

ABSTRAK

Daya saing merupakan kunci penting bagi pertumbuhan perekonomian nasional dalam menghadapi MEA 2015, untuk itu diperlukan peningkatan daya saing terutama untuk memajukan sektor UMKM.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari keadaan Sentra Industri Jeans Cihampelas yang sebenarnya yang bertujuan untuk menghasilkan strategi yang paling cocok untuk Sentra .

Penelitian ini mengembangkan strategi bisnis daya saing Usaha, Kecil dan Menengah (UKM) di sentra industri jeans Cihampelas. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode penelitian mixed method. Pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan studi literatur. Narasumber pada penelitian ini adalah pelaku UKM sentra jeans Cihampelas, pihak pemerintah dan praktisi. Teknik analisis menggunakan matriks IFE, matriks EFE, *Analytic Hierarchy Process* (AHP) , (CPM) competitive profile matrix matriks SWOT dan matriks QSPM. AHP digunakan untuk membantu dalam pembobotan IFE dan EFE. Matriks SWOT dibuat berdasarkan dari matriks EFE yang menganalisis peluang dan ancaman yang datang dari luar industri serta matriks IFE yang menganalisis kekuatan dan kelemahan industri. Sedangkan matriks QSPM digunakan untuk memprioritaskan strategi alternatif yang diperoleh matriks SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UKM perlu menerapkan Strategi Agresif. Strategi yang menjadi prioritas utama untuk pelaku UKM di sentra rajut adalah penetrasi pasar yang berarti para pelaku UKM mencari pangsa pasar yang lebih besar untuk produk yang sekarang sudah ada melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih baik. Sedangkan untuk Matriks CPM dapat disimpulkan Cihampelas mempunyai daya saing yang lebih baik dibandingkan Jeans Gang Tamim dan juga Pasar Baru

Kesimpulan Berdasarkan penilaian internal dan eksternal dengan matriks IFE dan EFE, UMKM di sentra jeans Cihampelas berada di kuadran 1 dalam

diagram analisis SWOT bahwa banyak peluang dari sisi eksternal serta memiliki kekuatan dari sisi internal sehingga sentra industri jeans Cihampelas perlu menerapkan strategi agresif. Penerapan strategi yang dilakukan untuk pelaku UMKM di sentra berdasarkan hasil diagram analisis SWOT adalah penetrasi pasar yang berarti para pelaku UMKM Dalam pola ini, UMKM memasarkan produk yang sudah ada kepada *existing customers*. Para pelanggan diharapkan makin lebih banyak membeli produk. Hal ini dilakukan melalui promosi produk secara gencar dan juga perbaikan fasilitas yang mendukung kenyamanan konsumen.

Kata kunci: UMKM, IFE, EFE, SWOT, AHP, QSPM

ABSTRACT

Competitiveness is key to the growth of national economy to face MEA 2015, it is necessary to increase competitiveness, especially to develop the SME sector. This research aims to develop strategies for the competitiveness of businesses, Small and Medium Enterprises (SMEs) in the Cihampelas Jeans Center

The purpose of this research is to find the situation of Cihampelas Jeans center which the situation will be used to develop the best strategic for Cihampelas Jeans Center.

This research goal is to develop a competitive strategy to help SME in Cihampelas industrial center of jeans. This type of research used in this research is descriptive research with mixed method research methods. Data collection is conducted with interview, observation, documentation and literature studies. Informants in this research is SME's in Cihampelas industrial center of jeans and authorities of the government. Analysis techniques using CPM, IFE matrix, EFE matrix, SWOT matrix and matrix QSPM. AHP is for helping to weight the IFE and EFE matrix. Matrix SWOT is made by the result of IFE and EFE matrix which analyze challenge that come from External and IFE for analyze weakness and strength of the SME. While QSPM matrix used to prioritize alternative strategies SWOT matrix obtained.

The results showed that SMEs need to implement aggressive strategies. The strategy is a top priority for SMEs at the center of the knitting is significant market penetration for SMEs looking for a larger market share for products that are now available through the efforts of better marketing

Based on the EFE and IFE Matrix, SME'S Cihampelas is on quadrant 1 SWOT matrix, which showed us that Cihampelas has strength from internal so Cihampelas Jeans Center should using aggressive strategy. The application of aggressive strategy based on SWOT Matrix is market penetration, which means Cihampelas should market their product to the existing customers. This is done

through a vigorous promotional products and also repair facilities that support consumer convenience.

Key Words : SME'S, IFE, EFE, SWOT, AHP, QSPM