

ABSTRAK

Asean Economic Community (AEC) atau Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) pada 2015 membawa suatu peluang sekaligus tantangan bagi perekonomian di Indonesia. Dengan diberlakukannya MEA pada akhir tahun 2015, negara-negara yang termasuk kedalam anggota ASEAN akan mengalami aliran pasar bebas berupa barang, jasa, investasi maupun tenaga kerja dari dan ke masing-masing negara. Daya saing merupakan kunci penting bagi pertumbuhan perekonomian nasional dalam menghadapi MEA 2015, untuk itu diperlukan peningkatan daya saing terutama untuk memajukan sektor UMKM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi daya saing Usaha, Kecil dan Menengah (UKM) pada Sentra Industri Tekstil Cigondewah. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode penelitian kombinasi atau *mixed method*.

Pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui wawancara, observasi, kuesioner, dokumentasi dan studi literatur. Narasumber pada penelitian ini adalah pelaku UKM di Sentra Industri Tekstil Cigondewah dan para pengurus Sentra Industri Tekstil Cigondewah yang paham mengenai seluk beluk Sentra Industri Tekstil Cigondewah baik dari sisi lingkungan internal maupun eksternalnya.

Teknik analisis menggunakan matriks IFE, matriks EFE, matriks SWOT dan matriks QSPM. 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 pada diagram SWOT menunjukkan bahwa pelaku UKM perlu menerapkan Strategi Agresif. Strategi yang menjadi prioritas utama untuk Sentra Industri Tekstil Cigondewah berdasarkan hasil analisis QSPM adalah meningkatkan upaya promosi melalui berbagai media dan perbaikan infrastruktur dengan bekerja sama dengan lembaga pemerintah. Dengan kata lain, strategi yang diterapkan adalah penetrasi pasar yang berarti para pelaku UKM mencari pangsa pasar yang lebih besar melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih baik.

Kata Kunci: Sentra industri, IFE, EFE, SWOT, QSPM