

Perencanaan Strategi Bisnis Pada UKM Mebel Bambu Di Kabupaten Purworejo

Achmad Farizal Imanudin¹, Susatyo Nugroho W.P², Diana Puspitasari³
^{1,2,3}Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik – Universitas Diponegoro
JL. Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang 50239
Telp (024) 7460052

Abstrak

Mebel bambu dijadikan salah satu potensi yang dikembangkan menjadi kluster unggulan di Kabupaten Purworejo. Namun, produksi UKM ini terus mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Berdasarkan *fishbone* awal, penyebab penurunan penjualan ini yaitu faktor manajemen, persaingan dengan pengrajin bambu dari daerah lain, inflasi, pemasaran yang belum optimal dan banyaknya produk impor. Faktor manajemen menjadi faktor yang paling mempengaruhi hal ini. Padahal manajemen dituntut untuk mampu merencanakan strategi bagi suatu organisasi dan pengambilan keputusan yang bersifat strategis. Sehingga dibutuhkan suatu strategi bisnis bagi UKM untuk membantu manajemen mengatasi permasalahan dan tantangan yang akan dihadapi. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor internal dan eksternal UKM ini dan merumuskan alternatif strategi serta memilih prioritas strategi bagi UKM Mebel Bambu di Kabupaten Purworejo. Analisis faktor internal dan eksternal menggunakan IFE dan EFE, penentuan posisi UKM dengan matriks IE dan proses perumusan strategi menggunakan SWOT Matriks. Alternatif strategi dipilih menggunakan MAUT. Hasilnya didapat lima strategi dengan prioritas tertinggi yaitu bekerjasama dengan UKM lain dalam pemesanan bahan baku secara kolektif (0,80), membuat website khusus untuk pemasaran produk UKM (0,72), menawarkan kerjasama dengan pemerintah dengan memberikan produk secara murah/gratis dengan syarat meletakkan mebel tersebut pada ruang tamu/tempat lain yang strategis di dinas tersebut (0,56), mengembangkan pasar produk dengan menjalin kerjasama antar sesama pebisnis mebel dalam asosiasi antar pebisnis (0,55) dan menawarkan produk kepada pesaing di daerah lain sebagai distributor (0,53).

Kata kunci : Strategi Bisnis, SWOT, matriks EFE dan IFE, matriks IE, MAUT.

Abstract

Bamboo furniture used as one of the potential that developed into a cluster seed in Purworejo. However, this SME production continues to decline from year to year. Based on the initial fishbone, this is the cause of the decline in sales management factors, competition with bamboo craftsmen from other areas, inflation, the marketing that is not optimal and many imported products. Management factor into the factors that most affect this. In fact, management is required to plan a strategy for an organization and making decisions that are strategic to the problems and challenges to be faced. So it takes a business strategy for SMEs to help management address the problems and challenges to be faced. This study aims to analyze internal and external factors SME and formulate alternative strategies and prioritize strategies for SME Bamboo in Purworejo. Analysis of internal and external factors using the IFE and EFE, positioning SME with IE matrix and strategy formulation process using the SWOT matrix.

Alternative strategies have been used MAUT. The result obtained five strategies with the highest priority is cooperation with other SME in the ordering of raw materials collectively to reduce the price (0.80), make a website for the marketing of SME products (0.72), offered to cooperate with the government to provide cheap/free products with the terms put the furniture in the living room / other strategic places in the office (0.56), developing market products with cooperation among fellow business people in the association between businessmen furniture (0.55) and offer products to a competitor in other areas as the distributors (0.53).

Keywords: Business Strategy, SWOT, EFE and IFE matrix, IE matrix, MAUT.

PENDAHULUAN

Perkembangan UKM di Indonesia sangatlah pesat dari tahun ke tahun. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah 2013, jumlah UKM di Indonesia tercatat 57.895.721, atau naik 2,41% dari 56.534.592 pada tahun 2012. UKM menyerap 101,72 juta tenaga kerja atau 97,3% dari total tenaga kerja Indonesia serta menyumbang 57,12% dari total Produk Domestik Bruto. Usaha kecil dan menengah (UKM) mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional (Zulkarnaen, 2013).

Dalam rangka melakukan pengembangan terhadap UKM, Pemerintah melakukan beberapa pendekatan, salah satunya pendekatan dengan sistem sentra atau klaster berdasarkan komoditi unggulan.

Pemerintah Kabupaten Purworejo, dalam hal ini Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan dan Pariwisata terus melakukan pengembangan potensi di daerah untuk menjadi klaster/sentra unggulan. Salah satu potensi yang sedang dikembangkan untuk menjadi klaster unggulan adalah mebel bambu. Mebel bambu diproduksi oleh UKM-UKM yang terpusat di

Kecamatan Bener, Kabupaten Purworejo. UKM ini menekuni industri mebel bambu dengan mengolah bambu menjadi berbagai jenis mebel seperti kursi, tempat tidur dan gazebo. Selain membuat mebel sebagai produk utamanya, UKM ini juga membuat berbagai kerajinan seperti tempat lampu, sangkar burung, peralatan rumah tangga dan berbagai hiasan. Hasil produksi dari UKM ini memiliki pasar domestik yang terpusat pada beberapa daerah, seperti Bali, Jepara, Jambi dan Pekanbaru.

Namun, penjualan UKM ini terus mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data dari Dinas Koperindagpar Kabupaten Purworejo penjualan pada tahun 2004 mencapai 7500 unit dan terus mengalami penurunan hingga pada tahun 2013 hanya mencapai 1584 unit. Sedangkan untuk penurunan omsetnya tercatat dari tahun 2004 yaitu Rp 10.500.000.000,00 hanya menjadi Rp 3.168.000.000,00 di tahun 2013.

Berdasarkan *fishbone* awal, penyebab penurunan penjualan ini yaitu faktor manajemen, persaingan dengan pengrajin bambu dari daerah lain, inflasi, pemasaran yang belum optimal dan banyaknya produk impor. Faktor manajemen menjadi faktor yang paling mempengaruhi hal ini. Kemampuan manajemen untuk mengelola UKM dan kemampuan untuk berwirausaha masih sangat terbatas. Padahal manajemen

dituntut untuk mampu merencanakan strategi bagi suatu organisasi dan pengambilan keputusan yang bersifat strategis terhadap permasalahan dan tantangan yang akan dihadapi.

Berdasarkan permasalahan dan tantangan yang dihadapi UKM saat ini, penulis bermaksud melakukan penelitian tentang perencanaan strategi bisnis bagi UKM mebel bambu di Kabupaten Purworejo.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi

Saghaei (2012), mendefinisikan strategi sebagai alat yang dapat perusahaan gunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang. Givarian (2013), mendefinisikan strategi sebagai tujuan dasar dan jangka panjang dari sebuah perusahaan dan mengadopsi satu set evaluasi dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut.

strategi, perencanaan strategi.

Perumusan Strategi

Perumusan strategi membantu suatu organisasi untuk melihat gambaran dari organisasi mereka dan mengenali perubahan pada waktu tertentu (Siavashan, 2012). Dalam merumuskan strategi bersaing/bisnis yang tepat bagi perusahaan dapat dilakukan melalui tiga tahap. Tahapan perumusan strategi dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 Kerangka Perumusan Strategi

STAGE 1 : THE INPUT STAGE				
EFE Matrix	Competitive Profil Matrix (CPM)		IFE Matrix	
STAGE 2 : THE MATCHING STAGE				
SWOT Matrix	SPACE Matrix	BCG Matrix	IE Matrix	Grand Strategy Matrix
STAGE 3 : THE DECISION STAGE				
Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)				

Matriks Internal-Eksternal (IE)

Pada Matriks Internal-Eksternal (IE) dilakukan penyusunan strategi yang terbagi ke dalam sembilan sel. Matriks IE digunakan untuk menentukan posisi organisasi bisnis berada pada posisi kuadran mana. Tolok ukur yang digunakan dari IFE untuk garis horizontal dan EFE untuk garis vertikal. Untuk menentukan posisi organisasi bisnis berada pada kuadran mana, maka sebagai acuannya adalah hasil analisis IFE dan EFE.

Matriks SWOT

Menurut Purhantara (2010), metode analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*).

MAUT (Multi Attribute Utility Theory)

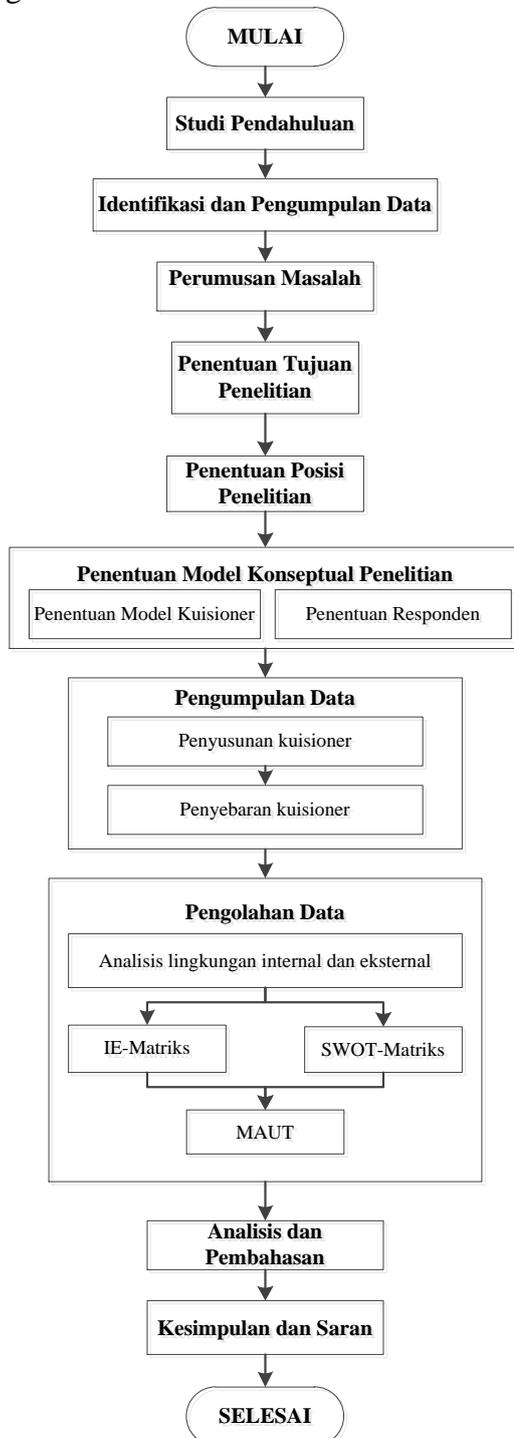
Multi Attribute Utility Theory digunakan untuk merubah dari beberapa kepentingan kedalam nilai numerik dengan skala 0-1 dengan 0 mewakili pilihan terburuk dan 1 yang terbaik. Hal ini memungkinkan perbandingan langsung beragam ukuran.

Menurut Shojaei dkk (2010), terdapat empat indeks yang digunakan dalam penilaian dalam metode MAUT, yaitu biaya rata-rata yang harus dikeluarkan, waktu yang dibutuhkan, ketersediaan infrastruktur dan kemampuan SDM serta pendapat pimpinan/ahli di bidangnya. Dari keempat indeks ini, sebuah keputusan atau strategi akan dihitung nilai utilitasnya.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1 Metode Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Analisis faktor internal dan eksternal dilakukan dengan cara pengisian kuisisioner oleh 35 orang pemilik UKM. Hasil pengisian kuisisioner yang terkumpul kemudian dilakukan perekapan dan pendefinisian oleh peneliti.

Matriks IFE dan EFE

Pada Matriks IFE dan EFE dilakukan penilaian bobot dan rating. Bobot diperoleh dengan metode perbandingan berpasangan dari Saaty yang kemudian diolah dengan menggunakan *software expert choice* 11. Rating didapatkan dari pengolahan kuisisioner dengan cara manual dengan diambil skor rata-rata dari ketiga responden yaitu Kepala Diskoperindagpar Kabupaten Purworejo, Bagian UKM Diskoperindagpar Kabupaten Purworejo, dan salah satu pemilik UKM. Sedangkan skor diperoleh dari hasil perkalian antara bobot dan rating secara manual. Matriks IFE dan EFE dapat dilihat pada tabel 3 dan 4.

Tabel 3 Perhitungan Skor IFE UKM Mebel Bambu Kabupaten Purworejo

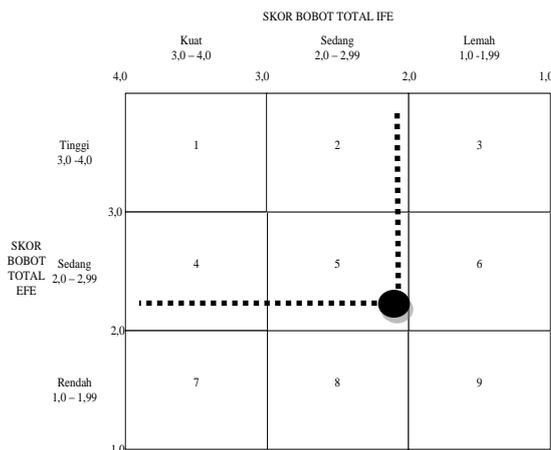
FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
KEKUATAN			
UKM Mebel Bambu Kabupaten Purworejo memiliki desain produk yang unik serta diakui sebagai produk unggulan	0.203	2	0.407
Bahan baku bambu yang melimpah di sekitar daerah Purworejo	0.129	4	0.515
Harga jual produk mebel bambu yang murah dibanding dengan produk mebel kayu.	0.045	4	0.181
UKM Mebel Bambu telah memiliki langganan tetap dari beberapa daerah	0.054	2.33	0.126
KELEMAHAN			
Kemampuan kewiraswastaan, administrasi dan pengetahuan dalam pengembangan usaha yang masih kurang baik	0.182	2	0.364
Pemasaran UKM Mebel Bambu Kabupaten Purworejo hanya melalui <i>showroom</i> yang tergabung dengan rumah pemilik	0.086	2	0.172
Penguasaan teknologi yang sangat terbatas dari pemilik UKM	0.048	2	0.095
Informasi yang terbatas mengenai pameran-pameran mebel yang berfungsi sebagai media promosi	0.025	2.67	0.066
Kepemilikan mesin-mesin pengolah bambu dengan teknologi terbaru yang sangat terbatas.	0.089	2	0.178
Kepemilikan modal yang sangat terbatas dari pemilik UKM	0.113	2	0.225
Jika dibandingkan dengan mebel kayu, mebel bambu masih kalah dari segi keawetan dan mutu	0.026	2	0.053
TOTAL	1		2.382

Tabel 4 Perhitungan Skor EFE UKM Mebel Bambu Kabupaten Purworejo

FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
PELUANG			
Mebel bambu diprediksi akan menggantikan bahan baku kayu yang mulai langka di hutan Indonesia	0.075	2	0.15
Perkembangan teknologi membuka peluang kemajuan usaha. Perkembangan teknologi terutama internet dapat digunakan sebagai sarana promosi, sharing bisnis, sumber informasi tentang desain, dan pemasaran	0.212	3	0.636
Perhatian pemerintah daerah yang cukup baik	0.052	2	0.104
Perkembangan teknologi pengolahan bambu yang akan membuat kualitas dari Mebel bambu akan semakin meningkat	0.186	3	0.558
ANCAMAN			
Adanya pesaing dari daerah lain dengan harga yang bersaing	0.213	2.67	0.57
Inflasi yang menyebabkan kenaikan biaya produksi	0.123	2	0.245
Kurangnya jumlah distributor UKM Mebel Bambu Kabupaten Purworejo	0.039	2	0.078
Persaingan dengan produk impor	0.100	2.33	0.232
TOTAL	1		2.573

IE Matriks

IE-Matrix merupakan kelanjutan dari model matriks EFE dan IFE. Dimana total skor IFE dan EFE dimasukkan ke dalam sumbu x dan sumbu y dari IE-Matrix. Perhitungan IFE dan EFE sebelumnya diketahui nilai IFE sebesar 2,382 dan nilai EFE sebesar 2,573, sehingga pada IE Matriks dapat diketahui bahwa posisi UKM berada pada sel kelima. Posisi ini menunjukkan bahwa sebuah organisasi berada pada fase *growth* atau *stability* dimana pada tahap ini dapat dilakukan strategi *hold and maintain*. Strategi-strategi umum yang dapat diterapkan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.



Gambar 2 Posisi UKM Mebel Bambu Kabupaten Purworejo pada IE Matriks

Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat bantu yang digunakan untuk mengembangkan strategi dari *Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats*. Selain itu, penyusunan matriks SWOT ini juga berdasarkan pada posisi UKM Mebel Bambu pada IE-Matriks. Pada IE Matriks dapat diketahui bahwa posisi UKM berada pada sel kelima. Matriks SWOT dari UKM mebel bambu dapat dilihat pada tabel 5.

Multi Atribute Utility Theory (MAUT)

Hasil perumusan strategi dari SWOT Matriks, selanjutnya dilakukan proses pemilihan prioritas strategi dengan metode MAUT. Pemberian skor dilakukan oleh tiga responden, yaitu Kepala Diskoperindagpar Kabupaten Purworejo, Bagian UKM Diskoperindagpar Kabupaten Purworejo dan salah satu pemilik UKM mebel bambu. Hasil pemberian skor oleh ketiga responden kemudian diolah berdasarkan rumus 1,2, 3, dan 4. Rumus ini berdasarkan penelitian Shojaei (2010).

Fungsi *utility* biaya

$$U(A_1) = \begin{cases} 1 & X \leq 1 \\ -0.33x + 1.33 & 1 < x < 4 \dots(1) \\ 0 & X \geq 4 \end{cases}$$

Fungsi *utility* waktu

$$U(A_2) = \begin{cases} 1 & X \leq 1 \\ -0.043x + 1.043 & 1 < x < 24 \dots(2) \\ 0 & X \geq 24 \end{cases}$$

Fungsi *utility* infrastruktur

$$U(A_3) = \begin{cases} 1 & X \geq 80 \\ 0.013x - 0.13 & 10 < x < 80 \dots(3) \\ 0 & X \leq 10 \end{cases}$$

Fungsi *utility* pendapat ahli

$$U(A_4) = \begin{cases} 1 & X \geq 9 \\ 0.125x - 0.125 & 1 < x < 9 \dots(4) \\ 0 & X \leq 1 \end{cases}$$

(Shojaei, 2010)

Tabel 5 Matriks SWOT UKM Mebel Bambu Kabupaten Purworejo

<p style="text-align: center;">FAKTOR INTERNAL</p>	<p style="text-align: center;">KEKUATAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. UKM Mebel Bambu Kabupaten Purworejo memiliki desain produk yang baru dan unik serta diakui sebagai produk unggulan karena pernah juara pada pameran tingkat nasional. 2. Bahan baku bambu yang melimpah dan tersedia di sekitar daerah Purworejo 3. Harga jual produk mebel bambu yang murah dibanding dengan produk mebel kayu. 4. UKM Mebel Bambu telah memiliki langganan tetap dari beberapa daerah. 	<p style="text-align: center;">KELEMAHAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan wiraswasta, administrasi dan pengetahuan dalam pengembangan usaha yang masih kurang baik 2. Pemasaran UKM Mebel Bambu Kabupaten Purworejo hanya mengandalkan showroom yang tergabung dengan rumah pemilik 3. Penguasaan teknologi yang sangat terbatas dari pemilik UKM. 4. Informasi yang terbatas mengenai pameran-pameran mebel yang berfungsi sebagai media promosi 5. Kepemilikan mesin-mesin pengolah bambu dengan teknologi terbaru yang sangat terbatas. Saat ini UKM ini baru memiliki mesin pemotong saja. 6. Kepemilikan modal yang sangat terbatas dari pemilik UKM. 7. Jika dibandingkan dengan mebel kayu, mebel bambu masih kalah dari segi keawetan dan mutu.
<p style="text-align: center;">FAKTOR EKSTERNAL</p> <p style="text-align: center;">PELUANG</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mebel bambu diprediksi akan menggantikan bahan baku kayu yang mulai langka di hutan Indonesia 2. Perkembangan teknologi membuka peluang kemajuan usaha. Perkembangan teknologi terutama internet dapat digunakan sebagai sarana promosi, sharing bisnis, sumber informasi tentang desain, dan pemasaran 3. Perhatian pemerintah daerah yang cukup baik. 4. Perkembangan teknologi pengolahan bambu yang akan membuat kualitas dari Mebel bambu akan semakin meningkat. 	<p style="text-align: center;">STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan pasar produk dengan menjalin kerjasama antar sesama pebisnis mebel dalam perkumpulan atau asosiasi antar pebisnis. (S1, S3, O2) 2. Terus melakukan inovasi produk dengan membuat produk inovasi untuk pengganti/substitusi produk berbahan kayu. (S1, S2, S3, O1, O4) 	<p style="text-align: center;">STRATEGI WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>website</i> khusus untuk pemasaran produk UKM ini. Website ini dapat dikelola dengan meminta bantuan dari pemerintah daerah sebagai pengelola website. (W2, W3, O2, O3) 2. Menawarkan kerjasama dengan pemerintah dengan memberikan produk secara murah/gratis dengan syarat meletakkan mebel tersebut pada ruang tamu/tempat lain yang strategis di dinas tersebut. Ini juga dapat digunakan sebagai mini showroom bagi UKM ini. (W2, O3) 3. Menambah pelatihan dari pemerintah tentang teknologi, kewiraswastaan, administrasi dan pengetahuan dalam pengembangan usaha kepada pemilik UKM. (W1, W3, O2, O3) 4. Memberikan jaminan kredit mereka di lembaga keuangan yang ada, dan atau memberi subsidi bunga atas pinjaman mereka di lembaga keuangan. (W5, W6, O3)

Lanjutan Tabel 5 Matriks SWOT UKM Mebel Bambu Kabupaten Purworejo

<p align="center">FAKTOR INTERNAL</p>	<p>KEKUATAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. UKM Mebel Bambu Kabupaten Purworejo memiliki desain produk yang baru dan unik serta diakui sebagai produk unggulan karena pernah juara pada pameran tingkat nasional. 2. Bahan baku bambu yang melimpah dan tersedia di sekitar daerah Purworejo 3. Harga jual produk mebel bambu yang murah dibanding dengan produk mebel kayu. 4. UKM Mebel Bambu telah memiliki langganan tetap dari beberapa daerah. 	<p>KELEMAHAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan wiraswasta, administrasi dan pengetahuan dalam pengembangan usaha yang masih kurang baik 2. Pemasaran UKM Mebel Bambu Kabupaten Purworejo hanya mengandalkan showroom yang tergabung dengan rumah pemilik 3. Penguasaan teknologi yang sangat terbatas dari pemilik UKM. 4. Informasi yang terbatas mengenai pameran-pameran mebel yang berfungsi sebagai media promosi 5. Kepemilikan mesin-mesin pengolah bambu dengan teknologi terbaru yang sangat terbatas. Saat ini UKM ini baru memiliki mesin pemotong saja. 6. Kepemilikan modal yang sangat terbatas dari pemilik UKM. 7. Jika dibandingkan dengan mebel kayu, mebel bambu masih kalah dari segi keawetan dan mutu.
<p>FAKTOR EKSTERNAL</p> <p align="center">ANCAMAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pesaing yang menawarkan produk sejenis di sekitar UKM Mebel Bambu Kabupaten Purworejo dengan harga yang bersaing 2. Krisis ekonomi yang mengancam perekonomian yang dapat menyebabkan kenaikan biaya produksi 3. Kurangnya jumlah distributor 4. Persaingan dengan produk impor 	<p align="center">STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga langganan pembeli dari beberapa daerah dengan sesekali memberikan paket bonus. (S4, T1, T2, T3, T4) 2. Meningkatkan kualitas produk agar kualitas produk tidak kalah dengan produk impor. (S1, T4) 3. Bekerjasama dengan UKM lain dalam hal pemesanan bahan baku yang dilakukan secara kolektif. Pemesanan bahan baku secara kolektif dalam jumlah yang banyak bisa menekan biaya produksi. (S2, T1, T2) 	<p align="center">STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menawarkan produk kepada pesaing di daerah lain sebagai distributor. (W2, T1, T3, 04)

Berikut ini merupakan contoh hasil perhitungan nilai untuk masing-masing utility dengan metode MAUT :

Tabel 6 Contoh Hasil Pengisian Skor

No	Indeks Biaya	Waktu	Infra-struktur	Pendapat Ahli
1	4	12	50	5

1. Fungsi *utility* biaya

$$U(A_1) = -0.33x + 1.33$$

$$= -0.33 \times 4 + 1.33 = 0$$
2. Fungsi *utility* waktu

$$U(A_2) = -0.043x + 1.043$$

$$= -0.043 \times 12 + 1.043$$

$$= 0,527$$
3. Fungsi *utility* infrastruktur

$$U(A_3) = 0.013x - 0.13$$

$$= 0.013 \times 50 - 0.13 = 0,52$$
4. Fungsi *utility* pendapat ahli

$$U(A_4) = 0.125x - 0.125$$

$$= 0.125 \times 5 - 0.125 = 0,5$$

Hasil perhitungan rata-rata kegia responden dapat dilihat pada tabel 7. Kemudian setelah didapatkan perhitungan rata-rata dari ketiga responden didapatkan urutan peringkat prioritas strategi. Urutan prioritas strategi dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 7 Hasil Rekap Prioritas Strategi dari Ketiga Responden

Strategi	Kepala Dinas	Bag. UKM	Pemilik UKM	Rata-rata
1	0.387	0.637	0.618	0.55
2	0.354	0.599	0.482	0.48
3	0.666	0.859	0.648	0.72
4	0.586	0.514	0.569	0.56
5	0.416	0.448	0.546	0.47
6	0.566	0.258	0.513	0.45
7	0.566	0.488	0.451	0.50
8	0.481	0.448	0.352	0.43
9	0.648	0.860	0.891	0.80
10	0.566	0.534	0.482	0.53

Tabel 8 Peringkat Prioritas Strategi Menggunakan MAUT

Peringkat	Strategi	Skor
1	Bekerjasama dengan UKM lain dalam hal pemesanan bahan baku yang dilakukan secara kolektif untuk menekan harga	0.80
2	Membuat website khusus untuk pemasaran produk UKM ini dengan bantuan dari pemerintah daerah	0.72
3	Menawarkan kerjasama dengan pemerintah dengan memberikan produk secara murah/gratis dengan syarat meletakkan mebel tersebut pada ruang tamu/tempat lain yang strategis di dinas tersebut	0.56
4	Mengembangkan pasar produk dengan menjalin kerjasama antar sesama pebisnis mebel dalam perkumpulan atau asosiasi antar pebisnis	0.55
5	Menawarkan produk kepada pesaing di daerah lain sebagai distributor	0.53
6	Menjaga langganan pembeli dari beberapa daerah dengan sesekali memberikan paket bonus	0.50
7	Terus melakukan inovasi produk dengan membuat produk inovasi untuk pengganti/substitusi produk berbahan kayu	0.48
8	Menambah pelatihan dari pemerintah tentang teknologi, kewiraswastaan, administrasi dan pengetahuan dalam pengembangan usaha kepada pemilik UKM	0.47
9	Memberikan jaminan kredit mereka di lembaga keuangan yang ada, dan atau memberi subsidi bunga atas pinjaman mereka di lembaga keuangan	0.45
10	Meningkatkan kualitas produk agar kualitas produk tidak kalah dengan produk impor	0.43

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan bahwa faktor internal berupa kekuatan dari UKM mebel bambu Kabupaten

Purworejo antara lain memiliki desain produk yang baru dan unik serta diakui sebagai produk unggulan, bahan baku bambu yang melimpah dan tersedia di sekitar daerah Purworejo, harga jual produk mebel bambu yang murah dibanding dengan produk mebel kayu, dan telah memiliki langganan tetap dari beberapa daerah. Sedangkan kelemahan dari UKM mebel bambu Kabupaten Purworejo antara lain kemampuan kewiraswastaan, administrasi dan pengetahuan dalam pengembangan usaha yang masih kurang baik, pemasaran UKM mebel bambu Kabupaten Purworejo hanya mengandalkan *showroom* yang tergabung dengan rumah pemilik, penguasaan teknologi yang sangat terbatas dari pemilik UKM, informasi yang terbatas mengenai pameran-pameran mebel yang berfungsi sebagai media promosi, kepemilikan mesin-mesin pengolah bambu dengan teknologi terbaru yang sangat terbatas, kepemilikan modal yang sangat terbatas dari pemilik UKM dan keawetan dan mutu mebel bambu masih kalah dibandingkan dengan mebel kayu.

Faktor eksternal yang berupa peluang dari UKM mebel bambu Kabupaten Purworejo antara lain bambu diprediksi akan menggantikan bahan baku kayu yang mulai langka di hutan Indonesia, perkembangan teknologi informasi dan internet membuka peluang kemajuan usaha, perhatian pemerintah daerah yang cukup baik, dan perkembangan teknologi pengolahan bambu yang akan membuat kualitas dari mebel bambu akan semakin meningkat. Sedangkan ancaman bagi UKM mebel bambu Kabupaten Purworejo antara lain adanya pesaing yang menawarkan produk sejenis di sekitar UKM mebel bambu Kabupaten Purworejo dengan harga

yang lebih bersaing, krisis ekonomi yang mengancam perekonomian yang dapat menyebabkan kenaikan biaya produksi, kurangnya jumlah distributor UKM mebel bambu Kabupaten Purworejo, dan persaingan dengan produk impor.

Pemilihan prioritas strategi dengan menggunakan metode MAUT untuk mengatasi permasalahan di UKM mebel bambu Kabupaten Purworejo menghasilkan lima strategi dengan prioritas tertinggi yang dapat dilakukan UKM mebel bambu Kabupaten Purworejo yaitu bekerjasama dengan UKM lain dalam hal pemesanan bahan baku yang dilakukan secara kolektif untuk menekan harga (0,80), membuat website khusus untuk pemasaran produk UKM ini dengan bantuan dari pemerintah daerah (0,72), menawarkan kerjasama dengan pemerintah dengan memberikan produk secara murah/gratis dengan syarat meletakkan mebel tersebut pada ruang tamu/tempat lain yang strategis di dinas tersebut (0,56), mengembangkan pasar produk dengan menjalin kerjasama antar sesama pebisnis mebel dalam perkumpulan atau asosiasi antar pebisnis (0,55) dan menawarkan produk kepada pesaing di daerah lain sebagai distributor (0,53).

DAFTAR PUSTAKA

David, Freed. 2009. *Strategic Management : Concept and Cases* . Prentice Hall : New Jersey.

Givarian, Hasan., Samani, Ali., Ghorbani, Roghieh., Samani, Rokhsareh. 2013. Formulating Strategy Of Iran Post Company Using Strategic Management Matrix And SWOT Analysis. *Science International (Lahore)* Vol 25. No.13, pp. 663-670.

Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Graha Ilmu : Yogyakarta.

Saghaei, Maryam and Fazayeli, Leila. 2012. Strategic Planning For a Lubricant Manufacturing Company Using SWOT Analysis, QSPM Model (one of the Top companies of Iranian Oil, Gas and Petrochemical Products Exporters' Association). *Australian Journal of Business and Management Research* Vol.1, No.10, pp 18-24.

Shojaei, M. R, Taheri, N. S, Mighani, M. A. 2010. Strategic planning for a food Industry Equipment manufacturing factory, Using SWOT Analysis, QSPM, and MAUT Models. *Asian Journal of Management Research* Vol. 1, No. 1, pp. 759-771.

Siavashan, Farangis and Khari, Ali. 2012 Strategic Planning in Iran Milk Industries. *World Applied Sciences Journal* Vol. 17, No.1, pp. 66-74.

Zulkarnaen, Halim Oky., Sutopo. 2013. Analisis Strategi pemasaran Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Makanan Ringan : Studi Penelitian UKM Snack Barokah Solo. *Diponegoro Journal of Management* Vol. 2, No.1, pp. 1-13.