

Analisis Strategi Pemasaran Kain Tenun Pada Rumah Produksi Kain Tenun Kelurahan Pringgasela Selatan Kabupaten Lombok Timur

Abdul Muttalib^{1*}, Ahmad Sibawai²

^a Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama NTB, Indonesia

^b Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama NTB, Indonesia

* Corresponding author: abdulmuttalib3@gmail.com

Artikel Info	Abstrak
Article history: Received xxx Revised xxx Accepted xxx Available online xxx	Penelitian ini di dasari atas usaha kerajinan tenun Spongkor dihadapkan dengan berbagai masalah internal dan eksternal terutama dalam segi permodalan dan pemasaran. Oleh karena itu, untuk menjaga kelangsungannya diperlukan penyusunan strategi yang baik dan efektif untuk terus mempertahankan eksistensi usaha kerajinan tenun tersebut, oleh karena itu usaha kerajinan tenun tradisional masih memerlukan pembenahan khususnya dari segi pemasaran. Tujuannya adalah untuk melakukan analisis SWOT terhadap usaha kain tenun yang nantinya dapat digunakan sebagai acuan dalam mengembangkan usaha tersebut, metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, yakni berusaha membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistimatis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena-fenomena yang diselidiki. Hasil penelitian Pada matrik IFAS dapat dilihat kekuatan pada kerajinan tenun tradisional Lombok di Pringgasela lebih besar yaitu 60% lebih besar dibanding kelemahan yang dimiliki yaitu 30%. Pada matrik EFAS peluang bagi UKM Rumah Produksi Kain Tenun Spongkor Desa Pringgasela Selatan dalam mengembangkan usahanya lebih besar dengan bobot 62.5% dibanding dengan ancaman 37.5%. Dengan demikian analisis SWOT kerajinan tradisional lombok berada pada kuadran 1 yaitu kuat dan berpeluang dan strategi yang digunakan adalah strategi agresif. Melalui matrik SWOT diperoleh alternative SO yaitu dengan meningkatkan hubungan harmonis dengan pemasok dan distributor yang merupakan kekuatan perusahaan, Optimalisasi penggunaan peralatan yang merupakan kekuatan perusahaan, dan meningkatkan market share. Posisi Strategi pemasaran yang digunakan oleh UKM Rumah Produksi Kain Tenun Spongkor Desa Pringgasela Selatan adalah kuat dan berpeluang. Formulasi Strategi yang digunakan oleh UKM Rumah Produksi Kain Tenun Spongkor Desa Pringgasela Selatan menggunakan Promosi dengan metode personal selling dengan melakukan pendekatan dengan tokoh adat, tokoh pemuda, dan karang taruna.
Keywords: Strategi Pemasaran, Kain Tenun, Rumah Produksi. Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat	

INTRODUCTION

Perkembangan Usaha UKM dinilai masih banyak yang kurang dalam strategi pemasaran karena masih banyak UKM yang tidak mampu bersaing di dunia bisnis yang lebih luas lagi dan tak jarang beberapa UKM tidak konsisten dan tidak bisa bertahan lama dalam menjalani usahanya, hanya bertahan beberapa tahun saja kemudian UKM tersebut bangkrut dan tidak meneruskan usahanya kembali. Hal itu disebabkan oleh lemahnya strategi daya saing terutama dalam aspek pemasaran yang dimiliki oleh pelaku usaha. Namun tidak sedikit juga usaha yang selalu bermunculan setiap tahunnya. Peningkatan jumlah usaha dari tahun ketahun menjadi tantangan bagi pelaku usaha untuk terus berkembang. Pelaku usaha harus memiliki strategi pemasaran yang mumpuni agar tetap bisa bertahan di dunia bisnis. Cara yang tepat untuk merumuskan strategi yaitu dengan mengetahui keunggulan kompetitif yang sesuai dengan lingkungan internal dan eksternal (SWOT) usaha itu sendiri. Saat ini banyak pebisnis yang membuat website blog, dan membuat akun media sosial untuk memasarkan atau mempromosikan produk mereka agar lebih murah dan efektif karena kalangan millennial saat ini lebih tertarik belanja online daripada harus ke toko atau tempat belanja lainnya. Kemajuan ini dianggap sangat berguna untuk digunakan sebagai strategi pemasaran bisnis yang juga dilakukan oleh usaha tersebut.

Menurut data BPS provinsi Nusa Tenggara Barat tahun 2018, jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Lombok Timur sebesar 161,261 unit dengan rincian 144,029 merupakan usaha mikro, 16,266 merupakan usaha kecil, 904 merupakan usaha menengah, dan 62 usaha besar. Selain itu, sebesar 90% UMKM di Kabupaten Lombok Timur kapasitasnya masih rendah. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa hampir semua UMKM di Kabupaten Lombok Timur memiliki kapasitas rendah. Hal tersebut disebabkan oleh kondisi internal dan eksternal UMKM, seperti penerapan standar kategori UMKM yang terlalu tinggi. Kondisi internal UMKM perlu diketahui terlebih dahulu sebelum mengetahui kondisi eksternalnya. Hal ini karena kondisi internal UMKM lebih berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Salah satu UMKM yang berada di Kabupaten Lombok Timur atau tepatnya di Kecamatan Pringgasea Selatan adalah UKM Rumah Produksi kerajinan tenun sepongkor. UKM ini tepatnya berada di Kelurahan Pringgasea Selatan Kabupaten Lombok Timur. Saat ini, Usaha kerajinan tenun Sepongkor dihadapkan dengan berbagai masalah internal dan eksternal terutama dalam segi permodalan dan pemasaran. Oleh karena itu, untuk menjaga kelangsungannya diperlukan penyusunan strategi yang baik dan efektif untuk terus mempertahankan eksistensi Usaha kerajinan tenun tersebut, oleh karena itu usaha kerajinan tenun tradisional masih memerlukan pembenahan khususnya dari segi pemasaran. Selain karena paradigma manajemen kontemporer yang memandang konsumen merupakan pemegang kendali bisnis, juga untuk mempersiapkan industri kecil

tersebut terhadap tantangan persaingan global yang menuntut pemahaman perilaku konsumen guna menciptakan nilai bagi konsumen atau pelanggannya.

Berdasarkan permasalahan di atas maka dapat dirumuskan perumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana posisi strategik pemasaran kain tenun tradisional Lombok pada Rumah Produksi Kain Tenun Pringgasea Selatan Kecamatan Pringgasea Lombok Timur yang dilihat dari analisis SWOT ?

Bagaimana formulasi strategi pemasaran pada Rumah Produksi Kain Tenun Pringgasea Selatan Kecamatan Pringgasea Lombok Timur ?

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk melakukan analisis SWOT terhadap usaha kain tenun yang nantinya dapat digunakan sebagai acuan dalam mengembangkan usaha tersebut

RESEARCH METHODS

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah semua metode yang meneliti status kelompok manusia. Suatu obyek kondisi, suatu pemikiran kelas peristiwa pada masa sekarang (Natsir, 1999:66). Tujuannya adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena-fenomena yang diselidiki.

Dalam hal ini jenis penelitian digunakan untuk mengetahui posisi dan strategi yang digunakan untuk mengetahui posisi dan strategi yang digunakan pada kerajinan tenun tradisional lombok.

Penelitian ini dilakukan pada kerajinan tenun tradisional lombok di Pringgasea Selatan Lombok Timur adapun alasan pemilihan lokasi penelitian ini adalah:

1. Adanya kesediaan pihak pengelola Rumah Produksi kain tenun pringgasea untuk memberikan keterangan yang dibutuhkan oleh peneliti.
2. Usaha kerajinan kain tenun merupakan usaha yang perlu di kembangkan dan dibudidayakan karena ini merupakan alat tradisional Lombok di Pringgasea yang memberikan kontribusi yang besar bagi pendapatan daerah.

Metode Pengumpulan Data

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode study kasus. Menurut Nazir (1999 : 66) study kasus adalah penilaian tentang subyek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau has dari keseluruhan personalitas. Maksudnya, suatu prosedur pemecahan masalah dengan menjelaskan obyek maupun subyek penelitian dan peristiwa yang nyata, dimana data-data tidak berlaku sfesipik pada perusahaan yang diteliti.

Adapun kasus yang disoroti dalam penelitian ini adalah strategi apa yang paling tepat untuk digunakan pada kain tenun tradisional lombok agar mampu bersaing

Metode pengumpulan data adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Yaitu Pengamatan dan pencatatan secara sistematis tentang tenomena atau gejala yang diselidiki secara langsung maupun tidak langsung. dari observasi ini diperoleh data mengenai keadaan umum perusahaan diantaranya bagaimana Pemasarannya, Variasi yang digunakannya penyesekannya ,alat-alatnya apa saja, dan lain-lain.

b. Wawancara

Yaitu mengadakan tanya jawab langsung, baik dengan pimpinan perusahaan ataupun karyawan yang diberikan wewenang untuk memberikan data dan informasi yang diperlukan.

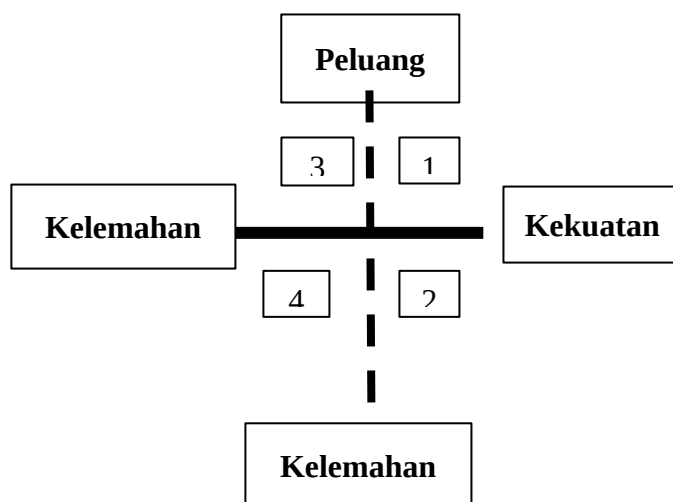
c. Dokumentasi

Dokumen yang digunakan pada penelitian ini adalah dokumen yang diambil dari hasil penelitian di lapangan, dokumen yang diambil dari desa dan kecamatan, disamping itu juga menggunakan dokumen-dokumen pendukung lainnya.

Metode Analisis Data

1. Penentuan Posisi Usaha dengan Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman lingkungan.



Gambar
Penentuan Posisi Usaha

Sumber :Rangkuty (2010 : 19-20)

Keterangan :

Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan , perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada, strategi harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman , perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal , strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi difersifikasi.

Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang besar yang sangat besar, tetapi dilain pihak dia menghadapi beberapa kendala/ kelemahan internal.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

2. Penentuan Posisi Usaha dan Strategi Perusahaan Dengan Eksternal

Strategic Factor Anaysis Summary (EFAS) dan Internal Strategic Factory Anaysis Summary (IFAS)

a. Matrix Faktor Strategi Internal

Berikut adalah cara-cara penentuan faktor strategi internal (IFAS). (Freddy Rangkuty,2004:24-26) yaitu :

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1
- 2) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan.(semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skala total 1,00).
- 3) Hitung Rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh paktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk katagori kekuatan) diberi nilai dari + 1 sampai dengan + 4 (sangat baik) dengan membandingkan dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama

Faktor-faktor Strategi	Bobot	Rating	Bobot x rating
Kekuatan			
Kelemhan			
Total			

Sumber : Freddy Rangkuty (2010 : 25)

b. Matrix Faktor Strategi Eksternal

Berikut adalah cara penentuan faktor strategi Eksternal (EFAS) (Freddy Rangky, 2004:22-23) yaitu :

- 1) Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman)
- 2) Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 sampai dengan 0,0 berdasarkan pengaruh faktor - faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan.
- 3) Hitung rating dalam kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 sampai dengan 1, berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan . pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating + 4 tetapi jika peluangnya kecil , diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya
- 4) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan untuk masing-masing faktor dengan nilai bervariasi mulai dari 4,0 sampai dengan 1,0.
- 5) Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung
- 6) Jumlah skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan , nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama

3. Penentuan Alternatif Strategi Perusahaan Dengan Matrik SWOT

Matrik SWOT adalah suatu matrik yang menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman Eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki suatu perusahaan. Matrik ini dapat menghasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategis.

IFAS EFAS	Strenght (S)	Weakneses (W)
Opprtunity (O)	Strategi (SO)	Strategi (WO)
Treaths (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)

Sumber: Freddy Rangkuty (2010 : 26)

4. Melihat Posisi Relatif Perusahaan dengan *Matrix Profit Kompotitif*

Matrix ini digunakan untuk mengetahui posisi relative perusahaan yang dianalisis dibandingkan dengan perusahaan pesaing .pertama-tama ditentukan faktor-faktor strategi yang akan dianalisis dari masing-masing perusahaan . kemudian masing-masing faktor strategi tersebut diberikan bobot dan rating sesuai dengan kondisi masing-masing perusahaan yang akan dibandingkan. Nilai rating dimulai dari 1-4

RESULT AND DISCUSSION

A. Analisis Data

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk menganalisa dan membandingkan antara faktor-faktor internal Rumah Produksi Kain Tenun Sepongkor dan faktor eksternalnya. Dengan demikian akan diperoleh alternatif strategi yang memadukan kedua unsur tersebut. Berikut adalah analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi perusahaan kain tenun tradisional lombok diantaranya :

Kekuatan

- Peralatan yang cukup memadai
- Tersedianya bahan baku yang cukup
- Kekuatan keuangan
- Produk yang ditawarkan bervariasi
- Lokasi Pringgasela Strategis
- Harga cukup bersaing.

Kelemahan

- a. Tenaga kerja yang kurang kreatif
- b. Promosi kurang agresif
- c. Biaya Operasional yang cukup tinggi
- d. Penyesekannya masih tradisional jumlah produksi cara kerja dan teknologi

Peluang

- a. Hubungan harmonis dengan pemasok dan distributor
- b. Kebijakan pemerintah yang memberikan prioritas bagi pengembangan industri kecil kain tenun.
- c. Pemasok bahan baku
- d. Kemajuan bidang pariwisata
- e. Distributor pemasarannya.

Ancaman

- a. Munculnya pesaing
- b. Perdagangan bebas dan kualitas yang semakin tinggi
- c. Kenaikan BBM, Telephone, dan listrik

2. Matrik IFAS (*Internal Strategic Factory Anaysis Summary*)

Matrik IFAS untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategi Rumah Produksi Kain Tenun Spongkor yang disusun dalam rangka kekuatan dan kelemahan Rumah Produksi Kain Tenun Spongkor berikut adalah tabel unsur- unsur kekuatan dan kelemahan perusahaan kain tenun tradisional Lombok

Tabel 9
Tabel Faktor Strategi Internal (IFAS)
Rumah Produksi Kain Tenun Spongkor Pringgasele Selatan

NO	FAKTOR STRATEGI INTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
	KEKUATAN			
1	Peralatan yang cukup	0.14	4	0.572
2	memadai Tersedianya bahan baku	0.11	3	0.342
3	yang cukup Kekuatan	0.08	3	0.258
4	keuangan Produk yang	0.05	3	0.171
5	ditawarkan bervariasi	0.17	4	0.684
6	Alokasi Pringgasele	0.02	3	0.087

	KELEMAHAN			
1	Tenaga Kerja kurang Kreatif	0.08	2	0.16
2	Promosi kurang	0.12	3	0.36
3	agresif	0.16	3	0.48
4	Biaya operasional yang cukup tinggi	0.041	2	0.08
	Penyesekanny			3.194

Sumber: Data Primer diolah

Hasil analisis data variable kekuatan dengan menggunakan analisis IFAS tersebut diatas dapat dijelaskan sbb :

- Alokasi Pringgasela Strategis yang merupakan kekuatan paling besar bagi perkembangan usaha dengan bobot 0,17% . hal ini mengingat bahwa Lokasi yang sangat utama demi kelancaran proses kain tenun yang ada di pringgasela. Rating yang diberikan oleh perusahaan terhadap factor ini juga sangat tinggi yaitu rating 4
- Urutan yang kedua dari factor kekuatan adalah peralatan yang memberi pengaruh yang sangat besar bagi perusahaan dengan bobot 14% dimana dalam mengeluarkan operasionalnya.Perusahaan diperlukan alat- alat tertentu seperti : lompat jajah, gedang jejak, tutukan, Raksi perusahaan terhadap variable ini juga sangat besar dengan rating 4
- Tersedinya bahan baku yang cukup, factor kekutan terbesar yang ketiga yaitu dengan bobot 11% , sebagaia bahan baku dalam proses pembuatan kain tenun dengan alat tradisional yang terdapat dipringgasela. Rating yang diberikan cukup besar dengan rating 3.
- Factor kekutan lainnya yang berpengaruh terhadap operasional perusahaan adalah kekuatan keuangan dengan bobot 8,6% dan reaksi terhadap perusahaan internal ini sangat besar dengan rating 3, selanjutnya adalah produk yang ditawarkan bervariasi 5,7 % reaksi perusahaan terhadap factor internal cukup besar dengan rating 3. factor kekuatan terakhir adalah harga cukup bersaing ini yang menjadi kekuatan internal perusahaan dengan bobot 3 dengan rating 3.

Adapun untuk variable kelemahan biaya operasional merupakan kekuatan yang paling besar yang dimiliki oleh perusahaan yaitu dengan bobot 16 % dan rating yang diberikan perusahaan untuk factor ini adalah 3. ini berarti perusahaan meyakini bahwa factor ini adalah kekuatan yang sangat besar yang dimiliki usaha Rumah Produksi KainTenun Sepongkor Pringgasela Selatan.

3. Matrik EFAS (*Eksternal Strategic Factor Anaysis Summary*)

Matrik ini digunakan untuk mengidentifikasi factor-faktor exstenal yang mempengaruhi perusahaan yang nantinya akan dimasukkan dalam kerangka peluang dan ancaman bagi perusahaan.

Tabel 10

Tabel Factor Exsternal Rumah Produksi Kain Tenun Sepongkor
Pringgasele Selatan

NO	FAKTOR STRATEGI INTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
	PELUANG			
1	Hubungan harmonis Dengan pemasok dan distributor	0.1	3	0.36
2	Kebijakan pemerintah yang memberikan prioritas bagi	2	3	0.24
3		0.08	3	0.12
4		0.04	4	0.8
	ANCAMAN			
1	Munculnya pesaing	0.06	2	0.12
2	Perdagangan bebas dan tuntunan kualitas yang semakin tinggi	0.12	2	0.24
3	Kenaikan	0.18	3	0.54
		1		3.06

Sumber: Data Primer Diolah

Dari analisis EFAS tersebut maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa factor peluang yang besar mempengaruhi Rumah Produksi Kain Tenun Sepongkor Pringgasele Selatan adalah factor kemajuan bidang pariwisata 20, 8 % . hal ini mengingat bahwa kerajinan tenun tradisional Lombok sebuah produk yang menjadi kegiatan pariwisata dan maju mundurnya kegiatan pariwisata sangatlah berpengaruh terhadap perkembangan usaha kerajinan tenun tradisional lombok . adalah hal ini reaksi perusahaan terhadap factor ini cukup besar dengan rating 4. bahwa perkembangan dibidang pariwisatanya sangat maju.

Sedangkan untuk faktor ancaman, faktor ancaman yang paling besar bagi perkembangan perusahaan adalah kenaikan BBM, telephone , listrik sebesar 18,7 %.

Dengan naiknya BBM, telephone, listrik maka akan mengakibatkan kenaikan bahan baku dan harga akan melonjak tinggi sehingga akan

berpengaruh terhadap factor ini adalah dengan rating 3 hal ini berarti bahwa factor ini memberi pengaruh ancaman yang besar bagi perusahaan.

4. *Space Analisis*

Space analisis digunakan untuk mempertajam analisis IFAS. Tujuannya adalah agar perusahaan mengetahui posisi dan perkembangan selanjutnya.

Tabel : Tabel Space Analisis Kerajinan Tenun Tradisional Lombok

NO	FAKTOR STRATEGI INTERNAL KEKUATAN	RATING
	KEKUATAN	
1	Peralatan yang cukup memadai	4
2	Tersedianya bahan baku yang cukup	3
3	Kekuatan keuangan	3
4	Produk yang ditawarkan bervariasi	3
5	Alokasi Pringgasea Strategis	4
6	Harga cukup bersaing	3
	JUMLAH	20
	KELEMAHAN	
1	Tenaga kerja kurang kreatif	-2
2	Promosi kurang agresif	-3
3	Biaya operasional cukup tinggi	-3
4	Penyesekannya masih tradisional jumlah produksi	-2
	JUMLAH	-10
NO	FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL RATING	
	PELUANG	
1	Hubungan harmonis dengan pemasok dan distributor	3
2	Kebijakan pemerintah yang memberikan prioritas bagi pengembangan industri kecil kain tenun Pemasok biaya bahan baku	3
3	Kemajuan bidang pariwisata Distributor pemasaran	3
	JUMLAH	17
	ANCAMAN	
1	Munculnya pesaing	-2
2	Perdagangan bebas	-2
3	Kenaikan BBM, Telephone, dan Listrik	-3
	JUMLAH	-7

Sumber : Data Primer diolah 2020

Berdasarkan analisis tersebut maka dapat di analisis SWOT dengan penentuan garis horizontal dan garis vertical:

$$\text{Kekuatan (kk)} : 20/6 = 3,3$$

$$\text{peluang (PL) } 17/5 = 3,5$$

$$\text{Kelemahan (KL) } : -10/4 = 2,5$$

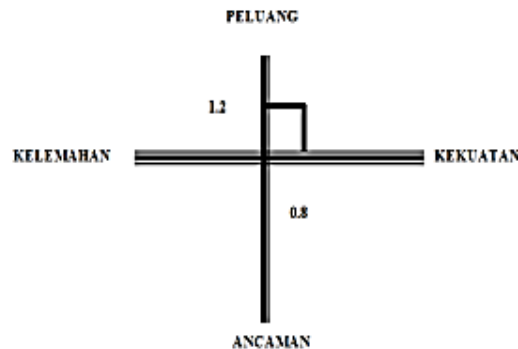
$$\text{ancaman (ANC) } = -7/3 = -2,3$$

$$\text{Garis horizontal : KK + KL}$$

$$\text{Garis Vertikal VL + ANCMN } 3,5 +$$

$$(- 2.3) = 1.2$$

$$3.3+ (- 2.5) = 0.8$$



Dari analisis tersebut dapat dilihat bahwa UKM Rumah Produksi Kain Tenun Spongkor berada pada kuadran 1 yaitu situasi yang sangat menguntungkan perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan . dalam posisi persaingan tesebut maka strategis yang paling tepat untuk diterapkan adalah yang mendukung strategi agresif.

5. Matrik SWOT

Matrik SWOT digunakan untuk menggambar secara jelas bagaimana peluang dan ancaman external yang dihadapi perusahaan disesuaikan dengan kelemahan yang dimiliki . sehingga akan diperoleh alternative strategi pilihan

Tabel 11
Tabel Matrik **SWOT** Kerajinan Tenun
pada Rumah Produksi Kain Tenun Sepongkor.

EFAS	IFAS	KEKUATAN 1. Peralatan yang cukup memadai 2. Tersedianya bahan baku yang cukup 3. Kekuatan keuangan 4. Produk yang ditawarkan bervariasi 5. Alokasi Pringgasela Strategis 6. Harga cukup bersaing	KELEMAHAN 1. Tenaga kerja kurang kreatif 2. Promosi kurang agresif. 3. Biaya operasional yang cukup tinggi. 4. Penyesekan masih tradisional dan jumlah produksinya rendah
	PELUANG 1. Hubungan harmonis dengan pemasok dan distributor 2. Perdagangan bebas dan kualitas yang semakin tinggi 3. Pemasok bahan baku 4. Kemajuan bidang pariwisata 5. Distributor pemasaran	STRATEGI SO 1. Meningkatkan hubungan harmonis dengan pemasok dan distributor yang merupakan kekuatan perusahaan. 2. Optimalisasi Penggunaan peralatan yang merupakan kekuatan perusahaan. 3. Meningkatkan Market Share	STRATEGI WO 1. Memberikan pelatihan terhadap pengrajin 2. Meningkatkan Promosi tentang kerajinan tradisional agar lebih dikenal. 3. Strategi dengan personal selling 4. Penjualan dengan sistem kredit 5. Penjualan dengan pendekatan pemulihan Art/ Karang Taruna

	ANCAMAN	STRATEGI ST	STRATEGI WT
	1. Munculnya pesaing 2. Perdagangan bebas dan kualitas semakin tinggi	1. Membangun kekuatan keuangan yang memadai 2. Efisiensi penggunaan biaya.	1. Dengan melakukan efisiensi biaya

Dari hasil penelitian diatas diperoleh melalui analisis IFAS diketahui kekuatan yang dimiliki oleh UKM Rumah Produksi Kain Tenun Spongkor Desa Pringgasela Selatan yaitu 60 % lebih besar dibanding kelemahan sebesar 30 %. Pada matrik EFAS peluang dalam mengembangkan usahanya lebih besar dengan bobot 62.5% dibanding dengan ancaman 37.5 %.

Melalui analisis SWOT yang dipertajam dengan *space analisis* diperoleh bahwa posisi UKM Rumah Produksi Kain Tenun Spongkor Desa Pringgasela Selatan pada garis horizontal positif sebesar 0.8 dan garis vertikal positif sebesar 1.2 %. Hal ini berarti posisi kain tenun tradisional lombok kuat dan berpeluang dengan kuadran 1.

Dalam matrik SWOT *alternative strategi* yang dikembangkan berdasarkan posisi UKM Rumah Produksi Kain Tenun Spongkor Desa Pringgasela Selatan adalah strategi SO yaitu dengan meningkatkan hubungan harmonis dengan pemasok dan distributor yang merupakan kekuatan perusahaan, Optimalisasi penggunaan peralatan yang merupakan kekuatan perusahaan, dan meningkatkan market share.

KESIMPULAN

Pada matrik IFAS dapat dilihat kekuatan pada kerajinan tenun tradisional Lombok di Pringgasela lebih besar yaitu 60% lebih besar dibanding kelemahan yang dimiliki yaitu 30%. Pada matrik EFAS peluang bagi UKM Rumah Produksi Kain Tenun Spongkor Desa Pringgasela Selatan dalam mengembangkan usahanya lebih besar dengan bobot 62.5% dibanding dengan ancaman 37.5%. Dengan demikian analisis SWOT kerajinan tradisional lombok berada pada kuadran 1 yaitu kuat dan berpeluang dan strategi yang digunakan adalah strategi agresif.

Melalui matrik SWOT diperoleh alternative SO yaitu dengan meningkatkan hubungan harmonis dengan pemasok dan distributor yang merupakan kekuatan perusahaan, Optimalisasi penggunaan peralatan yang merupakan kekuatan perusahaan, dan meningkatkan market share.

Posisi Strategi pemasaran yang digunakan oleh UKM Rumah Produksi Kain Tenun Sepongkor Desa Pringgasela Selatan adalah kuat dan berpeluang Formulasi Strategi yang digunakan oleh UKM Rumah Produksi Kain Tenun Sepongkor Desa Pringgasela Selatan menggunakan Promosi dengan metode personal selling dengan melakukan pendekatan dengan tokoh adat, tokoh pemuda, dan karang taruna

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Resalawati, (2012), *Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM Indonesia*.
- Agustina S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Universitas Brawijaya Press. Malang
- Arifin, Z. (2011). Analisis Spasial Industri Kecil Dan Menengah Di Propinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 9, Desember: 157.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik Kecamatan Pringgasela Dalam Angka (2017). Badan Pusat Statistik. Kabupaten Lombok Timur.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Timur (2017). Badan Pusat Statistik Nusa Tenggara Barat.
- Basu Swastha, (2005), *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty.
- Dinas Perindustrian. (2016). *Jumlah Industri Kerajinan Tenun Gedogan di Tiap-tiap Kabupaten/Kota di Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2016*
- Fuad Amsyari, (1990) *Strategi Perjuangan Umat Islam Indonesia*, Bandung: Mizan.
- Hanafiah, A.M., Saefudin, A.M. (1986). *Tata Niaga Hasil Perikanan Indonesia*. Penerbit UI-Press. Jakarta.
- Huda, Nurul, & Mustafa, E.N. (2009). *Current Issues Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, L. J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Pandji Anoraga, (2010), *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, Yogyakarta: PT. Dwi Chandra Wacana.
- Sadono Sukirno. (2002). *Pengantar Teori Makro ekonomi*, edisi ketiga, Raja Grafindo, Jakarta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Supriono, (2008), *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, Yogyakarta: BPFE.
- Tiktik Sartika Partomo & Abd. Rachman Soejoedono, (2014), *"Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi"*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2018. *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa
- Tulus Tambunan, (2012), *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*, (Jakarta: LP3ES.
- <https://endah240395.wordpress.com/2015/01/05/makalah-umkm/> diakses pada 12 September, pukul 10.00 Wita