

**STRATEGI BERSAING SENTRA UMKM KIPAS BAMBU DI JIPANGAN
BANGUNJIWO KASIHAN BANTUL DALAM MENGHADAPI EKONOMI ASEAN
(MEA)**

***COMPETITIVE STRATEGIES OF SMEs BAMBOO FAN CENTERS IN JIPANGAN
BANGUNJIWO KASIHAN BANTUL IN THE FACE OF ASEAN ECONOMIC
COMMUNITY (AEC)***

Fahmi Annisa Hanum

Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jl. Lingkar Selatan, Bantul, Yogyakarta 55183 Indonesia, Phone +62 274 387656

e-mail: fahmiannisah3@gmail.com

Abstract: *This research is due to know the exact strategic for Small-Micro Economics (SME)s Bamboo Fan in Jipangan in the face of Asean Economic Community (AEC). The kind of this research is quantity with descriptive approach using primary and secondary data. The primary data is gotten by observation, interview and focus group discussion (FGD). The analyze of this research is using SWOT Analyze with IFAS and EFAS analyze, SWOT diagrams and SWOT Matric. Based on the IFAS and EFAS analyze, show that there are strength, weaknesses, opportunities, and treath of SMEs Bamboo Fan Centers in Jipangan in the face of AEC.*

The results of the research is the internal factor of SMEs Bamboo Fan Centers in Jipangan company is the strengths and weakness, the external factor is opportunities and threats of SMEs Bamboo Fan Centers in Jipangan and the position strategic of SMEs Bamboo Fan Centers in Jipangan in MEA. Thus, based on the SWOT diagrams show that the position of SMEs Bamboo Fan Centers in Jipangan is on the first quadrant (I). Therefore, the exact strategies for this quadrant is growth oriented strategy using strength and opportunities for the face of AEC. This strategy is focus on S-O strategy, maintain the uniqueness of the product in order to increase demand and expand foreign markets, increase the eco-friendly production process for increasing tourist to come on Jipangan and maintaining price, packanging also quality to increase the quacity of export, and utilizing the training of government to create innovative products using high quality raw materials.

Keyword: Strategic Small-Microeconomics (SMEs), Focus Group Discussion (FGD), SWOT

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang tepat bagi Sentra UMKM Kipas Bambu Jipangan dalam menghadapi MEA. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan diskriptif. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari observasi, wawancara dan Focus Group Discussion (FGD). Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT dengan analisis IFAS dan EFAS, diagram SWOT dan Matrik SWOT. Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS diperoleh kekuatan dan kelemahan Sentra UMKM Kipas Bambu Jipangan serta peluang dan ancaman UMKM Kipas Bambu Jipangan dalam menghadapi MEA.

Hasil akhir dari penelitian ini adalah faktor internal Sentra UMKM Kipas Bambu Jipangan berupa kekuatan dan kelemahan, faktor eksternal Sentra UMKM Kipas Bambu Jipangan berupa peluang dan ancaman serta posisi strategi Sentra UMKM Kipas Bambu

Jipangan dalam menghadapi MEA. Dengan menggunakan diagram SWOT maka dapat dilihat posisi UMKM Kipas Bambu Jipangan berada pada posisi kuadran I. Pada kuadran ini strategi yang tepat yaitu strategi pertumbuhan agresif (*growth oriented strategi*) dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang untuk menghadapi MEA. Strategi terfokus pada strategi S-O yaitu mempertahankan keunikan produk guna menambah permintaan dan memperluas pasar mancanegara, meningkatkan proses produksi yang ramah lingkungan untuk menarik wisata datang ke desa wisata Jipangan, mempertahankan harga dan *packaging* untuk meningkatkan jumlah ekspor dan memanfaatkan pelatihan dari pemerintah untuk menciptakan inovasi produk menggunakan bahan baku yang berkualitas

Kata Kunci : Strategi UMKM, FGD, SWOT

PENDAHULUAN

Indonesia saat ini telah ditempatkan pada suatu sistem kemasyarakatan dan kekeluargaan secara internasional yang menuntut masyarakat harus bekerja, berkarya, berintegrasi, dan berasimilasi dengan tatanan dan arus informasi global (Frinces, 2011). Konsekuensi adanya arus global tersebut Indonesia harus memperkokoh kemampuan daya saingnya di berbagai bidang, khususnya bidang ekonomi. Dari data yang ditunjukkan oleh *The World Economic Forum* (2016-2017), daya saing Indonesia masih lemah yaitu menempati urutan ke- 37 dari seluruh negara di dunia. Sedangkan di kawasan ASEAN, daya saing Indonesia juga belum kuat yaitu berada di urutan ke empat.

Tabel 1.1 Peringkat Enam Besar Daya Saing 2016- 2017 Negara ASEAN

No.	Negara	Peringkat Dunia	Peringkat ASEAN
1.	Singapore	2	1
2.	Malaysia	18	2
3.	Thailand	32	3
4.	Indonesia	37	4
5.	Philippines	47	5
6.	Vietnam	56	6

Sumber: *World Economic Forum* (2016)

Arus globalisasi tersebut yang paling dirasakan utamanya adalah adanya perubahan iklim ekonomi. Indonesia yang lokasinya memang berada di jalur lintas perdagangan internasional mengharuskannya untuk selalu berpartisipasi aktif dalam kegiatan ekonomi dunia. Berbagai kerjasama internasional di bidang ekonomi telah banyak ditandatangani oleh pemerintah Indonesia, baik yang telah lama dijalankan maupun yang baru. Belum lama ini, Indonesia telah menyepakati kerja sama ekonomi di kawasan ASEAN yaitu Asean Economic Community atau yang lebih dikenal dengan sebutan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Pada tahun 2003 Masyarakat Ekonomi Asean dicetuskan sebagai integrasi ekonomi di kawasan ASEAN yang direncanakan akan berlangsung pada tahun 2020. Namun, dalam kenyataannya MEA mulai berlangsung pada tahun 2015 sesuai

dengan kesepakatan KTT Asean pada tahun 2007.

Berlangsungnya MEA saat ini memberikan tantangan yang besar bagi perekonomian Indonesia. Tantangan kebebasan pasar ASEAN harus direspon secara terencana dan terarah oleh pemerintah. Pemerintah harus memberikan strategi-strategi ekonomi sehingga Indonesia tidak akan tertinggal dalam MEA. Sebagai negara yang berbasis ekonomi kerakyatan Indonesia seharusnya meningkatkan strategi pembangunan ekonomi rakyat yang lebih terencana. Pemberdayaan ekonomi industri khususnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) akan menjadi hal yang penting dalam ekonomi nasional (Susilawati dan Wilantara, 2016). UMKM sebagai usaha terbesar di Indonesia mempunyai peran dalam pembangunan ekonomi.

Gerbang untuk mengembangkan potensi UMKM di Indonesia pada dasarnya masih terbuka lebar, terlebih bertetapan dengan adanya MEA. Indonesia sebagai negara tujuan wisata yang kaya akan keragaman budaya menjadi daya tarik tersendiri dalam mempromosikan produk-produk UMKM. Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya, sebagai kota tujuan wisatawan mancanegara selain Pulau Bali. Sebagai salah satu tujuan wisata di Indonesia, Yogyakarta juga memiliki

UMKM yang cukup banyak yang tersebar di empat kabupataen dan satu kota madya. UMKM yang paling berpotensi di Yogyakarta yaitu kuliner dan kerajinan. Kerajinan yang beragam di Yogyakarta akan menarik wisatawan.

Kabupaten Bantul sebagai salah satu kabupaten di Yogyakarta yang memiliki potensi wisata dan UMKM beragam juga menjadi tujuan wisata baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Kabupaten Bantul memiliki lima kerajinan unggulan yaitu kerajinan batik, meubel, kerajinan kulit, gerabah, dan kerajinan bambu. UMKM di Kabupaten Bantul, khususnya untuk industri kerajinan menggunakan bahan baku lokal (Bappeda Bantul, 2007). Kerajinan kipas bambu salah satu kerajinan yang berpotensi di Kabupaten Bantul.

Kerajinan Kipas Bambu Jipangan berlokasi di Jipangan Bangunjiwo Kasihan Bantul. UMKM kipas bambu ini sebagai sentra industri yang sedang berkembang. Kerajinan kipas bambu ini dirintis sejak tahun 1987, pada awalnya kerajinan kipas bambu sebagai pekerjaan sampingan warga Jipangan. Namun dengan berkembangnya usaha kipas bambu ini warga Jipangan mulai fokus dengan menekuni usaha kipas bambu. Pada tahun 2010 terdapat 28 pengrajin, saat ini meningkat menjadi 52 pengrajin kipas bambu. Kerajinan

kipas bambu ini memiliki skala usaha yang besar serta karakteristik yang unik. Semua bahan baku pembuatan kipas bambu ini merupakan bahan baku lokal. Bahan baku utama dalam pembuatan kipas bambu ini yaitu bambu. Bambu di dapatkan dari wilayah di sekitar Jipangan. Pengrajin kipas bambu pun berasal dari dusun Jipangan itu sendiri dan warga sekitar Jipangan. Sehingga Kipas bambu Jipangan ini dapat meningkatkan ekonomi warga sekitar. Kerajinan kipas bambu ini telah menjadi tujuan wisata bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Produk kipas bambu Jipangan ini telah dipasarkan diberbagai daerah di Indonesia dan beberapa di pasar Internasional.

UMKM Kipas Bambu ini mempunyai kendala baik dari SDM, Teknologi serta Pemasarannya. Teknologi yang masih tradisional merupakan kendala bagi UMKM ini untuk melakukan ekspor. Kerajinan kipas bambu pernah melakukan ekspor ke Malaysia, Singapura, Jepang, dan lain lain namun dalam waktu dekat ini kipas bambu Jipangan menghentikan aktivitas ekspor. Hal ini dikarenakan lemahnya SDM dan kurangnya teknologi. Namun, tidak dapat dipungkiri UMKM kipas bambu harus berhadapan dengan MEA. Pengrajin kipas bambu belum menanggapi secara serius dengan adanya MEA. Namun, pengrajin khawatir apabila

pasar akan diambil alih dengan negara lain karena keterbatasan UMKM. Kendala-kendala UMKM Kipas bambu ini perlu dihindari sehingga UMKM dapat bersaing dalam MEA.

Tujuan dari studi ini adalah untuk mengetahui faktor internal dan eksternal UMKM Kipas Bambu Jipangan serta untuk merumuskan strategi yang tepat bagi UMKM Kipas Bambu Jipangan dalam menghadapi MEA.

METODE PENELITIAN

Objek/ Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah UMKM Kipas Bambu yang terletak di Desa Jipangan Bangunjiwo Kasihan Bantul. Kemudian subjek dari penelitian ini adalah pengrajin Kipas Bambu Jipangan.

Jenis Data

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan diskriptif. Pendekatan ini akan menghasilkan data diskriptif yang dapat menjelaskan segala fenomena dan masalah yang terjadi pada subjek penelitian (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini pendekatan diskriptif kualitatif digunakan untuk memaparkan kondisi UMKM Kipas Bambu Jipangan. Sehingga penelitian ini akan menggali informasi mengenai faktor internal dan eksternal dalam UMKM Kipas Bambu.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang didapatkan secara langsung oleh peneliti pada saat penelitian. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti berupa data yang telah dipublikasi di masyarakat.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan Focus Group Discussion (FGD).

1. Observasi

Observasi yang dilakukan pada penelitian ini dilakukan secara langsung oleh peneliti untuk mengamati kondisi UMKM Kipas Bambu Jipangan, dan untuk mengamati proses pembuatan kipas bambu.

2. Wawancara

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *personal interview*. *Personal Interview* adalah teknik wawancara yang dilakukan secara tatap muka dengan responden. Responden pada teknik wawancara ini yaitu Ketua Kelompok Sentra UMKM Kipas Bambu Jipangan serta salah satu pihak dari Dinas Perindustrian, Koperasi dan Perdagangan Kabupaten Bantul.

3. Focus Group Discussion (FGD)

Focus Group Discussion merupakan teknik yang digunakan peneliti sebagai media untuk

menyampaikan argumen hasil penelitian yang telah didapatkan pada wawancara sehingga akan diperoleh kesepakatan perencanaan strategi.

Menurut Eliot & Associates (2005), focus group discussion adalah :

“A focus group is a small group of six to ten people led through an open discussion by a skilled moderator.”

Definisi FGD adalah suatu teknik pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara diskusi kelompok sesuai dengan topik yang telah ditentukan dan terfokus. Sehingga akan memperoleh informasi yang lebih akurat.

Teknik Analisa Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Namun sebelum melakukan analisis SWOT, diperlukan untuk menganalisis faktor eksternal dan internal UMKM Kipas Bambu. Dalam menganalisis faktor-faktor tersebut, peneliti menggunakan metode EFAS (*External Strategic Factors Summary*) dan IFAS (*Internal Strategic Factors Summary*).

1. External Strategic Factors Summary (EFAS)

External Strategic Factors Summary atau EFAS digunakan untuk mengetahui lingkungan perusahaan guna melihat peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Pada

penelitian ini EFAS digunakan untuk melihat peluang dan ancaman UMKM Kipas Bambu Jipangan dalam menghadapi MEA.

2. *Internal Strategic Factors Summary (IFAS)*

Internal Strategic Factors Summary atau IFAS digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal perusahaan yang akan menghasilkan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Pada penelitian ini IFAS digunakan untuk mengetahui faktor internal UMKM Kipas Bambu yang akan digunakan untuk melihat kekuatan dan kelemahan UMKM Kipas Bambu Jipangan dalam Menghadapi MEA.

3. *Matriks SWOT*

Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis SWOT dengan menyusun faktor- faktor strategis perusahaan. Matriks SWOT dapat digunakan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman perusahaan yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan (Rangkuti, 2016).

Dalam penelitian ini analisis SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan UMKM Kipas Bambu Jipangan, serta untuk menganalisis peluang dan ancaman UMKM Kipas Bambu Jipangan dalam MEA. Sehingga akan menghasilkan strategi yang

dapat dilakukan UMKM Kipas Bambu Jipangan dalam Menghadapi MEA.

HASIL PEMBAHASAN

1. Matrik *Internal Strategic Factors Summary (IFAS)*

Tabel 5.6
Analisis IFAS

No	Faktor- Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Strength (Kekuatan)				
1.	Harga kipas bambu yang terjangkau	0,1330	4	0,5319
2.	Proses produksi yang ramah lingkungan	0,1277	3	0,3830
3.	Menggunakan bahan baku yang berkualitas	0,1170	3	0,3511
4.	<i>Packaging</i> yang rapi dan menarik	0,1170	3	0,3511
5.	Kipas Bambu Jipangan memiliki keunikan yang khas	0,1117	3	0,3351
Total Kekuatan		0,6064		1,9521
Weakness (Kelemahan)				
1.	Masih rendahnya pemahaman pengrajin tentang MEA	0,0585	2	0,1170
2.	Tingkat keamanan dan kesehatan kerja masih rendah	0,0904	2	0,1809
3.	Pendidikan tenaga kerja masih rendah	0,0585	2	0,1170
4.	Pemanfaatan teknologi kurang maksimal	0,0957	3	0,2872
5.	Promosi belum dilaksanakan secara efektif dan efisien	0,0904	2	0,1809
Total Kelemahan		0,3936		0,8830
Total Faktor Internal		1,0000		2,8351

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Hasil analisis IFAS diperoleh hasil skor kekuatan 1,9521 dan skor kelemahan 0,8830. Sehingga total skor yang diperoleh pada faktor

internal sebesar 2,8351. Dari kedua faktor tersebut, kekuatan memiliki skor lebih tinggi dari kelemahannya. Sehingga sentra UMKM Kipas Bambu Jipangan mempunyai kekuatan yang dapat mengatasi kelemahannya.

2. Matrik *External Strategic Factors Summary* (EFAS)

Tabel 5.7 Analisis EFAS

No	Faktor- Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Opportunities (Peluang)				
1.	Terdapat dukungan pemerintah berupa pelatihan	0,1047	3	0,3140
2.	Masuknya sentra UMKM Kipas Bambu di Jipangan sebagai sentra industri yang berbasis desa wisata	0,1279	3	0,3837
3.	Bertambahnya permintaan kipas bambu	0,1337	3	0,4012
4.	Kipas Bambu Jipangan dapat memperluas pasar mancanegara	0,1395	3	0,4186
5.	Kemudahan Prosedur Ekspor akan Meningkatkan Jumlah Ekspor Sentra UMKM Kipas Bambu	0,1453	3	0,4360
Total Peluang		0,6512		1,9535
Threat (Ancaman)				
1.	Munculnya inovasi produk dari pesaing usaha sejenis	0,0756	2	0,1512
2.	Tradisi dan budaya masyarakat lokal	0,0698	2	0,1395
3.	Iklim dan cuaca yang tidak mendukung	0,0523	1	0,0523
4.	Perubahan kebutuhan masyarakat dari tradisional ke modern	0,0988	2	0,1977
5.	Kemudahan UMKM luar negeri masuk ke pasar Indonesia.	0,0523	1	0,0523
Total Ancaman		0,3191		0,5930
Total Faktor Eksternal		1,0000		2,5465

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Hasil analisis EFAS diperoleh hasil skor peluang 1,9535 dan skor kelemahan 0,5930. Sehingga total skor yang diperoleh pada faktor internal sebesar 2,5465. Dari kedua faktor tersebut, skor peluang lebih tinggi dari ancamannya. Sehingga sentra UMKM Kipas Bambu Jipangan mempunyai peluang yang lebih tinggi dari pada ancamannya dalam menghadapi MEA.

3. Diagram SWOT

Hasil analisis IFAS dan EFAS akan digunakan untuk menentukan posisi UMKM Kipas Bambu Jipangan guna menentukan strategi yang tepat untuk menghadapi MEA. Selanjutnya, hasil IFAS dan EFAS digunakan untuk menentukan koordinat SWOT, sebagai berikut :

Koordinat Analisis Internal

Koordinat : Skor Kekuatan - Skor Kelemahan

: 1,9521 - 0,8830

: 1,069

Koordinat Analisis Eksternal

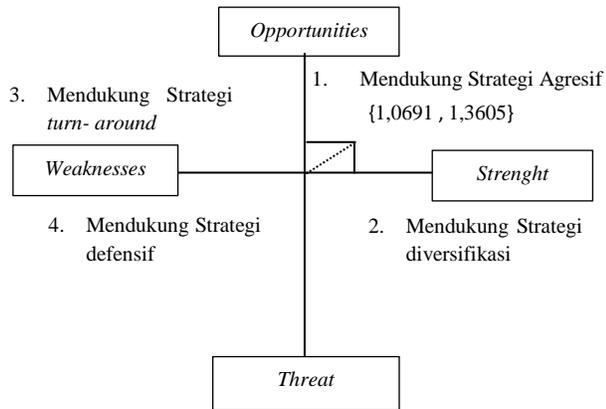
Koordinat : Skor Peluang – Skor Ancaman

: 1,9535 – 0,5930

: 1,3605

Sehingga titik koordinat yang dapat digunakan dalam diagram SWOT terletak pada titik 1,0691 dan 1,3605.

Gambar 5.1
Diagram SWOT



Sumber: Rangkuti, 2016

Berdasarkan diagram analisis SWOT di atas menunjukkan bahwa titik koordinat terletak pada {1,0691, 1,3605} yang berada pada kuadran I. Kuadran I merupakan posisi yang menguntungkan bagi Sentra UMKM Kipas Bambu. Dengan posisi ini strategi yang dapat dilakukan yaitu strategi pertumbuhan agresif (*growth oriented strategi*) dimana UMKM Kipas Bambu dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan untuk menghadapi MEA. dianalisis melalui matrik SWOT. Sehingga strategi yang dihasilkan akan sesuai dengan kondisi UMKM Kipas Bambu Jipangan.

4. Matrik SWOT

Analisis strategi melalui matrik SWOT menghasilkan empat set strategi yaitu sebagai berikut :

1) Strategi S-O

Strategi *Strength- Opportunities* dapat dilakukan Sentra UMKM Kipas Bambu di Jipangan adalah :

- Mempertahankan keunikan produk guna menambah permintaan dan memperluas pasar mancanegara.
- Meningkatkan proses produksi yang ramah lingkungan untuk menarik wisata datang ke desa wisata Jipangan
- Mempertahankan harga dan *packaging* untuk meningkatkan jumlah ekspor.
- Memfaatkan pelatihan dari pemerintah untuk menciptakan inovasi produk menggunakan bahan baku yang berkualitas

2) Strategi S-T

Strategi *Strength- Threat*, maka strategi yang dihasilkan sebagai berikut :

- Menjaga kualitas bahan baku produk untuk mengatasi inovasi dari pesaing
- Menjaga keunikan kipas bambu supaya tidak kalah dengan produksi luar negeri

3) Strategi W-O

Strategi yang dapat dilakukan sebagai berikut :

- a. Memanfaatkan teknologi untuk berinovasi
- b. Meningkatkan pendidikan dan pemahaman tentang MEA supaya dapat bersaing dengan UMKM luar negeri.

4) Strategi W-T

Strategi yang dapat dilakukan sebagai berikut :

- a. Memanfaatkan teknologi untuk berinovasi
- b. Meningkatkan pendidikan dan pemahaman tentang MEA supaya dapat bersaing dengan UMKM luar negeri.

<i>IFAS</i>	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
<i>EFAS</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Harga kipas bambu yang terjangkau • Proses produksi yang ramah lingkungan • Menggunakan bahan baku yang berkualitas • <i>Packaging</i> yang rapi dan menarik • Kipas Bambu Jipangan memiliki keunikan yang khas 	<ul style="list-style-type: none"> • Masih rendahnya pemahaman pengrajin tentang MEA • Tingkat keamanan dan kesehatan kerja masih rendah • Pendidikan tenaga kerja masih rendah • Pemanfaatan teknologi kurang maksimal • Promosi belum dilaksanakan secara efektif dan efisien
<i>Opportunities (O)</i>	<i>Strategi S-O</i>	<i>Strategi W-O</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat dukungan pemerintah berupa pelatihan • Masuknya sentra UMKM Kipas Bambu di Jipangan sebagai sentra industri yang berbasis desa wisata • Bertambahnya permintaan kipas bambu • Kipas Bambu Jipangan dapat memperluas pasar mancanegara • Kemudahan prosedur ekspor akan meningkatkan jumlah ekspor Sentra UMKM Kipas Bambu 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempertahankan keunikan produk guna menambah permintaan dan memperluas pasar mancanegara. • Meningkatkan proses produksi yang ramah lingkungan untuk menarik wisata datang ke desa wisata Jipangan • Mempertahankan harga dan <i>packaging</i> untuk meningkatkan jumlah ekspor. • Memanfaatkan pelatihan dari pemerintah untuk menciptakan inovasi produk menggunakan bahan baku yang berkualitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya pemahaman pelaku UMKM terhadap MEA dan tingkat pendidikan tenaga kerja yang rendah dapat diatasi dengan adanya pelatihan yang diadakan oleh pemerintah. • Promosi yang kurang efektif dan efisien dapat diatasi dengan desa wisata
<i>Threats (T)</i>	<i>Strategi S-T</i>	<i>Strategi W-T</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Munculnya inovasi produk dari pesaing usaha sejenis • Tradisi dan budaya masyarakat lokal • Iklim dan cuaca yang tidak mendukung • Perubahan kebutuhan masyarakat dari tradisional ke modern • Kemudahan UMKM luar negeri masuk ke pasar Indonesia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjaga kualitas bahan baku produk untuk mengatasi inovasi dari pesaing • Menjaga keunikan kipas bambu supaya tidak kalah dengan produk luar negeri 	<ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan teknologi untuk berinovasi • Meningkatkan pendidikan dan pemahaman tentang MEA supaya dapat bersaing dengan UMKM luar negeri

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang berkaitan dengan strategi Sentra UMKM Kipas Bambu Jipangan dalam menghadapi MEA, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Faktor internal yang dimiliki kipas bambu Jipangan antara lain kekuatan dan kelemahan. Dari segi kekuatan yang dimiliki kipas bambu Jipangan adalah Harga kipas bambu yang terjangkau, Proses produksi yang ramah lingkungan, Menggunakan bahan baku yang berkualitas, *Packaging* yang rapi dan menarik, serta Kipas Bambu Jipangan memiliki keunikan yang khas. Selanjutnya, dari segi kelemahan kipas bambu Jipangan berupa Masih rendahnya pemahaman pengrajin tentang MEA, Tingkat keamanan dan kesehatan kerja masih rendah, Pendidikan tenaga kerja masih rendah, Pemanfaatan teknologi kurang maksimal dan Promosi belum dilaksanakan secara efektif dan efisien

Faktor eksternal yang dihadapi kipas bambu Jipangan yaitu berupa peluang dan ancaman. Peluang yang dimiliki berupa Terdapat dukungan pemerintah berupa pelatihan, Masuknya sentra UMKM Kipas Bambu di Jipangan sebagai sentra industri yang berbasis desa wisata, Bertambahnya permintaan kipas bambu, Kipas Bambu Jipangan dapat memperluas pasar mancanegara dan Kemudahan prosedur ekspor akan meningkatkan jumlah ekspor Sentra UMKM Kipas Bambu. Selain peluang, UMKM Kipas Bambu Jipangan juga menghadapi berbagai ancaman yaitu berupa munculnya inovasi produk dari pesaing usaha sejenis, tradisi dan budaya masyarakat lokal, Iklim dan cuaca yang tidak mendukung, perubahan kebutuhan masyarakat dari tradisional ke modern dan kemudahan UMKM luar negeri masuk ke pasar Indonesia.

Sentra UMKM Kipas Bambu Jipangan berada pada kuadran I, dimana strategi yang tepat adalah strategi pertumbuhan agresif

(*growth oriented strategi*) dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang untuk menghadapi MEA. Strategi terfokus pada strategi S-O yaitu meningkatkan sistem *packaging* guna menambah daya tarik wisatawan yang datang ke desa wisata Jipangan untuk membeli kipas bambu, meningkatkan proses produksi yang ramah lingkungan untuk menarik wisata datang ke desa wisata Jipangan juga mempertahankan harga, *packaging*, serta kualitas untuk meningkatkan jumlah ekspor dan memanfaatkan pelatihan dari pemerintah untuk menciptakan inovasi produk menggunakan bahan baku yang berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Bappeda Bantul. (2007). *Ringkasan Laporan Penyusunan Rencana Strategis Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) Kabupaten Bantul*. Yogyakarta: Bappeda Bantul. Diunduh pada 10 Oktober 2016. Tersedia pada <https://www.bappeda.bantulkab.go.id>
- Elliot dan Associates.(2005). *Guidelines for Conducting a Focus Group*. Diunduh pada 11 Oktober 2016. Tersedia pada <https://assessment.aas.duke.edu>
- Frances, Z. H. (2011). *Persaingan & Daya Saing Kajian Strategis Globalisasi Ekonomi*. Yogyakarta: Mida Pustaka.
- Hartono, J. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- Kusuma Astuti, Purnama; Asih, Ega M. ; Carmidah. (2015). *Strategi dan Langkah- langkah UMKM dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015*. Purwokerto : Universitas Jendral Soedirman
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy Trchniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- Public Outreach And Civil Society Division.(2015). *Asean Economic Community Blueprint 2025*. Jakarta:The ASEAN Secretariat
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Republik Indonesia. (2015). *Rencana Strategis Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Tahun 2015-2019*. No 07/Per/M.KUM/VII/2015. Jakarta
- Schwab, Klaus. (2016). *The Global Competitiveness Report 2016- 2017*. Geneva: World Economic Forum. Diunduh pada 09 Oktober 2016. Tersedia pada <https://www.weforum.org>
- Syukriah, Ana ; Hamdani, Imam. (2013). *Peningkatan Eksistensi UMKM melalui Comparative Advantage dalam Rangka Menghadapi MEA 2015 di Temanggung*. Semarang: Economics Development Analysis Journal 2(2).

- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilawati, & Wilantara. (2016). *Strategi & Kebijakan Pengembangan UMKM Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Nasional di MEA*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Tambunan, T. (2001). *Industrialisasi Di Negara Sedang Berkembang Kasus Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tambunan, T. (2002). *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia beberapa Isu Penting*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tyas, Ari AWP; Safitri,Vita Intan. (2014). *Penguatan Sektor UMKM sebagai Strategi Menghadapi MEA 2015*. Jakarta : Jurnal Ekonomi vol. 5 no. 1
- Undang- Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Diunduh pada 10 Oktober 2016. Tersedia pada storage.jak-stik.ac.id
- Yoshino, Naoyuki; Wignaraja, Ganeshan. (2015). *SMEs Internationalization and Finance in Asia*. Tokyo: ADB Institute. Diunduh pada 09 Oktober 2016. Tersedia pada <https://www.imf.org>