

**STRATEGI PEMBERDAYAAN UMKM PENGHASIL KERAJINAN KERANG DAN
KAYU DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA)
(Studi Kasus UMKM di Kec. Panarukan Kab. Situbondo)**

Edy Kusnadi Hm¹; Anik Sudarismiati²; Muhammad Yusuf Ibrahim³

^{1,2}Fakultas Ekonomi, UNARS Situbondo

³Fakultas Hukum, UNARS Situbondo

¹edykoko_1134@yahoo.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui posisi strategis UMKM kerajinan kerang dan kayu di Kec Panarukan Kabupaten Situbondo serta strategi pemberdayaan agar mampu bersaing di Masyarakat Ekonomi ASEAN 2017. Metode Penelitian yang digunakan yaitu dengan menggunakan Diagram analisis SWOT, External Faktor Analysis Summary (EFAS) dan Internal Faktor Analysis Summary (IFAS). Luaran penelitian yang dicapai berdasarkan hasil analisis pada diagram SWOT, dari nilai total masing-masing faktor tersebut dapat dijelaskan bahwa strategi yang paling tepat dilakukan untuk bersaing dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dengan cara mendukung strategi “Diversifikas”. Hasil analisis strateginya adalah ¹Diversifikasi produk dilakukan dengan mengembangkan model kerajinan kerang dan kayu yang lebih variatif dan unik, ²Harga dan kualitas produk yang ditawarkan harus tetap bersaing dan konsisten serta terus dilakukan pengembangan, ³Mitra penjualan diperluas serta membuka toko online dan offline (toko) di beberapa daerah tujuan pemasaran dan ⁴Sumberdaya Manusia (SDM) terus diberikan pelatihan-pelatihan guna meningkatkan pengalaman dan kreatifitasnya.

Kata Kunci : Analisis SWOT, UMKM Panarukan Situbondo

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran sentral dalam perekonomian secara keseluruhan, sehingga perlu diadakannya pengembangan dan menumbuhkan semangat baru untuk lebih fokus dalam menata kegiatan UMKM di Indonesia guna menuju perekonomian yang lebih baik. Dalam analisis makro ekonomi UMKM memiliki peran strategis dalam pendapatan nasional dan pengurangan pengangguran sesuai dengan Undang-undang No. 20 tahun 2008 bab III pasal V yang berbunyi meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan. Dalam ekonomi makro salah satu yang menjadi pokok permasalahan adalah pengangguran dan membahas tentang pendapatan nasional atau pertumbuhan ekonomi. Dalam hal ini UMKM memainkan perannya, diantaranya dalam mengurangi pengangguran UMKM telah berperan aktif menyerap tenaga kerja, yang secara tidak langsung mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia.

Keberadaan UMKM sudah selayaknya mendapatkan dukungan dari pelaku ekonomi lain, baik pemerintah maupun lembaga keuangan. Salah satu dukungan kepada UMKM adalah dengan penyaluran kredit. Kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan global khususnya dalam

masyarakat ekonomi ASEAN memang perlu dipikirkan lebih lanjut agar tetap mampu bertahan demi kestabilan perekonomian Indonesia. Selain itu faktor sumber daya manusia di dalamnya juga memiliki andil tersendiri. Keberadaan industri kecil kerajinan kerang dan kayu di Kabupaten Situbondo cukup mendapat perhatian dan terus dikembangkan. Hal ini disamping letak geografisnya yang mendukung juga bahan baku yang melimpah, sehingga kerajinan ini layak untuk dikembangkan. Dalam rangka untuk mengatasi kendala-kendala tersebut beberapa langkah yang pernah diambil oleh dinas terkait seperti melalui kegiatan pelatihan-pelatihan bagi pengrajin kerang dan kayu yang ada di Kabupaten Situbondo, dengan harapan pengrajin dapat meningkatkan produktifitas, serta memiliki dan mengembangkan wawasan entrepreneurship maupun memahami penerapan teknologi tepat guna.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan, maka secara rinci rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah posisi strategis industri kerajinan kerang dan kayu di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo?
2. Bagaimanakah strategi pemberdayaan kerajinan kerang dan kayu di Kecamatan Panarukan Kabupaten

Situbondo untuk bisa menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)?

METODE PENELITIAN

1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi dengan pendekatan kuantitatif matematis dalam menangkap deskripsi umum industri kerajinan kerang dan kayu di Kecamatan Penarukan Kabupaten Situbondo kemudian mengidentifikasi posisi strategis industri maka digunakan pendekatan matrik *Strenght, Opportunity and Threat* SWOT. Dalam merumuskan rekomendasi kebijakan pemberdayaan industri kerajinan akan digunakan pendekatan kualitatif yang dikuantifikasikan dalam bentuk *analytical hierarchy process* yang berusaha menangkap persepsi *expertise* mengenai pengembangan industri kerajinan kerang dan kayu di Kecamatan Penarukan Kabupaten Situbondo.

2 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian yang akan dilakukan adalah di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo yang terdiri dari beberapa desa diantaranya Kilensari, Wringin Anom, Paowan, Sumber Kolak, Peleyan, Duwet..

3 Subyek dan Obyek penelitian

Dalam studi ini yang menjadi subyek penelitian adalah seluruh UMKM penghasil kerajinan kerang dan kayu yang ada di enam desa di Kecamatan Penarukan Kabupaten

Situbondo berjumlah 159 UMKM. Objek penelitian merupakan apa yang hendak diselidiki dalam penelitian. Dalam studi ini objek penelitiannya adalah menganalisis dan menentukan posisi strategis industry dan penentuan strategi pemberdayaan industri kerajinan kerang dan kayu yang ada di enam desa di Kecamatan Penarukan Kabupaten Situbondo

4. Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

4.1. Identifikasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah segala sesuatu sebagai objek penelitian yang ditetapkan dan dipelajari sehingga memperoleh informasi untuk menarik kesimpulan. Variabel dalam analisis SWOT terdiri dari:

1. Kekuatan (*strengths*)
2. Kelemahan (*weakness*)
3. Peluang (*opportunities*)
4. Ancaman (*threats*)

4.2. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam analisis SWOT terdiri dari:

1. Kekuatan (*strengths*) yaitu kondisi kekuatan yang ada dalam industri UMKM tersebut yang terdiri dari sentra industri, tenaga kerja, harga produk, pola kemitraan, ketrampilan kerja, aliran produksi, potensi pengembangan, bahan baku, fleksibilitas jenis usaha;

2. Kelemahan (*weakness*) yaitu kondisi kelemahan yang ada dalam industri UMKM yang terdiri dari: akses modal, teknologi, sifat produksi, kualitas, akses informasi, jangkauan pasar, mutu produk, IT, produktifitas, etos kerja, profesionalisme, kemampuan manajerial, pembiayaan non bank, spesialisasi dan inovasi;
3. Peluang (*opportunities*) yaitu kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi pada industri UMKM yang terdiri dari: ekonomi nasional, pendapatan masyarakat, infrastruktur, jumlah penduduk, subsidi, dukungan pemerintah, persaingan;
4. Ancaman (*threats*) yaitu kondisi yang mengancam dari luar industri UMKM yang terdiri dari: lingkungan bisnis, pesaing, harga berfluktuasi, hambatan masuk pasar, pemasok, pesaing, perubahan gaya hidup konsumen, keterbatasan akses pasar, inflasi, perekonomian, globalisasi.

5 Jenis dan Sumber Data

5.1 Jenis Data

Data-data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer kuantitatif dan kualitatif yang diperoleh dengan melakukan survei lapangan serta data sekunder sebagai *supporting data* berupa *existing statistic data*.

1. Data Primer.
2. Data Sekunder.

5.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dengan membagikan kuisioner yang dirumuskan secara terstruktur, sistematis serta pemilihan responden yang representatif dan *expert* pada permasalahan, sehingga memungkinkan data yang diisi merupakan data yang telah mempunyai nilai obyektivitas yang tinggi.

6 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh UMKM penghasil kerajinan kerang dan kayu yang ada di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo sekaligus sebagai sampel penelitian yang berjumlah 161 UMKM yang sudah berdiri selama kurun waktu dua sampai dengan lima tahun.

7 Teknik Analisis Data

Proses penyusunan perencanaan strategis melalui tiga tahap analisis, yaitu:

1. Tahap pengumpulan data (evaluasi faktor eksternal dan internal)
2. Tahap analisis (Matriks SWOT, Matriks Internal dan Eksternal)
3. Tahap pengambilan keputusan

8 Matrik Internal (IFE) dan Eksternal (EFE)

8.1 Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE).

Menurut Umar (2001:172), langkah penyimpulan dalam mengelola *internal-management* dan *internal audit* dapat dipakai untuk menyusun matriks IFE. Alat

perumusan strategi ini menyimpulkan dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan yang besar dalam daerah-daerah fungsional perusahaan, dan juga untuk memberikan suatu basis bagi pengidentifikasian dan evaluasi hubungan diantara daerah-daerah tersebut.

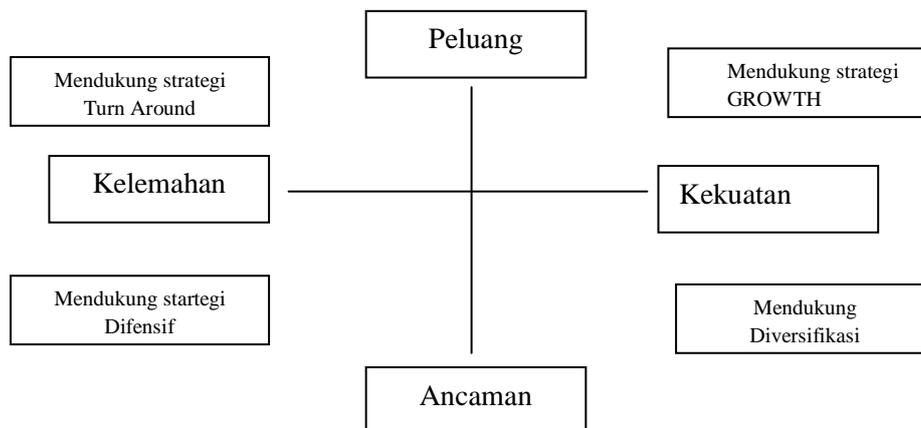
8.2 Matriks *External Factor Evaluation* (EFE).

Menurut Umar (2001:164), untuk menganalisis industri menggunakan *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) Matrix menghendaki agar para peneliti strategi melakukan pengumpulan data dan menganalisis hal-hal yang menyangkut

persoalan ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi dan informasi tentang persaingan di pasar industri dimana perusahaan berada. bobot EFI (Evaluasi Faktor Internal).

9 Menentukan Posisi Strategi Pemberdayaan UMKM dengan Diagram SWOT

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strengths*) dan Kelemahan (*weaknesses*). Berikut adalah contoh gambar diagram SWOT :



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

10 Menentukan Penerapan Strategi Pemberdayaan UMKM dengan Diagram SWOT

Setelah mengetahui gambaran strategi usaha melalui IE Matrix, maka selanjutnya untuk menentukan strategi pemasaran yang akan diterapkan adalah dengan menggunakan analisis SWOT dalam Matrix SWOT ini akan

dihasilkan beberapa alternatif strategi yang merupakan hasil penggabungan faktor-faktor strategi usaha yang telah teridentifikasi sebelumnya.

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

1 Gambaran Umum UMKM Di

Kabupaten Situbondo

Kabupaten Situbondo merupakan salah satu daerah yang ada di Jawa Timur, Lokasi yang berada di pesisir pantai utara ini menjadi peluang yang sangat strategis untuk peluang bisnis baik dari industri pengolahan hasil laut, tanaman, maupun perdagangan. Saat ini jumlah usaha mikro kecil menengah (UMKM) berdasarkan data terbaru yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan UMKM

Kabupaten Situbondo tahun 2016, jumlah UMKM yang tersaftar sebanyak 59728 usaha, yang terdiri dari jenis usaha dagang, pengolahan hasil laut dan tanaman serta jasa.

2 Gambaran Umum UMKM Kerajinan Kayu dan Kerang di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo

Usaha di sektor pengolahan kayu dan kerang menjadi kerajinan saat ini berjumlah 159 UMKM dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Rekapitulasi Jumlah UMKM Kerajinan Kayu dan Kerang di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo

No	Desa	Jumlah		Total
		Kerajinan Kerang	Kerajinan Kayu	
1	Wringin Anom	0	1	1
2	Sumber Kolak	0	4	4
3	Peleyan	1	0	1
4	Paowan	6	4	10
5	Kilensari	125	18	143
6	Gelung	0	0	0
7	Duwet	0	0	0
8	Alas Malang	0	0	0
JUMLAH				159 UMKM

Sumber : Data Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Situbondo tahun 2016

3. Analisis SWOT UMKM Kerajinan Kayu dan Kerang di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo

Untuk mengetahui situasi dan kondisi manajemen usaha serta langkah untuk menyusun strategi UMKM menghadapi pasar ASEAN, maka dilakukan dengan analisis

SWOT dengan mengidentifikasi faktor-faktor Internal yaitu *Strenght* dan *Weakness* sedang faktor Eksternal yaitu *Opportunity* dan *Threat*

3.1 Analisis Lingkungan Internal

1. Kekuatan (*Strenght*)

Berikut ini adalah gambaran faktor faktor internal yaitu kekuatan (*strenght*) yang dimiliki UMKM Kerajinan Kayu dan Kerang di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo, yaitu :

- 1). Dari sarana produksi, sebagian besar usaha menggunakan mesin untuk proses produksi sehingga bisa lebih efisien untuk menghasilkan produk kerajinan.
- 2). Dari segi lokasi pemasaran, daerah tujuan pemasaran cukup strategis yaitu Bali, mitra kerja di daerah tersebut yang memiliki jaringan penjualan cukup luas dapat memberikan peluang yang besar untuk berkembangnya usaha kerajinan tersebut.
- 3). Dari segi modal usaha, permodalan sangat mudah dikarenakan pemerintah daerah di kabupaten situbondo mendorong untuk meningkatkan jumlah UMKM melalui BPR, Koperasi, Bank Umum dan lain-lain.
- 4). Dari segi kualitas produk, untuk kualitas produk sangat bagus karena terdapat beberapa tahapan atau proses yang dilakukan dengan mesin sehingga hasilnya efektif.

- 5). Dari segi harga jual, produk yang dijual memiliki harga yang cukup bersaing dibandingkan dengan daerah lain yang ada di Jawa Timur.
- 6). Dari segi bahan baku sangat mudah, seperti bahan baku kerang yang mudah di dapat di pesisir pantai Kabupaten Situbondo, dan untuk kayu juga sangat mudah karena berada di lingkungan budidaya lahan jati yang juga sangat luas.
- 7). Memiliki ijin usaha untuk masing-masing UMKM.

2 Kelemahan (*Weakness*)

Berikut ini adalah gambaran faktor internal yaitu kekuatan (*strength*) yang dimiliki UMKM Kerajinan Kayu dan Kerang di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo, yaitu :

- 1). Dari segi pemasaran, tidak adanya *outlet* toko sebagai sarana menjual atau mempromosikan langsung kepada masyarakat atas produk-produk yang dihasilkan. Selain itu rata-rata pemasaran UMKM tersebut masih belum menggunakan media *online* atau *e-commerce*.
- 2). Minimnya keahlian dan kreatifitas untuk mengembangkan produk yang lebih unggul dan bersaing dan mayoritas hanya menjual produk setengah jadi.
- 3). Sedikitnya mitra penjualan atau *reseller* yang bisa menopang penjualan yang lebih besar, sehingga penjualan hanya ke daerah Bali saja.

- 4). Harga yang murah, karena permintaan harga dari mitra sedangkan ketika dijual kembali oleh mitra tersebut harganya justru jauh lebih besar, hal ini menyebabkan penghasilan produsen khususnya UMKM tersebut mendapatkan laba bersih yang rendah.
- 5). *Packaging* produk kurang baik.
- 6). Tidak adanya label produk, hal ini tentu mengurangi faktor *positioning* produk sehingga produk tidak mudah diingat oleh konsumen.
- 7). Tidak menyusun laporan keuangan, hal ini sangat menentukan dalam hal mengetahui seberapa besar biaya yang dikeluarkan dan pendapatan yang diterima, serta sebagai pemisah antara kepentingan usaha dan pengeluaran pribadi pemilik, hal ini bisa dilihat diatur dengan baik jika pihak pengelola usaha bisa menyusun laporan keuangan yang benar dan teratur.

3.2 Analisis Lingkungan Eksternal

1. Peluang (*Opportunity*)

Berikut ini adalah gambaran faktor eksternal yaitu peluang (*Opportunity*) dari UMKM Kerajinan Kayu dan Kerang di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo, yaitu :

- 1). Kesempatan pengembangan usaha yang diberikan pemerintah khususnya melalui Dinas Koperasi dan UMKM serta Dinas Perdagangan Kabupaten Situbondo sangat merespon terhadap berkembangnya usaha

mikro kecil dan menengah (UMKM) di masyarakat Situbondo.

- 2). Tingkat pajak yang rendah sehingga tidak membebani para pengusaha kerajinan kayu dan kerang.
- 3). Banyaknya Bank yang menawarkan kredit dengan suku bunga bersaing dapat menjadi peluang dalam dalam meningkatkan atau memperluas usahanya.
- 4). Lokasi pemasaran di Daerah Bali masih dikuasai oleh pengrajin dari Kabupaten Situbondo, dalam hal ini bisa menjadi peluang besar untuk terus meningkatkan penjualan ke daerah tersebut

2. Ancaman (*Threat*)

- 1). Banyaknya bermunculan UMKM sejenis dari luar daerah Kabupaten Situbondo.
- 2). Berdirinya industri besar yang memproduksi produksi hampir mirip, hal ini bisa menjadi penghambat penjualan produk dan merebut pangsa pasar yang sudah ada, karena jika produksi yang besar dilakukan oleh indutri sejenis bisa menghasilkan harga yang jauh lebih murah dan kualitas yang bagus dibandingkan dengan hasil produksi UMKM
- 3). Produk pesaing dipasarkan melalui *media online* sehingga jangkauan pemasaran bisa ke seluruh pulau yang ada di Indonesia dan bahkan ke luar negeri. Hal ini justru bisa mengambil alih pasar yang sudah ada seperti di daerah Bali

4). Tampilan produk pesaing lebih unik dan kreatif sehingga lebih menarik minat konsumen. hal ini dikarenakan banyaknya referensi desain produk yang menjadikan varietas pilihan produk menjadi lebih banyak.

4. Analisis Faktor Internal Menggunakan IFAS

Tahap-tahap dalam menyusun tabel *Internal Faktor Analysis Summary* (IFAS) dengan menggunakan faktor-faktor yang menjadi *Strength* serta *Weakness* dan *External Faktor Analysis Summary* (EFAS) dengan menentukan faktor-faktor yang menjadi *Opportunity* dan *Threat*. Langkah

selanjutnya yaitu memberikan bobot masing-masing faktor dengan skala mulai dari 0,0 s.d 1,0. Nilai 0,0 yang berarti “tidak penting” sampai dengan 1,0 yang berarti “sangat penting” dimana bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi skor total yaitu 1,0.

Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 1 sampai dengan 4. Nilai rating *Strength* dan *Weakness* selalu bertolak belakang, begitu juga dengan *Opportunity* dan *Threat*. Hasil analisis pada tabel *Internal Faktor Analysis Summary* (IFAS) dapat dilihat pada sebagai berikut

Tabel 2. Matrik *Internal Faktor Analysis Summary* (IFAS) UMKM kerajinan kayu dan kerang di Kecamatan Penarukan

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai Skor
<i>Strength</i> (S) :			
1. Sarana produksi	0,05	4	0,20
2. Lokasi pemasaran	0,10	3	0,30
3. Kemudahan memperoleh modal usaha	0,025	2	0,05
4. Kualitas produk			
5. Harga jual bersaing	0,15	4	0,60
6. Bahan baku yang mudah diperoleh	0,10	4	0,40
7. Perijinan usaha	0,15	3	0,45
	0,025	3	0,075
Sub Total	0,600		2,075
<i>Weakness</i> (W) :			
1. Tidak memiliki <i>outlet</i> / toko	0,075	3	0,225
2. Minimnya keahlian dan kreatifitas	0,075	4	0,225
3. Sedikitnya mitra penjualan	0,10	4	0,40
4. Permintaan harga murah	0,025	4	0,10
5. <i>Packaging</i> produk kurang baik.	0,05	3	0,15
6. Tidak adanya label produk	0,05	4	0,20
7. Tidak menyusun laporan	0,025	3	0,075
Sub Total	0,400		1,375
TOTAL	1,00		

Sumber : Olah Data

Dari hasil analisis tabel 5.1 IFAS faktor *Strenght* mempunyai total nilai skor **2,075** sedangkan untuk faktor *Weakness* mempunyai nilai skor **1,375**.

5. Analisis Faktor Eksternal Menggunakan EFAS

Seperti halnya pada tabel IFAS, untuk mengukur Faktor Eksternal dilakukan dengan menggunakan tabel *External Faktor Analysis Summary* EFAS, maka pada faktor-faktor strategis juga dilakukan identifikasi yang hasilnya ada pada tabel sebagai berikut.

Tabel 3. Matrik *External Faktor Analysis Summary* (EFAS) UMKM kerajinan kayu dan kerang di Kecamatan Penarukan

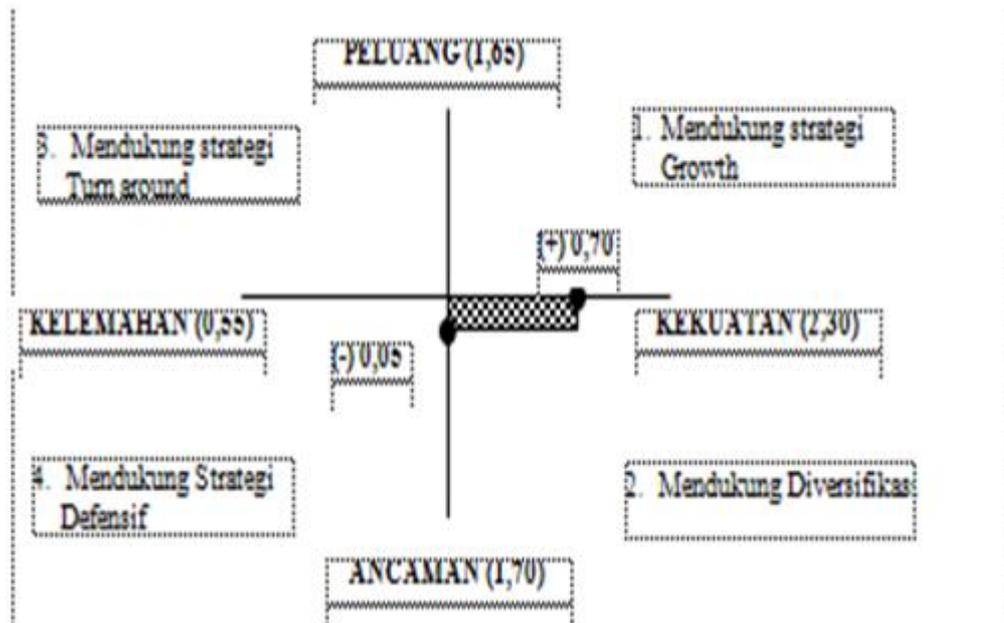
Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai Skor
<i>Opportunity (O) :</i>			
1. Dorongan Pemerintah terhadap UMKM	0,15	3	0,45
2. Tingkat pajak yang rendah	0,15 0,05	4 3	0,60 0,15
3. Banyaknya Bank yang menawarkan kredit	0,15	3	0,45
4. Lokasi pemasaran di Bali masih menguasai			
Sub Total	0,50		1,65
<i>Threat (T) :</i>			
1. Banyaknya bermunculan UMKM sejenis	0,1 0,1	4 3	0,4 0,3
2. Berdirinya industri besar yang memproduksi produksi hampir mirip	0,2	3	0,6
3. Produk pesaing dipasarkan melalui <i>media online</i>	0,1	4	0,4
4. Tampilan produk pesaing lebih unik dan kreatif			
Sub Total	0,5		
TOTAL	1,00		1,70

Sumber : Olah Data

Dari hasil analisis tabel 5.6 EFAS, faktor peluang (*Opportunity*) mempunyai total nilai skor **1,65** sedangkan untuk faktor ancaman (*threat*) mempunyai nilai skor **1,70**.

6. Penentuan Posisi Strategis Perusahaan

Berdasarkan hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Diagram SWOT, dapat dilihat pada gambar berikut

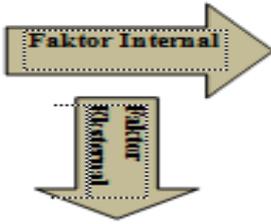


Gambar 2. Diagram Analisis SWOT UMKM Kerajinan Kayu dan Kerajinn Kerang Di Kecamatan Panarukan

7. Matrik SWOT

Berdasarkan analisis matrik *Internal Faktor Analysis Summary* (IFAS) dan matrik *External Faktor Analysis Summary* (EFAS) pada tabel 5.5 dan 5.6. Telah disusun pula matrik SWOT untuk menganalisis rumusan alternatif strategi SO, WO, ST, WT dengan hasil analisis pada tabel 5.8 berikut ini.

Tabel 4. Kombinasi Strategik Matrik SWOT pada UMKM kerajinan kayu dan kerang di Kecamatan Panarukan

	Strength (S) : 1. Sarana produksi 2. Lokasi pemasaran 3. Kemudahan memperoleh modal usaha 4. Kualitas produk 5. Harga jual bersaing 6. Bahan baku yang mudah diperoleh 7. Perijinan usaha	Weakness (W) : 1. Tidak memiliki outlet/ toko 2. Minimnya keahlian dan kreatifitas 3. Sedikitnya mitra penjualan 4. Permintaan harga murah 5. Packing produk kurang baik 6. Tidak adanya label produk
Opportunity (O) : 1. Dorongan Pemerintah terhadap UMKM 2. Tingkat pajak yang rendah 3. Banyaknya Bank yang menawarkan kredit 4. Lokasi pemasaran di Bali masih menguasai	Strategi (SO) : 1. Meningkatkan permodalan usaha Untuk Pengembangan Penjualan 2. Mempertahankan Kualitas Produk Dan Terus Dikembangkan 3. Mempertahankan Harga Yang Bersaing Dan Terus melakukan efisiensi biaya produksi	Strategi (WO) : 1. Membuka outlet untuk pemasaran produk 2. Meningkatkan kealinea melalui pelatihan 3. Label dan packing produk dibuat menarik 4. Harga penjualan disesuaikan dengan keuntungan yang diharapkan pemilik 5. Meningkatkan mitra usaha
Threat (T) : 1. Banyaknya bermunculan UMKM sejenis 2. Berdirinya industri besar yang memproduksi produksi hampir mirip 3. Produk pesaing dipasarkan melalui media online 4. Tampilan produk pesaing lebih unik dan kreatif	Strategi (ST) : 1. Diversifikasi produk 2. Membuka pemasaran secara online 3. Desain produk dibuat secara unik dan inovatif 4. Fokus untuk mengembangkan produksi agar harga jual lebih efisien	Strategi (WT) : 1. Meningkatkan jumlah mitra penjualan 2. Tampilan produk ditingkatkan 3. Meningkatkan referensi produk agar lebih inovatif 4. Biaya ditekan sekecil mungkin untuk menciptakan harga yang bersaing

Sumber : Oia Data

8. Implementasi Strategi Yang Bisa Diterapkan

Implementasi strategi yang bisa diterapkn di UMKM kerajinan kayu dan kerang di Kecamatan Panarukan yang bisa disusun yaitu :

1. Diversifikasi produk dilakukan dengan mengembangkan model kerajinan kerang dan kayu yang lebih variatif dan unik.
2. Harga produk yang ditawarkan harus tetap bersaing dan terus dilakukan pengembangan untuk efisiensi biaya sehingga harga jual bisa bersaing
3. Kualitas produk lebih ditingkatkan, ketika harga ditekan menjadi lebih murah, maka bagaimanapun kualitas suatu produk harus tetap diutamakan,
4. Mitra penjualan perlu untuk diperluas
5. Membuka toko *online* dan toko *offline* atau *outlet* di beberapa daerah tujuan pemasaran.
6. Sumberdaya Manusia perlu untuk terus diberikan pelatihan-pelatihan

guna meningkatkan pengalaman dan kreatifitasnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis pada Matrik SWOT pada perencanaan strategis UMKM kerajinan kayu dan kerang di Kecamatan Panarukan, maka strateginya adalah :

1. Diversifikasi produk dilakukan dengan mengembangkan model kerajinan kerang dan kayu yang lebih variatif dan unik
2. Harga dan kualitas produk yang ditawarkan harus tetap bersaing dan konsisten serta terus dilakukan pengembangan .
3. Mitra penjualan diperluas serta membuka toko *online* dan *offline* (toko) di beberapa daerah tujuan pemasaran.
4. Sumberdaya Manusia (SDM) terus diberikan pelatihan-pelatihan guna meningkatkan pengalaman dan kreatifitasnya.

Saran

Saran yang diberikan kepada seluruh UMKM penghasil kerajinan kayu dan kerang di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo agar bisa meningkatkan volume penjualannya adalah :Pelaksanaan diversifikasi produk sangat penting dan memerlukan pemikiran yang matang agar produk yang hendak dijual siap untuk memberikan nilai bagi konsumen

1. Dalam meningkatkan volume penjualan produk kerajinan, perlunya investasi dan perlu pengendalian secara profesional agar pendapatan yang diperoleh melalui peningkatan volume penjualan dapat menjadi keuntungan yang mutlak.
2. Promosi harus dilakukan baik secara langsung melalui toko maupun secara *ecommerce* atau *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Gitosudarmo, Indriyo, H, Drs, M. Com, Manajemen Strategis, Yogyakarta: BPFYogyakarta, 2001.
- Gitosudarmo,Indrigo dan Mulyono, Agus, Prinsip Dasar Manajemen. Yogyakarta; BPFY, 2001
- Hunger, David K. dan Thomas L. Wheelen. 2003. Manajemen Strategis. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Husein Umar, 2005. Metode Penelitian. Jakarta : Salemba Empat
- J. Salusu. 2006. Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit. Grasindo. Jakarta.
- Pearce dan Robinson, 2003, *Manajemen Strategi*, Salemba Empat, Jakarta
- Simbong Mangiwa, Analisis Strategi Bisnis Jasa Warung Internet. (2011) *Skripsi*. Universitas Gunadarma
- Tunggal, Amin, Widjaja. 1994. Pengantar Manajemen Strategi. Harvarindo, Jakarta

