagai produk pariwisata tersebar di beberapa kota dan kabupaten dan menjadi perhatian penting dalam pengembangan sektor pariwisata. Karakteristik produk souvenir berbahan dasar kayu dan tempurung kelapa sudah variatif namun masih kurang inovatif dalam hal model dan disain. Oleh sebab itu peningkatan mutu, model dan disain souvenir Sulawesi Utara perlu mempertimbangkan beberapa unsur pokok dalam bisnis souvenir yaitu: 1) Keseriusan pengrajin dalam membuat barang-barang souvenir; 2) Peningkatan keterampilan pengrajin dalam memproduksi barang-barang souvenir sehingga kualitas, penampilan dan verifikasi produk souvenir dapat dilakukan; 3) Pengrajin perlu mengetahui selera pembeli sehingga barang-barang souvenir yang dibuat sesuai dengan selera mereka; 4) Pengembangan outlet atau tempat para pembeli menemukan barang-barang souvenir itu; 5) Pengrajin perlu menciptakan barang-barang souvenir perlu

mempertimbangkan ukuran yang kecil dan harganya yang bersaing karena salah satu pertimbangan konsumen membeli barang-barang souvenir adalah ukuran yang tidak besar, dan harganya yang murah. Dari hasil monitoring pertumbuhan pengrajin dan industri souvenir di Sulawesi Utara disarankan hal-hal penting yaitu: 1) Pelatihan dan pembinaan peningkatan mutu ketrampilan pengrajin souvenir Sulawesi Utara secara terencana dan terarah agar hasil produksi mempunyai daya saing dengan produk lain yang sejenis; 2) Bantuan modal usaha dan pembinaan yang berkelanjutan yang diperlukan untuk meningkatkan kreativitas, keinginan dan kesediaan untuk melakukan pengembangan souvenir sehingga akan muncul pengrajin yang mempunyai rasa memiliki usaha souvenir itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Allorerung, D. dan Lay, A., (2008). *Kemungkinan Pengembangan Pengolahan Buah Kelapa Secara Terpadu Skala Pedesaan*, Prosiding Konferensi Nasional Kelapa IV. Bandar Lampung. 21-23 April 2008.

Allorerung, D., Mahmud, Z., Wahyudi., Novariant, H., Luntungan, H.T., (2007). *Prospek dan Arah Pengembangan Agribisnis Kelapa*. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Departemen Pertanian 2007. hal 1-38.

Asnawi, S. dan Darwis, S.N., (2005). *Prospek Ekonomi Tanaman Kelapa dan Masalahnya di Indonesia*, Balai Penelitian Kelapa, Manado. Terbitan Khusus 2005 . hal 6.

Badan Pusat Statistik (2014).

Forum Kelapa Indonesia (FOKPI) (2006). *Membangun Kemakmuran Berbasis Kelapa di Berbagai Pulau Indonesia*. Jakarta:FOKPI. hal 3.

France L., 1998, "Local Participation in Tourism in the West Indian Islands" in *Embracing and Managing Change in Tourism ; International Case Studies*, eds., E.Laws, B. Faulkner & G. Moscardo, Routledge, London, pp. 222-234.

Gozal, S.M., (1997). *Pengalaman mengolah dan memanfaatkan kayu kelapa untuk meubeler dan bangunan rumah*. Prosiding Temu Usaha Perkelapaan Nasional. Manado 6-8 Januari 1997. Buku II Agroindustri.

Kamus Webster English Dictionary, (2004).

Mcoho, (2009). *Arang Batok Kelapa*, Jakarta: www.indonetwork.co.id/mecoho_cv/117933/Arang_Batok_Kelapa/html.

Stanton, W.J., (2006). *Fundamental of Marketing*, International Book Company, Singapura.

Tatengkeng, H. (2011). *Produk Turunan Kepala Sulut Masih Terbatas*.
<http://www.palakat.com/news/read/6768-produk-turunan-kelapa-sulut-masih-terbatas.html>, diakses 31 Maret 2015.

The Collins Cobuild Dictionary atau Webster English Dictionary, (2009).

Tjiptono, F., (2005). *Pemasaran Jasa*. Edisi 1. Bayumedia Publishing, Malang.

Wearing, Stephen dan McLean J., (1998). *Developing Ecotourism ; A Community based Approach*, HM Leisure Planning Pty Ltd, Williamstown Victoria, Australia.

Xin-ting, W., (2004). *A Study of Design for Enhancing the Value of Tourism*, Journal of Nanchang University (Social Science), Volume 3.

Xue-ling, M., (2004). *Tourism Merchandise and Souvenirs: Discussion on the Conceptual Definitions and Local Features*, Tourism Tribune, Vol. 1.