

STRATEGI PENGEMBANG USAHA PERMESINAN INDUSTRI

Mukhamad Arif Rakhman

Teknik Industri, Fakultas Teknik
Universitas Maarif Hasyim Latif, Sidoarjo, Indonesia
e-mail : mukhamad-arif-rakhman@student.umaha.ac.id

ABSTRAK

Strategi Pengembangan Usaha Permesinan Industri dapat di gunakan sebagai upaya untuk mewujudkan usaha tersebut menjadi kegiatan ekonomi yang mempunyai tambah dan daya saing tinggi, tidak hanya memiliki keunggulan komeratif melainkan keunggulan kompetitif. Sehingga usaha Permesinan Industri dapat berkiprah di pasar domestik dan pasar internasional. Strategi Pengembangan Usaha Permesinan Industri menggunakan analisis SWOT. Penentuan faktor eksternal dan internal dilakukan berdasarkan teknik *focus group discussion* (FGD). Tahap 1 yang dilakukan adalah input penentuan nilai EFE dan IFE dan matriks IE. Alternatif strategi diperoleh dari perhitungan pada matriks SWOT, dan matriks SPACE. Terakhir adalah menggunakan matriks QSPM. Matriks QSPM adalah sebagai penentuan alternatif strategi yang akan dijalankan, dari hasil pembahasan diketahui alternatif untuk Usaha Permesinan Industri nilai tertinggi terletak pada strategi alternatif “meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan dan produk” sebesar 6,42. Alternatif tersebut sangat efektif untuk menjadi rekomendasi sebagai alternatif utama pengembangan Usaha Permesinan Industri.

Kata kunci: *FGD, analisis SWOT, matriks SPACE, matriks QSPM*

PENDAHULUAN

Sejarah dalam kebangkitan industri dimulai pada tahun 1820 - 1830 atau yang sering disebut juga dengan Revolusi industri. Kebangkitan itu mengakibatkan berkembangnya penemuan baru di bidang teknologi, seperti proses produksi, pembangunan kontruksi jalan, *subway*, sampai penggunaan komputer dan robot-robot dibidang *manufaktur*. Dampak lanjut dari perkembangan teknologi itu adalah perkembangan oleh organisasi dan kegiatan bisnis di tahun 1990-an. Dengan begitu, konsep persaingan juga ikut berubah, (Rangkuti, 2004).

Dalam bidang industri, banyaknya industri dan perusahaan yang bermunculan tetapi tidak banyak perusahaan yang bertahan dalam jangka panjang dikarenakan banyak kendala dan banyaknya pesaing yang dihadapi, oleh sebab itu salah satu solusi agar perusahaan itu dapat bertahan dan berkembang dalam jangka waktu panjang, perusahaan tersebut harus memiliki suatu strategi pengembangan bisnis atau usaha, (Tambunan, 2002).

Dan di dalam rangka pengembangan kemampuan *entrepreneur* dalam meningkatkan daya saing melewati UMKM, maka di lakukan kegiatan pengabdian masyarakat memberikan bekal tambahan pada pengusaha kecil dan menengah di wilayah desa Watugolong Sidoarjo untuk menghadapi persaingan di dalam dunia usaha. Salah satu usaha yang dilakukan adalah melalui pendampingan pada pengusaha UMKM

(Aziza, Ekasari, Prasnowo, Setiawan, & Purnamasari, 2018)

UKM memainkan peran penting dan strategis untuk pertumbuhan ekonomi di negara berkembang dan maju. Pada saat krisis ekonomi di Indonesia, UKM adalah sektor ekonomi yang memiliki daya tahan paling baik. Kemampuan UKM perlu diberdayakan dan dikembangkan terus-menerus agar mengurangi hambatan yang dialami oleh UKM, sehingga dapat memberikan kontribusi maksimal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Adriansyah, Prasnowo, Rodli, & Hidayat, 2017)

Strategi pengembangan salah satunya melakukan langkah perancangan produk, perancangan produk sendiri merupakan faktor penting dalam menghasilkan penentuan yang akan dicapai oleh suatu tim (Wiraghani & Prasnowo, 2017)

Persaingan dalam dunia industri sendiri sangat berguna untuk menghasilkan suatu produk dengan harga yang rendah disertai kualitas yang bersaing sejauh ini telah berkembang dengan pesat baik didalam skala kecil sampai dalam skala besar. Terutama Industri yang harus dikembangkan dengan baik sehingga dapat mewujudkan perusahaan yang tangguh dan kompeten. Usaha Permesinan Industri adalah salah satu usaha yang bergerak dalam “jasa pelayanan teknis”. Usaha Permesinan Industri sendiri berdiri sejak pada 4 september 1995 berada di jalan Teuku Umar No.1 Medaeng, Waru, Sidoarjo, Jawa Timur -Indonesia. Usaha Permesinan Industri sendiri adalah tempat produksi segala macam

pembuatan *sparepart* mesin, pembuatan dan instalasi *drinking outlate instalasi*, pekerjaan *stainless dies*, pembuatan *mould press*, desain dan pekerjaan mesin industri, dll.

Dalam menjalankan suatu bisnis tentu perlu dilengkapi dengan adanya perumusan strategi pengembangan usaha yang tepat agar tujuan bisnis dapat tercapai. Dengan demikian para pelaku bisnis ini sangat membutuhkan suatu analisa yang dapat membantu menemukan kekuatan dan kelemahan dari segi internal ataupun eksternal dengan memperhatikan peluang dan ancaman terhadap usahannya, sehingga kedepannya berkembang, bertahan dan memenangkan persaingan dalam bisnis tersebut. Melihat permasalahan diatas, dengan menggunakan analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity and Threat*) dapat dijadikan sebagai alat pendukung yang dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan juga ancaman dan peluang yang ditimbulkan dari luar maupun dari dalam perusahaan.

Penelitian-penelitian yang terkait dengan pengembangan usaha pernah dilakukan oleh (Machmuda, 2018) tentang Strategi pengembangan usaha mebel dengan metode SWOT pada Ud. Berkah Jaya - Pasuruan, penelitian ini untuk mengetahui posisi perusahaan dan masalah-masalah apa saja yang dihadapi di Ud. Berkah Jaya dalam memasarkan produk meja makan dengan menggunakan metode, strategi pemasaran, analisis SWOT, *Trund Arround*.

Penelitian selanjutnya oleh (Nurlaela, 2015) tentang strategi pengembangan Usaha Melalui Penguatan Manajemen, Pemasaran, dan Keuangan Industri Kreatif Kerajinan Mebel Ekspor Di Kabupaten Kelaten, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas strategi pengembangan usaha melalui penguatan manajemen, pemasaran, dan keuangan industri kreatif kerajinan mebel Ud. Cakra Antik *Furniture* di kabupaten klaten, dengan menggunakan metode SWOT. Dan penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Prasnowo, Khomaruddin, & Hidayat, 2017) tentang Strategi Pengembangan Sentra Industri Kecil Menengah Produk Krupuk. Penelitian ini dilakukan di desa terik kecamatan krian kabupaten sidoarjo.

Maka berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan di atas dilakukan penelitian tentang "Strategi Pengembangan Usaha Usaha Permesinan Indutsri" agar dapat mengetahui faktor-faktor kelemahan dan ancaman, dan untuk menentukan strategi pengembangan usaha menggunakan metode SWOT untuk Usaha Permesinan Indutsri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai model penelitian studi kasus dengan mempelajari keadaan objek penelitian Usaha Permesinan Indutsri secara intensif. Penelitian ini memusatkan pada strategi pengembangan usaha jasa pelayanan teknis permesinan dan pekerjaan logam dengan melibatkan pihak-pihak terkait. Metode kerangka perumusan strategi yang diaplikasikan pada penelitian ini sebagai upaya untuk merumuskan strategi, antara lain dapat dijelaskan tahap 1 dari kerangka perumusan terdiri atas matriks evaluasi eksternal (*Eksternal Factors Evaluation, EFE*). Matriks evaluasi factor internal (*Internal Factors Evaluation, IFE*). Matriks profil kompetitif (*Competitive Profil Matrix, CPM*). Dan matriks internal - eksternal (*Internal - Eksternal matrix, IE*).

Tahap 1 tahap input (*input stage*) berisi tentang informasi input dasar yang dibutuhkan untuk merumuskan strategi, meliputi matriks EFE, matriks IFE, matriks CMP, matriks IE. Tahap 2 pencocokan (*matching stage*). Berfokus kepada penciptaan alternatif strategi yang masuk akal dengan memperhatikan faktor-faktor eksternal dan internal utama. Tahap 2 meliputi matriks kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman (*strenght-weakness-opportunity-threats, SWOT*), matriks posisi strategi dan evaluasi tindakan (*strategies position and action evaluation, SPACE*). Tahap 3 adalah tahap keputusan (Decision satge), melibatkan satu teknik saja, matriks perencanaan strategi kuantitatif (*Quantitative Strategies planning matrix, QSPM*) QSPM sendiri menggunakan informasi input dari tahap 1 untuk secara obyektif mengevaluasi strategi-strategi alternatif yang diidentifikasi dalam tahap 2 QSPM menunjukkan daya tarik relatif berbagai staretgi dan dengan demikian, memberikan landasan obyektif bagi pemilihan strategi alternatif.

Pada masing-masing tahap untuk penentuan bobot menggunakan data dari proses teknik FGD (*Focus Group Discussion*), penggunaan teknik tersebut adalah karena usulan kebijakan strategi yang mengarah ke Usaha Permesinan Indutsri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Permesinan Indutsri adalah sebuah industri yang bergerak di bidang jasa pelayanan teknis permesinan dan pekerjaan logam. Perusahaan ini didirikan oleh Bapak Ahmadi pada tanggal 4 september 1995. Tepatnya berlokasi di jalan Teuku Umar No.1 Medaeng Waru,

Sidoarjo, Jawa Timur - Indonesia. Perusahaan ini bergerak dibidang “*Steel Custom Fabrication*” jasa pelayan. Didukung dengan fasilitas dan peralatan mesin yang memadai serta didukung oleh sumber daya manusia yang handal, trampil, profesional dan bersertifikasi, mampu menghasilkan produk yang berkualitas sesuai keinginan pelanggan dengan harga yang kompetitif. Pada tahap pembahasan, proses perumusan strategi dilakukan dengan beberapa tahapan, meliputi : input stage, matching stage dan decision stage. Pada masing-masing tahapan dilakukan proses teknik *focus group discussion* dan wawancara untuk memperoleh seluruh data yang mendukung dalam menentukan rekomendasi rumusan strategi. Pada tahap input, dilakukan beberapa kegiatan sebagai upaya untuk memenuhi informasi dasar yang dibutuhkan untuk merumuskan strategi. Adapun kegiatan-kegiatan yang dilakukan antara lain yakni : penilaian faktor eksternal (*Eksternal Factors Evaluation*), identifikasi profil pesaing dan penilaian faktor internal (*Internal Factors Evaluation*).

Tabel 1. Hasil pengolahan dari faktor EFE

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
	Peluang			
1	Permintaan pasar terus meningkat	0,116	3,6	0,407
2	Kemudahan dalam pinjaman modal di Bank	0,116	3,8	0,429
3	Ketersediaan lahan yang luas	0,121	3,8	0,452
4	Munculnya kebijakan pemerintah yang mendukung	0,089	2,6	0,229
5	Omset yang dihasilkan menjajikan	0,121	4,0	0,476
Ancaman				
1	Munculnya pesaing baru yang menawarkan jasa yang sama dan lokasi yang berdekatan	0,116	1,2	0,149
2	Harga produk pesaing lebih rendah	0,116	1,4	0,151
3	Kurangnya informasi pasar	0,089	3,4	0,316
4	Harga material yang terus meningkat	0,116	1,2	0,149
Total		1,000		2,777

Dari hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa total skor bobot untuk matriks evaluasi eksternal adalah sebesar 2,777 dan nilai bobot terbesar pada peluang terdapat pada “Omset yang dihasilkan menjajikan” sebesar 0,476, sedangkan bobot terbesar faktor ancaman pada “Kurangnya informasi pasar” sebesar 0,316. Hasil

perbandingan bobot tersebut menunjukkan bahwa jasa pelayanan teknis permesinan dan pekerjaan logam Usaha Permesinan Indutsri dapat secara efektif memanfaatkan peluang yang ada untuk meminimalkan tingkat ancaman.

Tabel 2. Hasil pengolahan dari faktor IFE

No	Faktor-faktor utama internal	Bobot	Rating	Skor
	Kekuatan			
1	Kualitas pelayanan lebih cepat dan tepat waktu	0,122	3,4	0,415
2	Jumlah tenaga kerja sudah memenuhi kuota produksi	0,117	3,4	0,398
3	Lokasi perusahaan yang mudah dijangkau	0,117	3,6	0,421
4	Memiliki cukup banyak konsumen tetap	0,117	3,6	0,421
5	Kualitas produk yang baik	0,117	3,6	0,421
6	Varian produk lebih banyak	0,117	3,6	0,421
Kelemahan				
1	Penghargaan loyalitas belum ada	0,112	1,6	0,179
2	Belum banyaknya tenaga kerja yang terampil	0,043	3,4	0,146
3	Proses pengembangan model dan desain produk baru yang belum maksimal	0,085	2,0	0,170
4	Jumlah operasional belum maksimal	0,053	1,4	0,074
Total		1,000		3,067

Dari hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa total skor bobot untuk matriks evaluasi internal adalah sebesar 3,067 dan nilai bobot terbesar pada kekuatan terdapat pada “Lokasi perusahaan yang mudah dijangkau”, “Memiliki cukup banyak konsumen tetap”, “Kualitas produk yang baik”, “Varian produk lebih banyak”, sebesar 0,421, sedangkan bobot terbesar faktor kelemahan pada “Penghargaan loyalitas belum ada” sebesar 0,179. Hasil perbandingan bobot tersebut menunjukkan bahwa jasa pelayanan teknis permesinan dan pekerjaann logam Usaha Permesinan Indutsri dapat secara efektif memanfaatkan faktor kekuatan yang ada untuk meminimalkan tingkat faktor kelemahan.

Selanjutnya masuk ke faktor kompetitor dengan menggunakan matriks CPM (Competitive Profile Matrix) dimana untuk pesaing dari Usaha Permesinan Indutsri sendiri memiliki pesaing yang banyak dan salah satunya adalah CV. Armetalindo dan PT. Surya Jaya Perkasa. Kedua pesaing ini yang cukup mengancam usaha dalam menghasilkan produk-produk yang berkualitas, sehingga dengan diketahui pesaing dari Usaha Permesinan Indutsri diharapkan dapat mengevaluasi atau memperbaiki

ancaman yang ada diusaha Usaha Permesinan Indutsri.

Tabel 3. Pesaing Usaha Permesinan Indutsri

No	Pesaing Usaha Permesinan Indutsri
1	CV. Armetalindo
2	PT. Surya Jaya Perkasa

Penentuan pesaing dan faktor-faktor penting keberhasilan dilakukan dengan melakukan survei lapangan dan *focus group discussion* dengan responden yang telah ditentukan. Dengan hasil seperti pada tabel 3.

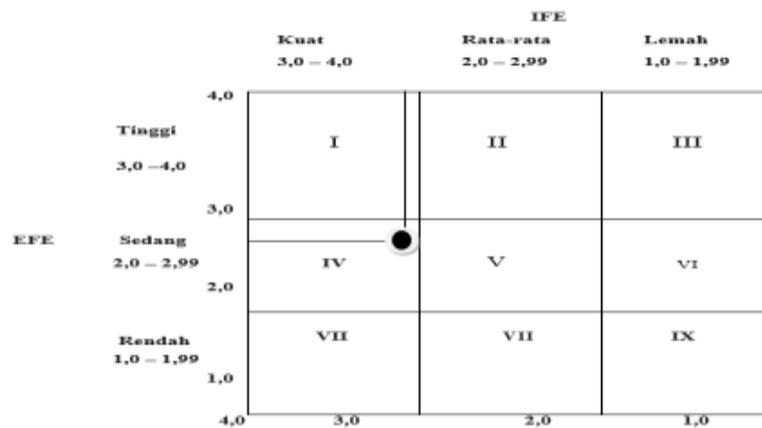
Dari hasil *focus group discussion* dan perhitungan yang dilakukan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. bobot terbesar pada faktor-faktor penting faktor keberhasilan adalah

“Operasional prosedur (SOP)”, dan “Harga material” dengan bobot sebesar 0,058.

2. Dari ketiga profil pesaing diatas yang telah diidentifikasi, menunjukkan bahwa PT. Surya Jaya Perkasa merupakan pesaing utama karena dengan nilai bobot sebesar 0,234 dan yang terendah adalah dari CV. Armetalindo dengan nilai bobot sebesar 0,089.

Lalu untuk tahap berikutnya adalah Pembentukan matriks IE (*internal - eksternal matrix*) didasarkan pada metriks IFE dan metriks EFE, dimana sumbu x merupakan skor bobot total metriks IFE dan sumbu y merupakan skor bobot total metriks EFE, untuk gambar bisa dilihat di halaman berikutnya.



Gambar 1. Matriks IE (*Internal - Eksternal matrix*)

Diketahui skor bobot total pada matrik IFE dan matrik EFE menunjukkan bahwa posisi *Growth Straregies* “Konsentrasi Melalui Integrasi Vertikal” alternatif ini didesain untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam penjualan, aset, *profit*, maupun kombinasi dari ketiganya. Alternatif yang dapat diterapkan adalah dengan strategi yang intensif, yaitu :

1. Meningkatkan pengembangan produk, yaitu membuat produk varian baru dengan kualitas lebih tinggi
2. Meminimalkan biaya produksi, yaitu agar dapat meningkatkan *profit*
3. Pengembangan pasar, yaitu dengan memperbanyak dan memperluas jaringan untuk menambah konsumen

Selanjutnya untuk tahap pencocokan yakni suatu langkah untuk mengembangkan alternatif strategi yang diolah kedalam beberapa matriks berdasarkan pada faktor eksternal dan juga faktor internal. Dengan menggunakan matriks SWOT dan SPACE. Matriks SWOT adalah suatu alat atau metode pencocokan yang digunakan untuk membantu para pemilik usaha dalam mengembangkan empat jenis strategi, yakni : strategi SO (kekuatan - peluang), strategi WO (kelemahan - ancaman), strategi ST (kekuatan - peluang), strategi WT (kelemahan - ancaman).

Tabel 4. Matriks SWOT

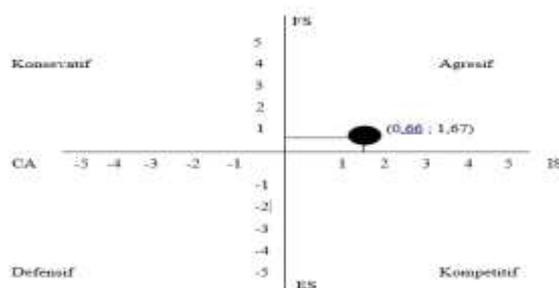
INTERNAL	KEKUATAN (S) 1. Kualitas pelayanan lebih cepat dan tepat waktu 2. Jumlah tenaga kerja sudah memenuhi kuota produksi 3. Lokasi perusahaan yang mudah dijangkau 4. Memiliki cukup banyak konsumen tetap	KELEMAHAN (W) 1. Penghargaan loyalitas belum ada 2. Belum banyaknya tenaga kerja yang terampil 3. Proses pengembangan model dan desain produk baru yang belum maksimal 4. Jumlah operasional belum maksimal
EKSTERNAL		
PELUANG (O) 1. Permintaan pasar terus meningkat 2. Kemudahan dalam pinjaman modal di Bank 3. Ketersediaan lahan yang luas 4. Munculnya kebijakan pemerintah yang mendukung 5. Omset yang dihasilkan menjajikan	STRATEGI (S-O) 1. Menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan lebih baik lagi (S1, S2, S3, O1, O5) 2. Memperluas jaringan untuk menambah konsumen (S1, S3, S5, O1, O4, O5) 3. Memberikan keringanan jasa pengiriman barang dengan harga rendah (S1, S3, S5, S6, O1, O3, O5) 4. Meningkatkan SDM yang terampil guna meningkatkan kualitas produk untuk daya saing produk (S5, S6, O1, O5)	STRATEGI (W-O) 1. Memberikan penghargaan atau bonus karyawan untuk menunjang hasil produksi (W1, W4, O5) 2. Mengembangkan keterampilan untuk memperluas pengembangan desain yang baru sesuai dengan permintaan pasar (W3, O1, O5) 3. Meminjam modal di bank untuk menambah biaya operasional (W4, O2)
ANCAMAN (T) 1. Munculnya pesaing baru yang menawarkan jasa yang sama dan lokasi yang berdekatan 2. Harga produk pesaing lebih rendah 3. Kurangnya informasi pasar 4. Harga material yang terus meningkat	STRATEGI (S-T) 1. Membuat varian produk baru dengan kualitas produk lebih tinggi (S1, S5, S6, T1, T2) 2. Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan dan produk (S1, S4, S5, S6, T1, T2) 3. Memanfaatkan, fasilitas internet untuk menambah kualitas pelayanan dan informasi pasar (S1, S2, S3, T1, T3)	STRATEGI (W-T) 1. Mengamati dan menganalisa perubahan yang dilakukan oleh kompetitor (W1, T1, T2, T3) 2. Memaksimalkan operasional dan informasi pasar (W3, W4, T1, T2, T3)

Dari tabel 4 Matriks SWOT diatas diketahui jumlah alternatif strategi ada 12 dan Hasil analisis alternatif strategi dari Matriks SWOT yakni :

1. Menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan lebih baik lagi
2. Memperluas jaringan untuk menambah konsumen
3. Memberikan keringanan jasa pengiriman barang dengan harga rendah
4. Meningkatkan SDM yang terampil guna meningkatkan kualitas produk untuk daya saing produk
5. Memberikan penghargaan atau bonus karyawan untuk menunjang hasil produksi
6. Mengembangkan keterampilan untuk memperluas pengembangan desain yang baru sesuai dengan permintaan pasar
7. Meminjam modal di bank untuk menambah biaya operasional.
8. Mengamati dan menganalisa perubahan yang dilakukan oleh kompetitor
9. Memaksimalkan operasional dan informasi pasar
10. Membuat varian produk baru dengan kualitas produk lebih tinggi

11. Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan dan produk
12. Memanfaatkan, fasilitas internet untuk menambah kualitas pelayanan dan informasi pasar

Dan tahap pencocokan selanjutnya adalah matriks SPACE , matriks SPACE merupakan kerangka empat kuadran yang menunjukan alternatif strategi yang akan dilakukan dalam pengembangan Usaha Permesinan Indutsri, strategi empat kuadran tersebut terdiri dari : strategi agresif, strategi konservatif, strategi defensif, strategi kompetitif, lebih jelasnya bisa dilihat gambar di bawah ini :



Gambar 2. Matriks SPACE

Dari grafik di atas dapat diketahui bahwa posisi Usaha Permesinan Indutsri terletak pada kuadran agresif (agressive quadrant). Dikarenakan kuadran tersebut terdapat pada faktor Finacial Strength (FS) dan Internal Strength (IS) faktor ini berada dalam posisi yang sangat bagus untuk memanfaatkan berbagai kekuatan seperti strategi (1) pengembangan pasar, (2) penetrasi pasar, (3) pengembangan produk, (4) integrasi kedepan, (5) integrasi kebelakang, (6) integrasi horizontal, (7) diversifikasi terkait. atau kombinasi kesemuanya itu menjadi pilihan yang masuk akal, tergantung pada situasi khusus yang dihadapi oleh perusahaan, maka hasil strategi yang sudah dikerucutkan oleh matriks SWOT dan matriks SPACE yakni bisa dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5. *Align* matriks SWOT dan matriks SPACE

No	Strategi Swot	Strategi SPACE (Aggressive Quadrant)						
		1	2	3	4	5	6	7
1	Menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan lebih baik lagi	√			√		√	
2	Memperluas jaringan untuk menambah konsumen	√	√		√	√	√	
3	Memberikan keringanan jasa pengiriman barang dengan harga rendah	√	√		√		√	
4	Meningkatkan SDM yang terampil guna meningkatkan kualitas produk untuk daya saing produk	√		√	√			
5	Memberikan penghargaan atau bonus karyawan untuk menunjang hasil produksi			√	√			
6	Mengembangkan keterampilan untuk memperluas pengembangan desain yang baru sesuai dengan permintaan pasar		√	√	√			
7	Meminjam modal di bank untuk menambah biaya operasional				√		√	√
8	Mengamati dan menganalisa perubahan yang dilakukan oleh kompetitor	√	√			√		
9	Memaksimalkan operasional dan informasi pasar	√	√		√			
10	Membuat varian produk baru dengan kualitas produk lebih tinggi			√	√	√		
11	Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan dan produk	√	√	√	√		√	
12	Memanfaatkan, fasilitas internet untuk menambah kualitas pelayanan dan informasi pasar		√		√		√	

Dari tabel *align* SWOT dan SPACE diketahui 3 alternatif strategi yang menjadi kekuatan untuk Usaha Permesinan Indutsri :

1. Memperluas jaringan untuk menambah konsumen
2. Memberikan keringanan jasa pengiriman barang dengan harga rendah

3. Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan dan produk

Tahap terakhir yakni tahap keputusan, dalam tahap ini digunakan matrik perencanaan strategi kuantitatif (*Quantitative Strategic Planning Matriks – QSPM*). Pengolahan data yang digunakan metriks ini menggunakan analisis penggabungan pada setiap tahap sehingga alternative perumusan strategi yang ditentukan merupakan hasil pengolahan dari tahap-tahap sebelumnya. Berikut hasil analisis strategi yang dihasilkan oleh matrik IE, matriks SWOT, matriks SPACE :

Hasil analisis alternatif strategi dari matrik IE

1. Meningkatkan pengembangan produk, yaitu membuat produk varian baru dengan kualitas lebih tinggi
2. Meminimalkan biaya produksi, yaitu agar dapat meningkatkan *profit*
3. Pengembangan pasar, yaitu dengan memperbanyak dan memperluas jaringan untuk menambah konsumen

Hasil analisis alternatif strategi dari Matriks SWOT

1. Menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan lebih baik lagi
2. Memperluas jaringan untuk menambah konsumen
3. Memberikan keringanan jasa pengiriman barang dengan harga rendah
4. Meningkatkan SDM yang terampil guna meningkatkan kualitas produk untuk daya saing produk
5. Memberikan penghargaan atau bonus karyawan untuk menunjang hasil produksi
6. Mengembangkan keterampilan untuk memperluas pengembangan desain yang baru sesuai dengan permintaan pasar
7. Meminjam modal di bank untuk menambah biaya operasional
8. Mengamati dan menganalisa perubahan yang dilakukan oleh kompetitor
9. Memaksimalkan operasional dan informasi pasar
10. Membuat varian produk baru dengan kualitas produk lebih tinggi
11. Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan dan produk
12. Memanfaatkan, fasilitas internet untuk menambah kualitas pelayanan dan informasi pasar

Hasil analisis alternatif strategi dari matrik SPACE

1. Pengembangan pasar :
 1. Menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan lebih baik lagi
 2. Memperluas jaringan untuk menambah konsumen

3. Memberikan keringanan jasa pengiriman barang dengan harga rendah Meningkatkan SDM yang terampil guna meningkatkan kualitas produk untuk daya saing produk
 4. Mengamati dan menganalisa perubahan yang dilakukan oleh kompetitor
 5. Memaksimalkan operasional dan informasi pasar
 6. Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan dan produk
2. Penetrasi pasar :
 1. Memperluas jaringan untuk menambah konsumen
 2. Memberikan keringanan jasa pengiriman barang dengan harga rendah
 3. Mengembangkan keterampilan untuk memperluas pengembangan desain yang baru sesuai dengan permintaan pasar
 4. Mengamati dan menganalisa perubahan yang dilakukan oleh kompetitor
 5. Memaksimalkan operasional dan informasi pasar
 6. Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan dan produk
 7. Memanfaatkan, fasilitas internet untuk menambah kualitas pelayanan dan informasi pasar
 3. Pengembangan produk
 1. Meningkatkan SDM yang terampil guna meningkatkan kualitas produk untuk daya saing produk
 2. Memberikan penghargaan atau bonus karyawan untuk menunjang hasil produksi
 3. Mengembangkan keterampilan untuk memperluas pengembangan desain yang baru sesuai dengan permintaan pasar
 4. Membuat varian produk baru dengan kualitas produk lebih tinggi
 5. Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan dan produk
 4. Integrasi kedepan
 1. Menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan lebih baik lagi
 2. Memperluas jaringan untuk menambah konsumen
 3. Memberikan keringanan jasa pengiriman barang dengan harga rendah
 4. Meningkatkan SDM yang terampil guna meningkatkan kualitas produk untuk daya saing produk
 5. Memberikan penghargaan atau bonus karyawan untuk menunjang hasil produksi
 6. Mengembangkan keterampilan untuk memperluas pengembangan desain yang baru sesuai dengan permintaan pasar
 7. Meminjam modal di bank untuk menambah biaya operasional
8. Memaksimalkan operasional dan informasi pasar Membuat varian produk baru dengan kualitas produk lebih tinggi
 9. Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan dan produk
 10. Memanfaatkan, fasilitas internet untuk menambah kualitas pelayanan dan informasi pasar
5. Integrasi kebelakang
 1. Memperluas jaringan untuk menambah konsumen
 2. Mengamati dan menganalisa perubahan yang dilakukan oleh kompetitor
 3. Membuat varian produk baru dengan kualitas produk lebih tinggi
 6. Integrasi horizontal
 1. Menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan lebih baik lagi
 2. Memperluas jaringan untuk menambah konsumen
 3. Memberikan keringanan jasa pengiriman barang dengan harga rendah
 4. Meminjam modal di bank untuk menambah biaya operasional
 5. Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan dan produk
 6. Memanfaatkan, fasilitas internet untuk menambah kualitas pelayanan dan informasi pasar
 7. Diversifikasi terkait meminjam modal di bank untuk menambah biaya operasional

Dari berbagai alternatif diatas di jelaskan terdapat tiga alternatif yang di hasilkan dengan menggunakan teknik *focus group discussion* dan pencocokan dengan menggunakan *align* matriks SWOT dan matriks SPACE, yaitu :

Alternatif 1: Memperluas jaringan untuk menambah konsumen

Alternatif 2: Memberikan keringanan jasa pengiriman barang dengan harga rendah

Alternatif 3 : Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan dan produk

Setelah melakukan analisa dalam tahap input menggunakan *Eksternal Factors Evaluation* (EFE), *Internal Factors Evaluation* (IFE) dan *Competitive Profile Matrix* (CPM) dan *Internal – Eksternal* (IE). Dalam tahap pencocokan menggunakan *Strength-weakness-Opportunities-Threat* (SWOT), *Strategic Position And Action Evaluation* (SPACE). Terakhir adalah mengevaluasi alternatif strategi menentukan strategi yang hendak dijalankan dalam tahap keputusan menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Tabel matriks QSPM yang terdiri dari 3 alternatif terpilih yang merupakan hasil pencocokan matriks SWOT dan

matriks SPACE yaitu pengembangan pasar, Sehingga dapat dibentuk matrik QSPM pada tabel 7 penetrasi pasar dan integrasi kedepan. Data berikut : melalui kuesioner terhadap beberapa responden.

Tabel 6. *Matrix* QSPM

Alternatif Strategi		ALTERNATIF 1		ALTERNATIF 2		ALTERNATIF 3	
Faktor-faktor Utama	BOBOT	AS	TAS	AS	TAS	AS	AS
Faktor-faktor Internal Utama							
Kualitas pelayanan lebih cepat dan tepat waktu	0,122	2	0,244	2	0,244	3	0,366
Jumlah tenaga kerja sudah memenuhi kuota produksi	0,117	2	0,234	3	0,351	3	0,351
Lokasi perusahaan yang mudah dijangkau	0,117	1	0,117	2	0,234	2	0,234
Memiliki cukup banyak konsumen tetap	0,117	2	0,234	3	0,351	3	0,351
Kualitas produk	0,117	2	0,234	3	0,351	3	0,351
Varian Produk	0,117	3	0,351	3	0,351	4	0,468
Penghargaan loyalitas belum ada	0,112	2	0,224	2	0,224	3	0,336
Belum banyaknya tenaga kerja yang terampil	0,043	2	0,086	4	0,172	4	0,172
Proses pengembangan model dan desain produk baru yang belum maksimal	0,085	2	0,170	2	0,170	3	0,255
Jumlah operasional belum maksimal	0,053	2	0,106	2	0,106	3	0,159
Faktor-faktor Eksternal Utama							
Permintaan pasar terus meningkat	0,113	4	0,452	4	0,452	4	0,452
Kemudahan dalam pinjam modal di bank	0,113	3	0,339	3	0,339	3	0,339
Ketersediaan lahan luas	0,119	2	0,238	2	0,238	4	0,476
Munculnya kebijakan pemerintah yang mendukung	0,088	3	0,264	3	0,264	3	0,264
Omset yang dihasilkan menjajikan	0,119	2	0,238	2	0,238	3	0,357
Munculnya pesaing baru yang menawarkan jasa yang sama dan lokasi yang berdekatan	0,124	2	0,248	2	0,248	3	0,372
Harga produk pesaing lebih rendah	0,108	2	0,216	3	0,324	3	0,324
Kurangnya informasi pasar	0,093	2	0,186	3	0,279	2	0,186
Harga material yang terus meningkat	0,124	3	0,372	2	0,248	3	0,372
Total	2,001		4,553		5,184		6,185

Keterangan:

1. Nilai bobot berdasarkan perhitungan matriks EFE dan IFE pada tabel 1 dan 2
2. Nilai Attractive Score (AS) di peroleh menggunakan teknik *focus group discussion* dengan skala 1-4
3. Nilai Total Attractive Score (TAS) adalah perkalian antara nilai bobot dengan nilai AS

Dari hasil pengolahan matriks QSPM yang didasarkan pada tiga alternatif strategi yang muncul pada tahap pencocokan dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terletak pada strategi alternatif 3 “meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan dan produk” yaitu sebesar

6,185. Strategi alternatif “meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan dan produk” diharapkan dapat menjadi solusi yang di pertimbangkan untuk studi kasus jasa pelayan teknis permesinan dan pekerjaan logam sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualannya.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya hingga akhir pembahasan, maka kesimpulan untuk strategi pengembangan usaha jasa pelayanan teknis permesinan dan pekerjaan logam Usaha Permesinan Indutsri sebagai berikut :

Pada tahap pengumpulan data berdasarkan identifikasi melalui teknik *focus group discussion* didapatkan kriteria faktor internal dan eksternal, Selanjutnya perolehan perhitungan data *evaluasi factor internal* (IFE). Nilai IFE untuk Usaha Permesinan Indutsri sebesar 3,10 dengan skala 1–4, memungkinkan memanfaatkan faktor kekuatan yang ada untuk meminimalkan tingkat faktor kelemahan. Dan untuk perolehan perhitungan data *evaluasi factor Eksternal* (EFE). Nilai EFE untuk Usaha Permesinan Indutsri sebesar 2,73 dengan skala 1–4, memungkinkan untuk memanfaatkan peluang yang ada untuk meminimalkan tingkat ancaman.

Pada tahap keputusan menggunakan matrik QSPM yang didasarkan pada tiga alternatif terpilih yang didapat pada tahap keputusan, sebagai berikut : Alternatif 1 : Memperluas jaringan untuk menambah konsumen, Alternatif 2 : Memberikan keringanan jasa pengiriman barang dengan harga rendah, Alternatif 3 : Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan dan produk. Dari tabel 4.11 diketahui bahwa alternatif strategi untuk Usaha Permesinan Indutsri nilai tertinggi terletak pada strategi alternatif 3 “Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan dan produk” yaitu sebesar 6,42. Alternatif tersebut sangat efektif untuk menjadi rekomendasi sebagai alternatif utama pengembangan usaha jasa pelayanan teknis permesinan dan pekerjaan logam Usaha Permesinan Indutsri.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, G., Prasnowo, M. A., Rodli, A. F., & Hidayat, K. (2017). Pengembangan Sentra Industri Tas Dan Koper Tanggulangin Dalam Menghadapi MEA. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 9(1), 24–31.
- Aziza, N., Ekasari, R., Prasnowo, M. A., Setiawan, S., & Purnamasari, W. (2018). Pengembangan Kemampuan Enterpreneur Sebagai Upaya Meningkatkan Competitive Advantage UMKM di Desa Watu Golong Kec. Krian Kab. Sidoarjo. In *Proceedings of Annual Conference on Community Engagement* (pp. 865–871).
- Machmuda, M. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MEBEL DENGAN METODE SWOT PADA UD. BERKAH JAYA-PASURUAN. *Jurnal Valtech*, 1(1), 156–163.
- Nurlaela, S. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Melalui Penguatan Manajemen, Pemasaran, dan Keuanganindustri Kreatif Kerajinan Mebel Ekspor di Kabupaten Klaten.
- Prasnowo, M. A., Khomaruddin, A., & Hidayat, K. (2017). Strategi Pengembangan Sentra Industri Kecil Menengah Produksi Krupuk. *Teknika: Engineering and Sains Journal*, 1(1), 17–24.
- Rangkuti, F. (2004). Analisis SWOT membedah kasus bisnis. *PT. Gramedia Utama*.
- Tambunan, T. (2002). *Usaha kecil dan menengah di Indonesia: beberapa isu penting*. Salemba Empat.
- Wiraghani, S. R., & Prasnowo, M. A. (2017). Perancangan dan Pengembangan Produk Alat Potong Sol Sandal. *Teknika: Engineering and Sains Journal*, 1(1), 73–76.