

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA *FURNITURE* ROTAN  
(STUDI KASUS : UKM ROTAN DESA TRANGSAN)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I  
pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik**

**Oleh:**

**NUR FAUZAN  
D600170006**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA *FURNITURE* ROTAN  
(STUDI KASUS : UKM ROTAN DESA TRANGSAN)**

**PUBLIKASI ILMIAH**

Oleh

**NUR FAUZAN**  
**D600170006**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen  
Pembimbing



**Dr. Ir. Suranto, S.T., M.M.**  
**NIK. 797**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA *FURNITURE* ROTAN  
(STUDI KASUS : UKM ROTAN DESA TRANGSAN)**

**OLEH**  
**NUR FAUZAN**  
**D600170006**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Teknik  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada Hari Sabtu, 11 Desember 2021  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Dewan Penguji :**

1. **Dr. Ir. Suranto, ST, MM.**

(Ketua Dewan Penguji)

2. **Ir. Etika Muslimah, S.T., M.T**

(Anggota 1 Dewan Penguji)

3. **Ir. Hafidh Munawir, S.T., MEng**

(Anggota 2 Dewan Penguji)

()  
()  
()

**Dekan,**



**Rois Fatoni, S.T., M.Sc., Ph.D.**  
**NIK. 892**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis akan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 23 November 2021

Penulis



Nur Fauzan

## **STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA *FURNITURE* ROTAN (STUDI KASUS : UKM ROTAN DESA TRANGSAN)**

### **Abstrak**

Industri rotan Trangsan dalam menjalankan bisnisnya ditemukan berbagai kendala yang terjadi seperti terbatasnya tenaga kerja ahli, kurangnya modal untuk mengembangkan usaha, persaingan bisnis yang cukup ketat antar pengrajin, pemasaran yang belum efektif, sulitnya mendapatkan bahan baku rotan, harga bahan baku yang tidak menentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dari pelaku UKM Rotan dan merancang alternatif-alternatif strategi untuk mengembangkan usaha furniture rotan yang berada di Sentra Industri Rotan Trangsan Kabupaten Sukoharjo. Penelitian ini menggunakan metode Analisis SWOT dan QSPM. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui strategi apa yang dapat diterapkan bagi pelaku usaha berdasarkan kondisi nyata yang ada, dimana kekuatan dan kelemahan dari pengusaha digunakan untuk identifikasi lingkungan internal yang kemudian akan dibandingkan dengan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal untuk menentukan alternatif strategi. Sedangkan QSPM digunakan untuk menilai dan mencari prioritas dari alternatif strategi agar para pelaku usaha furniture dapat berkembang dan bersaing dipasaran. Data dalam penelitian ini didapatkan dari penyebaran kuisioner kepada pelaku usaha furniture rotan yang berada di Dk. Jamur, Trangsan, Gatak, Kabupaten Sukoharjo dengan jumlah sampel sebanyak 30 UKM Rotan. Hasil penelitian ini adalah didapatkan urutan prioritas strategi pertama yaitu Strategi memanfaatkan dukungan pemerintah untuk meningkatkan mutu produk dengan harga yang murah dan berkualitas dengan nilai TAS 5,76587 dan prioritas strategi terakhir strategi menyiapkan stok bahan baku untuk menghindari fluktuasi harga bahan baku dan sulit nya mencari bahan baku dengan nilai TAS 5,38197.

**Kata Kunci :** Furniture Rotan, Analisis Swot, QSPM, Pengembangan Usaha

### **Abstract**

Trangsan rattan industry in running its business found various obstacles that occurred such as limited expert labor, lack of capital to develop the business, fairly tight business competition between craftsmen, marketing that has not been effective, difficulty getting rattan raw materials, uncertain raw material prices. This research aims to identify various internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) from Rattan SMEs and design alternative strategies to develop rattan furniture businesses located in the Trangsan

Rattan Industrial Center of Sukoharjo Regency. This research uses SWOT and QSPM Analysis methods. SWOT analysis is used to find out what strategies can be applied to business actors based on existing real conditions, where the strengths and weaknesses of entrepreneurs are used to identify the internal environment which will then be compared with opportunities and threats from the external environment to determine alternative strategies. While QSPM is used to assess and seek priorities from alternative strategies so that furniture businesses can develop and compete in the market. The data in this study was obtained from the dissemination of questionnaires to rattan furniture businesses located in Dk. Jamur, Trangsan, Gatak, Sukoharjo Regency with a sample number of 30 Rattan SMEs. The results of this study are obtained the first strategic priority sequence, namely the strategy of utilizing government support to improve the quality of products at a low price and quality with a TAS value of 5.76587 and the priority of the last strategy strategy of preparing raw material stocks to avoid fluctuations in raw material prices and its difficulty finding raw materials with a TAS value of 5.38197.

**Keywords:** Rattan Furniture, SWOT Analysis, QSPM, Business Development

## 1. PENDAHULUAN

Rotan adalah hasil hutan bukan kayu yang dapat dijadikan bahan baku untuk industri atau pabrik. Indonesia merupakan negara yang memiliki hasil rotan terbesar didunia. Setiap tahun sebanyak 80% komoditas rotan mentah untuk bahan baku industri yang ada didunia berasal dari Indonesia (Maulana dan Suharno 2016). Hasil tersebut didapat sebagian besar dari hutan-hutan yang tersebar di pulau Sumatra, Sulawesi, dan Kalimantan dengan luas area hutan rotan sebesar 10 juta hektar dan hasil rotan sebanyak 600 ribu ton rotan per tahun (Idris 2014). Dengan tersedianya bahan baku rotan tersebut sektor industri pengolahan rotan yang terdapat di Indonesia juga sangatlah banyak. Pemilihan rotan sebagai bahan baku industri karena mempunyai berbagai keunggulan yaitu lentur, ringan, kuat, dan memiliki harga yang cukup terjangkau. Pemanfaatan rotan pada industri kecil seperti digunakan sebagai bahan kerajinan anyaman, furniture dan mebel. Di Indonesia UKM merupakan salah satu penggerak perekonomian yang sangat penting, oleh karena itu sektor UKM memiliki persebaran paling banyak. Menurut data Kementrian Koperasi Kecil dan Menengah yang diambil dari data Badan Pusat Statistik jumlah unit usaha UKM sebesar 64 juta atau 99% dari total

perusahaan yang ada di Indonesia. Salah satunya adalah UKM yang tergabung pada kluster Desa Wisata Rotan Trangsan yang dikenal sebagai sentra industri pengolahan furniture rotan di wilayah Kabupaten Sukoharjo.

Sejarah terbentuknya Desa Trangsan menjadi desa wisata rotan cukup panjang. Dulunya Trangsan adalah desa biasa dengan mayoritas penduduk yang bekerja sebagai petani dan mulai berubah sejak berkembangnya dunia industri furniture. Pada jaya-jaya nya Desa Trangsan mampu mengekspor 400 an kontainer setiap bulannya, namun sejak terjadinya krisis global pada tahun 2007 silam permintaan pasar global sempat menurun dan terjadi pasang surut. Setelah menurunnya permintaan *furniture* rotan di pasar dunia pada tahun 2008 hingga tahun 2015 akhirnya terlahir gagasan baru yang menjadikan desa Trangsan menjadi desa wisata berbasis edukasi tentang kerajinan rotan yang dipelopori ketua kluster kerajinan rotan dengan didukung oleh Bank Indonesia pada 16 Oktober 2016. Menjadi sentra industri pengrajin dan pengolahan rotan terbesar di Jawa Tengah menjadikan desa Trangsan bersungguh- sungguh mengembangkan sumber daya dan potensi untuk mengangkat ekonomi di sektor wisata berbasis edukasi. Hingga saat ini pada tahun 2021 terdapat lebih dari 200 pengusaha yang bergerak di bidang industri pengrajin rotan. Saat ini hasil *furniture* yang dihasilkan oleh para pengusaha di Desa Trangsan merupakan penghasil komoditas *furniture* dengan kualitas terbaik di Indonesia.

Persaingan yang timbul pada UKM sendiri didasari oleh beberapa faktor yang dapat memengaruhi tingkat kesuksesan sebuah UKM tersebut, misalnya faktor organisasi, inovasi, lingkungan, serta bagaimana kemampuan UKM itu sendiri dalam menguasai produk dan pasar. Sebagai contoh kemampuan UKM dalam menguasai organisasi yaitu memiliki struktur organisasi yang jelas dengan membentuk bagan organisasi, sehingga dapat saling menghargai antar karyawan dan atasan, keterbukaan antar atasan dengan bawahan, dan adanya rasa aman yang timbul dengan asuransi yang ada. Contoh UKM dalam menguasai inovasi adalah kemampuan UKM dalam mengembangkan produknya, sebagai contoh pelaku usaha mampu memberikan penyegaran produk yang baru seperti dari motif, bentuk produk dan kualitas produk. Untuk faktor lingkungan yaitu dengan

memberikan tempat kerja yang nyaman, kemudian karyawan memiliki jadwal kerja yang standar sesuai peraturan pemerintah, dan memiliki budaya K3 (Keselamatan, Kesehatan, Kerja) dalam menjalankan bisnisnya. Penguasaan produk di pasaran yaitu UKM mampu bersaing dengan UKM lain. Contohnya yaitu memberikan harga yang bersaing, produk yang ditawarkan sangat inovatif dan banyak pilihan atau alternatif produk, peningkatan penjualan produk di pasaran, dan jangkauan wilayah luas ke beberapa daerah. Menghadapi permasalahan tersebut, industri kreatif lokal harus mempersiapkan diri dengan berbagai strategi, melalui perbaikan daya saing produk dan produktivitas kerja pemasaran yang baik pada level nasional, regional maupun global (Suranto dan Pratiwi 2020).

Pelaku usaha *furniture* rotan yang ada di Desa Trangsan terbagi menjadi 2 kelompok industri, yaitu terdapat kelompok industri kecil dan kelompok industri besar. Dalam menjalankan bisnisnya, industri dengan skala kecil yaitu para pelaku usaha pengrajin rotan rumahan ditemukan berbagai kendala yang terjadi, permasalahan tersebut seperti terbatasnya tenaga kerja ahli, kurangnya modal untuk mengembangkan usaha, persaingan bisnis yang cukup ketat antar pengrajin, pemasaran yang belum efektif, sulitnya mendapatkan bahan baku rotan, harga bahan baku yang tidak menentu.

Selain itu kondisi ekonomi Indonesia saat ini sedang mengalami pasang surut akibat adanya pandemi Covid 19. Pada pertengahan tahun 2020 pandemi yang terjadi sangat berdampak kepada beberapa pengrajin rotan, menurut keterangan ketua klaster rotan Trangsan saat ini yaitu Bapak Suparji ada sebagian pengrajin yang sempat menghentikan produksinya, akibatnya para pelaku usaha *furniture* rotan yang ada disana sulit untuk mengembangkan usahanya. Pada awal tahun 2021 hingga saat ini industri rotan yang ada di Desa Trangsan mulai berjalan dan membangun kembali proses produksinya.

Mengacu pada analisis situasi di atas juga melihat langsung realita yang terjadi dalam masyarakat di Dusun Jamur, masalah yang paling penting adalah penyerapan aspek ilmu ekonomi baik konsep persaingan bisnis maupun kelangsungan usaha. Ditambah kurangnya kemampuan anggota UKM dalam

berorganisasi memperlambat perkembangan wirausaha bagi kesejahteraan dan kelangsungan industri *furniture* rotan. Pentingnya Pengembangan UKM industri *furniture* rotan untuk menciptakan jiwa kewirausahaan maka dilakukan penelitian ini yang dikembangkan atas dasar konsep pengembangan aspek Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) dengan pendekatan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

Pengembangan strategi ini diperlukan oleh para pelaku usaha khususnya bagi industri skala kecil yang ada di Desa Trangsan agar dapat menghadapi persaingan bisnis yang ada serta memberikan pedoman kepada para pelaku usaha dalam pengembangan bisnisnya agar usaha yang dijalankan dapat bertahan. Karena untuk pengusaha *furniture* rotan dengan skala rumahan masih banyak memiliki keterbatasan, seperti belum memiliki tenaga ahli dan masih lemahnya organisasi dalam menjalankan bisnisnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil tema tentang Strategi Pengembangan Usaha Furniture Rotan pada desa wisata rotan Trangsan di Sukoharjo dengan menggunakan Metode Analisis SWOT dan QSPM. Penelitian ini memiliki tujuan untuk merumuskan alternatif strategi dalam mengembangkan bisnis bagi pelaku UKM Rotan. Metode Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi secara sistematis guna mengetahui strategi apa yang dapat diterapkan bagi pelaku usaha berdasarkan kondisi nyata yang ada, dimana kekuatan dan kelemahan dari pengusaha digunakan untuk identifikasi lingkungan internal yang kemudian akan dibandingkan dengan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal untuk menentukan alternatif strategi (Suranto dan Agus Yulianto 2018). Sedangkan QSPM digunakan untuk menilai dan mencari prioritas dari alternatif strategi agar para pelaku UKM Rotan dapat berkembang dan bersaing dipasaran.

## **2. METODE**

Objek penelitian ini adalah pelaku UKM Rotan Dusun Jamur yang berlokasi di Desa Trangsan, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Desa ini menjadi sentra pengolahan rotan yang berada di Sukoharjo. Dalam penelitian ini menggunakan

metode Analisis SWOT dan QSPM. Analisis SWOT merupakan alat yang digunakan untuk perencanaan strategis dan manajemen strategis di dalam suatu organisasi, metode ini digunakan secara efektif untuk dapat membangun strategi organisasi dan strategi bersaing. Analisis ini berupa diagram hubungan yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor secara sistematis dengan memaksimalkan dua sudut pandang yaitu faktor internal organisasi Kekuatan (*Strengths*), Kelemahaan (*Weakness*) dan faktor eksternal organisasi Peluang (*Opportunities*), Ancaman (*Threats*) (Suranto 2016). Sedangkan QSPM bertujuan untuk menentukan kepentingan penerapan metode yang berbeda secara komparatif. Hasil analisis QSPM berupa strategi signifikansi yang dapat diterapkan oleh perusahaan (Suhardi 2011).

Penelitian ini menggunakan 8 variabel kunci SWOT yaitu kinerja sumber daya manusia, inovasi, orientasi kewirausahaan, organisasi, peranan teknologi, orientasi pasar, daya saing, dan bahan baku (Suranto 2016). Populasi dari penelitian ini adalah keseluruhan kelompok pengrajin rotan pada dusun Jamur Desa Wisata Rotan Trangsan Sukoharjo dengan keseluruhan populasi yaitu 30 UKM Pengrajin rotan. Menurut Sugiyono dikutip dari Dewi (2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini mengambil sampel dengan menggunakan cara *purposive sampling*, yaitu suatu cara pengumpulan data dengan mengambil elemen atau anggota populasi secara keseluruhan data Fathoni dkk (2019), dengan menggunakan seluruh populasi yang ada yaitu sejumlah 30 UKM.

Pada penelitian ini data yang diperlukan adalah berupa data primer dan data sekunder. Data primer berupa hasil observasi yang dilakukan secara langsung di lokasi penelitian dengan melakukan wawancara kepada pihak ketua Klaster dan pelaku usaha pengrajin Rotan di Desa Trangsan, Kabupaten Sukoharjo. Data sekunder berupa data yang diperoleh secara tidak langsung seperti referensi buku, artikel, jurnal, naskah publikasi dan internet yang berhubungan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data yaitu dengan Wawancara, kuisisioner/angket, dan dokumentasi.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

##### 3.1.1 Uji Validitas

Pada penelitian dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner, penting dilakukan pengujian validitas guna mengetahui apakah setiap pernyataan yang termuat dalam kuesioner dapat dikatakan valid. Hasil rekapitulasi pengujian data dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rekapitulasi Uji Validitas

Uji Validitas				
No	Indikator	R-hitung	R-tabel	Keterangan
1	V1	0,402	0,361	Valid
2	V2	0,404	0,361	Valid
3	V3	0,452	0,361	Valid
4	V4	0,449	0,361	Valid
5	V5	0,406	0,361	Valid
6	V6	0,38	0,361	Valid
7	V7	0,479	0,361	Valid
8	V8	0,418	0,361	Valid
9	X1	0,709	0,361	Valid
10	X2	0,665	0,361	Valid
11	X3	0,63	0,361	Valid
12	X4	0,602	0,361	Valid
13	X5	0,425	0,361	Valid
14	X6	0,638	0,361	Valid
15	X7	0,657	0,361	Valid
16	X8	0,684	0,361	Valid
17	Y1	0,484	0,361	Valid
18	Y2	0,419	0,361	Valid
19	Y3	0,669	0,361	Valid
20	Y4	0,48	0,361	Valid
21	Y5	0,416	0,361	Valid
22	Y6	0,589	0,361	Valid
23	Y7	0,478	0,361	Valid
24	Y8	0,49	0,361	Valid
25	Z1	0,694	0,361	Valid
26	Z2	0,724	0,361	Valid
27	Z3	0,567	0,361	Valid

Uji Validitas				
No	Indikator	R-hitung	R-tabel	Keterangan
28	Z4	0,513	0,361	Valid
29	Z5	0,509	0,361	Valid
30	Z6	0,774	0,361	Valid
31	Z7	0,676	0,361	Valid
32	Z8	0,684	0,361	Valid

Pada hasil pengolahan data pada tabel 3.1 seluruh indikator mendapatkan nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel, maka dapat ditarik keputusan bahwa seluruh indikator atau item kuesioner dapat dinyatakan valid.

### 3.1.2 Uji Reliabilitas

Pada pengujian reliabilitas penelitian menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* untuk mengetahui konsistensi indikator dari kuesioner, apakah indikator dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Sebuah atribut dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0.60 (Yusup 2018). Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 3.2 dibawah.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0,772	32

Berdasarkan Tabel 3.2 didapat nilai *Cronbach's Alpha* 0.772. Nilai tersebut lebih besar dari 0.60 maka atribut tersebut dapat dikatakan reliabel dan memiliki tingkat reliabilitas sangat tinggi.

## 3.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode yang dipakai untuk merancang alternatif strategi dari suatu perusahaan atau organisasi dengan cara mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal.

### 3.2.1 Identifikasi Faktor Internal

Identifikasi faktor internal perusahaan dilakukan untuk mengetahui informasi mengenai apa saja kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Kekuatan disini adalah segala aspek yang menguntungkan dari para pelaku UKM

Rotan untuk mencapai keberhasilan, sedangkan kelemahan disini adalah segala sesuatu yang dapat mengurangi suatu keberhasilan dari UKM Rotan yang sifatnya merugikan. Berikut hasil identifikasi faktor internal dari pelaku UKM Rotan yang ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Identifikasi Faktor Internal

Faktor Internal	Indikator
Strenghts	Mutu Produk Yang Berkualitas
	Ketrampilan SDM Yang Mumpuni
	Menggunakan Bahan Baku Yang Berkualitas
	Dapat Menciptakan Produk Sesuai Permintaan Konsumen
	Originalitas Produk
	Harga Produk Yang Bersaing
	Jangkauan Pasar Yang Luas
Weakness	Produk Yang Dihasilkan Menarik Konsumen
	Aktivitas Promosi Yang Belum Masif
	Perencanaan efisiensi waktu yang kurang maksimal
	Terbatasnya Modal Usaha
	Struktur Organisasi Yang Belum Maksimal
	Terbatasnya Tenaga Kerja Terampil
	Segmen Pasar Yang Terbatas
Pemecahan Permasalahan Yang Belum Maksimal	
Jarang Adanya Pelatihan SDM	

### 3.2.2 Identifikasi Faktor Eksternal

Identifikasi faktor eksternal perusahaan dilakukan untuk mengetahui informasi mengenai apa saja peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan. Peluang disini adalah segala aspek elemen dari luar UKM Rotan yang ketika dimanfaatkan dapat menjadi sebuah keuntungan, sedangkan ancaman disini merupakan segala aspek dari luar perusahaan yang bersifat merugikan perusahaan. Berikut hasil identifikasi faktor eksternal dari pelaku UKM Rotan yang ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Identifikasi Faktor Eksternal

Faktor Eksternal	Indikator
Opportunities	Kolaborasi Antara Pengusaha dan Masyarakat Yang Baik Tingginya Minat Beli Masyarakat Akan Furniture Rotan Dukungan Teknologi Terhadap Proses Produksi

Faktor Eksternal	Indikator
	Letak Tempat Usaha Yang Strategis Pelayanan Perizinan Yang Mudah Adanya Kemudahan Informasi Pengarjin Adanya Dukungan Dari Organisasi Pemerintah Pengaruh Positif Menggunakan Teknologi Informasi
Threats	Kesulitan Dalam Mencari Bahan Baku Harga Bahan Baku Yang Tidak Menentu Adanya Persaingan Jenis Produk Lain Persaingan bisnis dengan pengusaha/perusahaan besar Persaingan antara pengusaha rotan lokal Kondisi Perekonomian Yang Tidak Stabil Persaingan Harga Yang Tidak Sehat Produk Ditiru Oleh Kompetitor

### 3.2.3 Perhitungan nilai IFE dan EFE

Pada tahap ini terdapat dua Matriks yang digunakan yaitu Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *Matriks External Factor Evaluation* (EFE). Berikut hasil perhitungan Matriks IFE dan EFE :

#### A. Matriks IFE

Matrik *Internal Factor Evaluation* adalah suatu matrik yang digunakan untuk mengetahui nilai evaluasi antar faktor-faktor internal perusahaan yaitu kekuatan dan kelemahan. Hasil pengolahan data matrik IFE dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai Matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Faktor Internal		Bobot (a)	Rating (b)	Skor Tertimbang (axb)
Strength	Mutu Produk Yang Berkualitas	0,06636	3,4	0,225614849
	Ketrampilan SDM Yang Mumpuni	0,06172	3,3	0,205723125
	Menggunakan Bahan Baku Yang Berkualitas	0,07146	3,3	0,238205723
	Dapat Menciptakan Produk Sesuai Permintaan Konsumen	0,06636	2,9	0,192436195
	Originalitas Produk	0,06079	3,1	0,190471771
	Harga Produk Yang Bersaing	0,05708	3,1	0,178839907
	Jangkauan Pasar Yang Luas	0,05847	3,2	0,189048724
	Produk Yang Dihasilkan Menarik Konsumen	0,05708	3,1	0,178839907
Sub Total		0,4993		1,599180201

Weakness	Aktivitas Promosi Yang Belum Masif	0,06079	1,7	0,103341067
	Perencanaan efisiensi waktu yang kurang maksimal	0,06311	1,7	0,107285383
	Terbatasnya Modal Usaha	0,06497	1,5	0,097447796
	Struktur Organisasi Yang Belum Maksimal	0,06265	1,8	0,114849188
	Terbatasnya Tenaga Kerja Terampil	0,06265	2,0	0,123201856
	Segmen Pasar Yang Terbatas	0,07053	1,9	0,134013921
	Pemecahan Permasalahan Yang Belum Maksimal	0,05661	2,0	0,113225058
	Jarang Adanya Pelatihan SDM	0,0594	1,8	0,104934261
Sub Total		0,5007		0,898298531
Total				2,497478732

Berdasarkan hasil perhitungan nilai matriks IFE pada Tabel 3.5 dapat diketahui kekuatan utama pada pelaku UKM Rotan yaitu Menggunakan Bahan Baku Yang Berkualitas dengan nilai skor tertimbang 0,238. Sedangkan kelemahan utama dari para pelaku UKM Rotan yaitu Segmen Pasar Yang Terbatas dengan nilai skor tertimbang 0,134.

Sehingga didapat total skor penggabungan untuk faktor internal pelaku UKM Rotan yaitu 2,497 yang berarti pelaku UKM Rotan memiliki kekuatan dan kelemahan berada dibawah standar rata-rata 2,50.

#### B. Matriks EFE

Matrik *External Factor Evaluation* adalah suatu matrik yang digunakan untuk mengetahui nilai evaluasi antar faktor-faktor eksternal perusahaan yaitu peluang dan ancaman. Hasil pengolahan data kuisioner dari responden sehingga didapatkan nilai EFE dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Perhitungan Nilai *External Factor Evaluation* (EFE)

Faktor Eksternal		Bobot (a)	Rating (b)	Skor Tertimbang (axb)
Opportunity	Kolaborasi Antara Pengusaha dan Masyarakat Yang Baik	0,06241	3,3	0,203883495
	Tingginya Minat Beli Masyarakat Akan Furniture Rotan	0,05918	3,5	0,207119741
	Dukungan Teknologi Terhadap Proses Produksi	0,05964	3,4	0,200785945
	Letak Tempat Usaha Yang Strategis	0,0675	3,4	0,231746032
	Pelayanan Perizinan Yang Mudah	0,06704	3,5	0,232393281
	Adanya Kemudahan Informasi Pengarjin	0,06519	3,3	0,212944984

Faktor Eksternal		Bobot (a)	Rating (b)	Skor Tertimbang (axb)
	Adanya Dukungan Dari Organisasi Pemerintah	0,06472	3,3	0,211434736
	Pengaruh Positif Penggunaan Teknologi Informasi	0,05363	3,3	0,178764062
Sub Total		0,49931		1,679072276
Threat	Kesulitan Dalam Mencari Bahan Baku	0,04947	1,4	0,069255663
	Harga Bahan Baku Yang Tidak Menentu	0,06149	1,3	0,079935275
	Adanya Persaingan Jenis Produk Lain	0,06796	1,8	0,120064725
	Persaingan bisnis dengan pengusaha/perusahaan besar	0,05594	2,0	0,110016952
	Persaingan antara pengusaha rotan lokal	0,06657	1,9	0,126490985
	Kondisi Perekonomian Yang Tidak Stabil	0,07397	1,8	0,135614116
	Persaingan Harga Yang Tidak Sehat	0,06657	2,0	0,130929265
	Produk Ditiru Oleh Kompetitor	0,05871	1,7	0,10177223
Sub Total		0,50069		0,874079211
Total				2,553151487

Berdasarkan hasil perhitungan nilai matriks EFE pada Tabel 3.6 dapat diketahui peluang utama yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UKM Rotan yaitu Letak Tempat Usaha Yang Strategis dengan nilai skor tertimbang 0,232. Sedangkan ancaman utama dari para pelaku UKM Rotan yaitu Kondisi Perekonomian Yang Tidak Stabil dengan nilai skor tertimbang 0,135.

Sehingga didapat total skor penggabungan untuk faktor eksternal pelaku UKM Rotan yaitu 2,553 yang berarti pelaku UKM Rotan dalam menghadapi peluang dan ancaman dapat dikatakan baik karena sudah melebihi standar rata-rata 2,50.

#### 1) Matriks IE (Internal dan Eksternal)

Matriks IE mempunyai fungsi untuk mengetahui letak posisi dari pelaku UKM Rotan dan menentukan jenis strategi yang akan ditentukan sesuai dengan kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki oleh para pelaku UKM Rotan. Matriks IE ini memiliki dimensi sumbu x dan dimensi sumbu y, dimana pada dimensi sumbu x berisi nilai matriks IFE dan pada dimensi sumbu y berisi nilai matriks EFE (Kusumah dan Suryana 2018). Berdasarkan hasil perhitungan nilai

IFE-EFE, maka didapatkan posisi para pelaku UKM Rotan pada Matrik IE seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.

		TOTAL NILAI IFE		
		Kuat 3,00-4,00	Rata-Rata 2,00-2,99	Lemah 1,00-1,99
Total Nilai EFE	Tinggi 3,00-4,00	I	II	III
	Sedang 2,00-2,99	IV	V 2,497	VI
	Rendah 1,00-1,99	VII	VIII	IX

Gambar 1. Matriks IE

Dari Gambar 1 didapatkan bahwa posisi pelaku UKM Rotan berada pada sel V, dengan nilai IFE sebesar 2,497 dan nilai EFE sebesar 2,553. Dari matriks tersebut menandakan bahwa posisi UKM Rotan berada pada fase *Hold and Maintain*, yang artinya bahwa perusahaan perlu menerapkan strategi tanpa mengubah arah visi dan misi yang telah ditetapkan dengan tujuan untuk menjaga konsumen serta profit yang ada, dan mencari konsumen baru tanpa harus kehilangan konsumen yang lama. Adapun jenis strategi yang dapat digunakan oleh pelaku UKM Rotan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.

UKM memiliki keterbatasan dalam perkembangannya. Hal ini dikarenakan UKM memiliki sumber daya yang terbatas, keahlian terbatas dan dampak terbatas pada lingkungannya, sehingga sulit dalam kemampuan melakukan pemasaran. Upaya untuk mengembangkan pasar dapat dilakukan melalui peningkatan strategi penetrasi pasar (*market penetration*). Jenis strategi penetrasi pasar disini berarti perusahaan lebih berfokus penjualan produk-produk yang telah hadir di masyarakat. Menurut Jensen (2014) dikutip dari (Harini dan Yulianeu, 2018) Strategi pertumbuhan penetrasi pasar (*market penetration*) yaitu strategi mengembangkan pasar yang telah ada (*existing market*) dan produk yang telah ada (*existing product*). Penetrasi pasar sering dipersepsikan sebagai metode pertumbuhan yang beresiko rendah dalam matriks Ansoff dalam upaya untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih besar dari pesaing. Strategi dimaksudkan

untuk memasuki segmen pasar baru (*new market segment*) dan memperluas pasar untuk menjangkau para pengguna baru (*new users*) merupakan bagian dari strategi penetrasi pasar.

Jenis strategi pengembangan produk berarti perusahaan berupaya untuk menciptakan produk – produk baru, baik memperbaiki atau memodifikasi produk-produk lama agar dapat selalu memenuhi tuntutan pasar dan selera konsumen. Menurut (Wijaya dan Maghfiroh, 2018) Pengembangan produk merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang dijalankan dalam menghadapi yang berkemungkinan akan merubah sebuah produk ke arah yang lebih baik agar bisa memberikan manfaat maupun kepuasan yang lebih tinggi.

## 2) Formulasi Alternatif Strategi SWOT

Dalam memformulasikan alternatif strategi SWOT dapat dilakukan dengan menggunakan Matriks Analisis SWOT. Matriks Analisis SWOT digunakan untuk merancang alternatif-alternatif strategi pengembangan bisnis suatu perusahaan berdasarkan strategi *Strength-Opportunity* (SO), strategi *Strength-Threat* (ST), strategi *Weakness-Opportunity* (WO) dan strategi *Weakness-Threat* (WT). Strategi SO merupakan Strategi yang memanfaatkan kekuatan agar peluang yang ada bisa dimanfaatkan, Strategi ST merupakan strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman yang terdeteksi. Strategi ini dikenal dengan istilah strategi diversifikasi atau strategi perbedaan, Strategi WO merupakan strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan dalam organisasi, sedangkan Strategi WT merupakan strategi yang diterapkan kedalam bentuk kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Hasil dari penyusunan alternatif-alternatif strategi untuk pengembangan bisnis pada UKM Rotan Trangsang dengan matriks analisis SWOT dapat dilihat pada tabel 3.7.

Tabel 7. Matriks Analisis SWOT

<div style="text-align: center;"> <p>Eksternal</p> <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; width: 100%;"/> <p>Internal</p> </div>	<i>Opportunities:</i>	<i>Threats:</i>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kolaborasi Antara Pengusaha dan Masyarakat Yang</li> <li>2. Tingginya Minat Beli Masyarakat Akan Furniture</li> <li>3. Dukungan Teknologi Terhadap Proses Produksi</li> <li>4. Letak Tempat Usaha Yang Strategis</li> <li>5. Pelayanan Perizinan Yang Mudah</li> <li>6. Adanya Kemudahan Informasi Pengarjin</li> <li>7. Adanya Dukungan Dari Organisasi Pemerintah</li> <li>8. Pengaruh Positif Penggunaan Teknologi Informasi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesulitan Dalam Mencari Bahan Baku</li> <li>2. Harga Bahan Baku Yang Tidak Menentu</li> <li>3. Adanya Persaingan Jenis Produk Lain</li> <li>4. Persaingan bisnis dengan pengusaha/perusahaan bes</li> <li>5. Persaingan antara pengusaha rotan lokal</li> <li>6. Kondisi Perekonomian Yang Tidak Stabil</li> <li>7. Persaingan Harga Yang Tidak Sehat</li> <li>8. Produk Ditiru Oleh Kompetitor</li> </ol>
<i>Strengths:</i>	<u>Strategi S-O:</u>	<u>Strategi S-T:</u>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mutu Produk Yang Berkualitas</li> <li>2. Ketrampilan SDM Yang Mumpuni</li> <li>3. Menggunakan Bahan Baku Yang Berkualitas</li> <li>4. Dapat Menciptakan Produk Sesuai Permintaan Konsumen</li> <li>5. Originalitas Produk</li> <li>6. Harga Produk Yang Bersaing</li> <li>7. Jangkauan Pasar Yang Luas</li> <li>8. Produk Yang Dihilaskan Menarik Konsumen</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan dukungan pemerintah untuk meningkatkan mutu produk dengan harga yang murah dan berkualitas (S5,6 . O2,7)</li> <li>2. Meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dengan tenaga kerja ahli (S1,2,3,4 . O1,3,8)</li> <li>3. Memperluas jaringan distribusi pasar untuk memasuki berbagai segmen pasar baru (S6,7,8 . O6,7,8)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyiapkan stok bahan baku untuk menghindari fluktuasi harga bahan baku dan sulit nya mencari bahan baku (S2,6,8 . T1,2)</li> <li>2. Selalu melakukan riset pasar dan menjalin hubungan kerja sama dengan industri-industri yang sejenis agar terus berkembang (S2,5,7 . T3,4,5,7,8)</li> </ol>
<i>Weaknesses:</i>	<u>Strategi W-O:</u>	<u>Strategi W-T:</u>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aktivitas Promosi Yang Belum Masif</li> <li>2. Perencanaan efisiensi waktu yang kurang maksimal</li> <li>3. Terbatasnya Modal Usaha</li> <li>4. Struktur Organisasi Yang Belum Maksimal</li> <li>5. Terbatasnya Tenaga Kerja Terampil</li> <li>6. Segmen Pasar Yang Terbatas</li> <li>7. Pemecahan Permasalahan Yang Belum Maksimal</li> <li>8. Jarang Adanya Pelatihan SDM</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan pengembangan sumber daya yang ada dengan memanfaatkan kemudahan informasi dan dukungan pemerintah (W3,5,7,8 . O3,5,6,7,8)</li> <li>2. Meningkatkan kualitas manajemen yang ada untuk pengembangan usaha industri rotan (W2,4,5,7 .</li> <li>3. Meningkatkan aktivitas promosi melalui berbagai media yang ada guna meningkatkan penjualan serta memperoleh target pasar baru (W1,6,7 . O1,2,3,4,6,7,8)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan skill dan kreatifitas sumber daya manusia untuk meningkatkan competitive advantage (W4,5,8 . T3,4,5,6)</li> <li>2. Mempererat kerja sama dan saling tukar informasi antar pengusaha rotan lokal (W1,2,3,4,5,6,7,8 . T4,5,7,8)</li> </ol>

Berdasarkan Matriks Analisis SWOT yang ditunjukkan pada Tabel 7 didapatkan 10 alternatif strategi yang dapat digunakan oleh pelaku UKM Rotan untuk mengembangkan bisnisnya, yaitu :

a) Strategi S-O

1. Memanfaatkan dukungan pemerintah untuk meningkatkan mutu produk dengan harga yang murah dan berkualitas (S5,6 . O2,7).
2. Meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dengan tenaga kerja ahli (S1,2,3,4 . O1,3,8).
3. Memperluas jaringan distribusi pasar untuk memasuki berbagai segmen pasar baru (S6,7,8 . O6,7,8).

b) Strategi S-T

4. Menyiapkan stok bahan baku untuk menghindari fluktuasi harga bahan baku dan sulit nya mencari bahan baku (S2,6,8 . T1,2).
  5. Selalu melakukan riset pasar dan menjalin hubungan kerja sama dengan industri-industri yang sejenis agar terus berkembang (S2,5,7 . T3,4,5,7,8).
- c) Strategi W-O
6. Meningkatkan pengembangan sumber daya yang ada dengan memanfaatkan kemudahan informasi dan dukungan pemerintah (W3,5,7,8. O3,5,6,7,8).
  7. Meningkatkan kualitas manajemen yang ada untuk pengembangan usaha industri rotan (W2,4,5,7 . O1,3,6,7,8).
  8. Meningkatkan aktivitas promosi melalui berbagai media yang ada guna meningkatkan penjualan serta memperoleh target pasar baru (W1,6,7 . O1,2,3,4,6,7,8).
- d) Strategi W-T
9. Meningkatkan skill dan kreatifitas sumber daya manusia untuk meningkatkan competitive advantage (W4,5,8 . T3,4,5,6)
  10. Mempererat kerja sama dan saling tukar informasi antar pengusaha rotan lokal (W1,2,3,4,5,6,7,8 . T4,5,7,8)

### **3.3 *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)***

Pada tahapan selanjutnya adalah tahap pengambilan keputusan terhadap alternatif strategi-strategi yang nantinya akan digunakan. Dalam memilih strategi tersebut dilakukan dengan metode QSPM. Menurut (Suhardi, 2011) QSPM merupakan alat untuk mengevaluasi berbagai alternatif strategi secara obyektif berdasarkan faktor-faktor kunci baik internal maupun eksternal yang telah dipertimbangkan pada tahap sebelumnya.

Perhitungan dengan menggunakan metode QSPM digunakan untuk menentukan nilai TAS (*Total Attractive Score*) atau menentukan prioritas alternatif strategi terbaik bagi para pelaku UKM Rotan. Berikut alternatif-alternatif strategi bagi pelaku UKM Rotan :

1. Memanfaatkan dukungan pemerintah untuk meningkatkan mutu produk dengan harga yang murah dan berkualitas.

2. Meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dengan tenaga kerja ahli.
3. Memperluas jaringan distribusi pasar untuk memasuki berbagai segmen pasar baru.
4. Menyiapkan stok bahan baku untuk menghindari fluktuasi harga bahan baku dan sulit nya mencari bahan baku.
5. Selalu melakukan riset pasar dan menjalin hubungan kerja sama dengan industri-industri yang sejenis agar terus berkembang.
6. Meningkatkan pengembangan sumber daya yang ada dengan memanfaatkan kemudahan informasi dan dukungan pemerintah.
7. Meningkatkan kualitas manajemen yang ada untuk pengembangan usaha industri rotan.
8. Meningkatkan aktivitas promosi melalui berbagai media yang ada guna meningkatkan penjualan serta memperoleh target pasar baru.
9. Meningkatkan skill dan kreatifitas sumber daya manusia untuk meningkatkan *competitive advantage*.
10. Mempererat kerja sama dan saling tukar informasi antar pengusaha rotan lokal.

Dari hasil perhitungan nilai TAS pada setiap Strategi diatas dapat diketahui bahwa urutan prioritas alternatif strategi dengan menggunakan metode QSPM adalah ditunjukkan pada Tabel 8.

Tabel 8. Rekapitulasi Matriks QSPM

Urutan Prioritas	Strategi	Nilai TAS
1	Strategi 1	5,76587
2	Strategi 5	5,66200
3	Strategi 2	5,65264
4	Strategi 9	5,60659
5	Strategi 6	5,58800
6	Strategi 10	5,58698
7	Strategi 3	5,53734
8	Strategi 8	5,52736
9	Strategi 7	5,47337
10	Strategi 4	5,38197

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan QSPM, maka didapatkan hasil prioritas strategi terbaik yang dapat digunakan oleh para pelaku UKM Rotan sebagai berikut:

1. Strategi memanfaatkan dukungan pemerintah untuk meningkatkan mutu produk dengan harga yang murah dan berkualitas menjadi prioritas pertama dengan nilai TAS 5,76587.
2. Strategi selalu melakukan riset pasar dan menjalin hubungan kerja sama dengan industri-industri yang sejenis agar terus berkembang menjadi prioritas kedua dengan nilai TAS 5,66200.
3. Strategi meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dengan tenaga kerja ahli menjadi prioritas ketiga dengan nilai TAS 5,65264.
4. Strategi meningkatkan skill dan kreatifitas sumber daya manusia untuk meningkatkan *competitive advantage* menjadi prioritas keempat dengan nilai TAS 5,60659.
5. Strategi meningkatkan pengembangan sumber daya yang ada dengan memanfaatkan kemudahan informasi dan dukungan pemerintah menjadi prioritas kelima dengan nilai TAS 5,58800.
6. Strategi mempererat kerja sama dan saling tukar informasi antar pengusaha rotan local menjadi prioritas keenam dengan nilai TAS 5,58698.
7. Strategi memperluas jaringan distribusi pasar untuk memasuki berbagai segmen pasar baru menjadi prioritas ketujuh dengan nilai TAS 5,53734.
8. Strategi meningkatkan aktivitas promosi melalui berbagai media yang ada guna meningkatkan penjualan serta memperoleh target pasar baru menjadi prioritas kedelapan dengan nilai TAS 5,52736.
9. Strategi meningkatkan kualitas manajemen yang ada untuk pengembangan usaha industri rotan menjadi prioritas kesembilan dengan nilai TAS 5,47337.
10. Strategi menyiapkan stok bahan baku untuk menghindari fluktuasi harga bahan baku dan sulit nya mencari bahan baku menjadi prioritas terakhir dengan nilai TAS 5,38197.

Hasil analisis QSPM bukan menjadi indikasi bahwa suatu strategi yang memiliki nilai TAS rendah adalah strategi yang tidak penting. Hasil analisis

QSPM hanya mengurutkan prioritas dari alternatif-alternatif yang ada, dimana alternatif-alternatif strategi tersebut penting dan berpengaruh dalam mencapai keberhasilan perusahaan.

## **4. PENUTUP**

### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian dan perhitungan yang telah dilakukan yang dapat digunakan sebagai rekomendasi bagi pelaku UKM Rotan di Desa Trangsan Kabupaten Sukoharjo untuk membantu dalam mengembangkan bisnis, maka didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 4.1.1 Kekuatan yang dimiliki antara lain adalah mutu produk yang berkualitas, ketrampilan SDM yang mumpuni, menggunakan bahan baku yang berkualitas, dapat menciptakan produk sesuai permintaan konsumen, originalitas produk, harga produk yang bersaing, jangkauan pasar yang luas, produk yang dihasilkan menarik konsumen.
- 4.1.2 Kelemahan yang dimiliki antara lain adalah aktivitas promosi yang belum masif, perencanaan efisiensi waktu yang kurang maksimal, terbatasnya modal usaha, struktur organisasi yang belum maksimal, terbatasnya tenaga kerja terampil, segmen pasar yang terbatas, pemecahan permasalahan yang belum maksimal, jarang adanya pelatihan sdm.
- 4.1.3 Peluang yang dimiliki antara lain adalah tingginya minat beli masyarakat akan furniture rotan, dukungan teknologi terhadap proses produksi, letak tempat usaha yang strategis, pelayanan perizinan yang mudah, adanya kemudahan informasi pengarjin, adanya dukungan dari organisasi pemerintah, pengaruh positif penggunaan teknologi informasi.
- 4.1.4 Ancaman yang dimiliki antara lain adalah kesulitan dalam mencari bahan baku, harga bahan baku yang tidak menentu, adanya persaingan jenis produk lain, persaingan bisnis dengan pengusaha/perusahaan besar, persaingan antara pengusaha rotan lokal, kondisi perekonomian yang tidak stabil, persaingan harga yang tidak sehat.

- 4.1.5 Posisi Bisnis Pelaku UKM Rotan Trangsas berada pada kuadran V di dalam matriks IE, atau berada pada fase Hold and Maintain. Yang berarti jenis strategi yang dapat digunakan oleh Pelaku UKM Rotan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.
- 4.1.6 Pada tahap penyusunan alternatif strategi bagi pelaku UKM Rotan dengan menggunakan Matriks SWOT yang berdasar pada faktor internal dan faktor eksternal serta letak posisi dari Pelaku UKM Rotan didapatkan 10 alternatif strategi.
- 4.1.7 Urutan prioritas strategi yang didapatkan berdasarkan perhitungan matriks QSPM adalah Strategi memanfaatkan dukungan pemerintah untuk meningkatkan mutu produk dengan harga yang murah dan berkualitas menjadi prioritas pertama dengan nilai TAS 5,76587 dan Strategi menyiapkan stok bahan baku untuk menghindari fluktuasi harga bahan baku dan sulitnya mencari bahan baku menjadi prioritas terakhir dengan nilai TAS 5,38197.

## **4.2 Saran**

Saran untuk pelaku UKM Rotan yang berada di Desa Trangsas yakni agar mampu bersaing dipasaran diharapkan para pengrajin dapat untuk melakukan pengembangan produk dan penetrasi pasar, sehingga bisnisnya bisa diterima oleh konsumen dan lebih berkembang. Strategi yang telah disusun pada penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rekomendasi bagi para pengrajin sehingga dapat mengantisipasi dan mencegah segala jenis ancaman dan dapat memanfaatkan peluang yang ada agar dapat membantu pengrajin UKM Rotan yang berada di Desa Trangsas dalam mengembangkan bisnisnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Fathoni, Aziz, Agus Supriyanto, and Heru Danarbroto. 2016. "Pengembangan Analisa Matrik SWOT Dalam Usaha Pemetaan Potensi Pemasaran Kewirausahaan Desa Di Kelurahan Pulutan Salatiga." *Artikel Penelitian* 1–22.

- Harini, Cicik, and Yulianeu Yulianeu. 2018. "Strategi Penetrasi Pasar UMKM Kota Semarang Menghadapi Era Pasar Global MEA." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 21(2):361–81. doi: 10.24914/jeb.v21i2.1967.
- Idris, Mariani. 2014. "Strategi Pengembangan Produk Olahan Rotan Industri Meubel Kaili Jaya Di Kota Palu." 2(1):85–90.
- Kusumah, Reynaldy Teja, and Hendy Suryana. 2018. "Model Analisis Swot Dan Qspm Dalam Pemilihan Strategi Pemasaran Distro." *Seminar Nasional IENACO 2018* 6(6):433–40.
- Maulana, Achmad, and Rita Suharno. 2016. "The Analysis of Affecting Factors to the Export of Rattan Furniture Indonesia in the International Market." *International Journal of Science and Research (IJSR)* 5(10):1514–19. doi: 10.21275/23101603.
- Suhardi, Suhardi. 2011. "Quantitative Strategic Planning Matrix (Qspm)." *Jurnal STIE Semarang* 3(1).
- Suranto. 2016a. "IMPLEMENTASI SERVICE QUALITY DAN SWOT ANALYSIS LKasus Di Percetakan Pustalia Baru Surakartal." *Jurnal Ilmiah Teknik Industri* 02(03):119–24.
- Suranto. 2016b. "MODEL PENINGKATAN KEMANDIRIAN WIRAUUSAHA MAHASISWA MELALUI PENDAMPINGAN BERBASIS AMONG." 909–13.
- Suranto dan Agus Yulianto. 2018. "PENENTUAN POSISI DAN STRATEGI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN FIRMA STDODADI [Studi Kasus Di Kawasan Industri Logam Klatenl." *Ilmiah Teknik Industri*.
- Suranto, and Adcharina Pratiwi. 2020. "Model Pengembangan Pemasaran Kain Tenun 'Goyor' Berorientasi Pasar Berdasar Keinginan Konsumen Di Era Industri 4,0 (Sentra Industri Kain Goyor Sragen Indonesia)." *Ienaco* 0:260–73.
- Wijaya, Temmy, and Ana Maghfiroh. 2018. "Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi (Studi Pada Tape 'Wangi Prima Rasa' Di Binakal Bondowoso)." *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 2(1):86–97. doi: 10.33650/profit.v2i1.563.
- Yusup, Febrinawati. 2018. "Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif." *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan* 7(1):17–23. doi: 10.18592/tarbiyah.v7i1.2100.