

SWOT ANALISIS SEBAGAI PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA PENGEMBANGAN SENTRA INDUSTRI MEBEL DI DESA CATAK GAYAM KECAMATAN MOJOWARNO, KABUPATEN JOMBANG

Hayiroh Khoirunisak

Mahasiswa S1 Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
Email : hayirohkhairunisak16080324034@mhs.unesa.ac.id

Saino

Prodi S1 Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
Email : saino@unesa.ac.id

ABSTRAK

Penelitian bertujuan merumuskan strategi pemasaran dan memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang tepat untuk mengembalikan Sentra Industri Mebel Kayu Jati Desa Catak Gayam sebagai pusat perdagangan produk mebel di Kabupaten Jombang. Subjek pada penelitian ini adalah 30 orang pemilik usaha mebel dan Kepala Disperindag Kabupaten Jombang. Pada penelitian ini data yang dikumpulkan yaitu berupa data primer dan data sekunder dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi dan angket. Alat analisis yang digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran adalah matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, matriks SWOT. Hasil penelitian rumusan strategi pemasaran yang tepat yaitu strategi jangka pendek dengan memanfaatkan adanya anggaran dari pemerintah untuk melakukan pembenahan pada fasilitas di sentra, strategi jangka menengah dengan memanfaatkan adanya kemajuan teknologi komunikasi dan informasi di Kabupaten Jombang untuk menjalin kerjasama dengan rekan kerja, strategi jangka panjang dengan memanfaatkan pelayanan dari pemilik usaha mebel yang menerima pesanan mebel dalam jumlah banyak dan pembuatan serta pengiriman produk mebel selalu tepat waktu.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, SWOT Analisis, Matriks SWOT

Abstract

This research aims to formulate a marketing strategy and provide recommendations on the right marketing strategy to restore the Teak Furniture Industry Center of the Village of Catak Gayam as a center of trading furniture products in Jombang Regency. The subjects in this study were 30 furniture business owners and the head of the industry and trade office in Jombang Regency. In this study, researchers collected data in the form of primary data and secondary data using techniques of collecting data through interviews, documentation and questionnaires. The analytical tool used by researchers to formulate marketing strategy is IFE matrix, EFE matrix, IE matrix, SWOT matrix. The results of the research on the formulation of an appropriate marketing strategy are the short-term strategy by utilizing the government's budget to reform the facilities in the center, the medium-term strategy by utilizing the advances in communication and information technology in jombang to collaborate with colleague, the long-term strategy by take advantage of the services of furniture business owners who receive orders for furniture in large quantities and the manufacture and delivery of furniture products is always on time.

Keywords : Marketing Strategy, SWOT Analysis, Matrix SWOT

PENDAHULUAN

Industri Kecil Menengah atau yang biasa disebut IKM mempunyai peran yang sangat strategi dan penting bagi pertumbuhan ekonomi suatu Negara baik itu negara maju ataupun Negara berkembang Sektor perindustrian adalah salah satu sektor perekonomian yang saat ini sedang diperhatikan dan dikembangkan oleh pemerintahan, hal ini dilakukan karena pada saat Indonesia mengalami krisis perekonomian, Industri Kecil Menengah atau IKM adalah sektor perekonomian yang mempunyai pertahanan yang paling baik dibandingkan dengan sektor lainnya di Indonesia. Bahkan pasca terjadinya krisis ekonomi jumlah Industri Kecil Menengah di Indonesia terus bertambah meningkat dan berkembang. Industri Kecil Menengah di Indonesia ini perlu dikembangkan dan diberdayakan seiring dengan

perkembangan teknologi yang ada dengan memperhatikan setiap kendala-kendala yang sering terjadi pada IKM, dengan mengembangkan dan memberdayakan serta memperhatikan kendala yang dialami IKM, IKM dapat memberikan suatu kontribusi yang sangat baik terhadap suatu peningkatan kesejahteraan seluruh masyarakat utamanya pada penyerapan para tenaga kerja atau buruh di Indonesia.

Kabupaten Jombang merupakan salah satu daerah yang memiliki IKM terkenal dengan produk unggulannya Mebel kayu jati, yang terletak di kecamatan Mojowarno yaitu Sentra Industri Mebel Kayu Jati yang ada di desa Catak Gayam yang sudah ada sejak tahun 2000. (Sumber : hasil wawancara pra-penelitian) Desa Catak Gayam atau yang lebih dikenal dengan kampung

mebel, karena sebagian besar penduduk desa ini bekerja sebagai pengrajin mebel dan memproduksi beberapa jenis mebel. Sentra Industri Mebel di Desa Catak Gayam ini telah menghasilkan berbagai macam produk dengan bahan dasar kayu jati yaitu antara lain, kusen, jendela, lemari, kursi, meja makan, sofa, kursi goyang, dipan, dan lainnya. (Sumber : hasil wawancara pra-penelitian)

Sentra industri mebel di Desa Catak Gayam ini memiliki keunggulan dibandingkan dengan sentra lainnya yaitu : 1) lokasinya dekat dengan pasar daerah, 2) terletak di lokasi yang strategis jalan raya utama menuju ke Pare, Kediri, dan Malang, 3) dekat dengan tempat pengisian bahan bakar minyak (BBM), 4) lokasinya padat dengan penduduk, dan lainnya (Sumber : hasil wawancara pra-penelitian). Namun seiring dengan berjalannya waktu sentra industri mebel tersebut mengalami beberapa permasalahan yang diakibatkan oleh semakin tingginya tingkat persaingan usaha yang terjadi di sektor perindustrian. kegiatan pemasaran produk yang masih mengandalkan penjualan secara langsung dan masih tergolong sangat sederhana, sehingga penjualan produk pada sentra industri mebel kayu jati ini masih belum maksimal dan tepat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 10 orang pemilik usaha mebel yang ada di Desa Catak Gayam, yaitu antara lain : 1) media promosi masih offline, 2) persaingan harga antar toko masih terasa hal ini mengakibatkan penjualan tidak bisa mahal, 3) sulit mencari bahan baku karena mahal, 4) desain mebel masih kuno dan belum ada pembaharuan desain yang modern, 5) pembeli rata-rata masih dari kalangan menengah kebawah, 6) penurunan jumlah kunjungan konsumen untuk membeli mebel, 7) menurunnya tingkat penjualan yang berpengaruh pada keuntungan para pelaku usaha. (Sumber : hasil wawancara pra-penelitian)

Banyaknya hasil produksi mebel kayu jati dan tidak diiringi dengan kemampuan dalam kegiatan pemasaran produk mebel yang baik, sehingga dapat mengakibatkan sering terjadinya persaingan usaha mebel atau penurunan harga produk mebel dipasar. Pada saat ini kualitas produk mebel yang dihasilkan oleh Sentra Industri Di Desa Catak Gayam juga cenderung lebih monoton dan tidak menarik sehingga untuk meningkatkan penjualan dari produk mebel tersebut perlu melakukan pelatihan dalam melakukan pelatihan desain yang lebih modern, unik dan kreatif. Sentra Industri mebel harus mampu meningkatkan dalam kegiatan promosinya agar produk mebelnya mampu dikenali oleh masyarakat luas baik didalam maupun diluar Kabupaten Jombang. Kondisi tersebut mengakibatkan sejumlah pelaku usaha mebel mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya.

Pemerintah Kabupaten Jombang dalam beberapa tahun terakhir sudah melakukan strategi pengembangan untuk mengembangkan ekonomi industri mebel namun tidak berjalan secara optimal. Produk yang berkualitas tinggi namun tidak ditunjang dengan promosi yang baik mengakibatkan sepiya pengunjung di Sentra Industri Mebel, hal ini mengakibatkan persaingan harga yang tidak sehat antara pemilik usaha satu dengan pemilik usaha lainnya. Dengan kondisi menurunnya penjualan

mebel tersebut maka sangat berpengaruh pada keuntungan yang didapatkan oleh pemilik usaha.

Berdasarkan fenomena sumber informasi yang telah dijabarkan diatas, inilah yang menjadi sebuah alasan melakukan penelitian tentang 1) menganalisis perencanaan strategi pemasaran dengan Matriks SWOT pada Sentra Industri Mebel, 2) Untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat pada Sentra Industri Mebel dengan analisis matriks SWOT, dan 3) Memberikan strategi rekomendasi yaitu strategi pemasaran yang dapat diterapkan di Sentra Industri Mebel. Hal ini perlu dilakukan karena dapat membangkitkan suatu usaha mebel dan mengembalikan Sentra Industri Mebel Kayu Jati Mojowarno sebagai Sentra Industri unggulan di Kabupaten Jombang. Saat ini lingkungan usaha di Kabupaten Jombang juga kurang mampu mendukung untuk pengembangan usaha mebel, hal ini dikarenakan kurangnya fasilitas-fasilitas dari pemerintah Kabupaten Jombang dalam pengembangan Sentra Industri Mebel tersebut.

Pada penelitian ini difokuskan untuk meneliti tentang perencanaan strategi pemasaran pada Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam, hal ini dilakukan karena berdasarkan dari hasil wawancara terhadap 10 orang pemilik usaha Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam mengalami beberapa kemunduran dalam hal penjualan. Perencana strategi pemasaran dilakukan dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada di sentra tersebut. Setelah dilakukan analisis dan perumusan strategi maka akan memberikan strategi rekomendasi yang tepat agar dapat membangkitkan usaha tersebut dan menjadikan sentra unggulan di Kabupaten Jombang.

Dalam mengembangkan suatu usaha pasti akan selalu ada kesempatan usaha hal itu akan selalu dipengaruhi oleh lingkungan usaha yang sangat erat hubungannya dengan usaha itu sendiri, apabila suatu usaha tidak bisa beradaptasi dengan lingkungan baik itu internal maupun eksternal maka akan tersingkir dari persaingan usaha (Lapod, 2016). Analisis lingkungan usaha memiliki tujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan yang dimiliki oleh suatu usaha serta peluang dan ancaman yang harus dihadapi oleh suatu usaha. Lingkungan yang dapat mempengaruhi sebuah usaha adalah lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Menurut (David, 2010:15) lingkungan internal merupakan suatu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha dalam melakukan kegiatan yang dapat dikendalikan dan dijalankan dengan baik atau buruk. Sedangkan lingkungan eksternal merupakan peluang dan ancaman yang berasal dari faktor ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, pemerintah, teknologi, serta kompetisi atau kejadian yang secara pasti dapat menguntungkan atau membahayakan suatu usaha dimasa yang akan datang.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Munizu (2010) menjelaskan bahwa kinerja dari industri kecil dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan eksternal dan faktor lingkungan internal. Faktor internal yang meliputi aspek sumber daya manusia seperti pemilik, manajer, dan pekerja, aspek keuangan, aspek teknik

produksi, dan aspek pemasaran. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari kebijakan pemerintah, aspek sosial budaya, ekonomi, serta peranan lembaga terkait pemerintah, perguruan tinggi.

SWOT Analisis merupakan sebuah cara dalam melakukan strategi perencanaan yang dapat digunakan suatu usaha untuk menganalisis *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats* yang melibatkan suatu perusahaan. Analisis SWOT merupakan suatu instrumen yang digunakan untuk menganalisis strategi guna menentukan strategi yang tepat bagi suatu usaha dengan memaksimalkan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang perusahaan untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam perusahaan serta menekan dampak ancaman yang timbul dari luar perusahaan (Siagian, 2014:172). Dalam melakukan proses SWOT Analisis terdapat berbagai cara yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan analisis terhadap faktor strategi sebuah usaha yaitu menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha. Pada saat melakukan analisis tersebut harus berdasarkan pada logika yang berkaitan dengan perkembangan visi misi, tujuan usaha, strategi usaha, dan kebijakan usaha untuk dapat melakukan pengambilan keputusan strategi pemasaran yang tepat guna bagi perusahaan (Rangkuti, 2014).

SWOT Analisis dapat digunakan oleh suatu perusahaan dengan berbagai cara dilakukan untuk membantu proses analisis strategi yang tepat guna. Adapun cara yang paling sering dilakukan adalah dengan memanfaatkannya sebagai kerangka berpikir yang menjadi acuan untuk melakukan pembahasan yang terstruktur tentang situasi dan kondisi usaha dan alternatif pokok yang mungkin dipertimbangkan oleh suatu usaha, SWOT analisis dapat dilakukan di semua aspek situasi usaha saat ini baik itu pada faktor lingkungan internal maupun lingkungan eksternal (Istigfarini, 2013). Dengan melakukan SWOT Analisis pada Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam dapat menentukan posisi daya saing yang tepat untuk usaha mebel di desa catak gayam diantara usaha mebel lain yang ada di kabupaten Jombang hal ini dikarenakan ada beberapa kelebihan yang di miliki sentra industri mebel di desa catak gayam daripada usaha mebel lain.

Strategi Pemasaran mempunyai tujuan yang dapat memberikan pengaruh agar pembeli berminat untuk membeli dan menggunakan produk ataupun jasa yang diproduksi oleh suatu usaha atau badan usaha. Strategi pemasaran sebuah rencana yang dilakukan untuk memuaskan kebutuhan pasar berdasar pada faktor pembelian, penjualan, keuangan, dan sumber daya manusia Kotler dan Keller (2009). Strategi pemasaran adalah sebuah metode untuk menganalisis keadaan faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal sebuah usaha sehingga dapat menganalisis hal-hal yang berkaitan dengan perusahaan antara lain berupa kegiatan penjualan dan pemasaran produk, kegiatan pembelian produk, audit keuangan, dan sumber daya manusia sehingga dapat ditentukan adanya strategi pemasaran yang baru dan tepat sasaran sehingga usaha tersebut dapat mencapai tujuannya perusahaan secara maksimal dengan cara melakukan penyusunan perencanaan strategi

pemasaran. Sedangkan dalam menentukan sebuah strategi pemasaran perusahaan atau organisasi harus memperhatikan tiga elemen pokok yaitu konsumen, pesaing, dan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Subjek pada penelitian ini adalah Dinas Perindustrian Perdagangan dan Pasar Kabupaten Jombang selaku pengelola Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam dan para pelaku usaha di Sentra Industri Mebel. Sedangkan Objek penelitian adalah Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam, dengan jumlah usaha sebanyak 30 unit. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan dua sumber yaitu data primer yang didapat dari hasil observasi dan wawancara dengan pelaku usaha dan Disperindag, sedangkan data sekunder didapat secara tidak langsung dari media perantara. Sumber data primer dan sumber data sekunder yang dikumpulkan oleh peneliti digunakan sebagai pedoman untuk menganalisis atau melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu pengamatan atau observasi, wawancara mendalam (*in depth interview*), dokumentasi, dan angket. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis IFE, analisis EFE dan analisis Matriks SWOT. Uji validitas data pada penelitian ini menggunakan Metode Triangulasi, metode ini diperlukan dalam penelitian karena berguna untuk pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu diantaranya adalah triangulasi sumber, triangulasi teknik, triangulasi waktu. Teknik pengolahan data kualitatif pada penelitian ini menggunakan perhitungan matriks IFE, perhitungan matriks EFE, dan perhitungan dengan matriks SWOT.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dari hasil pengumpulan data dengan jumlah responden sebanyak 30 pelaku usaha maka karakteristik responden dapat di deskripsikan sebagai berikut :

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Jenis Responden	Jumlah
Jenis Usaha	Usaha Kecil	8 Orang
	Usaha Menengah	22 Orang
	Usaha Besar	10 Orang
Jenis Kelamin	Laki-laki	24 Orang
	Perempuan	6 Orang
Usia	Rentang usia 30-60	30 Orang
Pendidikan	SD	4 Orang
	SMP	3 Orang
		20 Orang

	SMA	3 Orang
	S1	
Pengalaman	11-15 Tahun	6 Orang
Usaha	16-20 Tahun	20 Orang
	21-22 Tahun	4 Orang
Omset Usaha	50-100 Juta	10 Orang
	35-75 Juta	22 Orang
	25-40 Juta	8 Orang

(Sumber : Diolah peneliti, 2020)

Identifikasi Faktor-Faktor Lingkungan Internal (Matriks IFE)

Faktor-faktor internal dalam Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam adalah faktor lingkungan usaha yang terdiri dari faktor kekuatan dan faktor kelemahan yang dimiliki oleh Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam. Aspek yang perlu diidentifikasi pada lingkungan internal sebuah usaha adalah kekuatan dan kelemahan, dimana dapat dilihat dari segi visi dan misi, struktur organisasi, sistem pemasaran, cara promosi, keuangan, dan operasional yang dimiliki oleh Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam.

Hasil identifikasi dari faktor lingkungan internal atau matriks IFE adalah sebagai berikut : (1) Aspek pemasaran Sentra Industri Mebel didukung dengan adanya lokasi usaha yang sangat strategis yaitu dekat dengan perumahan warga, dekat dengan jalur utama ke Malang, Kediri, dan Surabaya. (2) Aspek sistem pemasarannya dilakukan secara langsung di toko-toko mebel kepada konsumen yang ada di wilayah sentra industri mebel sedangkan pemasaran tidak langsung dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan pihak lain. (3) Aspek produk mebel yang dipasarkan Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam didominasi oleh produk mebel yang meliputi mebel pintu, jendela, meja kursi, lemari, dipan, dan sebagainya dengan produk pendukung lainnya yang diproduksi oleh karyawan sendiri. (4) Aspek harga yang kompetitif mulai dari Rp 1.000.000 – Rp 10.000.000. Pemilik usaha mebel di Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam memberikan kebebasan kepada konsumen dalam memilih produk mebel sendiri namun tetap didampingi oleh pelayan toko dengan menawarkan harga mebel yang murah atau mahal dan potongan harga yang sangat menarik. (5) Aspek Sumber daya manusia di sentra industri mebel pemerintah Kabupaten Jombang memberikan peluang kepada pengelola usaha mebel untuk mengikuti kegiatan pameran produk mebel IKM yang ada di wilayah Kabupaten Jombang. (6) Aspek promosi yang dilakukan oleh pengelola usaha dan pemerintah Kabupaten Jombang yang tergabung pada usaha di Sentra Industri Mebel mampu menghasilkan efek yang sangat baik bagi pemilik usaha sehingga memiliki penghasilan rata-rata sekitar 30-100 juta perbulan. Dalam melakukan penggajian kepada karyawan setiap bulannya pemilik usaha memberikan gaji sekitar 1-3 juta rupiah. (7) Aspek pendistribusian atau pengiriman produk, dalam melakukan pengiriman produk pemilik usaha melakukannya dengan baik, tepat waktu. Sedangkan untuk proses pengiriman produk menggunakan

kendaraan pick-up yang dimiliki oleh pelaku usaha di Sentra Industri Mebel.

Berdasarkan dari hasil perhitungan analisis matriks IFE maka diperoleh hasil sebagai berikut : (1) Faktor strategi internal (Kekuatan), berdasarkan perhitungan bobot x rating maka hasil skor total sebesar 1,59. (2) Faktor strategi internal (Kelemahan), berdasarkan perhitungan bobot x rating maka hasil skor total sebesar 1,26. (3) Berdasarkan dari hasil analisis matriks IFE diperoleh hasil perhitungan skor total dari kekuatan dan kelemahan sebesar 2,85. Dari perolehan hasil ini menunjukkan bahwa secara signifikan Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam berada diatas 2,5 sehingga memberikan indikasi posisi internal usaha yang kuat, sehingga matriks IFE memberikan peluang untuk bersaing pada kondisi dalam Sentra Industri Mebel Di Catak Gayam saat ini.

Berdasarkan hasil perumusan matriks IFE, penelitian yang dilakukan sesuai dengan penelitian dari Mahendra (2015) di Pusat Perkulakan Sepatu Trowulan dan A. Gofar (2018) yang meneliti Upaya pemerintah Kabupaten Mojokerto dalam mempertahankan suatu usaha salah satunya sentra industri dimana hal-hal yang perlu dilakukan dalam meningkatkan suatu usaha adalah dengan melakukan kegiatan promosi produk, adapun cara-cara promosi yang dapat dilakukan melalui brosur, pameran produk, melakukan pelatihan dalam kegiatan manajemen produksi produk, pelatihan kepemimpinan perusahaan, mengadakan pelatihan desain untuk meningkatkan kualitas produk, serta bantuan alat mesin. Hal tersebut juga diterapkan oleh Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam dimana aspek yang diidentifikasi adalah adanya kekuatan, kelemahan bisnis yang meliputi kegiatan operasional, keuangan usaha, cara melakukan promosi, cara melakukan pemasaran, struktur organisasi, dan visi-misi yang dimiliki oleh Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam.

Identifikasi Faktor-Faktor Lingkungan Eksternal (Matriks EFE)

Ada beberapa faktor atau kondisi eksternal yang dapat mempengaruhi bagi peningkatan pemasaran atau kunjungan pada Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam antara lain ada faktor ekonomi, faktor demografis, faktor pemerintah, faktor teknologi, dan faktor kekuatan kompetitif.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis matriks EFE maka diperoleh hasil sebagai berikut : (1) Faktor strategi eksternal (Peluang), dengan pemberian bobot dan rating hasil perhitungan skor total sebesar 1,11. (2) Faktor strategi eksternal (Ancaman), dengan pemberian bobot dan rating hasil perhitungan skor total sebesar 2,21. (3) Berdasarkan analisis matriks EFE Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam mempunyai skor total sebesar 3,32, dari hasil skor total tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa sebuah usaha harus merespon dengan baik adanya peluang dan ancaman yang terjadi di lingkungan sekitar sentra, sehingga matriks EFE memberikan peluang untuk bersaing pada kondisi saat ini.

Identifikasi faktor eksternal pada Sentra Industri Mebel antara lain faktor peluang dan faktor ancaman yang harus dapat di minimalisir dampaknya oleh pelaku usaha dan para pengelola di Sentra Industri Mebel. Hal ini sesuai dengan penelitian Mahendra (2015) yang dilakukan pada Pusat Perkulakan Sepatu Trowulan Mojokerto dimana meliputi sektor ekonomi, demografis, pemerintah, teknologi, dan kekuatan kompetitif. Dan ada beberapa faktor kondisi eksternal yang dapat mempengaruhi tingkat pemasaran pada Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam, Kecamatan Mojowarno dimana penelitian ini tidak sejalan dengan W. Wijaya (2017) pada penelitian pengembangan usaha CV. Steba Advertising Semarang dimana melibatkan penambahan pemasok dan proses promosi.

Analisis Matriks IE (Internal-Eksternal)

Berdasarkan hasil analisis matriks IFE dan EFE pada Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam dengan skor total sebesar 2,85 dan 3,32 ini menunjukkan bahwa Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam secara signifikan berada pada posisi internal dan posisi eksternal usaha diatas rata-rata. Dengan jumlah skor total tersebut Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam mempunyai faktor eksternal usaha diatas rata-rata dengan indikator bahwa Disperindag sebagai pengelola sentra mempunyai cara untuk merespons adanya peluang dan ancaman di wilayah Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam.

Skor total matriks IFE

	Kuat 3,0-4,0	Sedang 2,0-2,99	Lemah 1,0-1,99
Tinggi 3,0-4,0	I GROW AND BUILD	II GROW AND BUILD	III HOLD AND MAINTAIN
Sedang 2,0-2,99	IV GROW AND BUILD	V HOLD AND MAINTAIN	VI HARVEST OR DIVESTITUTE
Rendah 1,0-1,99	VII HOLD AND MAINTAIN	VIII HARVEST OR DIVESTITUTE	IX HARVEST OR DIVESTITUTE

Gambar 1. Analisis Matriks IE
(Sumber: Diolah oleh peneliti, 2020)

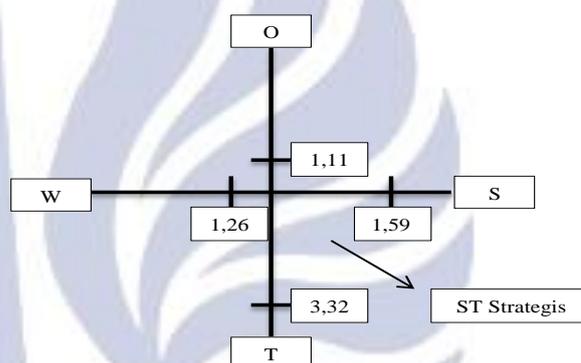
Berdasarkan hasil analisis strategi pemasaran melalui matriks IE diatas sehingga posisi dari usaha Sentra Industri Mebel dapat diketahui saat ini berada pada posisi kuadran II. Pada posisi kuadran ini sentra industri mebel memiliki keadaan faktor internal dan faktor eksternal diatas rata-rata. Sehingga strategi yang tepat untuk Sentra Industri Mebel yang berada pada posisi kuadran II adalah dengan menerapkan strategi tumbuh dan membangun sebuah usaha (*grow and build*).

Dari hasil analisis matriks IE, hasil ini sesuai dengan penelitian Mahendara (2015) pada Pusat Perkulakan Sepatu Trowulan Mojokerto dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa PPST berada pada posisi rata-rata dengan skor total 2,97 pada matriks IFE, dan pada

matriks EFE dengan skor total 3,06, sedangkan untuk posisi matriks IE berada pada kuadran II, sehingga strategi yang digunakan untuk PPST adalah strategi tumbuh dan berkembang (*grow and build strategy*).

Analisis Matriks SWOT (*Strenght, Weaknesses, Opportunity, Threats*)

Berdasarkan hasil dari analisis matriks SWOT (*Strenght, Weaknesses, Opportunity, Threats*) posisi Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam lalu dianalisis sehingga menjadi sebuah strategi SO, WO, ST, dan WT. Berdasarkan perhitungan analisis SWOT tersebut menghasilkan strategi alternatif ST (*Strenght-Threats*) yang artinya Disperindag sebagai pengelola supaya memanfaatkan kekuatan dari dalam usaha atau kekuatan internal yang dimiliki oleh Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam untuk meminimalkan ancaman dari luar usaha yang dapat mempengaruhi kegiatan penjualan dan kegiatan pemasaran produk mebel di Sentra Industri Mebel. Berikut ini gambar Matriks SWOT :



Gambar 2. Matriks SWOT
(Sumber: Diolah oleh peneliti, 2020)

Berdasarkan perhitungan analisis matriks SWOT maka pilihan strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam adalah: 1) Strategi alternatif ST yaitu strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan nama Sentra Industri Mebel sebagai ikon di Kabupaten Jombang, 2) dengan adanya kemajuan teknologi komunikasi dapat dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan promosi dan kerjasama dengan rekan bisnis, 3) Memanfaatkan adanya anggaran dana untuk pembenahan daerah sekitar sentra, 4) Memanfaatkan adanya pegawai untuk melakukan pelayanan kepada konsumen saat proses pembelian dan pengiriman produk.

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT yang telah dijabarkan diatas maka pada penelitian ini tidak sama dengan penelitian Istigfarini (2013) pada UKM Daun Agel Handicraft karena dalam perolehan strategi alternatif pemasaran dan produksi pada UKM yang jatuh pada strategi alternatif SO dan penelitian dari Mahendra (2015) pada PPST Trowulan Mojokerto yang menggunakan strategi alternatif WO untuk mengembalikan tujuan awal berdirinya PPST, adapun penelitian ini tidak sama dengan penelitian David (2016) yang berjudul *the quantitative strategic planning matrix*

: *a new marketing tool*, yang hasilnya berada pada strategi SO dan ST, dan penelitian dari F. Anas (2018) yang berjudul *Marketing Strategy Throught SWOT Analysis On Dealer Honda Prima Jaya Abadi Branch Tembalang Semarang* dengan hasil penelitiannya yang menggunakan alternatif strategi SO.

Strategi Pemasaran Yang Direkomendasikan Untuk Pengembangan Sentra Industri Mebel Desa Catak Gayam

Berdasarkan beberapa aspek strategi pemasaran dan rumusan analisis SWOT yang dipilih untuk diterapkan dalam jangka pendek dan panjang oleh Disperindag dan pelaku usaha, berikut ini beberapa alternatif strategi yang direkomendasi untuk Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam :

Jangka pendek, strategi yang direkomendasikan adalah sebagai berikut : (1) Memanfaatkan adanya anggaran dari pemerintah untuk melakukan renovasi pada fasilitas di sentra sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk mebel, yaitu dengan cara memperbaiki kondisi dari Sentra Industri Mebel Kayu Jati Desa Catak Gayam menjadi lebih baik lagi. (2) Memanfaatkan nama dari Sentra Industri Mebel Kayu Jati Desa Catak Gayam yang sudah menjadi ikon sentra mebel di Kabupaten Jombang untuk dapat menarik minat pembelian produk lokal.

Jangka menengah, strategi yang direkomendasikan adalah sebagai berikut : Memanfaatkan adanya kemajuan teknologi komunikasi dan informasi di Kabupaten Jombang untuk menjalin kerjasama dengan rekan kerja dalam hal produksi maupun distribusi produk mebel. Jangka menengah dan jangka panjang, strategi yang direkomendasikan adalah sebagai berikut : (1) Memanfaatkan nama dari Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam ditambah dengan banyaknya SDM yang mampu menguasai jenis-jenis produk mebel yang baik dan berkualitas. (2) Dengan adanya SDM yang baik maka pemilik usaha dapat memberikan konsumen pelayanan yang maksimal dengan membebaskan konsumen dalam memilih produk mebel sesuai dengan yang konsumen butuhkan. Dengan adanya jumlah pesanan mebel yang banyak menjadikan pemilik usaha harus tetap waktu dalam hal pembuatan dan pengiriman produk mebel agar konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Jangka panjang, strategi yang direkomendasikan adalah memanfaatkan pelayanan dari pemilik usaha mebel yang menerima pesanan mebel, dan dalam pembuatan dan pengiriman produk mebel harus selalu tepat waktu.

Rumusan strategi pemasaran yang telah dipaparkan diatas, diperoleh berdasarkan hasil perhitungan dari matriks SWOT yang jatuh pada titik strategi Kekuatan-Ancaman (*Strength-Threats*) yang sangat efektif untuk diterapkan pada Sentra Industri Mebel berdasarkan pada lingkungan internal usaha berupa data peluang, kekuatan, kelemahan, dan ancaman dan lingkungan eksternal Sentra Industri Mebel, untuk meminimalisir ancaman yang terjadi pada usaha dengan memanfaatkan kekuatan

internal yang ada. Dengan menerapkan sebuah tindakan strategi pemasaran dan dapat diketahui dari tingkat skala penerapannya untuk yang pertama yaitu melakukan strategi jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang.

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam ini tidak sesuai dengan penelitian oleh Istigfarini (2013) pada UKM Daun Agel Handicraft karena dalam perolehan strategi alternatif pemasaran dan produksi pada UKM yang jatuh pada strategi alternatif SO dengan melakukan strategi diversifikasi terkait penggantian bahan baku dan strategi memperluas jaringan pemasok bahan baku. Kemudian penelitian dari Mahendra (2015) pada PPST Trowulan Mojokerto dimana hasil penelitian ini menggunakan strategi alternatif WO yaitu strategi dengan memanfaatkan adanya kerjasama PPST dengan Disperindag untuk membangkitkan usaha sepatu dan mengembalikan tujuan awal dari pembangunan PPST. Lalu penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian David (2016) yang berjudul *the quantitative strategic planning matrix : a new marketing tool*, dimana hasil penelitiannya menunjukkan strategi yang berada pada strategi SO dan ST dimana suatu bisnis harus menambah karyawan, penambahan biaya untuk kegiatan promosinya, dan penelitian dari F. Anas (2018) yang berjudul *Marketing Strategy Throught SWOT Analysis On Dealer Honda Prima Jaya Abadi Branch Tembalang Semarang* dengan hasil penelitiannya yang menggunakan alternatif strategi SO yang dalam penerapannya dilakukan strategi meningkatkan kualitas dan mutu produk, melakukan pengembangan target pasar menengah kebawah, melengkapi sarana dan prasarana yang belum lengkap, memperluas jangkauan promosi, dan dengan menambahkan jumlah karyawan untuk usahanya.

PENUTUP Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian tentang strategi pemasaran pada sentra industri mebel dan pembahasan yang telah dipaparkan diatas mengenai analisis SWOT yang dapat diterapkan pada Sentra Industri Mebel Kayu Jati Desa Catak Gayam, dapat diambil kesimpulan mengenai strategi usaha mebel yang memiliki kesamaan untuk dijalankan oleh pengelola dan pemilik usaha pada usaha mebel yaitu : 1) Memanfaatkan kekuatan internal untuk dapat meminimalisir ancaman yang ada pada Sentra Industri Mebel, 2) Memanfaatkan nama sentra sebagai ikon Sentra Industri Mebel, 3) Dengan adanya kemajuan teknologi informasi dapat dimanfaatkan oleh pemilik usaha dan pengelola untuk menjalin kerjasama dengan kolega atau rekan bisnisnya, 4) Dengan adanya anggaran dana dari Pemerintah Kabupaten Jombang dapat di manfaatkan untuk melakukan pembenahan sarana dan prasarana pada Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam, 5) Dengan adanya karyawan di toko mebel sehingga dapat memberikan pelayanan yang baik pada konsumen pada saat pembelian produk mebel atau pelayanan pada saat proses pengiriman produk mebel ke konsumen.

DAFTAR RUJUKAN

David, Fred R. 2010. Manajemen Strategi. Jakarta : Salemba Empat.

Kotler, dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Lapod, John. 2016. Analisis Penentuan Strategi Dalam Lingkungan Bisnis Yang Kompetitif Studi Kasus Pada PT. Pelindo IV (Persero). Vol : 4. No. 1.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/12350/11927>.

Mahendra, Angga Martha. 2015. SWOT Analisis Strategi Perencanaan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Membangkitkan Usaha Sepatu Di Pusat Perkulaan Sepatu Trowulan Kabupaten Mojokerto. Vol. 1. No. . Tahun. Online.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/12038/11221>.

Meredith, David, Forest. 2016 : *the quantitative strategic planning matrix : a new marketing tool*. Journal of Strategic Marketing.
<https://scite.ai/reports/the-quantitative-strategic-planning-matrix-MbKPRm>.

Musran, Munizu. 2010. Pengaruh faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Maret 2010. Vol.12, No.1 Hal 33-41.
<http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/17987/17898>.

Nawang Sari, Ertien Rining. 2016. Analisis Program Pemberdayaan Masyarakat Pada Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) (Studi Di UMKM Pengrajin Batik Kampoeng Jetis Dan Pengrajin Koperasi Intako Tanggulangan Sidoarjo) Ertien Rining Nawang Sari Abstrak. 1(1):12-16.
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpsi/article/view/2234/1435>.

Rangkuti, Freddy. 2014. Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Siagian, Sondang P. 2014. Manajemen Stratejik. Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Istigfarini, Wenny. 2013. Analisis Strategi Fungsi Produk UKM Daun AGEL HANDICRAFT di Bangkalan. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya : PPs Universitas Negeri Surabaya.
<http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/1911/5318>.