

# STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN ROTAN

Muhammad Lucy Prasetyo

Teknik Industri, Fakultas Teknik  
Universitas Maarif Hasyim Latif, Sidoarjo, Indonesia  
e-mail : [Muhammad-lucy-prasetyo@student.umaha.ac.id](mailto:Muhammad-lucy-prasetyo@student.umaha.ac.id)

## ABSTRAK

Dalam menangani kompetisi bisnis yang semakin ketat UKM kerajinan rotan Indah Mandiri di Kecamatan Menganti membutuhkan suatu strategi untuk memunculkan kekuatan dan juga kelemahan dari segi internal dan eksternal dengan memperhatikan peluang serta ancaman terhadap usahanya, sehingga kedepannya dapat berkembang dan memenangkan persaingan. Strategi pengembangan usaha kerajinan rotan menggunakan analisis SWOT, penentuan faktor internal dan juga eksternal dilakukan berdasarkan teknik *fokus group discussion* (FGD). Tahap 1 adalah input yaitu penentuan nilai IFE dan EFE, alternatif strategi diperoleh dari perhitungan pada tahap pencocokan yaitu Matriks SWOT, dan matriks SPACE. Terakhir adalah tahap keputusan yang menggunakan matriks QSPM sebagai penentu alternatif strategi yang akan dijalankan. Diketahui bahwa alternatif strategi untuk kerajinan rotan Indah Mandiri nilai tertinggi terletak pada strategi alternatif yang ke 2 “pengembangan model produk baru dan meningkatkan kualitas produk” yaitu sebesar 5,80. Alternatif tersebut sangat efektif untuk menjadi rekomendasi sebagai alternatif utama pengembangan usaha kerajinan rotan Indah Mandiri.

Kata kunci: *strategi pengembangan, QSPM, SPACE, SWOT*

## PENDAHULUAN

Dalam perkembangannya setiap tahunnya jumlah UKM (usaha kecil menengah) semakin bertambah banyak, seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat sehingga persaingan dalam dunia usaha terutama UKM tidak bisa dihindari. Persaingan dalam dunia usaha dalam menghasilkan suatu produk dengan harga yang dapat di jangkau dengan kualitas yang mumpuni sampai sejauh ini sudah berkembang pesat, baik dalam skala yang kecil sampai skala yang besar terutama yakni UKM yang harus di kembangkan dengan baik sehingga dapat menjadi usaha yang tangguh dan terampil.

UKM sekarang berlomba-lomba untuk menghasilkan suatu produk yang berguna dan diterima oleh konsumen atau masyarakat, khususnya di Kabupaten Gresik terdapat beberapa UKM yang salah satu yakni kerajinan rotan, Di kecamatan menganti sendiri terdapat 4 ukm yang juga sama-sama membuat kerajinan dari rotan. Salah satu UKM yang membuat kerajinan rotan yakni Indah Mandiri. Usaha yang dimiliki oleh bapak supri' in ini merupakan usaha skala rumahan yang bergerak dalam bidang kerajinan yang memproduksi beberapa macam produk dengan bahan baku utamanya yaitu rotan. Usaha yang terletak di desa Beton RT.12 RW.04 kecamatan Menganti ini mampu di menghasilkan beberapa produk dari usaha kerajinan rotan ini, seperti

keranjang parcel, keranjang buah, tempat tisu, piring rotan. Dengan harga produk yang terjangkau yakni untuk keranjang parcel sebesar Rp.15.000, keranjang buah 8000, tempat tisu sebesar Rp.35.000 dan piring rotannya sebesar Rp.3000. Permasalahan yang terjadi di usaha skala rumahan milik pak supri' in ini masih terkendala terutama modal serta persaingan usaha yang dimilikinya dan juga masih minimnya pengetahuan tentang cara mengembangkan usahanya.

Perjalanan suatu usaha perlu adanya peningkatan dan pengembangan sehingga perlu adanya perumusan strategi pengembangan usaha yang tepat agar tujuan bisnis dapat tercapai, dengan demikian para pelaku usaha ini sangat membutuhkan suatu strategi yang dapat membantu menemukan kekuatan dan juga kelemahan dari segi internal ataupun eksternal dengan memperhatikan peluang dan ancaman terhadap usahanya, sehingga untuk kedepannya dapat berkembang, bertahan dan memenangkan persaingan dalam usaha tersebut. Melihat permasalahan diatas, Manajemen strategi berdasarkan teori (David, 2009) dapat digunakan untuk membantu perusahaan dalam merumuskan dan merencanakan strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha tersebut. Dengan tidak melupakan kapasitas dari perusahaan itu sendiri dan dapat dijadikan sebagai alat pendukung yang dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan juga peluang ataupun

ancaman yang ditimbulkan dari dalam maupun dari luar usaha.

Penelitian-penelitian yang terkait dengan pengembangan usaha pernah dilakukan oleh (Adriansyah, Prasnowo, Rodli, & Hidayat, 2017) tentang pengembangan sentra industri tas dan juga koper di tanggulangin demi menghadapi MEA. Penelitiannya dilakukan di tanggulangin dengan menggunakan metode desain deskriptif. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Adriansyah & Pramono, 2019) tentang perencanaan strategi PT. X dengan pendekatan manajemen strategi. Penelitiannya dilakukan di daerah Krian dengan menggunakan metode matriks SWOT, IE dan CPM. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Efendi & Prasnowo, 2019) tentang peningkatan pelayanan pada apartemen X dengan metode *human six sigma*. Penelitiannya dilakukan di Surabaya menggunakan metode kuantitatif, IFE, EFE dan SWOT. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Aziza, Ekasari, Prasnowo, Setiawan, & Purnamasari, 2018) tentang pengembangan kemampuan entrepreneur demi meningkatkan UMKM yang ada di Desa Watugolong Kec. Krian Kab. Sidoarjo. Penelitiannya dilakukan di Sidoarjo menggunakan metode metode SWOT.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Wiraghani&Prasnowo,2017) tentang perancangan dan pengembangan produk alat potong sol sandal, menggunakan metode *binary dominance matrix*, NPV dan PPA. (Vikaliana, 2017) tentang strategi pengembangan *dheline's cake brownies* gulung sebagai ikon kota bogor penelitiannya dilakukan di kota bogor selama 3 bulan dengan menggunakan metode *SWOT*. Dengan tahapan inputnya menggunakan IFE dan EFE lalu tahap pencocokannya menggunakan analisa SWOT dan tahap keputusannya menggunakan IE matriks. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Maemonah, 2015) tentang strategi pengembangan industri kecil gula aren di kecamatan limbangan kabupaten Kendal penelitian ini menggunakan metode strategi analisis *SWOT*. Penelitian juga dilakukan oleh (Prasnowo, Khomaruddin, & Hidayat, 2017) tentang strategi pengembangan industri kecil menengah produksi krupuk. Penelitian ini dilakukan di desa terik kec. krian kab. sidoarjo, metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan perumusan strategi *Frederick R. David* dengan tahapan inputnya menggunakan IFE, EFE dan CPM lalu tahap pencocokannya menggunakan SWOT, SPACE, BCG dan tahap keputusannya menggunakan QSPM.

Selanjutnya penelitian oleh (Afridhal, 2017) tentang strategi pengembangan usaha roti tanjung dikecamatan samalanga kabupaten bireuen penelitian ini dilakukan di kecamatan samalanga pada tanggal 10 november 2015, metode yang digunakan dalam penelitian ini analisis SWOT dengan tahapan input yakni menggunakan IFE, EFE, CPM dan tahap pencocokannya menggunakan SWOT, BCG, IE dan tahap keputusannya menggunakan QSPM.

Maka berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan di atas dilakukan penelitian tentang "Strategi Pengembangan Kerajinan Rotan Indah Mandiri di Desa Beton Kecamatan Menganti" agar dapat menyelesaikan masalah dalam pengembangan usaha yang berada di usaha skala rumahan kerajinan rotan Indah Mandiri.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi kasus dengan mempelajari keadaan objek penelitian secara intensif di Desa Beton Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik. Penelitian ini memusatkan pada strategi pengembangan usaha kerajinan rotan Indah Mandiri dengan melibatkan pemilik usaha dan beberapa pihak terkait. metode kerangka perumusan strategi yang digunakan untuk penelitian ini sebagai upaya untuk merumuskan strategi yang akan di rekomendasikan sesuai dengan atau oleh teori yang sudah dikemukakan oleh (David, 2009) terdiri dari beberapa tahapan.

Tahap pertama input atau disebut (input stage) yang isinya tentang informasi input awal yang digunakan demi menyelesaikan atau merumuskan suatu strategi dengan beberapa matrik yakni IFE, EFE, dan CPM. Lalu masuk ketahap kedua yakni pencocokan (matching stage). Berfokus pada pencocokan alternatif strategi yang bisa dipahami dengan melihat beberapa faktor eksternal dan internal. teknik tahap yang kedua yakni matriks kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (*SWOT*) dan matriks posisi strategis, evaluasi dan tindakan (*SPACE*). Kemudian masuk tahap yang terakhir yakni tahap keputusan atau disebut (*decision stage*), melibatkan satu matrik saja yakni matriks perencanaan strategi kuantitatif atau biasa disebut (QSPM). Matriks QSPM memakai informasi input di mulai dari tahap ke satu harus secara objektif demi mengevaluasi beberapa strategi alternatif yang bisa diidentifikasi ke dalam tahap selanjutnya atau kedua. QSPM memilih daya tarik relatif dari berbagai strategi dengan demikian bisa memberikan suatu landasan yang obyektif demi suatu pemilihan strategi alternatif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penjabaran hasil dan pembahasan telah diterangkan mengenai hasil dari beberapa pengolahan data matriks yang sudah disebutkan pada metode penelitian yakni IFE, EFE, CPM, SWOT, SPACE, dan QSPM.

Tabel 1. Hasil pengolahan dari matrik IFE

No	Faktor- faktor utama internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>				
1	Pelayanan lebih cepat dan tepat waktu	0,094	3,2	0,30
2	Varian atau model produk cukup banyak	0,076	2,6	0,20
3	Memiliki pekerja terampil	0,067	2,2	0,14
4	Lokasi usaha strategis dan juga mudah untuk dijangkau	0,080	2,8	0,22
5	Kualitas produk sangat baik	0,107	3,8	0,40
6	Memiliki cukup banyak konsumen	0,094	3,6	0,33
<b>Kelemahan</b>				
1	Biaya operasional terbatas	0,071	2,8	0,20
2	Promosi yang masih belum efektif	0,103	1,4	0,14
3	Belum adanya laporan keuangan yang tersusun dan tercatat dalam suatu buku laporan	0,076	2,4	0,18
4	Peralatan yang digunakan masih sederhana	0,085	1,8	0,15
5	Keterbatasan ruangan produksi	0,058	2,6	0,15
6	Tidak adanya tenaga marketing	0,085	1,8	0,15
<b>Total</b>				<b>2,56</b>

Dari tabel diatas internal faktor evaluasi atau IFE di usaha kerajinan rotan Indah Mandiri dapat diketahui nilai total dari beberapa kriteria yang sudah diolah dengan menggunakan data kuesioner FGD sebesar 2,56. Dengan nilai bobot terbesar kerajinan rotan Indah Mandiri pada faktor kekuatan ada di kriteria kualitas produk sangat baik dengan nilai sebesar 0,107 dan untuk nilai bobot terbesar di faktor kelemahan ada pada kriteria promosi yang masih belum efektif dengan nilai sebesar 0,103. Hasil perbandingan bobot tersebut menunjukkan bahwa kerajinan rotan Indah Mandiri dapat secara efektif memanfaatkan faktor kekuatan yang ada untuk meminimalkan tingkat faktor kelemahan.

Tabel 2. Pengolahan faktorer EFE

No	Faktor- faktor utama eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>				
1	Permintaan pasar terus meningkat	0,113	3,8	0,42
2	Pengembangan produk baru tiada batas	0,104	3,4	0,35
3	Munculnya penawaran kemudahan pinjaman modal di Bank	0,080	2,6	0,20
4	Munculnya beberapa aplikasi jual beli online yang bisa dimanfaatkan	0,109	3,4	0,37
5	Kebijakan pemerintah yang mendukung UKM	0,075	2,4	0,18
6	Ketersediaan lahan luas	0,052	2	0,10
<b>Ancaman</b>				
1	munculnya pesaing baru yang menjual produk yang sejenis	0,113	1,6	0,18
2	Harga produk pesaing lebih murah	0,109	1,6	0,17
3	Tenaga kerja pesaing lebih loyal	0,071	2,6	0,18
4	Harga bahan baku naik	0,113	1,6	0,18
5	Selera konsumen yang berubah	0,056	3,2	0,18
<b>Total</b>				<b>2,51</b>

Dari keterangan tabel eksternal faktor evaluasi (EFE) diatas telah diketahui jumlah nilai total sebesar 2,51. Untuk bobot terbesar pada faktor peluang ada pada kriteria permintaan pasar terus meningkat dengan nilai sebesar 0,113 dan untuk nilai bobot terbesar faktor ancaman ada pada kriteria pesaing baru yang menjual produk sejenis dan harga bahan baku naik dengan masing-masing sebesar 0,113. Hasil perbandingan bobot tersebut menunjukkan bahwa kerajinan rotan Indah Mandiri dapat secara efektif memanfaatkan peluang yang ada untuk meminimalkan tingkat ancaman.

Proses berikutnya adalah proses analisis profil pesaing, pada tahap ini pengolahan data dilakukan menggunakan matriks *competitive profil matrix* (CPM), matriks ini digunakan untuk mengidentifikasi pesaing utama kerajinan rotan Indah Mandiri di Desa Beton Kecamatan Menganti, juga mengetahui kekuatan ataupun kelemahan khusus mereka dalam hubungannya dengan posisi strategis pesaing. Penentuan pesaing dan faktor-faktor penting keberhasilan dilakukan dengan melakukan wawancara dan kuesioner melalui fokus grup diskusi dengan responden yang telah ditentukan..

Dari hasil pengolahan matriks CPM menunjukkan bahwa kerajinan rotan UD. RIZKY ADHY ROTAN dan juga kerajinan rotan Haji Haiyan merupakan pesaing utama kerajinan rotan Indah Mandiri di Kecamatan Menganti. Meskipun dilihat dari segi kualitas dan kepercayaan konsumen kerajinan rotan Indah Mandiri masih berada ditengah-tengah pesaingnya.

Akan tetapi masih perlu dilakukan evaluasi perbaikan untuk mengatasi kemunculan pesaing lain yang lebih handal pada masa yang akan datang.

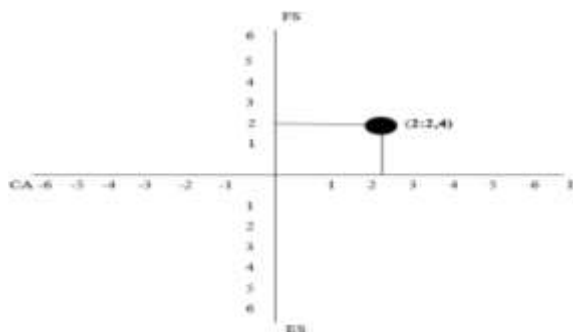
untuk tahap berikutnya tahap pencocokan yakni suatu langkah untuk mengembangkan alternatif strategi yang diolah kedalam beberapa matriks berdasarkan pada beberapa faktor internal dan juga faktor eksternal.

Tabel 3. Hasil matriks SWOT

INTERNAL	<b>KEKUATAN (S)</b> 1. pelayanan lebih cepat dan tepat waktu 2. Varian atau model produk cukup banyak 3. Memiliki pekerja terampil 4. Lokasi usaha strategis dan juga mudah untuk dijangkau 5. Kualitas produk sangat baik 6. Memiliki cukup banyak pembeli atau konsumen	<b>KELEMAHAN ( W )</b> 1. Biaya operasional terbatas 2. Promosi yang masih belum efektif 3. Belum adanya laporan keuangan yang tersusun dan tercatat dalam suatu buku laporan 4. Peralatan yang digunakan masih sederhana 5. keterbatasan ruangan produksi 6. tidak adanya tenaga marketing
EKSTERNAL	<b>STRATEGI ( S-O )</b> 1. Memperbanyak jaringan pasar dan distribusi untuk menambah konsumen (O1,S1, S4, S5,S6) 2. Menjaga kualitas produk untuk meningkatkan daya saing produk (S2,S5,O1,O2) 3. Memberikan harga yang ringan untuk jasa pengiriman produk (O1, O3, S1, S4,S5, S6) 4. Lebih sering mengikuti event pameran yang diadakan pemerintah kabupaten gresik (O1, O2, O5,S3, S5,S6)	<b>STRATEGI ( W-O )</b> 1. Membeli peralatan baru yang lebih modern untuk menunjang hasil produksi (W5, O3) 2. meningkatkan promosi yang masih kurang dengan memanfaatkan aplikasi jual beli online untuk menjangkau pasar lebih luas lagi (W3, O1,O3,O4) 3. Menambah pekerja di bagian ADMIN untuk mengelola buku laporan usaha (W2, W3, O4,) 4. meminjam modal di bank untuk menambah biaya operasional (W1,W2,W4,W5,O2,O3,O4,O5) 5. membangun tempat produksi baru (W5, O3,O5,O6)
<b>PELUANG (O)</b> 1. Permintaan pasar terus meningkat 2. Pengembangan model dan desain produk baru tiada batas 3. Munculnya penawaran kemudahan pinjaman modal di Bank 4. Munculnya beberapa aplikasi jual beli online yang bisa dimanfaatkan 5. Kebijakan pemerintah yang mendukung UKM 6. Ketersediaan lahan luas	<b>STRATEGI ( S-T )</b> 1. Pengembangan model produk baru dan meningkatkan kualitas produk (S1,S2,S5,S6,T1,T2,T5) 2. Menetapkan harga optimal dengan tetap mempertahankan kualitas produk yang baik (S5, S6, T1,T2,T4,T5) 3. Membuat kebijakan selain gaji juga memberi bonus ke pekerja. (S3, T3.)	<b>STRATEGI ( W-T )</b> 1. Menambah tenaga marketing untuk mengelola pemasaran produk (T1,T2,T3,T5,W2,W6) 2. Menambah sarana maupun prasarana produksi agar bisa bersaing (T1,T2,T,3, W4,)
<b>ANCAMAN ( T )</b> 1. munculnya pesaing baru yang menjual produk yang sejenis 2. Harga produk pesaing lebih murah 3. Tenaga kerja pesaing lebih loyal 4. Harga bahan baku naik 5. Selera konsumen yang berubah		

Dari keterangan matrik SWOT diatas diketahui jumlah 14 alternatif strategi yang dapat dijadikan suatu strategi yang akan dikerucutkan kembali kedalam matriks SPACE.

Matriks SPACE merupakan kerangka empat kuadaran yang menunjukkan alternatif strategi yang akan dilakukan usaha pengembangan kerajinan rotan Indah Mandiri di Desa Beton, strategi empat kuadaran tersebut terdiri dari, strategi agresif, strategi konservatif, strategi defensif, dan strategi kompetitif.



Gambar 1 . grafik matrik SPACE

Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa posisi UKM kerajinan Rotan Indah Mandiri terletak pada kuadran agresif (*aggressive quadrant*) dikarenakan kuadran tersebut terdapat pada faktor Financial Strength dan Internal Strength. Faktor ini ada di dalam posisi yang dapat dikatakan baik demi menggunakan kekuatan internal seperti strategi penetrasi pasar, pengembangan produk, integrasi kebelakang, integrasi kedepan, lalu integrasi horizontal, diversifikasi, ataupun kombinasi kesemuanya itu menjadi pilihan yang masuk akal, tergantung pada situasi khusus yang dihadapi oleh perusahaan.

Untuk selanjutnya masuk kedalam tahap yang terakhir yakni tahap keputusan . dalam tahap ini digunakan matriks perencanaan kuantitatif (QSPM). Pengolahan data yang digunakan matriks ini menggunakan analisis penggabungan pada setiap tahap sehingga alternatif perumusan strategi yang ditentukan merupakan hasil pengolahan dari tahap-tahap sebelumnya. Berikut hasil analisis strategi yang dihasilkan matrik SWOT dan juga SPACE.

Hasil analisis alternatif strategi dari matriks SWOT diantaranya yakni.

1. Memperbanyak jaringan pasar dan distribusi untuk menambah konsumen
2. Menjaga kualitas produk untuk meningkatkan daya persaingan suatu produk
3. Memberikan harga yang ringan untuk jasa pengiriman produk
4. Lebih sering mengikuti event pameran yang diadakan pemerintah Kabupaten Gresik
5. Membeli peralatan baru yang lebih modern untuk menunjang hasil produksi
6. Meningkatkan promosi yang masih kurang dengan memanfaatkan media sosial maupun aplikasi jual beli online demi menjangkau pasar jauh lebih luas lagi
7. Menambah pekerja dibagian ADMIN untuk mengelola laporan usaha
8. Meminjam modal di Bank untuk menambah biaya operasional
9. Membangun atau memperluas tempat produksi baru
10. pengembangan model produk baru dan meningkatkan kualitas produk
11. Menetapkan harga yang optimal dengan tetap mempertahankan kualitas produk
12. Membuat kebijakan selain gaji juga memberi bonus ke pekerja
13. Menambah tenaga marketing untuk mengelola pemasaran produk
14. Menambah sarana dan juga prasarana produksi agar dapat bersaing.

Hasil analisis pengerucutan alternative strategi oleh matriks SPACE yakni.

1. Memperbanyak jaringan pasar dan distribusi untuk menambah konsumen
2. Meningkatkan promosi yang masih kurang dengan memanfaatkan media sosial maupun aplikasi jual beli online demi menjangkau pasar jauh lebih luas lagi.
3. Membeli peralatan baru yang lebih modern untuk menunjang hasil produksi
4. Menambah tenaga marketing untuk mengelola pemasaran
5. Memberikan harga yang ringan untuk jasa pengiriman produk
6. Meminjam modal di Bank untuk menambah biaya operasional
7. Pengembangan model produk baru dan meningkatkan kualitas produk

Dari berbagai alternatif diatas di jelaskan terdapat tiga alternatif yang di seleksi dengan menggunakan teknik *focus group discussion*, yaitu. **Alternatif1** Memperbanyak jaringan pasar dan distribusi untuk menambah konsumen, **Alternatif 2** pengembangan model produk baru dan meningkatkan kualitas produk , dan **Alternatif 3** Meningkatkan promosi yang masih kurang dengan memanfaatkan media sosial dan aplikasi jual beli online untuk menjangkau pasar yang jauh lebih luas lagi.

Setelah melakukan beberapa analisa dalam tahap input menggunakan *internal Factors Evaluation* (IFE), *eksternal Factors Evaluation* (EFE) dan juga *Competitive Profile Matrix* (CPM). Lalu masuk dalam tahap pencocokan menggunakan *Strength-weaknes-Opportunities-Threat* (SWOT), dan *Strategic Position And Action Evaluation* (SPACE). Dan yang Terakhir yakni mengevaluasi alternatif strategi dan menentukan strategi yang akan digunakan atau dipakai di dalam tahap keputusan dengan memakai *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Tabel matriks QSPM yang terdiri dari 3 alternatif terpilih yang merupakan hasil dari seleksi dengan FGD. Sehingga dapat dibentuk matriks QSPM pada tabel yang dapat dilihat dibawah ini.

Tabel 4. Hasil matriks QSPM

Alternatif Strategi		ALTERNATIF 1		ALTERNATIF 2		ALTERNATIF 3	
Faktor-faktor Utama	BOBOT	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
<b>Faktor-faktor Internal Utama</b>							
pelayanan lebih cepat dan tepat waktu	0,09	3	0,27	2	0,18	4	0,36
Varian atau model produk cukup banyak	0,08	3	0,24	4	0,32	4	0,32
Memiliki pekerja terampil	0,07	2	0,14	2	0,14	2	0,14
Lokasi usaha strategis dan juga mudah untuk dijangkau	0,08	3	0,24	4	0,32	4	0,32
Kualitas produk sangat baik	0,11	2	0,22	3	0,33	2	0,22
memiliki cukup banyak konsumen	0,09	3	0,27	3	0,27	3	0,27
Biaya operasional terbatas	0,07	2	0,14	3	0,21	3	0,21
Promosi yang masih belum efektif	0,10	3	0,30	3	0,30	3	0,30
Belum adanya laporan usaha keuangan yang tersusun dan tercatat dalam suatu buku laporan	0,08	4	0,32	3	0,24	2	0,16
Peralatan yang digunakan masih sederhana	0,08	2	0,16	3	0,24	2	0,16
Keterbatasan ruangan produksi	0,06	2	0,12	3	0,18	2	0,12
Tidak adanya tenaga marketing	0,08	3	0,24	3	0,24	3	0,24
<b>Faktor-faktor Eksternal Utama</b>							
Permintaan pasar terus meningkat	0,11	4	0,44	4	0,44	4	0,44
Pengembangan produk baru tiada batas	0,10	3	0,30	3	0,30	3	0,30
Munculnya penawaran kemudahan pinjaman modal di Bank	0,08	2	0,16	3	0,24	3	0,24
Munculnya beberapa aplikasi jual beli online yang bisa dimanfaatkan	0,10	3	0,30	3	0,30	3	0,30
Kebijakan pemerintah yang mendukung UKM	0,07	2	0,14	2	0,14	1	0,07
Ketersediaan lahan luas	0,05	2	0,10	2	0,10	2	0,10
Munculnya pesaing baru yang menjual produk yang sejenis	0,11	3	0,33	4	0,44	4	0,44
Harga produk pesaing lebih murah	0,11	4	0,44	3	0,33	3	0,33
Tenaga kerja pesaing lebih loyal	0,07	2	0,14	2	0,14	3	0,14
Harga bahan baku naik	0,11	4	0,44	2	0,22	2	0,22
Selera konsumen yang berubah	0,06	3	0,18	3	0,18	3	0,18
<b>Total</b>	<b>2,00</b>		<b>5,43</b>		<b>5,80</b>		<b>5,58</b>

Keterangan.

1. Nilai bobot berdasarkan dari perhitungan matriks EFE dan matriks IFE pada tabel 4.9 dan juga pada tabel 4.10
2. Nilai *Attractive Score* atau disingkat(AS) di peroleh dengan melakukan atau menggunakan teknik *focus group discussion* dengan nilai skala 1 sampai dengan 4
3. Nilai Total *Attractive Score* atau disingkat (TAS) adalah suatu perkalian antara nilai bobot dengan nilai AS

Dari hasil pengolahan matriks QSPM yang didasarkan pada tiga alternatif strategi yang muncul pada tahap pencocokan telah di ketahui bahwa nilai yang tertinggi terletak di strategi alternatif yang ke 2 yakni “pengembangan model produk baru dan meningkatkan kualitas produk” yaitu sebesar 5,80. Strategi alternatif yang ke 2 “pengembangan model produk baru dan meningkatkan kualitas produk” di harapkan dapat menjadi suatu solusi yang dapat dipertimbangkan

untuk studi kasus kerajinan Rotan Indah Mandiri agar dapat meningkatkan dan mengembangkan usaha dalam hal desain model produk baru, agar produk yang dibuat dapat memikat hati konsumen dan juga bisa menambah jumlah keuntungan untuk kerajinan Rotan Indah Mandiri.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan dan diolah, maka kesimpulan untuk strategi pengembangan usaha kerajinan rotan Indah Mandiri yakni Strategi untuk pengembangan UKM kerajinan rotan Indah Mandiri yang diolah dari matrik *SWOT* lalu dikerucutkan lagi ke matriks *SPACE*, telah diketahui bahwa posisi kerajinan rotan Indah Mandiri berada pada kuadran agresif (*aggressive quadrant*) dan hasilnya terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan, diantaranya yakni Memperbanyak jaringan pasar dan distribusi untuk menambah konsumen, Meningkatkan promosi yang masih kurang dengan memanfaatkan media sosial maupun aplikasi jual beli online demi menjangkau pasar lebih luas lagi,

Membeli peralatan baru yang lebih modern untuk menunjang hasil produksi, Menambah tenaga marketing untuk mengelola pemasaran, Memberikan harga yang ringan untuk jasa pengiriman produk, meminjam modal di Bank untuk menambah biaya operasional dan yang terakhir Pengembangan model produk baru dan meningkatkan kualitas produk.

Kemudian pada tahap keputusan yang telah menggunakan matriks QSPM yang didasarkan pada tiga alternatif terpilih yang sudah didapat pada tahap keputusan, yakni Memperbanyak jaringan pasar dan distribusi untuk menambah konsumen, pengembangan model produk baru dan meningkatkan kualitas produk, dan yang terakhir meningkatkan promosi yang masih kurang dengan memanfaatkan media sosial dan aplikasi jual beli online untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Dari analisis diketahui bahwa alternatif strategi untuk kerajinan rotan Indah Mandiri nilai tertingginya terletak pada strategi alternatif "pengembangan model produk baru dan meningkatkan kualitas produk" yaitu sebesar 5,80. Alternatif tersebut sangat bias digunakan untuk menjadi rekomendasi sebagai alternatif utama pengembangan usaha kerajinan rotan Indah Mandiri di Kecamatan Menganti.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, G., & Pramono, A. (2019). PERENCANAAN STRATEGI PT. X DENGAN PENDEKATAN MANAJEMEN STRATEGI. *JISO: Journal of Industrial and Systems Optimization*, 2(1), 37-42.
- 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.
- Afridhal, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Jurnal Sains Pertanian*, 1(3).
- 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).
- David, F. R. (2009). *Strategic Management: Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta [ID]. Penerbit Salemba Empat.
- Efendi, N., & Prasnowo, M. A. (2019). STRATEGI PENINGKATAN PELAYANAN PADA APARTEMEN X DENGAN METODE HUMAN SIGMA. *JISO: Journal of Industrial and Systems Optimization*, 1(1), 29-38.
- Maemonah, S. (2015). Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal. *Economics Development Analysis Journal*, 4(4), 414-426.
- 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.
- Vikaliana, R. (2017). STRATEGI PENGEMBANGAN DHELINE'S CAKE BROWNIES GULUNG SEBAGAI ICON KOTA BOGOR. *Economicus*, 8(1), 44-53.
- Wiraghani, S. R., & Prasnowo, M. A. (2017). Perancangan dan Pengembangan Produk Alat Potong Sol Sandal. *Teknika: Engineering and Sains Journal*, 1(1), 73-76.