

STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI MEUBEL SEBAGAI PRODUK UNGGULAN DAERAH

Liana Mangifera

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

email: liana.mangifera@ums.ac.id

Abstract

Superior product illustrates the region's ability to produce products, create value, leveraging resources in real time, provide employment opportunities, generate income for the community and the government, and have prospects for improving productivity and investment. This study aims to determine the industrial development strategy of meubel as Regional Superior Product in Klaten. The research location is meubel industry in Klaten. This research used qualitative approach with contain analysis. Methods of data collection using interviews and Focus Group Discussion (FGD). The data analysis used SWOT analysis. The results showed are (1) the geographical position of the district. Klaten, location of industry in Klaten district can utilize and maximize access to national and international trade, (2) Increasing the role of government agencies and ASMINDO and the Chamber of Commerce in their aspirations and policies, information, and promotions, (3). Maintain and improve product quality to enhance product competitiveness, etc.

Keywords: *Superior Product, Meubel, Industry, Strategy*

1. PENDAHULUAN

Pengembangan sektor unggulan maupun produk unggulan dalam pembangunan industri daerah cukup relevan untuk tujuan peningkatan daya saing daerah dan akhirnya juga peningkatan daya saing nasional. Produk unggulan daerah menggambarkan kemampuan daerah menghasilkan produk, menciptakan nilai, memanfaatkan sumberdaya secara nyata, memberi kesempatan kerja, mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah, memiliki prospek untuk meningkatkan produktivitas dan investasinya. Sebuah produk dikatakan unggul jika memiliki daya saing sehingga mampu untuk menangkal produk pesaing di pasar domestik dan /atau menembus pasar ekspor (Sudarsono, 2001).

Produk Unggulan Daerah yang selanjutnya disingkat PUD merupakan produk, baik berupa barang maupun jasa, yang dihasilkan oleh koperasi, usaha kecil dan menengah yang potensial untuk dikembangkan dengan memanfaatkan semua sumber daya yang dimiliki oleh daerah baik sumber daya alam, sumber daya manusia dan budaya lokal, serta mendatangkan

pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah yang diharapkan menjadi kekuatan ekonomi bagi daerah dan masyarakat setempat sebagai produk yang potensial memiliki daya saing, daya jual, dan daya dorong menuju dan mampu memasuki pasar global.

Berdasarkan Permendagri Nomor 9 tahun 2014 tentang pedoman pengembangan produk unggulan daerah, potensi ekonomi daerah perlu dikembangkan secara optimal menjadi produk unggulan daerah yang berdaya saing dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan kondisi dan kekhasan daerah. Dalam menjamin tercapainya sasaran pengembangan produk unggulan daerah perlu didukung dengan peningkatan kapasitas kelembagaan daerah yang mandiri dan tangguh serta menuangkan pengembangan produk unggulan daerah dalam dokumen perencanaan daerah.

Pendekatan produk unggulan berusaha mengeksplorasi kelebihan dan keunggulan daerah secara unik. Pemerintah Kabupaten Klaten dalam mendorong daya saing daerah dengan mengeksplorasi sektor dan produk

unggulan melalui pendataan hasil – hasil inovasi masyarakat di tingkat kecamatan sehingga pengembangan daya saing produk unggulan daerah dapat disesuaikan dengan potensi kekhasan setiap kecamatan.

Salah satu potensi produk unggulan daerah di Kabupaten Klaten adalah industri pengolahan yang mampu memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian daerah.. Pertumbuhan perekonomian Kabupaten Klaten selama tahun 2014 dapat dilihat pada pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Klaten atas dasar harga konstan 2000 yaitu sebesar 5,79%. Tiga sektor pertumbuhannya paling tinggi yaitu sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran sebesar 30,70%, sektor industri pengolahan naik sebesar 20,34 % dan jasa-jasa sebesar 15,76 %. Peran industry pengolahan terhadap perekonomian daerah di Kabupaten Klaten tahun menjadikan industry pengolahan mebeul menjadi salah satu produk unggulan di Kabupaten Klaten.

Berdasarkan data Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kabupaten Klaten (2015), industry perabot rumah tangga dari kayu (meubel) merupakan unit usaha yang paling banyak tersebar di Kabupaten Klaten yaitu 1,755 unit usaha dan mampu menyerap tenaga kerja sebesar 7,464 orang, urutan kedua adalah unit usaha bata merah yaitu sebanyak 1,100 dengan tenaga kerja 3,998 orang, dan urutan ketiga unit usaha yang paling banyak adalah industry pertenunan (ATM/ATBM) sebanyak 1,078 dengan jumlah tenaga kerja 2,186 orang.

Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh para pengrajin mebel kayu di Kabupaten Klaten, antara lain:

1. Sedikitnya jumlah eksportir mebel kayu di Kabupaten Klaten, sehingga para pengrajin mebel di Kabupaten Klaten sangat tergantung pada pedagang pengepul yang memasang harga kurang menguntungkan para pengrajin, namun membebankan resiko kepada mereka.

2. Produk Mebel Antik Repro yang pada umumnya memiliki konsumen tetap di negara pengimport, telah memasang harga standard dalam dollar AS; akan tetapi dari

tahun ke tahun nilai rupiah terhadap dollar AS semakin menurun, akibatnya beban menurunnya nilai rupiah tersebut ditanggung oleh pengrajin, di samping naiknya harga-harga bahan/kayu, biaya transportasi dan sebagainya

3. Rendahnya akses informasi dan jaringan para pengrajin mebel kayu Kabupaten Klaten

4. Rendahnya kemampuan sumber daya manusia dan terbatasnya teknologi produksi, mengakibatkan sering ditolaknya/dikembalikannya produk- produk yang dinyatakan tidak memenuhi syarat (misalnya menyangkut kadar air, finishing yang tidak ramah lingkungan dan sebagainya).

Melihat potensi dan hambatan industry meubel yang merupakan produk unggulan daerah, maka pemerintah Kabupaten Klaten perlu menyusun strategi pengembangan industry meubel sehingga mampu emberikan *multiplayer effect* bagi kegiatan perekonomian lainnya serta mampu mendorong daya saing daerah.

2. KAJIAN PUSTAKA

Saat ini tidak ada satu teori pun yang mampu menjelaskan pembangunan ekonomi daerah secara komprehensif. Namun demikian, ada beberapa teori yang secara parsial dapat membantu bagaimana memahami arti penting pembangunan ekonomi daerah. Pada hakikatnya, inti dari teori-teori tersebut berkisar pada dua hal, yaitu pembahasan yang berkisar tentang metode dalam menganalisis perekonomian suatu daerah dan teori-teori yang membahas tentang faktor-faktor yang menentukan pertumbuhan ekonomi suatu daerah tertentu (Arsyad, 1999).

Pengembangan metode untuk menganalisis suatu perekonomian suatu daerah penting sekali kegunaanya sebagai sarana mengumpulkan data tentang perekonomian daerah yang bersangkutan serta proses pertumbuhannya. Pengembangan metode analisis ini kemudian dapat dipakai sebagai pedoman untuk menentukan tindakan- tindakan apa yang harus diambil

guna mempercepat laju pertumbuhan yang ada. Akan tetapi di pihak lain harus diakui, menganalisis perekonomian suatu daerah sangat sulit (Arsyad, 1999).

Adapun beberapa teori pembangunan ekonomi daerah yang berhubungan dengan kegiatan Penyusunan Kajian Pengembangan Produk Unggulan Daerah Kabupaten Klaten ini. Teori tersebut adalah sebagai berikut:

2.1. Teori Sektor

Teori ini berkaitan erat dengan perubahan relatif pentingnya sektor-sektor ekonomi di mana laju perubahannya dijadikan indikator kemajuan ekonomi suatu wilayah. Adapun dasar bagi terjadinya perubahan, dapat dilihat pada sisi permintaan dan penawaran. Pada sisi permintaan, elastisitas pendapatan dan permintaan bagi barang dan jasa yang ditawarkan oleh industri dan aktivitas jasa adalah lebih tinggi daripada bagi proyek pertanian, sehingga adanya peningkatan pendapatan akan diikuti oleh pengalihan relative sumber-sumber dari sektor-sektor pertanian ke sektor industri dan jasa. Pada sisi penawaran, pengalihan tenaga kerja dan modal terjadi akibat adanya perbedaan tingkat pertumbuhan produktivitas dalam sektor-sektor ekonomi tersebut.

2.2. Strategi Industry

Dalam rangka pembangunan ekonomi daerah, maka semua potensi yang ada di masyarakat perlu dikembangkan. Apalagi terbukti bahwa dalam krisis ekonomi jenis usaha yang mampu bertahan dan tidak terpuruk adalah industri kecil. Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan penguatan terhadap relasi-relasi industri mebel. Salah satunya adalah peningkatan daya tawar (*Bargaining Power*) Industri Mebel Terhadap Relasi-relasi Usaha pada Rantai Hulu - Hilir Mebel. Rantai hulu hilir menggambarkan alur produksi dan perdagangan komoditi yang didalamnya terdapat pelaku-pelaku yang menempati posisi tertentu dalam mata rantai tersebut. Rantai hulu menggambarkan arus input, yaitu bahan baku, termasuk juga modal dan tenaga kerja; sedangkan rantai hilir menggambarkan jalur pemasaran produk. Sebagai satu

mata rantai dalam jalur input, modal dan tenaga kerja juga merupakan input bagi sistem produksi dan pemasaran.

Dalam Struktur usaha mebel, pengrajin mebel berfungsi sebagai produsen, yaitu pelaku usaha yang melakukan proses produksi dari bahan mentah (kayu) sampai menghasilkan barang setengah jadi atau barang jadi. Para pengrajin memiliki bengkel (tempat usaha) sendiri-sendiri yang tersebar di berbagai sentra sebagaimana diuraikan di atas. Pada umumnya mereka memperoleh keterampilan yang diwariskan turun-temurun dari keluarga.

Unit usaha yang dimiliki pengrajin masih berupa industri rumahan yang belum memisahkan secara jelas antara pengelolaan usaha dengan rumah tangga. Dalam mata rantai produksinya, para pengrajin umumnya bekerja dalam sistem subkontrak. Terdapat dua tingkatan sub kontrak, yaitu pengrajin tingkat pertama (yaitu pengrajin yang memperoleh order langsung dari eksportir), dan pengrajin tingkat kedua (yaitu pengrajin yang memperoleh order dari pengrajin tingkat pertama).

Strategi peningkatan yang dapat dilakukan adalah dengan peningkatan bargaining power terhadap relasi-relasi usaha pada rantai hulu-hilir yang meliputi:

- a. Peningkatan *bargaining Power* industri kecil mebel terhadap pelaku-pelaku di jalur input bahan baku. Strategi ini akan menjadikan pihak pengusaha lebih berdaya, karena bukan menjadi obyek semata. Pelaku-pelaku yang berada di jalur input bahan baku adalah: PT Perhutani, pedagang kayu, dan bakul kayu.
- b. Peningkatan *bargaining power* industri kecil mebel terhadap pelaku-pelaku di jalur hilir. Dengan strategi ini pengusaha memiliki akses dengan konsumennya. Pelaku yang ada adalah: konsumen akhir, pedagang kulakan dan pedagang

eceran di pasar ekspor, eksportir dan pedagang lokal.

- c. Peningkatan *bargaining power* industri mebel terhadap relasi di antara pelaku usaha. Strategi ini untuk meningkatkan kesetaraan dengan sesama pelaku usaha. Pelaku di jalur ini adalah: penyedia kayu, pasar output, dan buruh.

3. METODE PENELITIAN

Kegiatan penyusunan strategi pengembangan industry meubel sebagai produk unggulan daerah Kabupaten Klaten ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif yang digunakan adalah pendekatan *conventional content analysis*, seperti dikemukakan oleh Hsieh dan Shannon (2005). Pendekatan ini biasanya dipergunakan untuk mendeskripsikan sebuah fenomena.

Data yang digunakan dalam kegiatan Penyusunan Kajian Pengembangan Produk Unggulan Daerah Kabupaten Klaten ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer meliputi data potensi dan permasalahan produk unggulan di Kabupaten Klaten. Data primer diperoleh dari kondisi riil yang ada daerah Kabupaten Klaten melalui survei lapangan dan wawancara terstruktur. Sedangkan data sekunder penelitian ini adalah Data PDRB, industri pengolahan, dan data ekonomi Kabupaten Klaten. Sumber data sekunder dari BPS

Kabupaten Klaten, Disperindag dan Bappeda Kabupaten Klaten

Proses analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menganalisis isi dari hasil wawancara dan FGD yang dilakukan terhadap stakeholders terkait. Alat analisis yang digunakan adalah analisis SWOT dan analisis deskriptif.

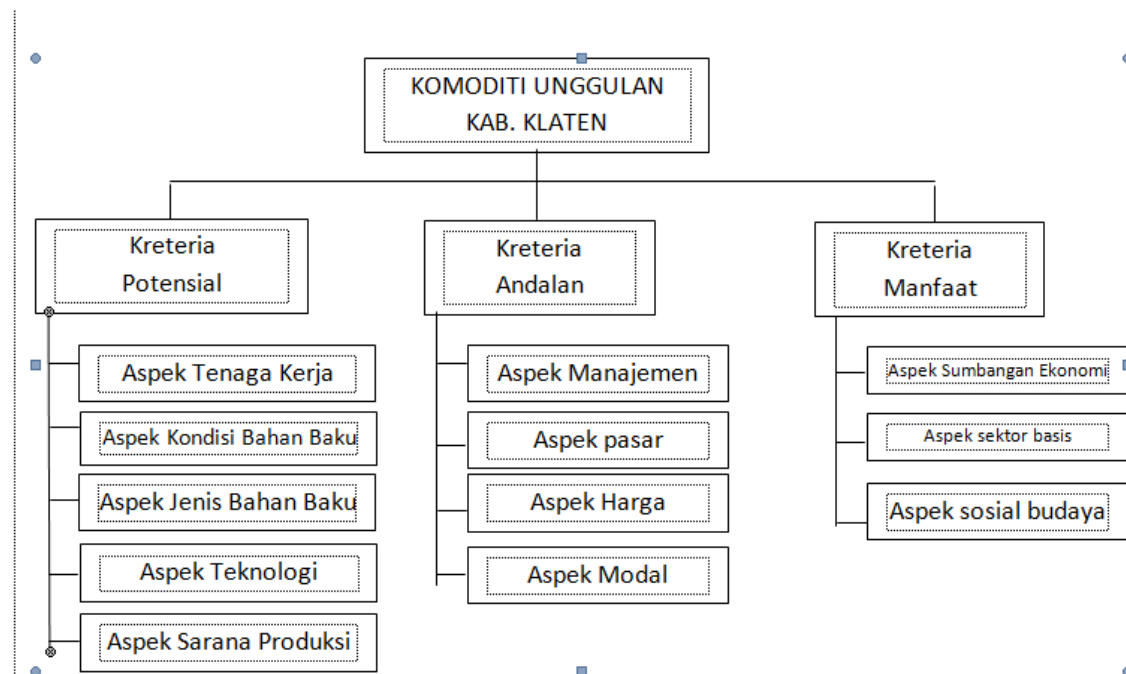
Alat analisis yang digunakan adalah analisa sektor basis (dengan menggunakan model *Location Quotient /LQ*), analisa *shift-share*, *AHP* dan analisa SWOT.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Produk Unggulan Daerah Klaten

Kabupaten Klaten merupakan daerah yang memiliki banyak jenis usaha, baik usaha kecil, menengah, dan besar yang berfungsi sebagai penggerak utama perekonomian daerah. Usaha tersebut mampu memberikan kontribusi yang besar bagi pendapatan daerah dan memegang peranan penting bagi pertumbuhan perekonomian daerah kabupaten Klaten.

Produk unggulan daerah kabupaten Klaten harus memiliki kriteria sebagaimana diuraikan dalam permendagri nomor 9 tahun 2014. Dari 12 indikator tersebut, suatu produk dapat diklasifikasikan mulai dari produk potensial, produk andalan dan produk unggulan. Adapun kriteria tersebut adalah sebagai berikut.



Berdasarkan ketentuan permendagri nomor 9 tahun 2014 tentang pengembangan produk unggulan daerah dan kondisi riil di

Kabupaten Klaten, diperoleh beberapa produk unggulan, produk andalan dan produk potensial Kabupaten Klaten sebagai berikut

Kondisi Produk Unggulan Daerah Berdasarkan Permendagri No 9 Tahun 2014

No	Produk	TK		BB		Tekno+sarpras		Manaj		Harga		Pasar		Modal		Sosbud		kontr. eko		Nilai	Ket.
		Skor	Bobot	Skor	Bobot	Skor	Bobot	Skor	Bobot	Skor	Bobot	Skor	Bobot	Skor	Bobot	Skor	Bobot	Skor	Bobot		
1	Mebel kayu & ukir kayu	3	0,13	3	0,065	3	0,171	3	0,015	3	0,216	3	0,315	3	0,039	3	0,019	3	0,03	3	Unggulan
2	Batik	3	0,13	3	0,065	3	0,171	3	0,015	3	0,216	3	0,315	3	0,039	3	0,019	3	0,03	3	Unggulan
3	Konvensi	3	0,13	3	0,065	3	0,171	3	0,015	3	0,216	3	0,315	3	0,039	3	0,019	3	0,03	3	Unggulan
4	Tembakau	3	0,13	3	0,065	3	0,171	3	0,015	3	0,216	3	0,315	3	0,039	3	0,019	3	0,03	3	Unggulan
5	Lurik	3	0,13	2	0,065	3	0,171	3	0,015	3	0,216	3	0,315	3	0,039	3	0,019	3	0,03	3	Unggulan
6	Logam	3	0,13	2	0,065	3	0,171	3	0,015	3	0,216	3	0,315	3	0,039	3	0,019	3	0,03	3	Unggulan
7	Keramik / gerabah	3	0,13	2	0,065	2	0,171	3	0,015	3	0,216	3	0,315	2	0,039	3	0,019	2	0,03	3	Unggulan
8	Makanan & minuman olahan	3	0,13	2	0,065	2	0,171	1	0,015	3	0,216	2	0,315	2	0,039	1	0,019	1	0,03	2	Andalan
9	Pande besi	3	0,13	2	0,065	2	0,171	1	0,015	2	0,216	2	0,315	2	0,039	2	0,019	1	0,03	2	Andalan
10	Genteng+bata merah	3	0,13	2	0,065	2	0,171	1	0,015	2	0,216	2	0,315	1	0,039	1	0,019	1	0,03	2	Andalan
11	Desa wisata	2	0,13	2	0,065	2	0,171	2	0,015	2	0,216	2	0,315	2	0,039	1	0,019	1	0,03	2	Andalan
12	Minapolitan	2	0,13	2	0,065	2	0,171	2	0,015	2	0,216	2	0,315	2	0,039	2	0,019	1	0,03	2	Andalan
13	Kerajinan bambu / rotan	2	0,13	3	0,065	2	0,171	1	0,015	1	0,216	2	0,315	2	0,039	1	0,019	1	0,03	2	Andalan
14	Payung	1	0,13	2	0,065	2	0,171	1	0,015	1	0,216	1	0,315	1	0,039	1	0,019	1	0,03	1	Potensial
15	Kapas kecantikan	1	0,13	2	0,065	2	0,171	1	0,015	1	0,216	1	0,315	1	0,039	1	0,019	1	0,03	1	Potensial
16	kulit / plastik	1	0,13	2	0,065	2	0,171	1	0,015	1	0,216	1	0,315	1	0,039	1	0,019	1	0,03	1	Potensial
17	Alat olah raga	1	0,13	2	0,065	2	0,171	1	0,015	1	0,216	1	0,315	1	0,039	1	0,019	1	0,03	1	Potensial
18	Kerajinan tulang tanduk	1	0,13	2	0,065	2	0,171	1	0,015	1	0,216	1	0,315	1	0,039	1	0,019	1	0,03	1	Potensial
19	Sulak bulu	1	0,13	2	0,065	2	0,171	1	0,015	1	0,216	1	0,315	1	0,039	1	0,019	1	0,03	1	Potensial
20	Sapu / keset	1	0,13	2	0,065	2	0,171	1	0,015	1	0,216	1	0,315	1	0,039	1	0,019	1	0,03	1	Potensial

Sumber: data primer 2015 (diolah)

Produk unggulan daerah kabupaten Klaten memiliki nilai produksi yang sangat besar dan secara umum nilai produksinya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun berikutnya. Pada tahun 2014 nilai produksi produk unggulan paling besar adalah logam, yaitu Rp. 2.465.284.400,00 diikuti Mebel sebesar Rp. 2.437.701.000,00, konveksi Rp. 2.042.366.400,00, keramik Rp. 1.372.153.125, batik Rp. 1.296.502.200,00,

lurik Rp. 1.272.925.500,00 dan terakhir tembakau Rp. 1.050.471.250,00

Produk mebel di Kabupaten Klaten meliputi meja, kursi, almari, kerajinan ukir kayu dan barang rumah tangga lainnya. Usaha mebel ini tersebar di 4 (empat) Kecamatan di Kabupaten Klaten. Secara rinci persebaran lokasi industri tersebut adalah sebagai berikut:

Lokasi Industri Mebel Kabupaten Klaten

No	Lokasi	Unit usaha		Tenaga Kerja	
		Σ	Keterangan	Σ	Ket
1	Sajen, Trucuk	297	Unit Usaha	969	Orang
2	Mireng, Trucuk	225	Unit Usaha	865	Orang
3	Palar, Trucuk	43	Unit Usaha	103	Orang
4	Mandong, Trucuk	19	Unit Usaha	60	Orang
5	Puluhan, Trucuk	18	Unit Usaha	53	Orang
6	Sumber, Trucuk	10	Unit Usaha	36	Orang
7	Serenan, Juwiring	182	Unit Usaha	1.036	Orang
8	Gondangsari, Juwiring	104	Unit Usaha	402	Orang
9	Taji, Juwiring	93	Unit Usaha	300	Orang
10	Tlogorandu, Juwiring	43	Unit Usaha	204	Orang
11	Ketitang, Juwiring	23	Unit Usaha	132	Orang
12	Bolopleret, Juwiring	8	Unit Usaha	23	Orang
13	Belangwetan, Klaten Utara	60	Unit Usaha	495	Orang
14	Karanganom, Klaten Utara	22	Unit Usaha	70	Orang
15	Jonggrangan, Klaten Utara	20	Unit Usaha	56	Orang
16	Mayungan, Ngawen	17	Unit Usaha	76	Orang
17	Manjungan, Ngawen	17	Unit Usaha	67	Orang
18	Pepe, Ngawen	15	Unit Usaha	47	Orang
19	Drono, Ngawen	12	Unit Usaha	39	Orang
Jumlah		1.228	Unit Usaha		Orang

Sumber: Disperindag Kab. Klaten 2015

4.2. Strategi Pengembangan Industri Mebel

Berdasarkan table lokasi sebaran industry Meubel di Kabupaten Klaten diatas, pemerintah perlu menyusun strategi pengembangannya mengingat industry meubel merupakan produk unggulan utama di Kabupaten Klaten.

Pemilihan strategi kebijakan pengembangan produk unggulan daerah Kabupaten Klaten, dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk menjaring persepsi dan penilaian ahli (*expert*) terhadap faktor internal dan eksternal Pemerintah Kabupaten Klaten, sehingga pada akhirnya didapatkan faktor kekuatan, faktor kelemahan, faktor

peluang, dan faktor ancaman. Dari penilaian bobot IFAS (*Internal Factor Analysis System*) dan EFAS (*External Factor Analysis System*), didapatkan beberapa alternatif strategi yang dapat digunakan dalam upaya pengembangan Kabupaten Klaten.

Untuk mengetahui prioritas dan keterkaitan antar strategi berdasarkan pembobotan SWOT-nya, maka dilakukan

interaksi kombinasi strategi internal-eksternal. Perumusan strategi-strategi tersebut disusun berdasarkan faktor internal, *strength* dan *weakness*, serta faktor eksternal *opportunity* dan *threat* ke dalam Matriks Interaksi IFAS – EFAS SWOT seperti pada tabel di bawah ini:

IFAS	<u>KEKUATAN</u>	<u>KELEMAHAN</u>
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posisi geografis Kab. Klaten 2. Kabupaten Klaten memiliki sarana dan prasarana perekonomian dalam pengembangan produk 3. Peran Kelembagaan terkait baik instansi Pemerintahan maupun organisasi swasta (ASMINDO, KADIN) dalam menyalurkan aspirasi kebijakan, 4. Partisipasi perguruan tinggi, pelaku Usaha, NGO, dan masyarakat dalam pengembangan produk 5. Kuantitas tenaga kerja trampil di Kab. Klaten 6. Produk mempunyai pasar yang luas baik ditingkat lokal, regional, nasional atau internasional 7. Produk memiliki sumbangan penting dalam PDRB Kab. Klaten 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perubahan Teknologi yang mudah diperoleh dan mampu dijangkau masyarakat. 2. Minimnya pelaku usaha yang berorientasi ekspor. 3. Harga produk yang fluktuatif/relatif tidak stabil terlebih produk ekspor. 4. Standarisasi mutu dan kualitas produk dan jaminan perawatan produk 5. Kurangnya ketersediaan modal serta aksesibilitas terhadap sumber pembiayaan 6. Keberadaan produk terhadap ciri khas/budaya kab. Klaten

<p><u>PELUANG</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembangunan infrastruktur daerah sebagai penunjang pembangunan industry nasional 2. Dukungan kebijakan khusus tentang pengembangan produk unggulan daerah 3. Persaingan dengan produsen sejenis dari luar daerah 4. Rencana Pembangunan Insudtri Nasional 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan posisi geografis Kab. Klaten, lokasi industry di Kabupaten Klaten dapat memanfaatkan dan memaksimalkan akses perdagangan nasional maupun internasional . 2. Peningkatan peran lembaga pemerintah maupun ASMINDO dan KADIN dalam menyalurkan aspirasi, kebijakan , informasi, dan promosi 3. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan daya saing produk. 4. Dengan potensi SDM yang dimiliki Kab. Klaten, pemerintah daerah dapat menjadikan Kabupaten Klaten sebagai daerah sentra industry mebel daerah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi skala nasional dan internasional dalam rangka menarik minat investor 2. Meningkatkan penggunaan bahan baku alternative dan yang ramah lingkungan, manajemen usaha yang baik, standarisasi produk, modal yang digunakan untuk bersaing dengan produsen sejenis dari luar daerah.
<p><u>ANCAMAN</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM 2. Globalisasi, pasar bebas dan keterbukaan ekonomi dunia-ASEAN 3. Perubahan gaya hidup dan selera konsumen 4. Program CSR sebagai alternatif dukungan pembiayaan bagi pengembangan produk unggulan daerah 5. Potensi Produk Unggulan Daerah Lain 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengelola dengan baik kondisi geografis yang menguntungkan, potensi SDM, koordinasi dan komunikasi yang baik antara pemerintah, masyarakat, dan para pelaku ekonomi, serta sarana dan prasarana dasar yang telah tersedia, dalam rangka menghadapi globalisasi, pasar bebas, dan keterbukaan ekonomi; 2. Meningkatkan promosi produk mebel yang ada di Kab. Klaten, untuk menarik investor ke Kab. Klaten; 3. Mengembangkan jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh masyarakat untuk mengembangkan usaha kecil dan menengah di industry mebel yang mulai bangkit di Kab. Klaten, dalam rangka menghadapi Globalisasi, pasar bebas dan keterbukaan ekonomi dunia-ASEAN serta perubahan gaya hidup dan selera konsumen 4. Meningkatkan Peran pemerintah dalam permodalan, koperasi, dalam rangka menghadapi Globalisasi, pasar bebas dan keterbukaan ekonomi dunia-ASEAN 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas produk Meubel dengan mengangkat ciri khas kebudayaan local (<i>local wisdom</i>) sebagai produk unggulan daerah

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang disampaikan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan daya saing daerah menghadapi persaingan global, pemerintah daerah perlu menyusun strategi pengembangan industry meubel sebagai produk unggulan daerah. Strategi yang dapat dilakukan antara lain:

1. Dengan posisi geografis Kab. Klaten, lokasi industry di Kabupaten Klaten dapat memanfaatkan dan memaksimalkan akses perdagangan nasional maupun internasional .
2. Peningkatan peran lembaga pemerintah maupun ASMINDO dan KADIN dalam menyalurkan aspirasi, kebijakan , informasi, dan promosi
3. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan daya saing produk.
4. Dengan potensi SDM yang dimiliki Kab. Klaten, pemerintah daerah dapat menjadikan Kabupaten Klaten sebagai daerah sentra industry mebel daerah.
5. Melakukan promosi skala nasional dan internasional dalam rangka menarik minat investor
6. Meningkatkan penggunaan bahan baku alternative dan yang ramah lingkungan, manajemen usaha yang baik, standarisasi produk, modal yang digunakan untuk bersaing dengan produsen sejenis dari luar daerah.
7. Mengelola dengan baik kondisi geografis yang menguntungkan, potensi SDM, koordinasi dan komunikasi yang baik antara pemerintah, masyarakat, dan para pelaku ekonomi, serta sarana dan prasarana dasar yang telah tersedia, dalam rangka menghadapi globalisasi, pasar bebas, dan keterbukaan ekonomi;
8. Meningkatkan promosi produk mebel yang ada di Kab. Klaten, untuk menarik investor ke Kab. Klaten;
9. Mengembangkan jiwa kewirausahaan

yang dimiliki oleh masyarakat untuk mengembangkan usaha kecil dan menengah di industry meubel yang mulai bangkit di Kab. Klaten, dalam rangka menghadapi Globalisasi, pasar bebas dan keterbukaan ekonomi dunia-ASEAN serta perubahan gaya hidup dan selera konsumen

10. Meningkatkan Peran pemerintah dalam permodalan, koperasi, dalam rangka menghadapi Globalisasi, pasar bebas dan keterbukaan ekonomi dunia-ASEAN
11. Meningkatkan kualitas produk Meubel dengan mengangkat ciri khas kebidayaan local (*local wisdom*) sebagai produk unggulan daerah

6. REFERENSI

- Andrews, K.R., *The concept of corporate Strategy*. Homewood, III. Dow Jones
- Ansoff, H.I., *Corporate Strategy*. New York: McGraw-Hill, 1965
- Glueck, William F., *Business policy and Strategic Management*. New York: McGraw Hill, 1980
- Godfrey, Paul C dan Hatch, Nile W. 2006. Researching Corporate Social Responsibility: An Agenda for the 21st Century. *Journal of Business Ethics* (2007) 70:87–98
- Industries and Competitors., New York: The Free Press.
- Kirchner, Theresa A., et.al. 2012. Disruptive marketing and unintended consequences in the nonprofit arts sector. *Arts Marketing: An International Journal* Vol. 2 No. 1
- Korpela, Jukka, Antti Lehmusvaara, Kalevi Kyläheiko dan Markku Tuominen (2003), *Adjusting Safety Stock Requirements with an AHP-based Risk Analysis*, Proceedings of the 36th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'03).
- Michael E. Porter (1990): "*Competitive Strategy*"., Techniques for Analysing

- Moitra, Soumyo D (2006), *Assessing The Value and Survivability of Network Information Systems*, Working Paper Indian Institute of Management, Calcutta.
- Morall, Oguz dan Searcy, Cory. 2013. *A Review of Sustainable Supply Chain*
- Nadvi, K. dan Schmitz, H. 1994. *Industrial Cluster in less Development Countries: Review of Experiences and Research agenda*. Discussion Paper Institute of Development Studies University of Sussex, (339).
- Nurul Widyaningrum & Elok Ponco Mulyoutami, *Relasi-relasi yang tidak adil dalam rantai hulu hilir Usaha Kecil*
- Steiner, G.A., *Strategic Planning*, New York: Free Press, 1979
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014
- Porter, Michael E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. The MacMillan
- Porter, Michael E., *Competitive Advantage*. New York: Free Press, 1985 Press Ltd.
- Schmitz H dan Nadvi, 1999 *Cluster and Industrialisation: an introduction world development*, Vol. 27 No. 9 hal 1503-1514
- Siagian, Sondang P., *Perumusan dan Analisis Kebijakan serta Strategi*
- Sugiyono, (2008), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Suwarsono, *Majemen Strategik*, BPFE Yogyakarta, 1998