

ABSTRAK

IKM Mebel di Kecamatan Padaherang Kabupaten Pangandaran merupakan salah satu IKM penghasil mebel atau furniture di Indonesia dengan desain dan kualitas yang mampu bersaing di pasaran baik dengan IKM Mebel dari dalam negeri maupun luar negeri. Dalam upaya meningkatkan daya saing dan pemasaran produk IKM Mebel di Pangandaran perlu meningkatkan strategi bersaing dan pemasaran produk guna mempertahankan posisi perusahaan agar tidak kalah saing dan kehilangan pangsa pasarnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan strategi bersaing serta pemasaran produk mebel pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran, dengan menggunakan metode Klaster Diamond. Metode ini mengacu pada teori klaster yang dikembangkan oleh Michael Porter yang menggarisbawahi pentingnya faktor-faktor kompetitif seperti keunggulan sumber daya lokal, dukungan institusi, dan hubungan antara pelaku industri. Penelitian ini mengaplikasikan metode klaster untuk menganalisis dinamika pasar, kekuatan dan kelemahan IKM mebel, serta potensi peluang dan ancaman di wilayah tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mebel di Kecamatan Padaherang memiliki keunggulan dalam hal ketersediaan bahan baku lokal. Namun, mereka menghadapi tantangan dalam hal strategi bersaing dan pemasaran. Penelitian ini merekomendasikan strategi bersaing yang melibatkan peningkatan kualitas produk, memperbarui mesin dan peralatan sesuai dengan perkembangan teknologi, peningkatan kualitas SDM, membuat produk yang lebih murah dengan menggunakan bahan sisa, regenerasi SDM. Selain itu, strategi pemasaran harus fokus pada kualitas jasa dan pelayanan, proses pemasaran produknya : menggunakan jasa sales marketing, dan pemanfaatan teknologi digital, meningkatkan akses informasi peluang pasar, berkerja sama dengan instansi – instansi terkait, dan menembus seluruh pasar dalam negeri dan pasar luar negeri untuk meningkatkan daya saing pasar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan arahan bagi pelaku IKM mebel untuk memperkuat posisi mereka dalam pasar serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal.

Kata Kunci: Strategi bersaing, pemasaran, produk mebel, metode Klaster Diamond, Industri Kecil dan Menengah (IKM).

ABSTRACT

IKM Mebel in Padaherang district of Pangandaran is one of the IKM producer of furniture or furniture in Indonesia with design and quality that is able to compete in the market both with IKM Furniture from the country and abroad. In an effort to improve the competitiveness and marketing of products IKM Babel in Pangandaren need to improve competitive strategy and adjustment of products in order to maintain the position of the company so as not to lose competition and lose its market share.

The study aims to identify and develop competitive strategies and marketing of furniture products on small and medium-sized industries (SMEs) in Padaherang district of Banandaran, using the Diamond Cluster method. This method refers to the cluster theory developed by Michael Porter which emphasizes the importance of competitive factors such as local resource advantages, institutional support, and relationships between industry actors.

Research results show that furniture in Padaherang district has an advantage in terms of availability of local raw materials. However, they face challenges in terms of competitive strategy and marketing. The research recommends competitive strategies that involve improving product quality, updating machines and equipment in line with technological developments, improving the quality of SDM, making products cheaper by using residual materials, regeneration of the SDM. In addition, the marketing strategy should focus on quality of services and services, product marketing processes: using sales marketing services, and the use of digital technology, enhancing access to market information opportunities, working with relevant agencies, and penetrating the entire domestic and foreign markets to improve market competitiveness. The research is expected to give directions to furniture manufacturers to strengthen their position in the market as well as boost local economic growth.

Keywords: Competitive strategy, marketing, furniture products, Diamond cluster method, Small and Medium Industry (SME).